



**NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
AGROINDUSTRI KERIPIK KETELA RASA GADUNG TOP
AE DI KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI

Oleh:
Afifa Hanani
NIM 181510601029

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2023**



**NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
AGROINDUSTRI KERIPIK KETELA RASA GADUNG TOP
AE DI KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Agribisnis (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pertanian

Dosen Pembimbing
Ir. Anik Suwandari, M. P

Oleh:
Afifa Hanani
NIM 181510601029

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2023

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Subekan dan Ibu Sri Utami, yang senantiasa memberikan do'a, semangat, dukungan yang tiada henti kepada saya.
2. Adek tercinta Nabila Divayanti Az-Zahra serta seluruh keluarga besar yang memberikan doa, dukungan, dan motivasi.
3. Bapak/ibu dosen Fakultas Pertanian Universitas Jember yang telah memberikan bimbingan selama masa perkuliahan dan selama penulisan skripsi saya.
4. Teman-teman Program Studi Agribisnis 2018 yang telah mendukung saya dalam menyelesaikan tugas akhir kuliah.
5. Almamater yang saya banggakan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.
6. Kepada Ibu Ir. Anik Suwandari, M. P selaku Dosen Pembimbing.
7. Kepada Ibu Ratih Apri Utami, S.P., M.Si dan Bapak Djoko Soejono S.P., M. P selaku dosen penguji.
8. Kepada Bapak Agus Supriono S.P., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
9. Kepada Agroindustri Top AE yang telah membantu saya dalam memperoleh data penelitian.

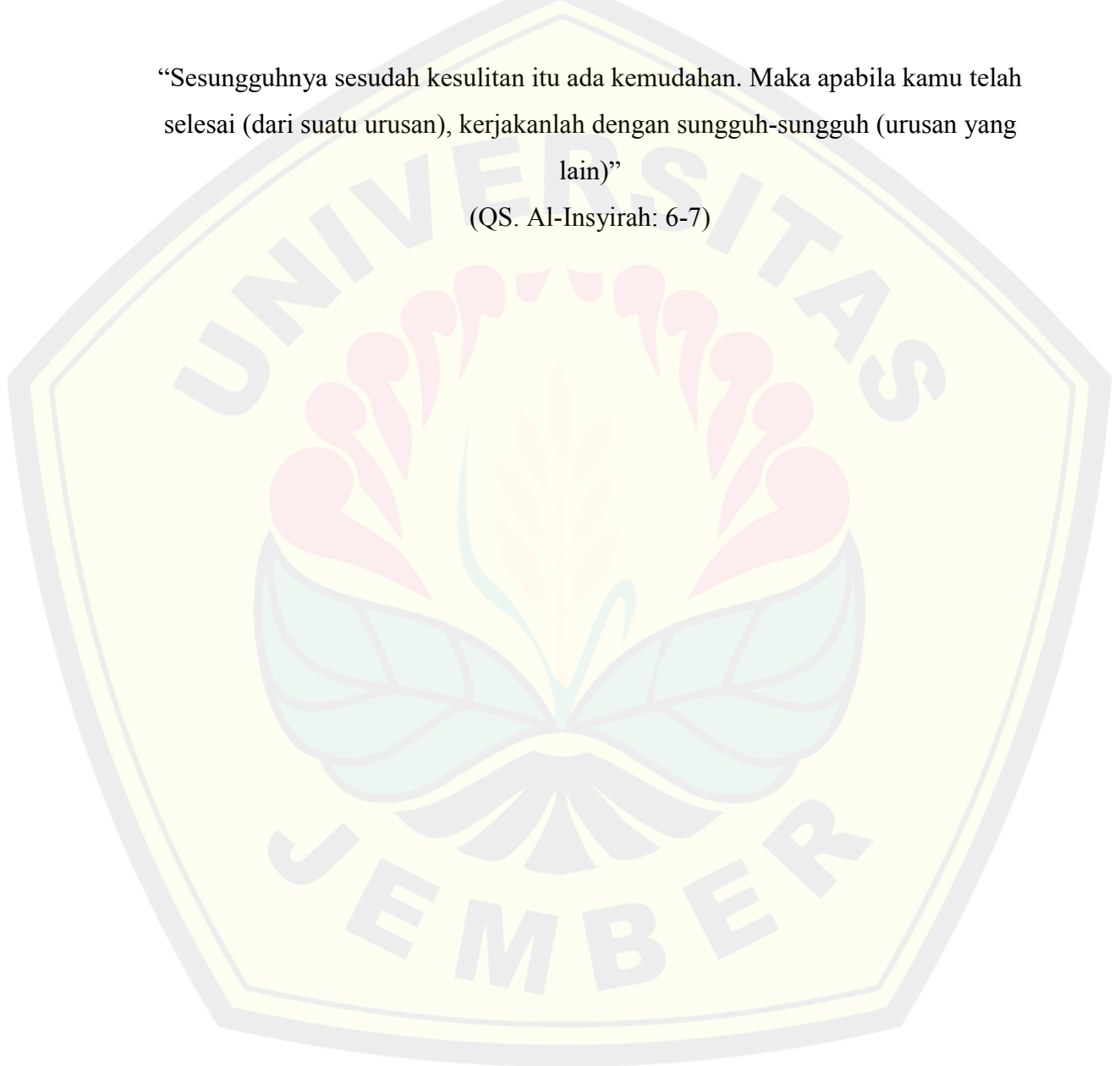
MOTTO

“Ada sesuatu yang lebih berharga dibandingkan segala kecepatan yang tersedia di zaman ini, yaitu proses”

(Pandji Pragiwaksono)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain)”

(QS. Al-Insyirah: 6-7)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afifa Hanani

NIM : 181510601029

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “**Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ketela Rasa Gadung Top AE Di Kabupaten Ponorogo**” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 2023
Yang menyatakan,

Afifa Hanani
NIM 181510601029

SKRIPSI

**NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI
KERIPIK KETELA RASA GADUNG TOP AE DI KABUPATEN
PONOROGO**

Oleh:

Afifa Hanani

NIM 181510601029

Pembimbing

Dosen Pembimbing Skripsi : Ir. Anik Suwandari, M. P
NIP 196404281990022001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ketela Rasa Gadung Top AE Di Kabupaten Ponorogo” telah diuji dan disahkan pada:

Hari :
Tanggal :
Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Dosen Pembimbing Skripsi

Ir. Anik Suwandari, M. P
NIP. 196404281990022001

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

Ratih Apri Utami, S.P., M.Si.
NIP. 1987041720190322016

Djoko Soejono, S. P., M. P
NIP. 197001151997021002

Mengesahkan,
Dekan,

Prof. Dr. Ir. Soetrisno, M.P.
NIP. 196403041989021001

RINGKASAN

Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ketela Rasa Gadung Top AE di Kabupaten Ponorogo; 143, Afifa Hanani, 181510601029, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Keripik ketela rasa gadung merupakan produk berbahan baku ubi kayu yang memiliki rasa seperti keripik gadung. Proses pembuatan keripik ketela rasa gadung berbeda dengan keripik ketela biasa karena terdapat proses perendaman selama 2 hari. Pengolahan produk ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung dapat meningkatkan nilai jual dan meningkatkan ketahanan produk karena pada dasarnya ubi kayu merupakan produk pertanian yang mudah rusak. Proses pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung juga akan meningkatkan nilai tambah dari ubi kayu mengingat ubi kayu memiliki harga yang rendah. Salah satu agroindustri yang mengolah keripik ketela rasa gadung di Kabupaten Ponorogo adalah Agroindustri Top AE. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pendapatan yang diperoleh dari produksi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE (2) Nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE (3) Strategi pengembangan usaha pengolahan keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE.

Penelitian dilakukan pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo. Alasan pemilihan lokasi pada Agroindustri Top AE karena Agroindustri Top AE mengolah ubi kayu menjadi produk yang inovatif yaitu keripik ketela rasa gadung, telah terdaftar pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan, telah memiliki izin produksi yaitu P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan telah memiliki sertifikat Halal, serta bermitra dengan Indomaret. Penelitian ini dilakukan selama 8 bulan yaitu pada bulan Maret - Oktober 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan analitik. Metode dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan gambaran umum usaha Agroindustri Top AE, menginterpretasikan hasil analisis pendapatan, analisis nilai tambah, serta strategi pengembangan usaha. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, dokumentasi, dan pengamatan. Metode pengambilan contoh menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan

analisis biaya dan pendapatan, metode Hayami, dan analisis SWOT.

Hasil penelitian di Agroindustri Keripik Ketela Rasa Gadung Top AE di Kabupaten Ponorogo menunjukkan: (1) Besarnya pendapatan yang diperoleh dalam mengolah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung adalah sebesar Rp 9.495.776 per tahun atau 12 kali proses produksi, dengan total biaya produksi sebesar Rp. 15.134.224, dan total penerimaan sebesar Rp. 24.630.000. (2) besarnya nilai tambah pada proses pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung sebesar Rp. 10.672 per Kg bahan baku, dengan rasio nilai tambah sebesar 51,34%. Sehingga rasio nilai tambah pada pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung tergolong tinggi karena berada diatas 40%. (3) Alternatif strategi pengembangan usaha keripik ketela rasa gadung adalah peningkatan kapasitas produksi keripik ketela rasa gadung, pertahanan dan perluasan jangkauan pasar, kerja sama dengan lembaga keuangan, penjagaan kualitas produk keripik ketela rasa gadung, serta penggunaan teknologi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. Sebaiknya Agroindustri Top AE melakukan pengajuan peminjaman modal pada Lembaga keuangan untuk meningkatkan jumlah produksi keripik ketela rasa gadung, serta menjual produk keripik ketela rasa gadung melalui media sosial sehingga dapat memperluas jangkauan pasarnya.

SUMMARY

Added Value and Development Strategy of Top AE Gadung Yam Chips Agroindustry in Ponorogo Regency; 143, Afifa Hanani, 181510601029, Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, University of Jember

Gadung-flavored sweet potato chips are products made from cassava which taste like gadung chips. The process of making gadung-flavored cassava chips is different from ordinary cassava chips because there is a 2-day soaking process. Processing cassava products into yam chips with gadung flavor can increase sales value and increase product durability because basically cassava is an agricultural product that is easily damaged. The processing of cassava into cassava chips will also increase the added value of cassava considering that cassava has a low price. One of the agro-industries that processes yam-flavored sweet potato chips in Ponorogo Regency is Top AE Agro-industry. This study aims to determine (1) Income derived from the production of gadung-flavored cassava chips in Top AE Agro-industry (2) Added value of cassava into gadung-flavored cassava chips in Top AE Agro-industry (3) Business development strategy for processing gadung-flavored cassava chips in Agro-industry Top AE.

The research was conducted at Top AE Agroindustry in Ponorogo Regency. The reason for selecting the location for Top AE Agroindustry is because Top AE Agroindustry processes cassava into innovative products, namely yam-flavored sweet potato chips, has been registered with the Industry and Trade Service, has a production permit, namely P-IRT (Household Industry Food) and has a certificate. Halal, and partners with Indomaret. This research was conducted for 8 months, from March to October 2022. The research method used is descriptive and analytical method. The method in this study is used to explain the general description of Top AE's Agroindustry business, interpret the results of income analysis, added value analysis, and business development strategy. Methods of data collection is done by means of interviews, documentation, and observation. Sampling method using purposive sampling method. Methods of data analysis using cost and income analysis, Hayami method, and SWOT analysis.

The results of research at Top AE's Gadung-flavored Cassava Chips Agro-industry in Ponorogo Regency show: (1) The amount of income earned in

processing cassava into gadung-flavored sweet potato chips is IDR 9,495,776 per year or 12 times the production process, with a total production cost of Rp. 15,134,224, and total receipts of Rp. 24,630,000. (2) the amount of added value in the process of processing cassava into yam-flavored cassava chips is Rp. 10,672 per Kg of raw material, with an added value ratio of 51.34%. So that the ratio of added value in processing cassava into yam-flavored cassava chips is high because it is above 40%. (3) Alternative strategies for developing the gadung cassava chip business are increasing the production capacity of gadung cassava chips, defense and expansion of market reach, cooperation with financial institutions, maintaining the quality of gadung cassava chips products, and using technology to improve product quality and quantity. It is recommended that Top AE Agroindustry apply for a capital loan from financial institutions to increase the amount of production of gadung-flavored cassava chips, as well as sell gadung-flavored cassava chips products through social media so that they can expand their market reach.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ketela Rasa Gadung Top AE di Kabupaten Ponorogo”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Soetriono, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember.
2. Bapak Agus Supriono, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.
3. Ibu Ir. Anik Suwandari, M.P., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan, dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi.
4. Ibu Ratih Apri Utami, S.P. M.Si., selaku Dosen Penguji Utama dan Bapak Djoko Soejono, S. P., M. P., selaku dosen Penguji Anggota.
5. Bapak Agus Supriono, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama menjadi mahasiswa.
6. Kedua orang tua Bapak Subekan dan Ibu Sri Utami serta adik Nabila Divayanti Az-Zahra yang telah memberikan doa, semangat, dan dukungan penuh demi terselesaikannya skripsi ini.
7. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan bantuan penuh selama penyusunan skripsi.
8. Keluarga besar Agroindustri Top AE, Ibu Annis Safitri selaku pemilik yang telah mendukung dan membantu pencarian data dan penelitian hingga menghasilkan skripsi ini.
9. Teman-teman dekat Kurnia Mega Cahyaningrum, Fita Andikaningrum, Firda Ziqqiyah, Firda Novia Ariyanti, Nabila Afri Inara, Jesica Zoevadianis Afada,

Erdila Prastiyaningtyas, Selysa Putri Hapstari, dan Hasby Hairul Anam yang telah memberikan bantuan, hiburan, dan masukan kepada penulis selama menyelesaikan tugas skripsi.

10. Teman-teman satu DPA dan satu bimbingan yang telah sama-sama berproses selama masa perkuliahan dan penyusunan tugas akhir.
11. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat.

Jember, 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	ix
PRAKATA.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan	9
1.4. Manfaat	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Komoditas Ubi kayu.....	13
2.2.2. Agroindustri ubi kayu.....	16
2.2.3. Teori Biaya	17
2.2.4. Teori Penerimaan	18
2.2.5. Teori Pendapatan.....	18
2.2.6. Teori Nilai Tambah	19
2.2.7. Teori Strategi Pengembangan	22
2.3. Kerangka Pemikiran	27

2.4. Hipotesis	31
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.2. Metode Penelitian	32
3.3. Metode Pengumpulan Data	33
3.4. Metode Pengambilan Contoh	34
3.5. Analisis Data	34
3.5.1. Analisis Biaya, Penerimaan, dan Pendapatan.....	35
3.5.2. Analisis nilai tambah	36
3.5.3. Strategi Pengembangan	38
3.6. Definisi Operasional	42
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Gambaran Umum Agroindustri	46
4.1.1. Lokasi Agroindustri Top AE	46
4.1.2. Sejarah Agroindustri Top AE.....	47
4.1.3. Profil Agroindustri Top AE.....	48
4.1.4. Struktur Organisasi Agroindustri Top AE.....	50
4.1.5. Proses Produksi Keripik Ketela Rasa Gadung	52
4.2. Analisis Biaya, Penerimaan, dan Pendapatan Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung.....	59
4.2.1 Analisis Biaya Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung.....	59
4.2.2 Analisis Penerimaan Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung	62
4.2.3 Analisis Pendapatan Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung	63
4.3. Nilai Tambah Keripik Ketela Rasa Gadung.....	64
4.4. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung	69
4.4.1. Analisis Faktor Internal	69
4.4.2. Analisis Faktor Eksternal	72
4.4.3. Hasil Perhitungan Nilai IFAS dan EFAS	75
4.4.4. Analisis Matrik Posisi Kompetitif Relatif	77
4.4.5. Analisis Matrik Internal Eksternal.....	78

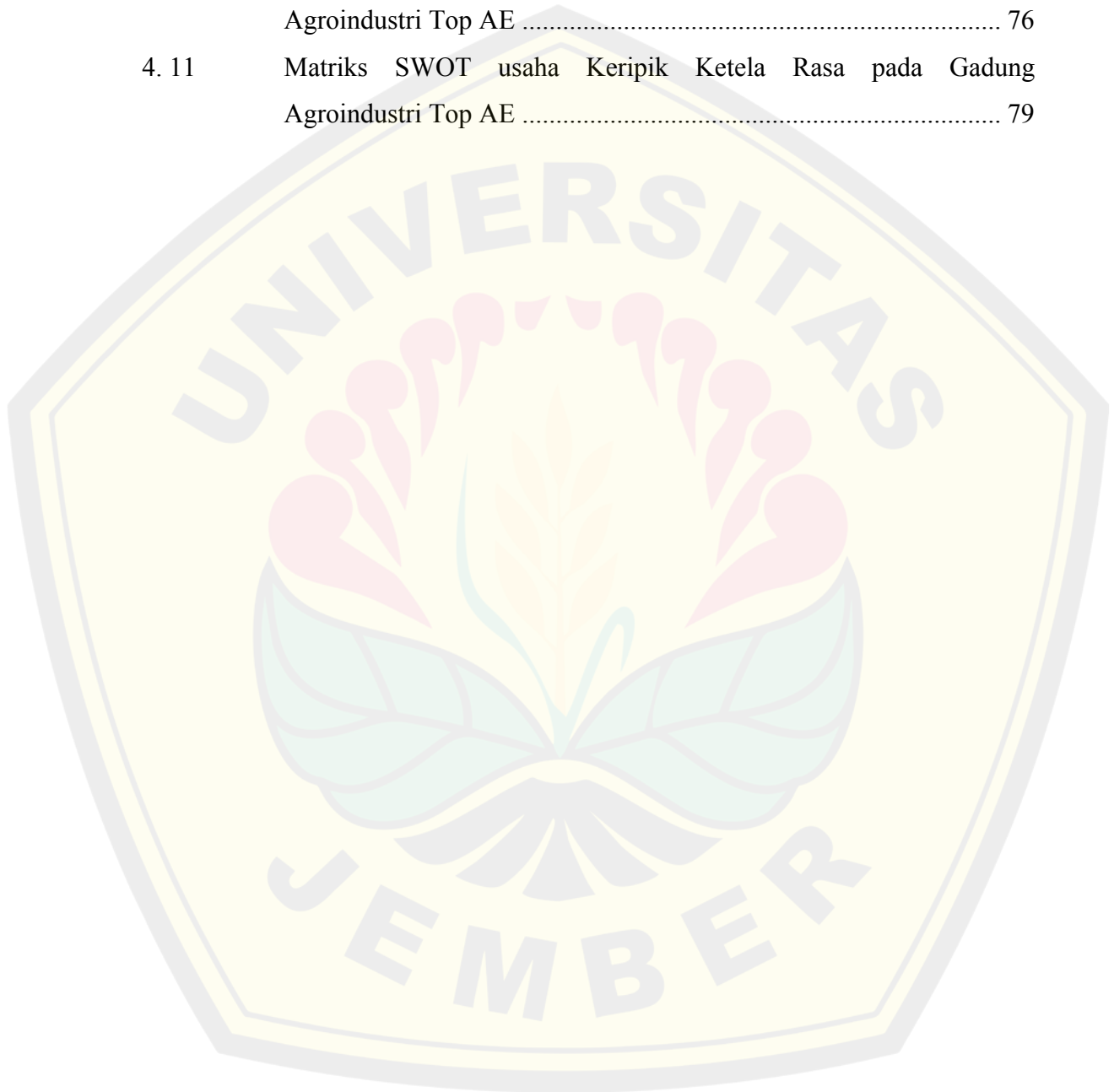
4.4.6. Analisis Matriks SWOT	79
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Hal
1. 1	Produksi tanaman pangan di Indonesia tahun 2015-2017	2
1. 2	Produksi ubi kayu 8 Kabupaten Tertinggi di Jawa Timur tahun 2016-2020	3
1.3	Agroindustri Makanan Olahan Berbasis Ubi Kayu di Kabupaten Ponorogo Tahun 2021	3
2. 1	Pehitungan Nilai Tambah dengan Metode Hayami	20
2. 2	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)	23
2. 3	Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	23
3.1	Prosedur perhitungan nilai tambah dengan Metode Hayami	37
3. 2	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)	39
3. 3	Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	39
4. 1	Biaya Tetap Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung Bulan November 2021 - Oktober 2022 pada Agroindustri Top AE	60
4. 2	Biaya Variabel Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung Bulan November 2021 - Oktober 2022 pada Agroindustri Top AE	61
4. 3	Biaya Total Produksi Keripik Ketela Rasa Gadung Bulan November 2021-Okttober 2022 Pada Agroindustri Top AE	62
4. 4	Penerimaan Produksi Keripik Ketela Rasa Gadung Bulan November 2021-Okttober 2022 pada Agroindustri Top AE	63
4. 5	Pendapatan Penjualan Produk Keripik Ketela Rasa Gadung Pada Bulan November 2021-Okttober 2022 Pada Agroindustri Top AE..	64
4. 6	Perhitungan nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung menggunakan metode Hayami pada Agroindustri Top AE pada 1 kali proses produksi	65
4. 7	Faktor Internal Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo	70

4. 8	Faktor Eksternal Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo	72
4. 9	Penentuan Skor IFAS pada Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE	76
4. 10	Penentuan Skor EFAS Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE	76
4. 11	Matriks SWOT usaha Keripik Ketela Rasa pada Gadung Agroindustri Top AE	79



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Hal
2. 1	Pohon Industri ubi kayu	15
2. 2	Diagram analisis SWOT	22
2. 3	Diagram Matriks Posisi Kompetitif Relatif Usaha	25
2. 4	Matriks internal dan eksternal	26
2. 5	Matriks SWOT (Rangkuti, 1997).....	27
2. 6	Kerangka pemikiran	30
3. 1	Diagram Matriks Posisi Kompetitif Relatif Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo (Rangkuti, 2013)	40
3. 2	Matriks internal dan eksternal (Rangkuti, 2013).....	41
3. 3	Matriks SWOT (Rangkuti, 2013).....	42
4. 1	Bagan Struktur Organisasi pada Agroindustri Top AE	50
4. 2	Proses produksi keripik ketela rasa gadung Pada Agroindustri Top AE.....	52
4. 3	Proses pengupasan ubi kayu	53
4. 4	Proses perajangan ubi kayu	54
4. 5	Proses perendaman ubi kayu	55
4. 6	Proses perebusan ubi kayu	56
4. 7	Proses penjemuran ubi kayu	57
4. 8	Proses penggorengan keripik ketela rasa gadung	58
4. 9	Proses pengemasan produk keripik ketela rasa gadung	59
4.10	Diagram Matriks Posisi Kompetitif Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE	78
4.11	Matriks Internal Eksternal Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE.....	79

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Agroindustri merupakan bagian dari kegiatan agribisnis yang mengolah atau mengubah produk pertanian menjadi produk jadi atau setengah jadi. Kegiatan agroindustri juga disebut sebagai subsistem hilir karena memiliki kegiatan mengolah produk pertanian. Agroindustri memiliki peran untuk menghubungkan antara sektor pertanian dengan sektor industri untuk memanfaatkan ketersediaan sumber daya alam yang melimpah di Negara Indonesia. Tujuan utama adanya kegiatan agroindustri atau pengolahan berbasis pertanian adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang tinggi terutama pada industri menengah dan kecil. Kegiatan agroindustri terdiri dari dua jenis yaitu agroindustri hulu dan hilir. Agroindustri hulu merupakan industri yang mengolah produk untuk proses produksi pertanian seperti pupuk, peralatan pertanian, serta pestisida, sedangkan agroindustri hilir adalah industri yang mengolah produk hasil pertanian (Istiyanti et al., 2018).

Menurut Arianti, dkk (2019) agroindustri merupakan kegiatan pengolahan yang mampu untuk meningkatkan nilai tambah dari produk pertanian. Kegiatan agroindustri ini mengolah bahan baku pertanian menjadi produk setengah jadi atau produk jadi yang siap untuk dikonsumsi. Agroindustri merupakan kegiatan yang dibutuhkan untuk mengolah produk pertanian yang memiliki sifat mudah rusak dan musiman (*seasonal*) menjadi sebuah produk olahan. Produk agroindustri berbasis pertanian dapat digunakan sebagai bahan pangan atau konsumsi, industri, kosmetik, pakan ternak, jamu, obat-obatan, dan produk olahan turunan yang lainnya. Pengolahan ini dibutuhkan untuk mengatasi hasil pertanian yang belum sempat/tidak habis dijual. Kegiatan agroindustri tidak hanya sebatas pengolahan saja namun juga meliputi pemanasan, pendinginan, pengeringan, fermentasi, pengalengan, pengemasan, dan lain lain. Tujuan dari agroindustri adalah mengatasi adanya kerusakan produk pertanian yang dapat menyebabkan munculnya kerugian atau biaya tambahan. Kegiatan agroindustri memiliki keterkaitan yang kuat dengan tanaman pangan hal ini didukung oleh

ketersediaan tanaman pangan di Indonesia (Elizabeth & Anugrah, 2020)

Menurut Tuminem, dkk (2019) subsektor tanaman pangan merupakan subsektor dalam agribisnis yang memiliki peran yang sangat strategis. Subsektor pangan memiliki peran sebagai penghasil produk yang menjadi bahan pangan pokok masyarakat di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara penghasil bahan pangan yang tinggi di dunia. Berikut adalah tabel data produksi tanaman pangan di Indonesia tahun 2015-2017.

Tabel 1. 1 Produksi tanaman pangan di Indonesia tahun 2015-2017

Komoditas	Produksi (Ton)			Rata-rata Per Tahun	Share Produksi (%)
	2015	2016	2017		
Jagung	19.612.435	23.578.413	28.924.009	24.038.285,7	18,9
Kacang hijau	271.463	252.985	241.334	255.260,7	0,2
Kacang tanah	605.449	570.477	495.447	557.124,3	0,4
Ubi kayu	21.801.415	20.260.675	19.053.748	20.371.946,0	16,1
Kedelai	963.183	859.653	538.728	787.188,0	0,6
Padi	75.397.841	79.354.767	81.148.617	78.633.741,7	62,0
Ubi jalar	2.297.634	2.169.386	1.914.244	2.127.088,0	1,7
Total	120.949.420	127.046.356	132.316.127	126.770.634,3	100,0

Sumber: Kementerian pertanian, 2019 (data diolah)

Berdasar data Tabel 1.1 menunjukkan bahwa ubi kayu memiliki produksi yang cukup tinggi di Indonesia. Komoditas ubi kayu berada di urutan ketiga setelah padi dan jagung. Produksi ubi kayu mengalami penurunan mulai dari tahun 2015 hingga 2017 namun tidak signifikan. Produksi tertinggi terjadi pada tahun 2015 yaitu sebesar 21.801.415 ton, sedangkan produksi terendah terjadi pada tahun 2017 yaitu sebesar 19.053.748 ton. Rata-rata produksi ubi kayu adalah 20.371.946 ton per tahun. Rata-rata share produksi ubi kayu sebesar 16,12% yang menempati urutan ke tiga dari keseluruhan total produksi tanaman pangan di Indonesia pada tahun 2015 hingga 2017.

Menurut Balitkabi (2021) dari sekian banyak tanaman pangan, salah satu yang menjadi pendorong berkembangnya agroindustri di Indonesia adalah komoditas umbi-umbian. Umbi-umbian banyak digunakan sebagai bahan baku agroindustri di Indonesia salah satunya adalah ubi kayu. Ubi kayu menjadi sumber karbohidrat bagi sekitar 500 juta manusia di dunia. Tanaman pangan ubi

kayu memiliki banyak kandungan nutrisi seperti karbohidrat, protein, serat, vitamin, dan lainnya. (Harsita, P. A., 2019).

Menurut Richana, N (2013) tingginya produksi ubi kayu menunjukkan bahwa ubi kayu memiliki peminat yang tinggi sebagai bahan pangan. Di Indonesia ubi kayu tidak hanya digunakan sebagai bahan pangan tetapi juga bahan non pangan dan bahan ternak. Tingginya produksi ubi kayu di Indonesia menjadikan Indonesia sebagai eksportir ubi kayu tertinggi nomor dua setelah Thailand di Asia Pasifik. Tingginya kandungan karbohidrat pada ubi kayu menyebabkan komoditas ini memiliki peran yang tinggi pada diversifikasi pangan. Hal ini menunjukkan bahwa ubi kayu memiliki potensi yang tinggi untuk diusahakan (Panasea, 2021).

Terdapat beberapa provinsi di Indonesia yang memiliki jumlah produksi ubi kayu tertinggi yaitu Lampung, Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, dan DI Yogyakarta. Jawa Timur memiliki jumlah produksi ubi kayu yang tinggi yaitu berada di urutan ke tiga setelah Lampung dan Jawa Tengah (Kominfo Jatim, 2021). Berikut disajikan data 8 kabupaten dengan produksi ubi kayu tertinggi di Jawa Timur tahun 2016-2020. Berikut disajikan data 8 kabupaten dengan produksi ubi kayu tertinggi di Jawa Timur tahun 2016-2020.

Tabel 1. 2 Produksi ubi kayu 8 Kabupaten Tertinggi di Jawa Timur tahun 2016-2020

Kabupaten/ Kota	Produksi (Ton)					Rata-rata Per Tahun	share Produksi (%)
	2016	2017	2018	2019	2020		
Pacitan	322.139	311.211	302.359	196.365	198.659	266.146,6	11,6
Ponorogo	518.565	535.217	456.087	348.897	295.176	430.788,4	18,7
Tulungagung	160.362	128.783	125.899	118.526	59.053	118.524,6	5,1
Blitar	119.175	90.965	108.563	109.275	92.916	104.178,8	4,7
Malang	284.783	372.422	206.007	128.953	149.145	228.262,0	9,6
Kediri	154.787	138.905	86.525	53.190	74.519	101.585,2	4,3
Trenggalek	226.279	244.537	215.876	172.324	295.176	230.838,4	10,6
Ngawi	136.453	88.727	73.078	35.850	66.804	80.178,8	3,39
Jawa Timur	2.924.933	2.908.417	2.251.449	1.790.671	1.674.572	2.310.008,4	100,0

Sumber: Badan Pusat Statistik Jawa Timur 2021

Berdasar tabel 1.2 dapat diketahui bahwa Kabupaten Ponorogo merupakan penghasil ubi kayu tertinggi di Provinsi Jawa Timur. Jumlah produksi ubi kayu di

Kabupaten Ponorogo mengalami kenaikan pada tahun 2016 dan terus mengalami penurunan hingga tahun 2020 namun jumlah produksinya tetap tertinggi di Jawa Timur. Rata-rata produksi ubi kayu di Kabupaten Ponorogo sebesar 430.788,4 ton/tahun dengan rata-rata share sebesar 18,7%. Peluang pendirian agroindustri berbahan baku ubi kayu di Ponorogo sangatlah tinggi mengingat Kabupaten Ponorogo menjadi penghasil ubi kayu tertinggi di Jawa Timur. Hal ini selaras dengan teori Weber dalam Martini, (2013) bahwa pemilihan lokasi yang tepat untuk mendirikan industri adalah didekat lokasi bahan baku.

Komoditas ubi kayu memiliki beberapa permasalahan dalam pasca panen yaitu rendahnya daya simpan, ubi kayu akan mengalami kerusakan dalam waktu 48 jam setelah pemanenan. Penyebab ubi kayu memiliki daya simpan yang rendah adalah adanya proses respirasi. Setelah dilakukan pemanenan jaringan sel ubi kayu masih hidup dan akan terus berespirasi dengan mengeluarkan CO₂, H₂O, dan panas sehingga menyebabkan ubi kayu memiliki daya simpan yang rendah. Proses kerusakan pada ubi kayu juga disebabkan karena adanya enzim polifenolase yang apabila berhubungan dengan udara luar akan menyebabkan ubi kayu berubah warna menjadi kecokelatan. Cara yang dapat dilakukan untuk menghindari kerusakan pada ubi kayu adalah dengan melakukan pengolahan.

Pengolahan ubi kayu menjadi produk makanan tidak dapat dilakukan secara sembarangan, karena harus mengetahui jenis ubi kayu yang akan digunakan. Ubi kayu dengan kadar asam sianida yang rendah tidak berbahaya untuk kesehatan, sedangkan ubi kayu dengan kadar sianida yang tinggi dapat membahayakan kesehatan sehingga perlu dilakukan pengolahan khusus untuk menurunkan kadar asam sianidanya. Terdapat dua jenis ubi kayu yang dapat diolah yaitu ubi kayu dengan rasa manis (*Manihot Utilissima Pohl*) dan ubi kayu pahit (*Manihot Esculenta Crantz*). *Manihot Utilissima Pohl* merupakan ubi kayu yang memiliki kadar asam sianida yang rendah dan dapat dikonsumsi secara langsung yaitu dengan direbus maupun diolah menjadi produk makanan. Ubi kayu jenis ini biasa digunakan sebagai bahan baku ubi rebus, keripik ketela, tape, dan lain lain. *Manihot Esculenta Crantz* merupakan jenis ubi kayu yang memiliki asam sianida yang tinggi sehingga harus dilakukan pengolahan untuk menghilangkan kadar

asam sianida. Ubi kayu jenis ini biasanya diolah dengan cara diambil patinya yang kemudian digunakan sebagai bahan baku tepung, peptisida organik, dan bahan biogas (Nasution, 2019).

Menurut Umbara, (2017) adanya proses pengolahan ubi kayu dapat mengubah bentuk primer yaitu ubi kayu menjadi produk jadi atau produk yang lebih tinggi nilai ekonomisnya. Proses pengolahan bahan baku ubi kayu membutuhkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan yang nantinya akan meningkatkan nilai tambah dari ubi kayu itu sendiri sehingga dapat meningkatkan harga jual dan keuntungan yang lebih besar. Agroindustri berbahan dasar ubi kayu ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan nilai tambah produk olahan ubi kayu dan menambah nilai jual pada komoditas ubi kayu yang memiliki sifat mudah rusak dan bersifat musiman. Produk olahan berbahan baku ubi kayu memiliki nilai jual yang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan produk pertanian sebelum diolah. Rendahnya harga ubi kayu di pasar menyebabkan ubi kayu memiliki nilai ekonomis yang rendah. Pengoptimalan ubi kayu dapat dilakukan dengan mengembangkan olahan berbahan baku ubi kayu melalui diversifikasi produk. Salah satu kegiatan diversifikasi produk ubi kayu adalah dengan mengolahnya menjadi keripik ketela rasa gadung.

Menurut Kusno, dkk (2018) keripik ketela rasa gadung merupakan salah satu inovasi olahan dari ubi kayu yang berupa keripik, namun memiliki rasa seperti jenis ubi lain yaitu gadung. Gadung merupakan sejenis umbi yang memiliki banyak getah. Jika dimakan namun masih terdapat getahnya, maka akan menyebabkan pusing dan gatal di lidah sehingga muncul inovasi yaitu keripik ketela rasa gadung. Proses pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung ini merupakan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan nilai ekonomis dari ubi kayu sehingga akan memberikan nilai tambah dan keuntungan yang lebih tinggi bagi pemilik agroindustri. Olahan keripik ketela rasa gadung merupakan bentuk inovasi dari produk ubi kayu dengan adanya penerapan nilai tambah dan juga peningkatan biaya untuk pengolahan. Produk olahan ini akan memiliki harga jual yang lebih tinggi sehingga akan meningkatkan keuntungan bagi pemilik agroindustri. Di Kabupaten Ponorogo terdapat beberapa agroindustri yang

melakukan pengolahan ubi kayu. Berikut disajikan data terkait agroindustri yang melakukan pengolahan ubi kayu di Kabupaten Ponorogo.

Tabel 1.3 Agroindustri Makanan Olahan Berbasis Ubi Kayu di Kabupaten Ponorogo Tahun 2021

No	Jenis Agroindustri	Jumlah Unit Usaha (Unit)
1	Brangkal	2
2	Tiwul instan	5
3	Gatot instan	1
4	Gethuk crispy	7
5	Cripping singkong	2
6	Keripik ketela	18
7	Stik ketela	1
8	Bolu singkong	4
9	Tape singkong	4
10	Rengginan	2
11	Lanting	6
12	Kerupuk singkong	6
13	Keripik talas	4
Total		62

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Ponorogo, 2021

Berdasar data pada Tabel 1.3 menunjukkan bahwa pengembangan agroindustri berbahan dasar ubi kayu di Kabupaten Ponorogo tergolong banyak. Produk agroindustri berbahan baku ubi kayu di Kabupaten Ponorogo terdiri dari brangkal, tiwul instan, gatot instan, getuk crispy, cripping singkong, keripik ketela, stik ketela, bolu singkong, tape singkong, rengginan, lanting, kerupuk singkong, dan keripik talas. Tahun 2021 jumlah unit usaha yang mengolah ubi kayu menjadi keripik ketela adalah 18 unit yang merupakan industri terbanyak nomor satu. Banyak agroindustri di Kabupaten Ponorogo yang mengolah keripik ketela, hal ini dikarenakan pengolahan keripik ketela yang mudah serta peminat keripik ketela yang tinggi. Terdapat beberapa inovasi yang dilakukan oleh pemilik agroindustri di Kabupaten Ponorogo seperti keripik ketela dengan berbagai macam rasa seperti rasa manis, asin, balado, jagung, dan lain lain.

Keripik ketela merupakan salah satu inovasi olahan berbahan baku produk pertanian yaitu ubi kayu. Terdapat berbagai macam inovasi olahan berbahan baku ubi kayu, berbagai macam inovasi olahan produk ini dilakukan untuk meningkatkan nilai dari produk pertanian yang cenderung rendah. Ubi kayu merupakan produk pertanian yang memiliki nilai produk yang rendah sehingga

muncul berbagai inovasi pengolahan produk. Adanya inovasi pengolahan ini tentunya akan meningkatkan nilai tambah dari ubi kayu. Peningkatan nilai tambah ini mendorong adanya diversifikasi berbagai olahan berbahan baku ubi kayu salah satunya adalah keripik ketela rasa gadung. Dengan adanya diversifikasi olahan ini tentunya akan dapat meningkatkan pengembangan usaha sehingga diperlukan adanya strategi untuk mengembangkan usaha. Strategi-strategi usaha ini dilakukan agar diversifikasi produk seperti keripik ketela rasa gadung dapat semakin berkembang.

Agroindustri Top AE merupakan salah satu agroindustri di Kabupaten Ponorogo yang memiliki ide kreatif untuk mengolah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung. Menurut Rifky, (2016) keripik ketela rasa gadung merupakan salah satu inovasi olahan ubi kayu yang banyak disukai oleh konsumen sehingga prospek dari keripik ketela rasa gadung cukup tinggi. Keripik ketela yang diproduksi oleh Agroindustri Top AE berbeda dari keripik ketela pada umumnya yang ada di Kabupaten Ponorogo. Keripik ketela ini memiliki rasa dan bentuk seperti gadung. Agroindustri Top AE telah terdaftar pada Dinas Perindustrian dan juga telah memiliki izin produksi yaitu PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), telah memiliki sertifikat halal, serta pemasaran telah menyebar di swalayan dan Indomaret di Kabupaten Ponorogo.

Dengan adanya kegiatan usaha pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung maka akan dapat meningkatkan keawetan ubi kayu dan memberikan nilai tambah karena dikeluarkan biaya-biaya. Harga jual produk keripik ketela rasa gadung menjadi lebih tinggi apabila dibandingkan dengan harga ubi kayu, dimana harga ubi kayu yang semula Rp. 3.000 per kg menjadi keripik ketela dengan harga Rp. 9.500 per 100 gr. Nilai tambah yang dihasilkan dalam pengolahan keripik ketela rasa gadung akan meningkatkan pendapatan sehingga keuntungan yang diperoleh oleh agroindustri juga akan meningkat.

Proses pengolahan keripik ketela rasa gadung dilakukan dengan secara manual dan belum terdapat peralatan yang modern. Salah satu contoh adalah tidak adanya mesin oven untuk mengeringkan ubi kayu sehingga harus melakukan penjemuran secara manual yang sangat bergantung dengan cuaca. Belum adanya

peralatan yang modern ini tidak diimbangi dengan skala produksi yang tinggi karena keterbatasan tenaga kerja. Terbatasnya tenaga kerja menyebabkan agroindustri tidak dapat memaksimalkan kegiatan produksi sehingga produk yang dihasilkan masih rendah. Dari kendala diatas maka diperlukan strategi pengembangan untuk mengatasi keterbatasan yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE seperti keterbatasan peralatan dan tenaga kerja karena keterbatasan tersebut dapat mempengaruhi jumlah produksi yang dihasilkan. Dengan adanya strategi pengembangan maka dapat meningkatkan produksi keripik ketela rasa gadung sehingga pendapatan yang diperoleh oleh Agroindustri Top AE juga akan meningkat.

Berdasar Badan Pusat Statistika, perusahaan industri pengolahan dibagi menjadi 4 jenis Berdasar jumlah tenaga kerja yaitu (1) jumlah tenaga kerja pada industri besar lebih dari 100 orang, (2) jumlah tenaga kerja pada industri sedang sebanyak 20-99 orang, (3) jumlah tenaga kerja pada industri kecil sebanyak 5-19 orang, (4) jumlah tenaga kerja pada industri rumah tangga sebanyak 1-4 orang. Berdasar penjelasan tersebut Agroindustri To AE sebagai industri rumah tangga telah sesuai karena memiliki tenaga kerja sebanyak 4 orang. Keterbatasan modal juga menjadi kendala yang dihadapi oleh Agroindustri dalam melakukan produksi sehingga dapat mempengaruhi besar kecilnya skala produksi. Rendahnya skala produksi ini akan mempengaruhi besarnya pendapatan yang diperoleh oleh Agroindustri Top AE, sehingga perhitungan pendapatan pada Agroindustri Top AE perlu diperhatikan.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pendapatan keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo selama 1 tahun?
2. Bagaimana nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo?
3. Bagaimana strategi pengembangan keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo?

1.3. Tujuan

1. Mengetahui besarnya pendapatan keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo selama 1 tahun
2. Mengetahui besarnya nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo
3. Mengetahui strategi pengembangan keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo

1.4. Manfaat

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan referensi dalam menyusun penelitian yang sejenis
2. Bagi pemerintah, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan terutama di bidang industri pengolahan ubi kayu maupun industri lain di bidang pertanian
3. Bagi Agroindustri Top AE, diharapkan dapat memberikan informasi mengenai nilai tambah usaha dan strategi pengembangan pada usaha yang telah dijalankan
4. Bagi masyarakat luas, diharapkan dapat menjadi tambahan informasi terkait nilai tambah dan strategi pengembangan usaha yang sejenis

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Menurut Pasau, dkk (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha Keripik Ubikayu pada Industri Pundi Masdi Kota Palu” terdapat dua faktor yang mempengaruhi besar kecil nya pendapatan usaha yaitu besar kecilnya produksi yang dilakukan dan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk melakukan proses produksi. Semakin banyak produksi yang dihasilkan dan semakin kecil biaya produksi yang dikeluarkan maka pendapatan usaha yang diperoleh akan semakin tinggi. Besarnya pendapatan diperoleh dari pengurangan antara total penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Besarnya pendapatan yang diperoleh Industri Pundi Masdi sebesar Rp.22.259.250,34 pada bulan Desember atau Rp. 267.111.004 per Tahun.

Menurut Zulkifli (2012) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Pendapatan Dan Nilai Tambah Pada Agroindustri Keripik Ubi Di Kecamatan Tanah Luas Kabupaten Aceh Utara” tujuan dari analisis biaya usaha pengolahan keripik ubi kayu adalah untuk menggolongkan biaya menurut fungsi pokok dalam usaha dan menurut perilakunya dalam perubahan volume kegiatan usaha. Secara keseluruhan jumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh agroindustri pengolahan keripik ubi kayu adalah sebesar Rp 4.201.875. Agroindustri memperoleh pendapatan bersih sebesar Rp 4.340.625 dalam 1 bulan lima kali proses produksi. Agroindustri ini termasuk usaha yang masuk katagori padat modal yang dapat dilihat dari biaya yang dikeluarkan mencapai 42,3% untuk pengadaan bahan baku ubi kayu dalam lima kali proses produksi.

Menurut Firnanda, dkk (2021) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu sebagai Bahan Baku Keripik di UD. Sinar Gemilang Desa Bobol Kecamatan Sekar Kabupaten Bojonegoro” penerimaan merupakan pendapatan yang diperoleh dari penjualan hasil produksinya. Untuk mengetahui besarnya penerimaan dapat dihitung dari jumlah produk keripik ubi kayu dikali dengan harga jual dari keripik ubi kayu. Biaya untuk pengolahan

keripik ubi kayu terdiri dari biaya tetap (penyusutan peralatan) dan biaya variabel (bahan baku, pengemasan, tenaga kerja, dan transportasi). Besarnya pendapatan usaha diperoleh dari hasil pengurangan antara total penerimaan dengan biaya total proses produksi besarnya penerimaan yang diperoleh UD. Sinar Gemilang selama satu bulan (26 kali produksi) sebesar Rp 57.200.000. Besarnya pendapatan yang diperoleh UD. Sinar Gemilang sebesar Rp28.263.996 selama satu bulan produksi (26 kali produksi).

Menurut Kiptiah, dkk (2020) penggunaan metode Hayami untuk menghitung nilai tambah dipengaruhi oleh beberapa indikator, yaitu hasil output, bahan baku produksi, sumbangan input lain, dan hasil penjualan dari produk. Komponen-komponen ini akan sangat berpengaruh pada besarnya nilai tambah dari produk. Terdapat beberapa komponen yang diidentifikasi dalam metode Hayami yaitu harga bahan baku, harga jual, input, output, sumbangan input lain, dan biaya tenaga kerja. perhitungan nilai tambah dari keripik ketela UD Sukma dalam pengolahan keripik sebesar Rp 7.217/kg atau sebesar 54,13% yang menunjukkan bahwa nilai produksinya sangat menguntungkan. Hasil pengolahan keripik ketela per produksi diperoleh margin sebesar Rp. 10.333 yang diperoleh dari nilai keuntungan dikurangi harga bahan keripik ketela.

Menurut Rangkuti, dkk (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Nilai Tambah Agroindustri Keripik ketela Terhadap Pendapatan UD Rezeki Baru Cap Adat Minang Desa Tandukan Raga Kecamatan Sinembah Tanjung Muda Hilir Kabupaten Deli Serdang” dengan tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela, nilai tambah, dan pendapatan pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela pada UD Rezeki Baru Cap Rumah Adat Minang dan mengetahui layak atau tidaknya industri pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela pada UD Rezeki Baru Cap Rumah Adat Minang. Analisis data yang digunakan yaitu deskriptif dengan analisis nilai tambah metode Hayami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen faktor yang mempengaruhi nilai tambah pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela yaitu bahan baku, biaya bahan penolong, dan biaya bahan tambahan. Besarnya nilai tambah yang didapat dari hasil pengolahan adalah

4.596,67 kg ubi kayu per hari menjadi keripik sebanyak 1.512,87 kg dalam 1 kali proses produksi. Nilai tambah rata-rata pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela per produksi adalah Rp. 3.406,99/kg dengan rasio nilai tambah sebesar 68,83% artinya nilai tambah tersebut tergolong tinggi.

Menurut Sarlan (2016) analisis nilai tambah usaha keripik ketela dilakukan untuk mengetahui besarnya nilai yang ditambahkan pada bahan baku yang digunakan dalam memproduksi keripik ketela. Agroindustri keripik ketela pada seluruh anggota KUB Wanita Sejahtera memberikan nilai tambah bruto sebesar Rp 3.453.850, nilai tambah netto sebesar Rp 3.407.474, nilai tambah per bahan baku sebesar Rp 47.988,38/kg, dan nilai tambah per tenaga kerja sebesar Rp 345.385/JKO. Rasio nilai tambah per produksi pada usaha keripik ketela KUB Wanita Sejahtera sebesar 52,5%. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh agroindustri keripik ketela di Kecamatan Labuhan Haji yaitu pemasaran hanya dilakukan di sekitar tempat produksi dengan harga yang telah di standar kan, pengadaan bahan baku yang musiman, serta penjemuran yang masih bergantung pada sinar matahari atau cuaca.

Menurut Rukayah, dkk (2015) dalam penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik ketela Primadona Di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru” analisis SWOT adalah sebuah bentuk analisa yang bersifat deskriptif atau memberi gambaran pada suatu kondisi atau situasi tertentu. Analisis ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Analisis ini sangat membantu untuk menyusun suatu strategi dengan mengkombinasikan aspek-aspek kekuatan dan kelemahan dalam faktor internal dan dengan aspek-aspek peluang dan ancaman pada faktor eksternal.

Menurut Gea, dkk (2021) perumusan alternatif strategi pengembangan suatu usaha dapat dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT. Terdapat empat sel alternatif strategi yaitu Strategi S-O (*Strength-Opportunities*), strategi S-T (*Strengths-Threats*), strategi W-O (*Weakness-Opportunities*), dan strategi W-T (*Weakness-Threats*). Alternatif strategi untuk mengembangkan usaha keripik ketela di Desa Tuntungan Dusun II, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli

Serdang yaitu menjamin pemasaran, meningkatkan kerampilan sumber daya manusia, mengoptimalkan bahan baku dan peralatan yang ada, serta meningkatkan produksi yang lebih tinggi.

Menurut Hidayat, dkk (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik ketela (Studi Kasus Pada Perajin Keripik ketela di Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis)” terdapat dua faktor yang digunakan untuk menentukan strategi pengembangan suatu usaha yaitu faktor internal dan eksternal. Total skor matrik faktor internal sebesar 2,7 yang menggambarkan bahwa agroindustri keripik ketela berada pada kondisi internal sedang. Sedangkan total skor matrik eksternal sebesar 2,35 yang menggambarkan bahwa agroindustri keripik ketela pada kondisi sedang. Berdasar skor pada kedua matrik faktor internal dan faktor eksternal maka agroindustri keripik ketela berada pada sel V yang artinya usaha tersebut berada dalam kondisi internal dan eksternal sedang. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri keripik ketela di Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis yaitu mempertahankan kualitas produksi dan pengembangan pasar, meningkatkan produksi untuk memenuhi permintaan, mempertahankan kontinuitas produksi, optimalisasi Kualitas SDM, diversifikasi produk, meningkatkan promosi dengan memanfaatkan lokasi perusahaan yang strategis, pengelolaan tenaga kerja, keseragaman harga jual, penganekaragaman pengemasan dan diversifikasi produk, dan menjalin kerjasama dengan pihak terkait dalam menyikapi permodalan.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Komoditas Ubi kayu

Menurut Tim Penerbit KBM Indonesia (2020) tanaman ubi kayu merupakan tanaman yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat yang tinggal di daerah tandus. Hal ini dikarenakan tanaman ubi kayu merupakan tanaman yang biasa ditanam di daerah tandus. Tanaman ubi kayu biasa disebut sebagai makanan lokal dan sering disebut juga sebagai makanan orang desa. Tanaman ubi kayu telah tersebar diseluruh daerah di Indonesia mulai dari pulau jawa hingga luar jawa. Nama tanaman ubi kayu berbeda-beda setiap daerahnya mulai dari ubi kayu, pohong,

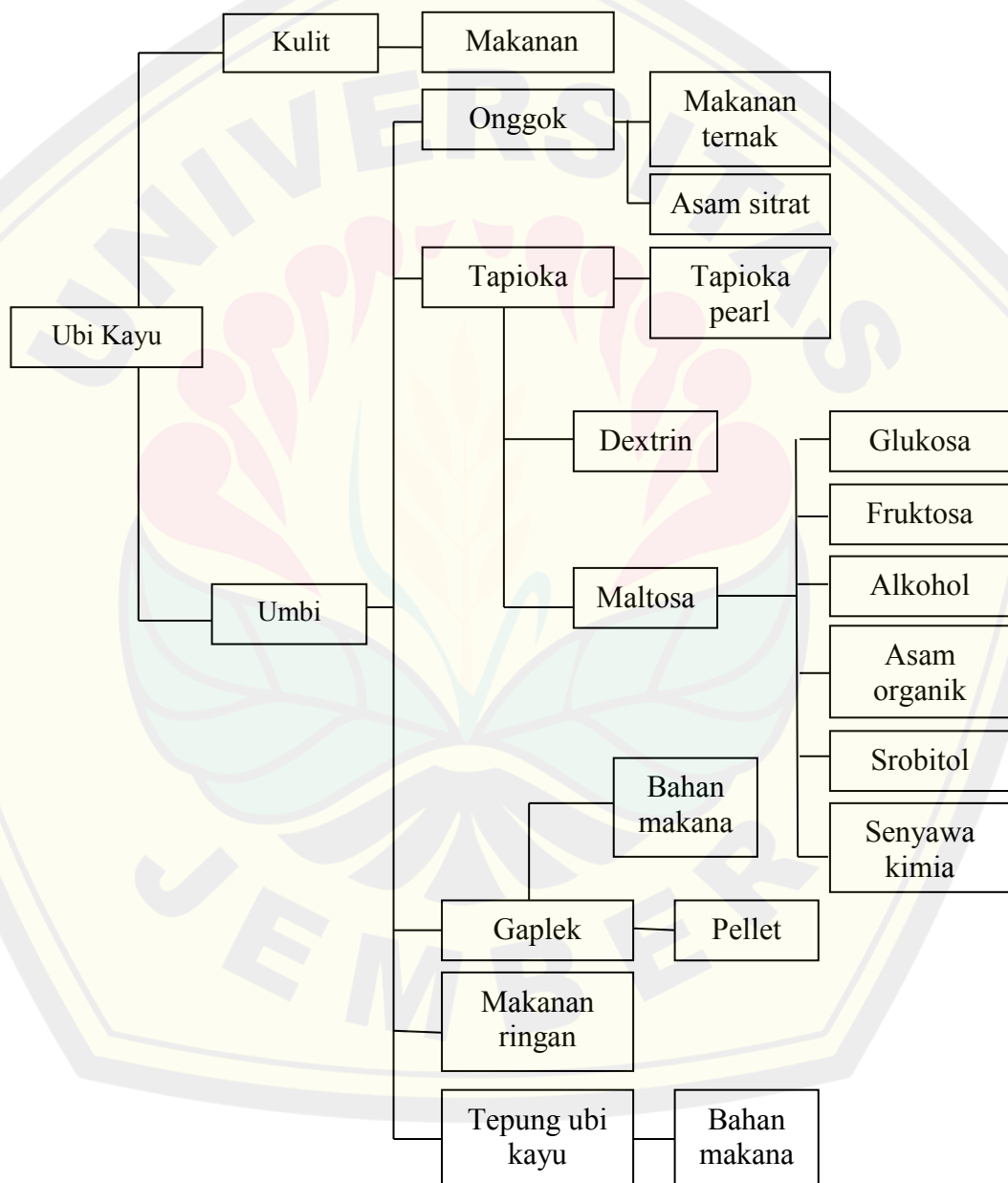
bodin, dll. Berikut merupakan klasifikasi tanaman ubi kayu:

- Kingdom : *Plantae* (tumbuhan)
- Subkingdom : *Tracheobionta* (tumbuhan berpembuluh)
- Super divisi : *Spermatophyta* (menghasilkan biji)
- Divisi : *Magnoliophyta* (tumbuhan berbunga)
- Kelas : *Magnoliopsida* (berkeping dua/dikotil)
- Sub Kelas : *Rosidae*
- Ordo : *Euphorbiales*
- Famili : *Euphorbiaceae*
- Genus : *Manihot*
- Spesies : *Manihot Esculenta Crantz*

Tanaman ubi kayu dapat tumbuh pada daerah tropis dengan temperatur rata-rata 25° - 27° C. Tanaman ini mampu beradaptasi pada iklim dan kondisi tanah apapun karena dapat berkembang pada daerah dengan curah hujan yang tinggi sekalipun. Di Indonesia tanaman ubi kayu dapat tumbuh pada ketinggian hingga 1.500 mdpl. Hal ini menandakan bahwa tanaman ubi kayu merupakan tanaman yang mudah untuk ditanam dimanapun dengan kondisi apapun. Selain itu perawatan dari tanaman ubi kayu juga cukup mudah. Ubi kayu memiliki kandungan nutrisi yang baik untuk tubuh yaitu energi sebesar 160 kcal, karbohidrat 38,06 gr, protein 1,36 gr, lemak 0,28 gr, dan serat 1,8 gr (Tim penerbit KBM Indonesia, 2020).

Menurut Supanjani (2012) tingginya produksi ubi kayu di Indonesia tidak hanya dikarenakan kesesuaian iklim namun juga ketepatan dalam melakukan budidaya. Faktor lain yang menyebabkan tingginya produktivitas tanaman ubi kayu adalah pengolahan lahan yang baik, penggunaan bibit yang unggul, serta penggunaan pupuk kandang yang dicampur ketika pengolahan lahan. Langkah-langkah budidaya tanaman ubi kayu yaitu dimulai dari pemilihan klon tanaman ubi kayu, melakukan pengolahan lahan, melakukan penanaman tanaman ubi kayu dengan memperhatikan jarak tanam, melakukan perawatan dengan pemupukan menggunakan pupuk organik dan pengendalian gulma, serta proses pemanenan yang dapat dilakukan saat umur tanaman ubi kayu mencapai 10-24 bulan.

Menurut Salfiana (2022), Komoditas ubi kayu merupakan komoditas pertanian yang mudah rusak. Kerusakan pada ubi kayu disebabkan oleh enzim polifenolase yaitu enzim yang menyebabkan ubi kayu berubah warna hitam. Untuk mengatasi kerusakan pada ubi kayu diperlukan adanya usaha-usaha yang mengarah pada industri. Berikut merupakan gambar pohon industri pada tanaman ubi kayu.



Gambar 2. 1 Pohon Industri ubi kayu

2.2.2. Agroindustri ubi kayu

Menurut Arifin (2016) agroindustri merupakan aktivitas pengolahan produk pertanian yang awalnya segar menjadi produk yang lebih tahan lama. Agroindustri dapat juga diartikan sebagai kegiatan mengolah produk primer pertanian menjadi produk jadi maupun produk setengah jadi. Agroindustri dilakukan sebagai upaya meningkatkan nilai jual produk pertanian. Produk pertanian yang memiliki sifat mudah rusak memerlukan penanganan yang cepat. Penanganan yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan melakukan kegiatan agroindustri sehingga daya simpan produk pertanian akan meningkat.

Menurut Pridiatama, dkk (2019) agroindustri memiliki peran yang sangat penting dalam dunia pertanian. Keterkaitan antara agroindustri dengan pertanian sangatlah erat karena produk pertanian yang tergolong mudah rusak sehingga diperlukan proses pengolahan. Peran agroindustri dapat dilihat baik dari segi ekonomi maupun segi sosial. Peningkatan nilai jual produk pertanian yang telah melalui proses pengolahan atau agroindustri merupakan peran agroindustri dalam segi ekonomi. Peningkatan nilai jual produk akan turut meningkatkan pendapatan petani. Peningkatan pendapatan akan meningkatkan kesejahteraan petani yang merupakan peran agroindustri dalam segi sosial.

Terdapat banyak masalah dalam kegiatan panen dan pasca panen ubi kayu salah satunya adalah penurunan kualitas ubi kayu. Pencegahan yang dapat dilakukan untuk mengurangi resiko penurunan kualitas ubi kayu adalah dengan memperbaiki manajemen panen dan pasca panen ubi kayu. Ubi kayu yang telah dipanen diangkut menuju pabrik pengolahan, kemudian ubi kayu tersebut ditimbang dan diletakkan pada gudang penyimpanan bahan baku. Penundaan pengolahan ubi kayu tersebut dapat mempengaruhi turunnya kualitas ubi kayu. Ubi kayu kemudian disortir saat akan diolah, ubi kayu yang telah disortir dibersihkan kulitnya dan dicuci menggunakan air bersih. Ubi kayu yang telah bersih tersebut siap diolah menjadi produk yang diinginkan. Produk olahan yang telah jadi dikemas dan siap untuk dipasarkan (Sagala & Suwanto, 2017).

Menurut Surya, dkk (2016) pengembangan agroindustri ubi kayu

memerlukan beberapa tolok ukur agar kegiatan dapat berjalan dan berhasil. Beberapa tolok ukur ini yang akan menjadi acuan bagi pengusaha agroindustri ubi kayu dalam menjalankan usaha. Tolok ukur tersebut antara lain bahan baku tersedia secara kontinyu, meningkatkan pendapatan pelaku usaha, agroindustri dapat memproduksi sepanjang tahun, pemasaran lancar, kualitas produk semakin baik, kelembagaan klaster ubi kayu dapat berjalan, serta nilai tambah produk yang semakin meningkat. Tolok ukur yang paling utama adalah meningkatnya pendapatan pelaku usaha. Apabila pendapatan semakin meningkat maka dapat dikatakan bahwa usaha agroindustri ubi kayu berhasil.

2.2.3. Teori Biaya

Biaya merupakan sejumlah uang (modal) yang dikeluarkan oleh produsen untuk melakukan kegiatan produksi. Biaya dapat dibagi menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya yang dikeluarkan oleh produsen dalam kegiatan produksi yang tidak mempengaruhi tingkat produksi sehingga besar kecilnya produksi tidak berpengaruh pada biaya tetap. Contoh biaya tetap seperti biaya penyusutan alat atau teknologi. Biaya variabel merupakan biaya yang dapat berubah-ubah dan dapat mempengaruhi proses produksi yang dilakukan. Biaya variabel juga dapat dikatakan sebagai biaya yang penggunaannya habis dalam satu kali proses produksi. Contoh biaya variabel seperti biaya bibit, pupuk, benih, biaya panen, biaya pengolahan lahan, biaya sewa tanah, pestisida, fungisida, dan upah tenaga kerja (Nurhapsa dkk, 2015).

Menurut Septiawan, dkk (2017) untuk mengetahui besar biaya dalam kegiatan produksi dapat dilakukan dengan cara menghitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC = *Total Cost* / Biaya Total (Rp)

TFC = *Total Fixed Cost* / Total Biaya Tetap (Rp)

TVC = *Total Variable Cost* / Total Biaya Variabel (Rp)

2.2.4. Teori Penerimaan

Penerimaan suatu usaha didapatkan dari perkalian antara jumlah produksi dengan harga jual. Penerimaan merupakan pendapatan yang didapatkan sebelum dikurangi dengan biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh pemilik usaha. Biaya produksi ini meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang bersifat tetap dengan berkurangnya atau bertambahnya produksi. Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya bergantung pada besar kecilnya produksi (Muhroil dkk, 2015).

Menurut Septiawan dkk, (2017) penerimaan adalah jumlah yang didapatkan dari hasil produksi dikalikan dengan harga satuan produk yang dihasilkan. Rumus yang digunakan untuk menghitung jumlah penerimaan sebagai berikut:

$$R = Q \times P$$

Keterangan:

R = Penerimaan/*Revenue* (Rp)

Q = Jumlah produk yang dihasilkan (Kg)

P = harga jual produk (Rp)

2.2.5. Teori Pendapatan

Menurut Hastuti (2017) pendapatan hasil usaha dibedakan menjadi dua jenis yaitu pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Keuntungan atau yang biasa disebut pendapatan bersih diperoleh dari pengurangan antara pendapatan kotor dan total pengeluaran atau dapat juga berasal dari pengurangan antara total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi. Total biaya ini berasal dari dua jenis biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Rumus yang digunakan untuk mengetahui pendapatan dalam kegiatan produksi yaitu:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π = Pendapatan (Rp)

TR = *Total Revenue* (Penerimaan Total) (Rp)

TC = *Total Cost* (Biaya Total) (Rp)

2.2.6. Teori Nilai Tambah

Menurut Hamidah (2015) nilai tambah merupakan peningkatan nilai pada suatu produk karena telah mengalami pengolahan, penyimpanan, dan pengangkutan. Tujuan dari adanya pengolahan adalah untuk meningkatkan nilai jual dari produk serta meningkatkan daya simpan produk. Pada dasarnya produk pertanian adalah produk yang mudah rusak sehingga diperlukan proses pengolahan agar produk dapat bertahan lama dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Nilai tambah dapat diperoleh dari pengurangan antara nilai produk dan biaya bahan baku dan biaya input lain. Namun biaya tenaga kerja yang merupakan biaya input tidak masuk kedalam perhitungan ini. Besarnya nilai tambah dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu harga bahan baku, nilai produk, dan sumbangan input lainnya.

Menurut Sulistiowati, dkk (2017), nilai tambah dapat diperoleh dari nilai produk dikurangi dengan biaya bahan baku dan biaya input lain. Pada perhitungan nilai tambah, biaya tenaga kerja tidak dimasukkan. Berikut merupakan rumus nilai tambah:

$$VA = PV - IC$$

Keterangan:

VA = *Value Added* (Nilai Tambah) (Rp)

PV = *Product Value* (harga jual dari olahan per satuan bahan baku) (Rp)

IC = *Intermediate Cost* (Biaya yang menunjang produksi selain biaya tenaga kerja) (Rp)

Menurut (Darmawan dkk, 2018), perhitungan nilai tambah umumnya menggunakan metode hayami. Metode ini terdiri dari beberapa komponen yang harus diidentifikasi seperti output, input bahan baku, input tenaga kerja, faktor konversi, koefisien tenaga kerja, harga output, upah tenaga kerja, harga input bahan baku, sumbangan input lainnya, nilai output, nilai tambah, rasio nilai tambah, pendapatan tenaga kerja, pangsa tenaga kerja, keuntungan, dan tingkat keuntungan. Nilai tambah adalah pertambahan nilai pada suatu produk karena adanya proses pengolahan dan semakin banyak proses menuju hilir maka semakin tinggi nilai tambah yang didapatkan. Berikut merupakan tabel perhitungan nilai

tambah dengan menggunakan metode Hayami:

Tabel 2. 1 Pehitungan Nilai Tambah dengan Metode Hayami

No	Variabel	Satuan	Formula
Output, Input, dan Harga			
1	Output	(Kg/produksi)	1
2	Input bahan baku	(Kg/produksi)	2
3	Input Tenaga Kerja	(JKO/produksi)	3
4	Faktor Konversi	(Kg/produksi)	$4 = 1 / 2$
5	Koefisien Tenaga Kerja	(JKO/Kg)	$5 = 3 / 2$
6	Harga Output	(Rp/Kg)	6
7	Upah Tenaga Kerja	(Rp/JKO)	7
Penerimaan dan Kuntungan			
8	Harga Input Bahan Baku	(Rp/Kg)	8
9	Sumbangan Input Lainnya	(Rp/Kg)	9
10	Nilai Output	(Rp/Kg)	$10 = 4 \times 6$
11	a. Nilai Tambah	(Rp/Kg)	$11a = 10 - 8 - 9$
	b. Rasio Nilai Tambah	(%)	$11b = 11a / 10 \times 100$
12	a. Pendapatan Tenaga Kerja	(Rp/Kg)	$12a = 5 \times 7$
	b. Pangsa Tenaga Kerja	(%)	$12b = 12a / 11a \times 100$
13	a. Keuntungan	(Rp/Kg)	$13a = 11a - 12a$
	b. Tingkat Keuntungan	(%)	$13b = 13a / 10 \times 100$
Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi			
14	Marjin	(Rp/Kg)	$14 = 10 - 8$
	a. Pendapatan Tenaga Kerja	(%)	$14a = 12a / 14 \times 100$
	b. Sumbangan Input Lain	(%)	$14b = 9 / 14 \times 100$
	c. Keuntungan Perusahaan	(%)	$14c = 13a / 14 \times 100$

Sumber: Hayami (Dalam Febriyanti *et al.*, 2017)

Menurut Marimin (2010), peningkatan nilai tambah pada komoditas pertanian terjadi pada setiap mata rantai yaitu mulai dari hulu hingga hilir. Besarnya nilai tambah pada setiap anggota rantai berbeda-beda tergantung pada besarnya input dan perlakuan yang dilakukan oleh anggota rantai. Nilai tambah pada sektor hulu dapat dilakukan dengan menyediakan bahan baku yang berkualitas. Nilai tambah pada sektor hilir atau pada pengolahan dilakukan dengan melakukan penanganan atau pengolahan pada produk pertanian yang memiliki sifat mudah rusak dan bulky. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi besarnya nilai tambah pada pengolahan yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang mempengaruhi besarnya nilai tambah adalah kapasitas produksi, jumlah bahan baku, dan tenaga kerja. Faktor pasar yang mempengaruhi besarnya nilai tambah adalah harga bahan baku, harga output, biaya tenaga kerja, dan nilai input lain.

Menurut Sudiyono dalam Marimin (2010), Nilai tambah pada pengolahan dapat diperoleh dari pengurangan antara nilai output dan biaya bahan baku dan biaya input lain. Dalam perhitungan nilai tambah, biaya tenaga kerja tidak masuk dalam perhitungan. Nilai tambah ini menggambarkan imbalan bagi tenaga kerja, modal, dan manajemen yang secara matematis dinyatakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

- K = Kapasitas produksi
- B = Bahan baku yang digunakan
- T = Tenaga kerja yang digunakan
- U = Upah tenaga kerja
- H = Harga output
- h = Harga bahan baku
- L = Nilai input lain (nilai dari semua korbanan yang terjadi selama proses produksi)

Terdapat beberapa kelebihan perhitungan nilai tambah dengan metode Hayami yaitu:

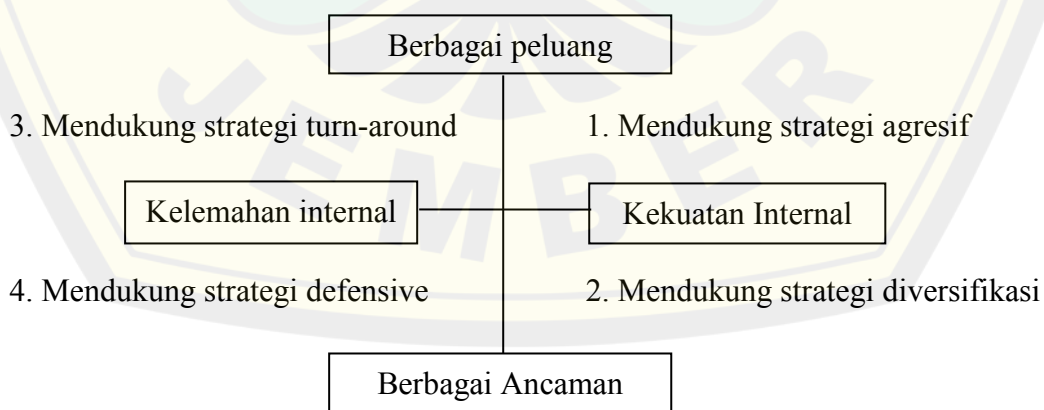
1. Dapat diketahui besarnya nilai tambah
2. Dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik faktor produksi
3. Tidak hanya dapat digunakan pada nilai tambah pengolahan tetapi juga dapat digunakan pada nilai tambah pemasaran

Menurut Santi & Wahyudi (2021) nilai tambah memiliki kontribusi yang besar terhadap banyak orang seperti meningkatkan kesejahteraan petani dan pemilik usaha, serta dapat meningkatkan devisa negara. Adanya pengolahan produk tentunya akan meningkatkan harga jual suatu produk dan memperluas pasar dari produk tersebut. Tidak menutup kemungkinan terdapat penjualan ke luar negeri sehingga dapat meningkatkan devisa negara. Peningkatan nilai tambah suatu produk tidak hanya dilakukan dengan mengubah produk saja tetapi terdapat banyak cara yang dapat dilakukan. Cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai tambah suatu produk yaitu pengolahan, pengemasan produk, pengawetan, dan peningkatan kualitas produk.

2.2.7. Teori SWOT

Menurut Hunger dan Wheelen (2003) proses manajemen strategi meliputi aktivitas-aktivitas yang terdiri dari pengamatan lingkungan hingga evaluasi kerja. Manajemen mengamati lingkungan eksternal untuk melihat kesempatan dan ancaman sedangkan lingkungan internal untuk melihat kekuatan dan kelemahan. Faktor-faktor strategi ini diringkas dengan singkatan SWOT yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (kesempatan), dan *Threats* (ancaman). Terdapat dua lingkungan yang diamati yaitu internal dan eksternal. Lingkungan eksternal terdiri dari variabel yang berada diluar organisasi sedangkan lingkungan internal terdiri dari variabel-variabel yang ada dalam organisasi.

Menurut Rangkuti (2006) analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai macam faktor yang digunakan untuk merumuskan strategi suatu usaha yang dilakukan secara sistematis. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*) dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategi usaha yang meliputi kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang. Hal ini disebut juga sebagai analisis situasi dan model yang populer digunakan untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT memiliki matriks dengan 4 kuadran yaitu kombinasi antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memberikan informasi tentang posisi usaha. Berikut gambar dari 4 kuadran dalam analisis SWOT:



Gambar 2. 2 Diagram analisis SWOT

Kuadran I: Situasi yang sangat menguntungkan. Usaha memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Kuadran II: Terdapat ancaman namun perusahaan masih memiliki kekuatan dari faktor internal. Strategi yang harus dilakukan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka Panjang.

Kuadran III: Perusahaan menghadapi kondisi dengan peluang pasar yang sangat besar, tetapi di pihak lain menghadapi kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut kembali peluang pasar.

Kuadran IV: Situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan mengalami berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Menurut Rangkuti (1997) terdapat beberapa tahapan dalam memperoleh keputusan strategi pengembangan. Adapun tahap-tahap menyusun strategi menggunakan analisis SWOT sebagai berikut:

1. Tahap pengambilan data yang terdiri dari evaluasi faktor internal dan eksternal. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara bersama responden yang telah dipilih.
2. Menganalisis faktor internal (*Internal Factor Analysis Summary/IFAS*) yang terdiri dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) dan analisis eksternal (*Eksternal Factor Analysis Summary/EFAS*) yang terdiri dari peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*).

Tabel 2. 2 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor Strategi Internal (IFE)	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
Total			

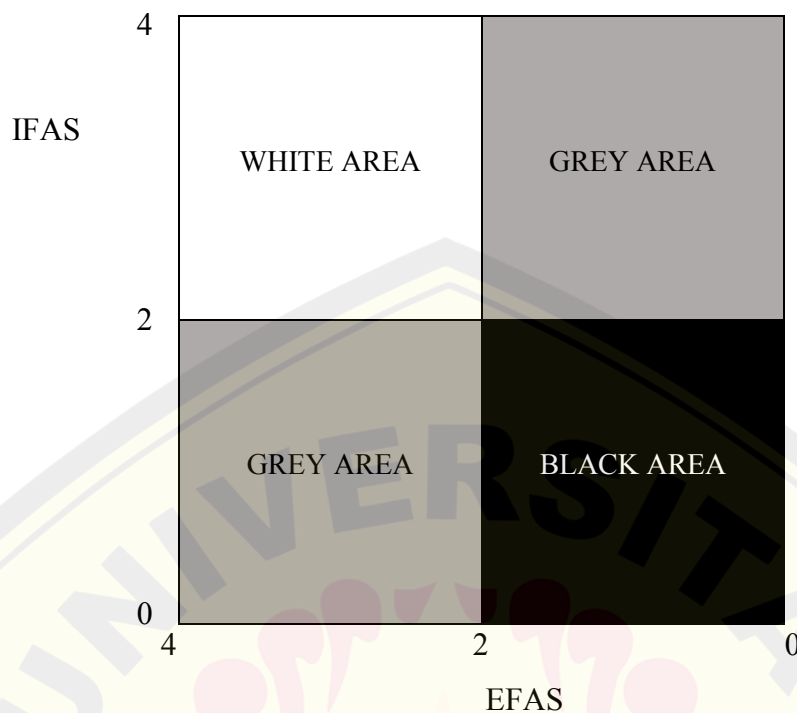
Tabel 2. 3 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor Strategi Eksternal (EFE)	Bobot	Rating	Nilai
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
Ancaman (<i>Treaths</i>)			
Total			

Adapun langkah-langkah dalam membuat matriks internal eksternal

sebagai berikut:

- a. Menyusun faktor-faktor internal dan eksternal pada kolom 1
- b. Memberikan bobot pada masing-masing faktor di kolom 2. Pemberian bobot dimulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- c. Menghitung rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 4 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*) Berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan peluang bersifat positif (semakin kuat atau semakin berpeluang diberi rating 4 tetapi jika tidak kuat atau tidak berpeluang diberi rating 1). Pemberian nilai kelemahan dan ancaman adalah sebaliknya. Semakin lemah atau semakin mengancam maka nilainya 1 dan apabila tidak lemah atau tidak mengancam nilainya 4.
- d. Mengalikan bobot pada kolom 2 dan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4 yaitu nilai.
- e. Menjumlahkan total skor pembobotan masing-masing faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan eksternal (peluang-ancaman). Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategi tersebut.



Gambar 2. 3 Diagram Matriks Posisi Kompetitif Relatif Usaha

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Apabila perusahaan berada pada *white area* (bidang kuat-berpeluang) maka perusahaan tersebut memiliki peluang yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya
- Apabila perusahaan berada pada *grey area* (bidang lemah-berpeluang) maka perusahaan tersebut memiliki peluang yang prospektif, tetapi tidak memiliki kompetensi untuk mengerjakan namun memiliki peluang pasar yang baik
- Apabila perusahaan berada pada *grey area* (bidang kuat-terancam) maka perusahaan tersebut cukup kuat dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya, tetapi peluang pasar sangat mengancam
- Apabila perusahaan berada pada *black area* (bidang lemah-terancam) maka perusahaan tersebut tidak memiliki peluang dan kompetensi dan akan mengalami kerugian apabila tetap menjalankan usaha

Menentukan posisi agroindustri menggunakan matriks IFAS dan EFAS Berdasarkan hasil skor faktor internal dan eksternal.

		IFAS					
		Kuat	3,0	Rata-rata	2,0	Lemah	1,0
EFAS	4,0 Tinggi	I Growth	II Growth		III Retrenchment		
	3,0 Menengah	IV Stability	V Growth/Stability		VI Retrenchment		
	2,0 Rendah	VII Growth	VIII Growth		IX Retrenchment		
	1,0						

Gambar 2. 4 Matriks internal dan eksternal

Diagram diatas dapat mengidentifikasi 9 sel strategis perusahaan yang dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu:

- a. *Growth Strategy* merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel I, II, dan V) atau upaya diversifikasi (sel VII dan VIII)
- b. *Stability Strategy* (sel IV) merupakan strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditentukan.
- c. *Retrenchment Strategy* (sel III, VI, dan IX) adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan.

Menentukan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT seperti pada gambar berikut:

IFAS/EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang

<i>Treaths (T)</i>	<p style="text-align: center;">Strategi ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</p>	<p style="text-align: center;">Strategi WT Menciptakan strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p>
--------------------	--	---

Gambar 2. 5 Matriks SWOT (Rangkuti, 1997)

- a. Strategi SO: Strategi yang dibuat Berdasar jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya
- b. Strategi ST: Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman
- c. Strategi WO: Strategi ini diterapkan Berdasar pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada
- d. Strategi WT: Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

2.3. Kerangka Pemikiran

Terdapat berbagai macam tanaman pangan yang ada di Indonesia. Kesesuaian iklim di Indonesia menyebabkan banyak jenis tanaman pangan tumbuh di negara ini. Jenis-jenis tanaman pangan yang populer di Indonesia adalah padi, jagung, ubi kayu, kentang, dan lain sebagainya. Produksi tanaman pangan tertinggi di Indonesia adalah pertama padi, kedua jagung, dan ketiga ubi kayu. Ubi Kayu merupakan salah satu jenis umbi-umbian yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Tanaman pangan ubi kayu memiliki banyak kandungan nutrisi seperti karbohidrat, protein, serat, vitamin, dan lainnya. Berdasar data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur tahun 2021 menunjukkan bahwa Kabupaten Ponorogo memiliki jumlah produksi ubi kayu tertinggi di Jawa Timur sehingga peluang pendirian agroindustri berbahan baku ubi kayu sangatlah tinggi. Ketersediaan bahan baku yang melimpah dapat mendorong pengembangan agroindustri berbahan baku ubi kayu di Ponorogo.

Seiring dengan besarnya jumlah produksi ubi kayu, maka semakin banyak pula agroindustri yang mengolah ubi kayu. Ubi kayu merupakan tanaman yang dapat diolah menjadi berbagai macam makanan.

Produk olahan ubi kayu yang banyak diproduksi oleh agroindustri di Kabupaten Ponorogo adalah keripik ketela. Rata-rata agroindustri di Ponorogo memproduksi keripik ketela biasa dengan pembuatan yang cukup mudah. Pengolahan produk ubi kayu ini dapat meningkatkan nilai jual dan meningkatkan ketahanan produk karena pada dasarnya ubi kayu merupakan produk pertanian yang mudah rusak. Adanya pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela dapat meningkatkan nilai tambah nya karena nilai jual nya akan meningkat apabila dibandingkan dengan sebelum dilakukan pengolahan. Nilai tambah yaitu pertambahan nilai suatu produk karena adanya proses pengolahan, penyimpanan, dan pengangkutan.

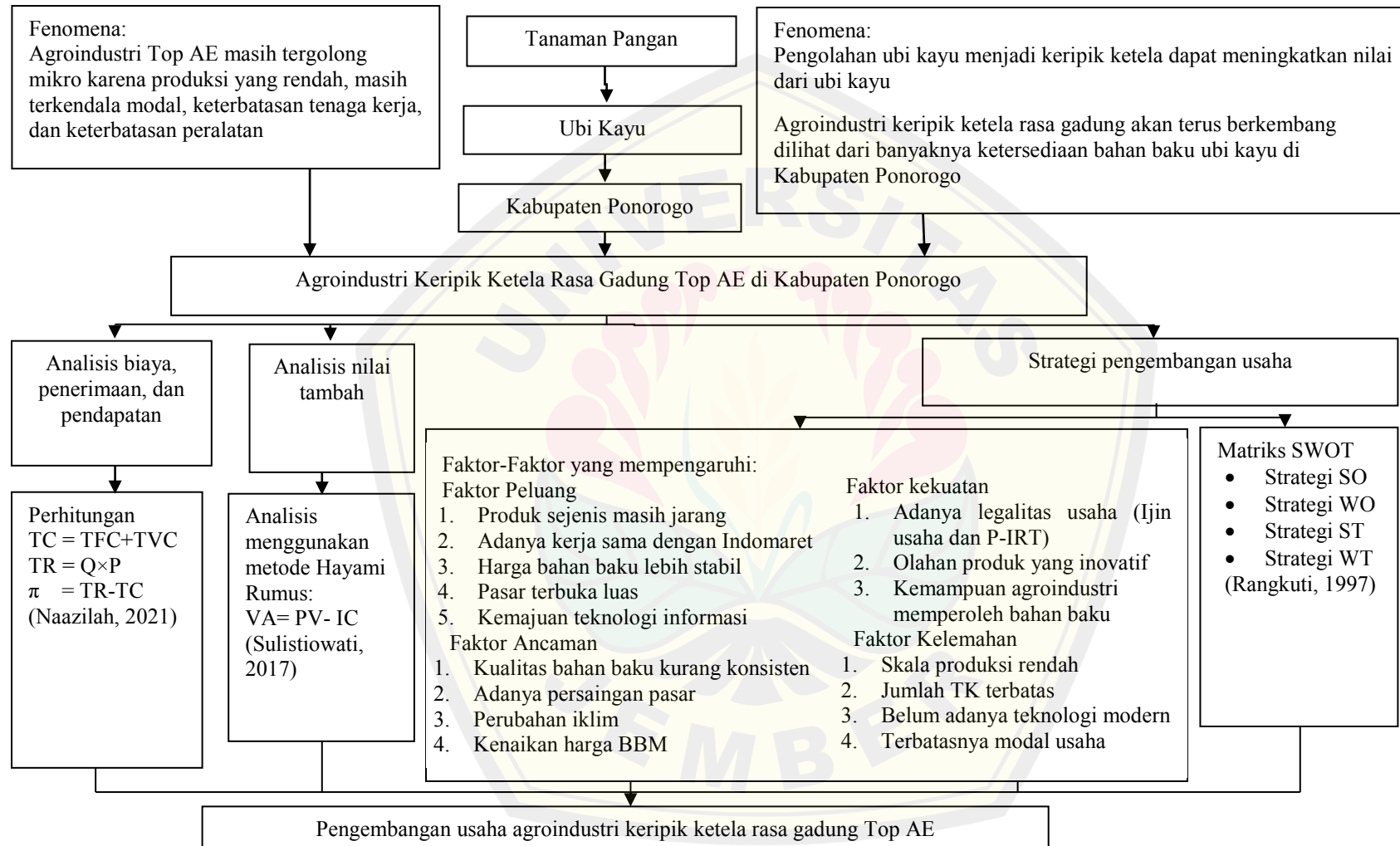
Salah satu agroindustri yang memiliki inovasi pengolahan keripik ketela adalah agroindustri Top AE. Agroindustri ini memproduksi keripik ketela yang berbeda dengan keripik ketela pada biasanya yaitu keripik ketela rasa gadung. Keripik ketela rasa gadung merupakan salah satu inovasi olahan berbahan baku ubi kayu yang berupa keripik, namun memiliki rasa seperti jenis ubi lain, yaitu gadung. Cara pembuatannya pun juga berbeda dengan keripik ketela biasa. Pengolahan keripik ketela rasa gadung membutuhkan waktu yang cukup lama dalam proses perendaman dan penjemuran sehingga proses produksi juga memakan waktu yang lama. Terdapat fenomena dalam Agroindustri Top AE yaitu pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela dapat meningkatkan nilai dari ubi kayu, agroindustri keripik ketela rasa gadung akan terus berkembang dilihat dari banyaknya ketersediaan bahan baku ubi kayu di Kabupaten Ponorogo, dan Agroindustri Top AE masih tergolong mikro karena produksi yang rendah, masih terkendala modal, keterbatasan tenaga kerja, keterbatasan modal. Adanya fenomena tersebut maka dibutuhkan penelitian terkait nilai tambah dan strategi pengembangan usaha pada Agroindustri Top AE. Analisis nilai tambah yang digunakan untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan Metode Hayami. Penelitian terkait nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela yang pernah

dilakukan oleh Kiptiah (2020), Rangkuti (2021), dan Sarlan (2016) menunjukkan bahwa nilai tambah ubi kayu yang diolah menjadi keripik ketela memiliki rasio nilai tambah positif yaitu diatas 50%.

Proses pengolahan keripik ketela rasa gadung ini dapat memberikan nilai tambah terhadap bahan baku itu sendiri dan akan meningkatkan pendapatan pemilik usaha sehingga keuntungan yang didapatkan juga akan meningkat. Harga jual keripik ketela apabila dibandingkan dengan harga jual bahan bakunya tentu berbeda. Hal ini disebabkan adanya proses pengolahan lebih lanjut dengan menggunakan input-input produksi. Proses pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela akan meningkatkan pendapatan Agroindustri Top AE sehingga usaha pengolahan dapat dikatakan menguntungkan. Analisis pendapatan yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan analisis biaya, penerimaan, dan pendapatan. Penelitian terkait pendapatan pengolahan ubi kayu yang dilakukan oleh Pasau (2015), Zulkifli (2012), dan Firnanda (2021) menunjukkan bahwa pengolahan ubi kayu menguntungkan yang dapat dilihat dari jumlah penerimaan lebih besar dari besarnya biaya yang dikeluarkan untuk melakukan proses produksi sehingga pendapatan yang diperoleh bernilai positif.

Agroindustri Top AE masih tergolong mikro karena hasil produksi dan pendapatan tergolong kecil. Pemasaran yang dilakukan juga hanya di sekitar Kabupaten Ponorogo. Terdapat kendala dalam kegiatan produksi keripik ketela rasa gadung seperti proses penjemuran yang bergantung pada cuaca, kurangnya modal, keterbatasan peralatan yang digunakan, serta keterbatasan tenaga kerja. Sehingga dibutuhkan strategi untuk mengembangkan Agroindustri Top AE agar dapat terus bersaing di pasar. Perumusan strategi pengembangan usaha pada penelitian ini menggunakan Analisis SWOT. Penelitian terkait strategi pengembangan usaha pada pengolahan ubi kayu dilakukan oleh Rukayah (2015), Gea (2021), dan Hidayat (2019) menyatakan bahwa analisis strategi pengembangan usaha keripik ketela disusun dari dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri dari aspek-aspek kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal terdiri dari aspek-aspek peluang dan ancaman. Berikut merupakan skema kerangka pemikiran penelitian:

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER



Gambar 2. 6 Kerangka pemikiran

2.4. Hipotesis

1. Diduga pendapatan usaha keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo menguntungkan
2. Diduga rasio nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE diatas 50%
3. Diduga usaha keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE berada pada *white area*, sehingga usaha keripik ketela rasa gadung memiliki potensi untuk dikembangkan melalui strategi SO



BAB 3. METODOLOGI

3.1. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Daerah penelitian dilakukan pada agroindustri Top AE yang berada di Desa Tulung, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan cara sengaja (*purposive method*). Alasan pemilihan lokasi penelitian di Kabupaten Ponorogo karena merupakan penghasil ubi kayu tertinggi di Jawa Timur sehingga terdapat bahan baku ubi kayu yang melimpah serta banyak agroindustri berbahan baku ubi kayu. Alasan pemilihan lokasi pada Agroindustri Top AE karena: (a) Agroindustri Top AE mengolah ubi kayu menjadi produk yang inovatif yaitu keripik ketela rasa gadung (b) Agroindustri Top AE telah terdaftar pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan, telah memiliki izin produksi yaitu P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga), dan telah memiliki sertifikat Halal, (c) Agroindustri Top AE bermitra dengan Indomaret sehingga penjualan dari produk keripik ketela rasa gadung telah tersebar di seluruh Indomaret di Kabupaten Ponorogo. Penelitian ini dilakukan selama 8 bulan yaitu pada bulan Maret - Oktober 2022.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif analitik. Menurut Soegoto & Sumarauw (2014) analisis deskriptif adalah metode penelitian yang tujuannya adalah memberikan gambaran dan penjelasan terhadap fenomena-fenomena yang ada secara lengkap pada suatu situasi sosial. Metode deskriptif berisi pemecahan masalah-masalah yang sedang terjadi pada masa sekarang. Metode analitik adalah metode yang digunakan untuk menguji dan menginterpretasi hipotesis yang telah dibuat secara mendalam. Data yang telah diperoleh disusun terlebih dahulu kemudian dijelaskan dan yang terakhir di analisis. Metode dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan gambaran umum usaha agroindustri Top AE, menginterpretasikan hasil analisis pendapatan, analisis nilai tambah, serta strategi pengembangan usaha pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Soegoto & Sumarauw (2014) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden secara langsung tanpa adanya perantara. Data primer dapat diperoleh melalui wawancara ataupun kuisisioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi seperti buku, jurnal, dan laporan penelitian. Peneliti mendapatkan data secara langsung dari responden yang telah dipilih. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Wawancara

Kegiatan wawancara dilakukan secara langsung melalui tanya jawab dengan pemilik agroindustri Top AE, manajer produksi, dan manajer pemasaran. Tujuan dari wawancara ini yaitu untuk mendapatkan informasi mengenai profil usaha, proses produksi keripik ketela rasa gadung, dan data untuk mendukung penelitian. Alat bantu yang digunakan dalam wawancara adalah alat tulis, *handphone*, dan daftar pertanyaan atau kuisisioner yang telah disusun oleh peneliti.

2. Dokumentasi

Pengambilan data dapat dilakukan juga dengan melalui dokumentasi. Peneliti mengamati dari hasil dokumentasi yang telah diperoleh yang berupa foto maupun video. Dokumentasi dilakukan ketika proses produksi keripik ketela rasa gadung dilaksanakan sehingga peneliti dapat mengambil data. Dokumentasi juga dapat dilakukan dengan melihat arsip data yang dimiliki oleh perusahaan yang berupa foto atau video.

3. Pengamatan

Observasi merupakan proses mengamati atau mencatat secara sistematis gejala-gejala yang sedang terjadi. Proses pengamatan dilakukan ketika proses produksi sedang dilaksanakan. Peneliti dapat mengamati fenomena atau gambaran objek yang akan diteliti secara jelas. Tujuan dari kegiatan pengamatan adalah mengetahui kegiatan yang terkait gambaran umum usaha, proses produksi, dan permasalahan-permasalahan yang dialami oleh Agroindustri Top AE.

3.4. Metode Pengambilan Contoh

Penentuan responden pada penelitian ini merupakan kegiatan pengambilan contoh. Metode pengambilan contoh pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* merupakan metode penentuan responden secara sengaja dengan pertimbangan responden memiliki pengetahuan dan mampu memberikan informasi terkait penelitian yang dilakukan. Pemilihan responden didasarkan pada pengetahuan informan terhadap data-data yang akan mendukung penelitian ini. Tujuan dari pemilihan responden adalah untuk membantu peneliti mendapatkan informasi dan data yang dapat mendukung kegiatan penelitian.

Responden internal yang dipilih adalah pemilik usaha agroindustri Top AE keripik ketela rasa gadung yang bertanggung jawab atas perhitungan keuangan, manajer produksi yang bertanggung jawab atas kegiatan produksi, dan manajer pemasaran yang bertanggung jawab atas proses pemasaran produk. Responden eksternal yang dipilih adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Ponorogo, kepala toko Indomaret di Kabupaten Ponorogo, manajer pemasaran Surya Mart, supplier bahan baku, dan konsumen keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE. Data yang dibutuhkan oleh peneliti diantaranya profil usaha, biaya produksi yang terdiri biaya tetap, biaya variabel, jumlah output, dan total penerimaan, kegiatan produksi, serta kendala dalam produksi. Sampel data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kegiatan produksi keripik ketela rasa gadung dalam satu tahun yaitu pada bulan November 2021 - Oktober 2022, dengan jumlah produksi sebanyak 12 kali karena pada Agroindustri Top AE proses produksi dilakukan satu kali dalam satu bulan.

3.5. Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Rosalia, dkk (2019) hasil dari penelitian deskriptif kuantitatif berbentuk angka dan terdapat penjelasan mengenai karakteristik dan permasalahan sesuai dengan fakta yang ada. Alat analisis yang digunakan untuk

mengolah data adalah analisis biaya, penerimaan, dan keuntungan, metode hayami, dan analisis SWOT. Berikut merupakan penjelasan masing-masing metode:

3.5.1. Analisis Biaya, Penerimaan, dan Pendapatan

a. Analisis Biaya

Menurut Septiawan, dkk (2017), biaya merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk melakukan proses produksi keripik ketela rasa gadung. Analisis biaya dibedakan mejadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak habis dalam sekali produksi keripik ketela rasa gadung dan digunakan untuk pembayaran input yang bersifat tetap. Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan untuk pembayaran input yang bersifat sementara pada pengolahan keripik ketela rasa gadung.

Biaya total adalah jumlah semua biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk melakukan proses produksi keripik ketela rasa gadung. Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk mencari jumlah biaya total:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC = Total biaya produksi keripik ketela rasa gadung Top AE (Rp/tahun)

TFC = Biaya tetap produksi keripik ketela rasa gadung Top AE (Rp/tahun)

TVC = Biaya variabel produksi keripik ketela rasa gadung Top AE (Rp/tahun)

b. Analisis Penerimaan

Menurut Septiawan, dkk (2017), penerimaan adalah pendapatan yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualan produk keripik ketela rasa gadung. Penerimaan juga disebut sebagai pendapatan kotor karena belum dikurangi dengan biaya-biaya produksi. Rumus yang dapat digunakan untuk mencari jumlah penerimaan adalah sebagai berikut:

$$TR = Q \times P$$

Keterangan:

TR = Penerimaan produksi keripik ketela rasa gadung Top AE (Rp/tahun)

Q = Jumlah produksi keripik ketela rasa gadung Top AE (Kg/tahun)

P = Harga jual keripik ketela rasa gadung Top AE (Rp/kemasan)

c. Analisis Pendapatan

Menurut Hastuti (2017), pendapatan adalah sejumlah uang yang diperoleh Agroindustri Top AE dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan oleh Agroindustri Top AE untuk proses produksi keripik ketela rasa gadung. Rumus yang dapat digunakan untuk mencari jumlah keuntungan adalah sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π = Pendapatan penjualan keripik ketela rasa gadung Top AE (Rp/tahun)

TR = Penerimaan produksi keripik ketela rasa gadung Top AE (Rp/tahun)

TC = Total biaya produksi keripik ketela rasa gadung Top AE (Rp/tahun)

3.5.2. Analisis nilai tambah

Metode analisis nilai tambah digunakan untuk menjawab rumusan masalah kedua yaitu bagaimana nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo yang dijawab dengan menggunakan metode hayami. Nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE dapat diperoleh dari nilai produk keripik ketela rasa gadung dikurangi dengan biaya bahan baku dan biaya input lain pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung diluar biaya tenaga kerja. Berikut merupakan rumus nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung:

$$VA = PV - IC$$

Keterangan:

VA = *Value Added* (Nilai Tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung) (Rp)

PV = *Product Value* (Nilai produk dari keripik ketela rasa gadung per Kg ubi kayu) (Rp)

IC = *Intermediate Cost* (Biaya bahan baku dan biaya input lain produksi keripik ketela rasa gadung) (Rp)

Sedangkan untuk keuntungan nilai tambah dapat diperoleh dari rumus

sebagai berikut:

$$\text{Kuntungan Nilai tambah} = \text{Nilai tambah} - \text{Biaya tenaga kerja}$$

Keterangan:

Kuntungan nilai tambah = Keuntungan dari nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung (Rp)

Nilai tambah = Nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung (Rp)

Biaya tenaga kerja = Biaya tenaga kerja pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung (Rp)

Pada metode Hayami terdapat faktor konversi yang menunjukkan banyaknya produk keripik ketela rasa gadung yang dihasilkan dari pengolahan satu kilogram ubi kayu. Koefisien tenaga kerja yang menunjukkan banyaknya tenaga kerja yang dibutuhkan untuk mengolah satu kilogram ubi kayu. Nilai output yang menunjukkan besarnya nilai produk yang dihasilkan dari pengolahan satu kilogram bahan baku ubi kayu. Berikut adalah analisis nilai tambah dengan metode Hayami dapat dilihat pada Tabel 3.1:

Tabel 3. 1 Prosedur perhitungan nilai tambah dengan Metode Hayami pada Agroindustri Top AE

No	Variabel	Satuan	Formula
Output, Input, dan Harga			
1	Output	(Kg/produksi)	1
2	Input bahan baku	(Kg/produksi)	2
3	Input Tenaga Kerja	(JKO/produksi)	3
4	Faktor Konversi	(Kg/produksi)	$4 = 1 / 2$
5	Koefisien Tenaga Kerja	(JKO/Kg)	$5 = 3 / 2$
6	Harga Output	(Rp/Kg)	6
7	Upah Tenaga Kerja	(Rp/JKO)	7
Penerimaan dan Keuntungan			
8	Harga Input Bahan Baku	(Rp/Kg)	8
9	Sumbangan Input Lainnya	(Rp/Kg)	9
10	Nilai Output	(Rp/Kg)	$10 = 4 \times 6$
11	b. Nilai Tambah	(Rp/Kg)	$11a = 10 - 8 - 9$
	b. Rasio Nilai Tambah	(%)	$11b = 11a / 10 \times 100$
12	a. Pendapatan Tenaga Kerja	(Rp/Kg)	$12a = 5 \times 7$
	b. Pangsa Tenaga Kerja	(%)	$12b = 12a / 11a \times 100$
13	a. Keuntungan	(Rp/Kg)	$13a = 11a - 12a$
	b. Tingkat Keuntungan	(%)	$13b = 13a / 10 \times 100$
Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi			
14	Marjin	(Rp/Kg)	$14 = 10 - 8$
	a. Pendapatan Tenaga Kerja	(%)	$14a = 12a / 14 \times 100$

No	Variabel	Satuan	Formula
	b. Sumbangan Input Lain	(%)	$14b = 9 / 14 \times 100$
	c. Keuntungan Perusahaan	(%)	$14c = 13a / 14 \times 100$

Sumber: Hayami (Dalam Febriyanti *et al.*, 2017)

Menurut Hubeis dalam Prabowo (2020) kriteria pengujian nilai tambah metode Hayami adalah sebagai berikut:

1. Jika $< 15\%$, artinya rasio nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung Top AE rendah.
2. Jika $15-40\%$, artinya rasio nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung Top AE sedang.
3. Jika $> 40\%$, artinya rasio nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung Top AE tinggi.

3.5.3. Strategi Pengembangan

Rumusan masalah ketiga yaitu bagaimana strategi pengembangan usaha Agroindustri keripik ketela rasa gadung Top AE di Kabupaten Ponorogo dijawab dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis ini menggambarkan strategi-strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan agroindustri keripik ketela rasa gadung Top AE. Menurut Rangkuti (1997) terdapat beberapa tahapan dalam memperoleh keputusan strategi pengembangan. Adapun tahap-tahap menyusun strategi menggunakan analisis SWOT sebagai berikut:

- a. Tahap pengambilan data yang terdiri dari evaluasi faktor internal dan eksternal. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara bersama pemilik Agroindustri Top AE, manajer produksi, dan manajer pemasaran, Dinas Perindustrian, kepala toko Indomaret, manajer pemasaran Surya Mart, pemilik toko Baru Muncul, Supplier bahan baku, dan konsumen keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE.
- b. Menganalisis faktor internal (*Internal Factor Analysis Summary/IFAS*) yang terdiri dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE dan analisis eksternal (*Eksternal Factor Analysis Summary/EFAS*) yang terdiri dari peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE.

Tabel 3. 2 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

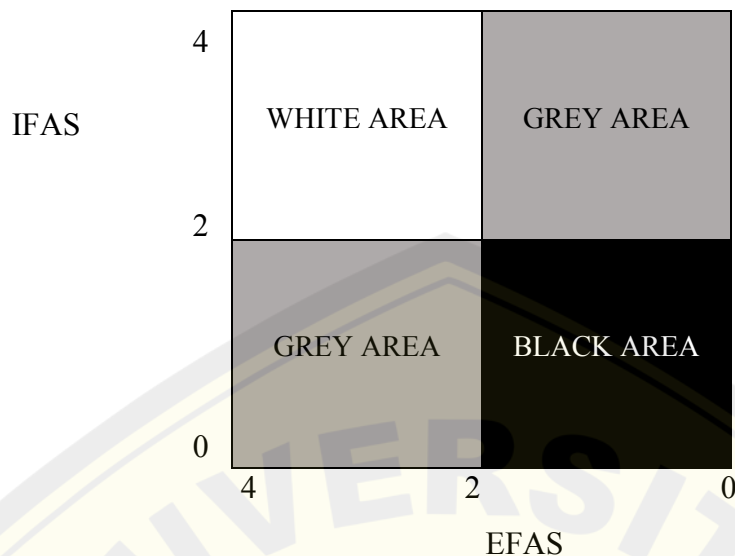
Faktor Strategi Internal (IFE)	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
Total			

Tabel 3. 3 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor Strategi Eksternal (EFE)	Bobot	Rating	Nilai
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
Ancaman (<i>Treaths</i>)			
Total			

Adapun langkah-langkah dalam membuat matriks internal eksternal sebagai berikut:

- c. Melakukan penyusunan faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE dan membagi menjadi dua bagian pada kolom 1.
- d. Memberikan bobot pada masing-masing faktor di kolom 2. Pemberian bobot dimulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) Berdasar pengaruhnya terhadap strategi Agroindustri Top AE.
- e. Mengisi kolom 3 yaitu rating pada setiap faktor-faktor tersebut Berdasar pengaruhnya terhadap kondisi Agroindustri Top AE dengan rentang nilai faktor kekuatan dan peluang bersifat positif yaitu rating 1 (tidak kuat atau tidak berpeluang bagi Agroindustri Top AE) hingga 4 (sangat kuat atau sangat berpeluang bagi Agroindustri Top AE). Pemberian rating kelemahan dan ancaman sebaliknya, yaitu rating 1 (sangat lemah atau sangat mengancam bagi Agroindustri Top AE) hingga 4 (tidak lemah atau tidak mengancam bagi Agroindustri Top AE).
- f. Mengisi kolom 4 yaitu nilai dengan cara bobot dikalikan dengan rating.
- g. Menjumlahkan total skor pembobotan masing-masing faktor internal (kekuatan-kelemahan yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE) dan eksternal (peluang-ancaman yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE) untuk memperoleh strategi yang tepat bagi Agroindustri Top AE dengan meletakkan nilai pada kuadran (gambar 3.1) kemudian dilakukan pembuatan matriks SWOT yang akan menjelaskan alternatif strategi.



Gambar 3. 1 Diagram Matriks Posisi Kompetitif Relatif Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo (Rangkuti, 2013)

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Apabila Agroindustri keripik ketela rasa gadung Top AE berada pada *white area* (bidang kuat-berpeluang) maka usaha tersebut memiliki peluang yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya
2. Apabila Agroindustri keripik ketela rasa gadung Top AE berada pada *grey area* (bidang lemah-berpeluang) maka usaha tersebut memiliki peluang yang prospektif, tetapi tidak memiliki kompetensi untuk mengerjakan namun memiliki peluang pasar yang baik
3. Apabila Agroindustri keripik ketela rasa gadung Top AE berada pada *grey area* (bidang kuat-terancam) maka usaha tersebut cukup kuat dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya, tetapi peluang pasar sangat mengancam
4. Apabila Agroindustri keripik ketela rasa gadung Top AE berada pada *black area* (bidang lemah-terancam) maka usaha tersebut tidak memiliki peluang dan kompetensi dan akan mengalami kerugian apabila tetap menjalankan usaha

Menentukan posisi Agroindustri Top AE menggunakan matriks IFAS dan EFAS Berdasar hasil skor faktor internal dan eksternal.

		IFAS					
		Kuat	3,0	Rata-rata	2,0	Lemah	1,0
EFAS	Tinggi	4,0	I Growth	II Growth	III Retrenchment		
	Menengah	3,0	IV Stability	V Growth/Stability	VI Retrenchment		
	Rendah	2,0	VII Growth	VIII Growth	IX Retrenchment		
		1,0					

Gambar 3. 2 Matriks internal dan eksternal (Rangkuti, 2013)

Diagram diatas dapat mengidentifikasi 9 sel strategis agroindustri keripik ketela rasa gadung Top AE yang dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu:

1. *Growth Strategy* merupakan pertumbuhan agroindustri keripik ketela rasa gadung Top AE itu sendiri (sel I, II, dan V) atau upaya diversifikasi (sel VII dan VIII)
 2. *Stability Strategy* (sel IV) merupakan strategi yang diterapkan agroindustri keripik ketela rasa gadung Top AE tanpa mengubah arah strategi yang telah ditentukan.
 3. *Retrenchment Strategy* (sel III, VI, dan IX) adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan agroindustri keripik ketela rasa gadung Top AE.
- h. Menentukan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT seperti pada gambar berikut:

IFAS/EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	<p>Strategi SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p>	<p>Strategi WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang</p>
<i>Threats (T)</i>	<p>Strategi ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</p>	<p>Strategi WT Menciptakan strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p>

Gambar 3. 3 Matriks SWOT (Rangkuti, 2013)

- a. Strategi SO: Strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan dari Agroindustri Top AE untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya
- b. Strategi ST: Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki Agroindustri Top AE untuk mengatasi ancaman
- c. Strategi WO: Strategi ini diterapkan Berdasar pemanfaatan peluang yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE dengan meminimalkan kelemahan yang ada
- d. Strategi WT: Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman yang ada pada Agroindustri Top AE.

3.6. Definisi Operasional

1. Ubi kayu merupakan tanaman pangan yang mengandung karbohidrat dan biasa diolah menjadi bahan pangan maupun makanan ringan seperti keripik ketela rasa gadung.

2. Keripik ketela rasa gadung merupakan makanan ringan yang berasal dari bahan baku ubi kayu namun rasanya seperti gadung yang diolah dengan cara dikupas, direndam, direbus, dijemur, digoreng, kemudian dikemas.
3. Agroindustri Top AE merupakan usaha agroindustri yang melakukan inovasi mengolah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung.
4. Produksi merupakan kegiatan pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung yang dilakukan pada tahun 2021-2022 dengan satuan Kilogram (Kg).
5. Biaya produksi merupakan biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan proses produksi keripik ketela rasa gadung yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
6. Biaya tetap merupakan biaya yang bersifat tetap dan jumlahnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi keripik ketela rasa gadung yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
7. Biaya variabel merupakan biaya yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan besarnya produksi keripik ketela rasa gadung yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
8. *Intermediate Cost* merupakan biaya penunjang dalam proses produksi keripik ketela rasa gadung seperti biaya bahan baku penunjang, biaya kemasan, biaya stiker, biaya listrik, dan biaya transportasi yang dinyatakan dalam Rp/Kg.
9. Total biaya merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi keripik ketela rasa gadung yang diperoleh dari hasil penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
10. Penerimaan merupakan hasil kali antara harga jual dengan jumlah produksi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
11. Pendapatan merupakan penerimaan bersih setelah dikurangi dengan biaya produksi usaha pengolahan keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

12. Input merupakan bahan baku utama yang digunakan dalam proses produksi keripik ketela rasa gadung yaitu ubi kayu yang dinyatakan dalam satuan Kilogram (Kg).
13. Output merupakan hasil dari proses produksi ubi kayu yaitu keripik ketela rasa gadung yang dinyatakan dalam satuan Kilogram (Kg).
14. Faktor konversi merupakan banyaknya produk keripik ketela rasa gadung yang dihasilkan dari satuan bahan baku ubi kayu pada Agroindustri Top AE yang dinyatakan dalam satuan kilogram (Kg)
15. Input tenaga kerja merupakan besarnya jam tenaga kerja pada pengolahan keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE yang dinyatakan jam (Jam/produksi).
16. Koefisien tenaga kerja merupakan jam tenaga kerja yang digunakan untuk mengolah satu kilogram keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE diukur dalam satuan jam/Kg (Jam/Kg).
17. Harga produk keripik ketela rasa gadung merupakan nilai jual pada produk keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE yang dinyatakan dalam satuan Rupiah (Rp/kemasan).
18. Upah tenaga kerja merupakan besarnya imbalan yang diberikan kepada tenaga kerja atas pekerjaan yang dilakukan yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp/jam).
19. Pendapatan tenaga kerja merupakan upah yang diterima oleh tenaga kerja pada Agroindustri Top AE dalam mengolah 1 kg ubi kayu yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp/Kg).
20. Pangsa tenaga kerja menunjukkan persentase pendapatan usaha pengolahan keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE yang diperoleh tenaga kerja dari nilai tambah, merupakan hasil bagi dari imbalan tenaga kerja terhadap nilai tambah yang dinyatakan dalam satuan Persen (%).
21. Nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung merupakan pertambahan nilai pada bahan baku ubi kayu karena adanya pengolahan menjadi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE yang dinyatakan dalam satuan Rp/Kg.

22. Rasio nilai tambah merupakan rasio antara nilai tambah dengan nilai output keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE yang dinyatakan dalam satuan Persen (%).
23. Keuntungan merupakan perolehan keuntungan dari pengolahan keripik ketela rasa gadung per kg setelah dikurangi biaya produksi dalam satuan rupiah (Rp/Kg).
24. Tingkat keuntungan merupakan persentase jumlah keuntungan produk keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE dalam setiap kilogram bahan baku setelah dikurangi biaya produksi yang dinyatakan dalam satuan persen (%).
25. Margin adalah persentase keuntungan produk keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE yang dihitung dengan membagi keuntungan dengan modal dan sumbangan dikali 100%, dinyatakan dalam satuan persen (%).
26. Sumbangan input lain adalah input dari penggunaan bahan-bahan lain pada pengolahan keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE yang ikut dalam proses pertambahan nilai tersebut selain bahan baku tenaga kerja, dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
27. Strategi adalah upaya yang dilakukan untuk mengembangkan usaha keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE.
28. Analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan Agroindustri Top AE dan faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman Agroindustri Top AE untuk merancang alternatif strategi untuk mengembangkan usaha keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE.
29. Faktor internal merupakan rumusan faktor-faktor strategi yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada proses pengolahan keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE.
30. Faktor eksternal merupakan rumusan faktor-faktor strategi yang terdiri dari peluang dan ancaman yang terdapat pada proses pengolahan keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Agroindustri

4.1.1. Lokasi Agroindustri Top AE

Agroindustri Top AE berlokasi di RT 02/RW 05, Dukuh Pilang, Desa Tulung. Desa Tulung merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Sampung Kabupaten Ponorogo. Kecamatan Sampung terdiri dari 12 Desa yaitu Desa Carangrejo, Desa Gelangkulon, Desa Glinggang, Desa Jenangan, Desa Karangwaluh, Desa Kunti, Desa Nglurup, Desa Pagerukir, Desa Pohijo, Desa Ringinputih, Desa Sampung, dan Desa Tulung. Desa Tulung memiliki luas wilayah sebesar 569,59 ha. Desa Tulung terdiri dari 27 RT dan 10 RW yang terbagi menjadi 4 Dukuh yaitu Dukuh Tulung terdapat 9 RT dan 3 RW, Dukuh Pilang terdapat 8 RT dan 3 RW, Dukuh Mendakilang yang terdiri dari 4 RT dan 2 RW, dan Dukuh Dorokenong yang terdapat 6 RT dan 2 RW. Jumlah penduduk yang berada di Desa Tulung sebesar 3.686 jiwa. Desa Tulung memiliki batas-batas wilayah yaitu sebagai berikut:

Batas Utara	: Desa Ngunut
Batas Timur	: Desa Bangunrejo
Batas Selatan	: Desa Glinggang
Batas Barat	: Desa Sampung

Jarak antara Desa Tulung dengan pusat Kota Ponorogo kurang lebih 13 Km dengan waktu tempuh selama 20 menit. Desa Tulung memiliki jarak yang tidak terlalu jauh dengan pusat kota dan berada disebelah barat dari pusat kota Ponorogo. Perekonomian di Desa Tulung masih mengandalkan sektor pertanian sebagai penggerak roda perekonomian. Mayoritas penduduk Desa Tulung memiliki mata pencaharian sebagai petani dan pengusaha. Sektor pertanian sampai saat ini masih memiliki peran yang dominan dalam pembangunan perekonomian di Desa Tulung. Peran sektor pertanian diantaranya sebagai penyedia bahan pangan, penyedia bahan baku untuk produksi, penyerapan tenaga kerja, serta peningkatan ekonomi masyarakat sekitar. Beberapa penduduk di Desa Tulung juga memiliki mata pencaharian sebagai TKI di Luar Negeri.

4.1.2. Sejarah Agroindustri Top AE

Agroindustri Top AE merupakan agroindustri yang memiliki beberapa produk yang terdiri dari produksi sendiri dan *repacking*. Agroindustri Top AE berdiri pada tanggal 2 Februari 2019. Sebelum mendirikan Agroindustri Top AE, Ibu Annis memiliki usaha budidaya jamur yang diberi nama Amanah. Usaha ini dimulai pada tahun 2010, namun seiring berjalannya waktu permintaan akan jamur semakin menurun karena harga jamur yang fluktuatif. Permintaan jamur tidak menentu yaitu ketika musim panen permintaan jamur sedikit sedangkan ketika tidak musim panen permintaan jamur tinggi. Untuk mengatasi kerusakan pada jamur, Ibu Annis memiliki inisiatif untuk mengolah jamur menjadi makanan seperti botok jamur dan keripik jamur. Usaha budidaya dan produksi jamur berjalan hingga tahun 2019. Karena permintaan jamur yang tidak menentu menyebabkan Ibu Annis harus berfikir untuk membuat produk lain yang dapat mengimbangi keripik jamur yang kemudian muncul ide untuk membuat keripik ketela rasa gadung.

Awal mula Ibu Annis memproduksi keripik ketela rasa gadung karena adanya peluang dan ketersediaan bahan baku yang melimpah di Kabupaten Ponorogo sehingga tercipta gagasan untuk membuat keripik ketela rasa gadung yang merupakan produk berbahan baku ubi kayu. Ketersediaan bahan baku yang melimpah di Kabupaten Ponorogo menjadi alasan Ibu Annis untuk memproduksi keripik ketela rasa gadung. Kemunculan produk keripik ketela rasa gadung ini mendapat respon yang baik dari masyarakat dilihat dari banyaknya permintaan dari toko-toko. Keripik ketela rasa gadung diminati oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak hingga orang tua. Cemilan berbahan baku ubi kayu ini diminati karena memiliki rasa yang khas yaitu seperti gadung dan dapat dikonsumsi dalam berbagai kondisi.

Pemberian nama Top AE berawal dari adanya acara terkait pembuatan merk. Pada acara tersebut dikatakan bahwa pemberian merk tidak boleh sama dengan yang lain, karena hal ini berpengaruh pada pendaftaran merk. Pemberian nama merk yang unik juga akan menjadi keunggulan dari usaha yang dilakukan karena konsumen akan terkesan dan mudah untuk mengingatnya. Hal ini yang

mendorong Ibu Anis memberikan nama Top AE yang didapatkan dari kata Top yang artinya terbaik karena harapannya agroindustri Top AE dapat menjadi agroindustri yang terbaik, sedangkan AE diperoleh dari kode plat nomor Kabupaten Ponorogo yaitu AE, yang harapannya dapat menunjukkan bahwa Agroindustri Top AE berasal dari Kabupaten Ponorogo.

Agroindustri Top AE terus melakukan pengembangan usaha dengan mendaftarkan usahanya ke Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Tidak sampai disitu, Ibu Anis juga mengajukan izin produksi yaitu PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Izin produksi ini didapatkan oleh Agroindustri Top AE pada 20 Maret 2019. Pada tahun 2020 Agroindustri Top AE mengajukan dua produknya yaitu keripik jamur dan keripik ketela rasa gadung untuk mengikuti seleksi mitra dengan Indomaret. Setelah melalui berbagai seleksi akhirnya produk keripik ketela rasa gadung Top AE lolos untuk bermitra dengan Indomaret bersama 12 produk UMKM di Ponorogo lainnya. Tidak berhenti disitu, Ibu Anis juga mengajukan sertifikasi Halal pada produknya, dan pada tahun 2020 Agroindustri Top AE mendapatkan Sertifikat Halal tersebut. Usaha-usaha yang dilakukan Ibu Anis seperti pengajuan pada Dinas Perindustrian, pengajuan izin produksi PIRT, pengajuan sertifikasi Halal, dan mitra dengan Indomaret bertujuan untuk mengembangkan usaha yang saat ini sedang dilakukannya.

4.1.3. Gambaran Agroindustri Top AE

Agroindustri Top AE merupakan usaha dengan skala rumahan yang memproduksi keripik ketela rasa gadung. Lokasi produksi keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE yaitu di Desa Tulung RT 02 RW 05, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo. Agroindustri Top AE memiliki dua kegiatan yaitu produksi sendiri dan *repacking*. Produk-produk yang diproduksi sendiri oleh Agroindustri Top AE yaitu keripik jamur dan keripik ketela rasa gadung, sedangkan produk *repacking* yaitu keripik tempe, keripik mbothe, thoreng, keripik gethuk, stik bawang, pangsit bawang, ceriping pisang, keripik pare, dan sale pisang. Tujuan pemasaran yang dilakukan oleh Agroindustri Top AE adalah lokal di daerah Kabupaten Ponorogo. Produk unggulan dari Agroindustri Top AE

adalah keripik ketela rasa gadung. Produk-produk yang diproduksi oleh Agroindustri Top AE telah mendapatkan sertifikat Halal pada tahun 2020 dan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) pada tahun 2019. Luas pabrik atau lokasi produksi dari Agroindustri Top AE yaitu sebesar 120 m². Karena masih berskala rumah tangga, tenaga kerja saat ini terdiri dari 4 orang yaitu 3 orang berasal dari keluarga dan 1 orang dari luar keluarga.

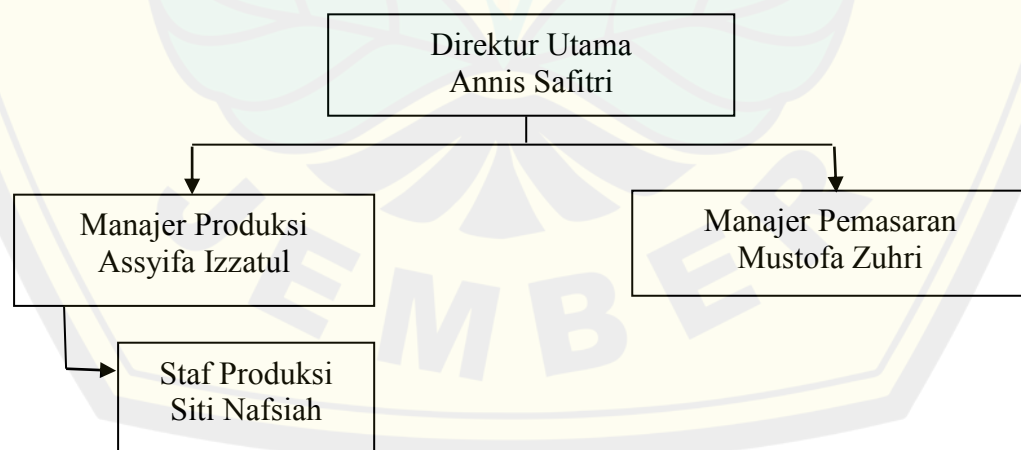
Bahan baku utama yang digunakan untuk produksi keripik ketela rasa gadung adalah ubi kayu. Ubi kayu diperoleh dari Kecamatan Jenangan, Kabupaten Ponorogo. Mengingat Kabupaten Ponorogo memiliki jumlah produksi ubi kayu tertinggi di Jawa Timur sehingga ketersediaan bahan baku melimpah. Bahan baku ubi kayu yang digunakan oleh Agroindustri Top AE memiliki kriteria yang baik yaitu ubi kayu baru dipanen sehingga masih segar, warna putih bersih dan tidak berwarna kecokelatan atau kebiruan. Proses pemesanan bahan baku sebanyak 100 Kg dalam satu kali produksi. Hal ini bertujuan agar harga ubi kayu lebih murah serta dapat meminimumkan biaya pemesanan bahan baku. Agroindustri Top AE melakukan produksi setiap satu bulan sekali dengan bahan baku sebanyak 100 Kg yang akan menghasilkan sekitar 20-30 Kg keripik ketela rasa gadung. Produk keripik ketela rasa gadung dikemas dengan berat 100 gr dan dalam satu kali proses produksi menghasilkan sekitar 200-250 kemasan. Dalam satu kali produksi pada Agroindustri Top AE dilakukan selama 5-6 hari yang meliputi pengupasan, perendaman, perebusan, penjemuran, penggorengan, dan pengemasan. Lamanya proses produksi ini dikarenakan terdapat proses perendaman selama dua hari dan penjemuran selama satu hingga dua hari sehingga proses produksi dilakukan selama 5-6 hari. Kegiatan inti proses produksi dilakukan antara pukul 08.00-16.00 WIB selama 3 hari kerja diluar proses perendaman dan penjemuran.

Pemasaran yang dilakukan oleh Agroindustri Top AE adalah di daerah Kabupaten Ponorogo. Untuk pemasaran offline dilakukan dengan menitipkan pada swalayan - swalayan yang ada di Kabupaten ponorogo serta bermitra dengan Indomaret di seluruh Kabupaten Ponorogo, Sedangkan pemasaran online dilakukan melalui Whatsapp dan Facebook. Kegiatan pemasaran juga dilakukan

pada bazar-bazar yang sering dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Ponorogo seperti HUT Kabupaten Ponorogo, bazar bulan Ramadhan, bazar UMKM dan kewirausahaan, dan lain sebagainya. Agroindustri Top AE semakin dikenal oleh masyarakat Ponorogo karena bermitra dengan Indomaret. Indomaret merupakan toko modern yang saat ini banyak dikunjungi oleh masyarakat di Kabupaten Ponorogo dan telah banyak tersebar diseluruh Kabupaten Ponorogo, sehingga dengan adanya kemitraan dengan Indomaret produk keripik ketela rasa gadung mudah dikenal oleh masyarakat.

4.1.4. Struktur Organisasi Agroindustri Top AE

Struktur organisasi merupakan susunan dalam perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional sehingga dapat mencapai harapan yang diinginkan. Tujuan dari adanya struktur organisasi adalah untuk menentukan kedudukan, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing anggota organisasi sehingga organisasi dapat berjalan dengan lancar. Agroindustri Top AE masih memiliki struktur organisasi yang sederhana karena agroindustri ini masih tergolong usaha rumah tangga dan memiliki tenaga kerja yang terbatas. Struktur organisasi pada Agroindustri Top AE berada dibawah pengawasan langsung oleh pemilik agroindustri. Struktur organisasi Agroindustri Top AE dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi Agroindustri Top AE

Berdasar Gambar 4.1 dapat diketahui bahwa struktur organisasi pada Agroindustri Top AE sangat sederhana. Struktur organisasi Agroindustri Top AE dipimpin oleh pemilik agroindustri yaitu Ibu Annis. Pemilik agroindustri selaku pemimpin organisasi membawahi bagian-bagian diantaranya yaitu manajer produksi dan manajer pemasaran.

1. Direktur Utama

Direktur utama memiliki tugas yaitu bertanggung jawab dalam setiap kegiatan pada Agroindustri Top AE. Direktur utama yang sekaligus menjadi pemilik Agroindustri Top AE adalah Ibu Annis Safitri. Direktur utama memiliki tugas-tugas seperti melakukan koordinasi dengan manajer produksi dan manajer pemasaran, bertanggung jawab untuk mengatur keuangan karena usaha yang tergolong *Home Industry* sehingga belum terdapat manajer keuangan, melakukan pengontrolan dan pengawasan di setiap kegiatan, serta membuat kebijakan pada Agroindustri Top AE.

2. Manajer Produksi

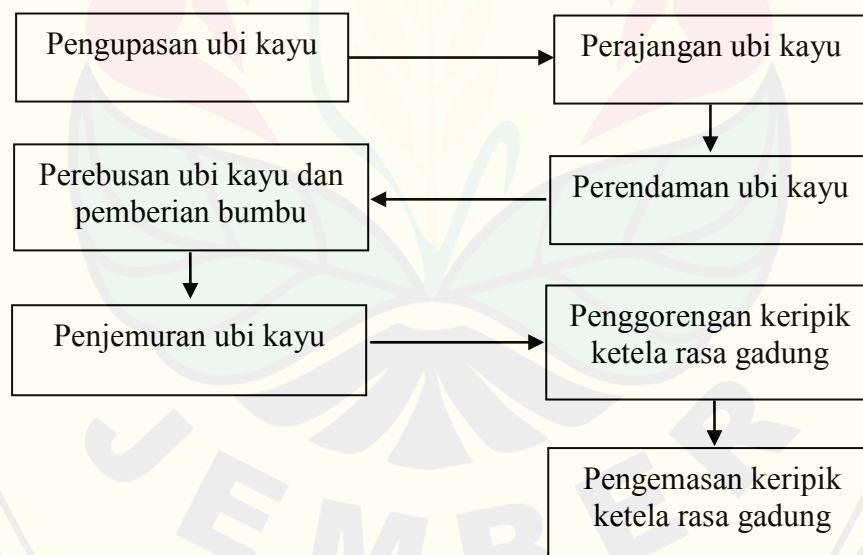
Manajer produksi memiliki tugas untuk mengatur dan mengawasi semua kegiatan pada kegiatan produksi di Agroindustri Top AE. Manajer produksi memiliki tanggung jawab langsung kepada direktur utama. Posisi manajer produksi pada Agroindustri Top AE dipegang oleh Mbak Assyifa Izzatul yang membawahi staf produksi yaitu Ibu Siti Nafsiah. Tugas seorang manajer produksi pada Agroindustri Top AE tidak hanya mengatur dan mengawasi tetapi juga ikut terjun langsung untuk melakukan kegiatan produksi, hal ini dikarenakan keterbatasan tenaga kerja pada Agroindustri Top AE.

3. Manajer Pemasaran

Manajer pemasaran bertanggung jawab untuk mengatur dan menjalankan kegiatan pemasaran produk Agroindustri Top AE. Manajer pemasaran dipegang oleh Bapak Mustofa Zuhri. Seorang manajer pemasaran pada Agroindustri Top AE memiliki tugas memasarkan produk Agroindustri Top AE baik online maupun offline, mengatur pengadaan jumlah produk yang akan dipasarkan, serta memeriksa ketersediaan produk di toko-toko yang bermitra untuk menghindari kekosongan stok.

4.1.5. Proses Produksi Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE

Kegiatan produksi Keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE dilakukan setiap satu bulan sekali dan dalam satu kali produksi membutuhkan waktu 5-6 hari. Bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi adalah sebesar 100 Kg ubi kayu. Proses produksi keripik ketela rasa gadung yaitu dengan melakukan pengupasan pada ubi kayu, lalu ubi kayu dipotong tipis, setelah itu dilakukan perendaman pada ubi kayu selama 2 hari dengan mengganti air setiap hari tujuannya agar ubi kayu dapat berubah bentuk dan rasa menjadi seperti gadung. Proses selanjutnya adalah perebusan ubi kayu dan pemberian bumbu, setelah itu ubi kayu dipisahkan satu per satu untuk dijemur, selanjutnya adalah penjemuran yang dilakukan selama 1-2 hari. Setelah ubi kayu kering maka dilakukan penggorengan dan kemudian dilakukan pengemasan. Berikut ini merupakan bagan proses produksi pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE:



Gambar 4. 2 Proses produksi keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE

1. Pengupasan ubi kayu

Tahap pertama dalam proses pembuatan keripik ketela rasa gadung adalah pengupasan ubi kayu. Ubi kayu yang telah dibeli selanjutnya dilakukan pengupasan. Pengupasan ubi kayu dilakukan dengan menggunakan pisau. Proses pengupasan ubi kayu dilakukan oleh 2 orang dengan jumlah ubi kayu sebanyak 100 Kg. Setelah dilakukan pengupasan ubi kayu selanjutnya adalah membersihkan ubi kayu dengan menggunakan air mengalir, tujuannya agar ubi kayu bersih dari kotoran yang berasal dari kulit nya.



Gambar 4. 3 Proses pengupasan ubi kayu

2. Perajangan ubi kayu

Tahap selanjutnya setelah ubi kayu dicuci adalah perajangan. Proses perajangan ini dilakukan menggunakan alat perajang. Penggunaan alat untuk merajang ubi kayu dapat menghemat waktu karena hanya memakan waktu kurang lebih 2 jam dengan jumlah ubi kayu sebanyak 100 Kg. Proses perajangan ini hanya dilakukan oleh 1 orang.



Gambar 4. 4 Proses perajangan ubi kayu

3. Perendaman ubi kayu

Tahap ketiga setelah perajangan ubi kayu adalah perendaman ubi kayu. Perendaman dilakukan selama 2 hari dengan mengganti air setiap harinya. Proses perendaman inilah yang menyebabkan ubi kayu berubah bentuk dan rasa seperti rasa gadung. Pada tahap perendaman ini nantinya akan didapatkan endapan ubi kayu atau yang dinamakan pati yang dapat diolah menjadi tepung tapioka.



Gambar 4. 5 Proses perendaman ubi kayu

4. Perebusan ubi kayu dan pemberian bumbu

Tahap ke empat setelah dilakukan perendaman adalah perebusan ubi kayu. Perebusan ini dilakukan sedikit demi sedikit agar ubi kayu tidak hancur dengan waktu 5-10 menit atau hingga ubi kayu berubah warna menjadi bening. Pada proses perebusan ini juga ditambahkan garam agar nantinya keripik ketela rasa gadung memiliki rasa yang gurih. Setelah ubi kayu direbus kemudian ditata pada tampah atau alat untuk menjemur. Proses inilah yang memakan waktu lama karena harus dilakukan secara manual untuk memisahkan ubi kayu.



Gambar 4. 6 Proses perebusan ubi kayu

5. Penjemuran ubi kayu

Tahap selanjutnya adalah penjemuran ubi kayu. Ubi kayu yang telah ditata pada tampah kemudian dijemur dibawah sinar matahari. Lamanya proses penjemuran tergantung pada cuaca, apabila cuaca panas maka penjemuran hanya memakan waktu 1 hari. Apabila cuaca mendung proses penjemuran dapat memakan waktu selama 2 hari.



Gambar 4. 7 Proses penjemuran ubi kayu

6. Penggorengan keripik ketela rasa gadung

Tahap selanjutnya setelah ubi kayu dijemur adalah peenggorengan. Penggorengan dilakukan diatas wajan dan diberi minyak yang banyak. Untuk kompor yang digunakan adalah kompor dengan api yang besar, tujuannnya agar keripik ketela yang digoreng mekar dan tidak keras. Setelah penggorengan, keripik ketela rasa gadung ditiriskan untuk menghilangkan minyaknya.



Gambar 4. 8 Proses penggorengan keripik ketela rasa gadung

7. Pengemasan keripik ketela rasa gadung

Tahap terakhir setelah dilakukan penggorengan adalah pengemasan. Produk dikemas dengan berat 100 gram. Wadah kemasan yang digunakan adalah *standing pouch* yang tujuannya agar produk tidak mudah melempem setelah dibuka, pada produk keripik ketela rasa gadung juga dilakukan penyegelan menggunakan sealer tujuannya agar produk lebih aman dan tahan lama. Pada kemasan juga diberikan stiker yang berisi nama produk, merk, *expired date*, berat bersih, nomor P-IRT, logo halal, dan lain sebagainya.



Gambar 4. 9 Proses pengemasan produk keripik ketela rasa gadung

4.2. Analisis Biaya, Penerimaan, dan Pendapatan Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE

4.2.1 Analisis Biaya Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE

Analisis biaya bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya yang dikeluarkan oleh Agroindustri Top AE untuk melakukan proses produksi. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Total biaya ini diperoleh dari

penjumlahan antara biaya tetap dan biaya variabel pada pengolahan keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE. Analisis biaya pada Agroindustri Top AE dihitung selama bulan November 2021 sampai Bulan Oktober 2022 atau selama 12 kali produksi.

a. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang besarnya tidak bergantung pada besarnya kecilnya produksi. Besar kecilnya produksi keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE tidak akan berpengaruh pada besar kecilnya biaya tetap yang dikeluarkan oleh agroindustri Top AE. Alat-alat yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE yang digunakan untuk proses produksi merupakan investasi yang dimiliki oleh agroindustri yang harapannya akan memberikan nilai output dimasa yang akan datang. Berikut merupakan tabel yang berisi data terkait biaya tetap pada Agroindustri Top AE:

Tabel 4. 1 Biaya Tetap Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung Bulan November 2021 - Oktober 2022 pada Agroindustri Top AE

No	Jenis biaya	jumlah (unit)	Harga (Rp/unit)	Total (Rp/tahun)
1	Pajak bangunan	1	106.000	106.000
2	Pajak motor	1	200.000	200.000
3	Penyusutan alat	1	6.757.024	6.757.024
Total biaya tetap				7.063.024

Sumber: Data primer diolah, 2022 (lampiran 1, halaman 76)

Berdasar Tabel 4.1 proses pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung dilakukan dengan menggunakan beberapa peralatan. Biaya tetap ini terdiri dari biaya penyusutan, biaya pajak bangunan, dan biaya pajak motor. Peralatan yang digunakan dalam proses pengolahan keripik ketela rasa gadung meliputi wajan, kompor, pisau, gunting, cutter, ember, sutil, dandang, baskom, solet, tampah, perajang, pemantik api, serok, baskom saringan, timbangan, dan sealer. Berdasarkan perhitungan biaya tetap dapat diketahui bahwa pajak bangunan sebesar Rp. 106.000 per tahun, pajak motor sebesar Rp. 200.000 per tahun, dan penyusutan alat sebesar Rp. 6.757.024 per tahun, sehingga diperoleh total biaya tetap pada Agroindustri Top AE sebesar Rp. 7.063.024 per tahun.

b. Biaya Variabel

Biaya Variabel merupakan biaya yang besarnya dipengaruhi oleh besarnya

produksi yang dilakukan. Semakin besar produksi keripik ketela rasa gadung maka biaya variabel yang dikeluarkan oleh pengusaha akan semakin meningkat. Biaya variabel pada Agroindustri Top AE meliputi biaya bahan baku, biaya pengemasan, biaya gas LPG, biaya minyak goreng, biaya listrik, biaya air, biaya transportasi, dan biaya lain-lain. Berikut merupakan perhitungan biaya variabel usaha pengolahan keripik ketela rasa gadung selama 12 kali proses produksi yaitu bulan November 2021 hingga Oktober 2022:

Tabel 4. 2 Biaya Variabel Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung Bulan November 2021 - Oktober 2022 pada Agroindustri Top AE

No	Jenis bahan	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp/tahun)
1	Ubi kayu	1.217,0	Kg/tahun	1.233,3	1.500.400,0
2	Garam	37,7	Bungkus/tahun	3.000	110.100
3	Minyak	47,5	Liter/tahun	17.108,3	813.000,0
4	Plastik kemasan	2.347,0	Buah/tahun	400	1.028.000,0
5	Stiker kemasan	2.570,0	Buah/tahun	250	642.500,0
6	Gas LPG	35,5	buah/tahun	18.000	639.000
7	Transportasi	45,0	liter/tahun	8.041,7	360.700,0
8	Air	36	m ³ /tahun	3.000	108.000
9	Listrik			29.125	349.500
10	Tenaga kerja luar	252	JKO/tahun	10.000	2.520.000
Total biaya variabel					8.071.200,0

Sumber: Data primer diolah, 2022 (lampiran 14, halaman 86)

Berdasar tabel 4.2 menunjukkan bahwa total biaya variabel pada bulan November 2021 hingga Oktober 2022 sebesar Rp. 8.071.200. Komponen bahan yang digunakan pada proses pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung meliputi bahan baku ubi kayu, garam, minyak, plastik kemasan, stiker kemasan, gas LPG, transportasi, listrik, air, serta tenaga kerja luar. Biaya bahan baku ubi kayu selama satu tahun sebesar Rp. 1.500.400, biaya garam sebesar Rp. 110.100, biaya minyak sebesar Rp. 813.000, biaya plastic sebesar Rp. 1.028.000, biaya stiker sebesar Rp. 642.500, biaya gas sebesar Rp. 639.000, biaya

transportasi sebesar Rp. 360.700, biaya air sebesar Rp. 108.000, biaya listrik sebesar Rp. 349.500, dan biaya tenaga kerja sebesar Rp. 2.520.000.

c. Analisis Biaya Total

Biaya total merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh Agroindustri Top AE untuk melakukan produksi keripik ketela rasa gadung. Biaya total diketahui dengan menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel. Berikut merupakan perhitungan biaya total yang dikeluarkan pada usaha keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE selama bulan November 2021-Oktober 2022:

Tabel 4. 3 Biaya Total Produksi Keripik Ketela Rasa Gadung Bulan November 2021-Oktober 2022 Pada Agroindustri Top AE

No	Uraian	Jumlah (Rp/tahun)
1	Biaya Tetap	7.063.024
2	Biaya Variabel	8.071.200
Total biaya		15.134.224

Sumber: Data Primer Diolah, 2022 (lampiran 16, halaman 87)

Berdasar tabel 4.3 menunjukkan bahwa total biaya merupakan penjumlahan antara biaya tetap dan biaya variabel pada pengolahan keripik ketela rasa gadung selama satu tahun. Total biaya variabel selama 1 tahun atau 12 kali produksi sebesar Rp 8.071.200 sedangkan total biaya tetap sebesar Rp 7.063.024 sehingga diperoleh total biaya sebesar Rp 15.134.224. Jumlah biaya variabel lebih besar daripada jumlah biaya tetap karena biaya variabel merupakan biaya yang dikeluarkan secara berulang untuk proses produksi dan jumlahnya akan semakin besar sesuai dengan jumlah produksi yang dilakukan.

4.2.2 Analisis Penerimaan Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE

Penerimaan merupakan perolehan hasil penjualan dari produk keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE. Penerimaan diperoleh dari hasil kali antara jumlah produksi dengan harga jual produk keripik ketela rasa gadung. Perhitungan penerimaan ini penting untuk dilakukan karena nantinya akan

digunakan sebagai perhitungan keuntungan usaha keripik ketela rasa gadung. Berikut merupakan perhitungan penerimaan produksi keripik ketela rasa gadung pada bulan November 2021-Oktober 2022 pada Agroindustri Top AE.

Tabel 4. 4 Penerimaan Produksi Keripik Ketela Rasa Gadung Bulan November 2021-Oktober 2022 pada Agroindustri Top AE

No.	Bulan	Jumlah penjualan (Kemasan)	Harga satuan (Rp)	Penerimaan (Rp)
1	November	210	9.500	1.995.000
2	Desember	201	9.500	1.909.500
3	Januari	235	9.500	2.232.500
4	Februari	215	9.500	2.042.500
5	Maret	221	9.500	2.099.500
6	April	196	9.500	1.862.000
7	Mei	216	9.500	2.052.000
8	Juni	223	9.500	2.118.500
9	Juli	207	9.500	1.966.500
10	Agustus	216	9.500	2.052.000
11	September	220	10.000	2.200.000
12	Oktober	210	10.000	2.100.000
Total Penerimaan				24.630.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2022 (lampiran 18, halaman 88)

Berdasar tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah penerimaan selama 1 tahun sebesar Rp. 24.630.000 dengan total penjualan sebesar 2.570 kemasan dengan harga jual per 100 gram sebesar Rp. 9.500. Kenaikan harga produk pada bulan september dan oktober ini disebabkan karena adanya kenaikan harga BBM. Total penerimaan diperoleh dari jumlah penjualan dikalikan dengan harga jual per kemasan sehingga diperoleh penerimaan sebesar Rp. 24.630.000 selama 1 tahun.

4.2.3 Analisis Pendapatan Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE

Pendapatan merupakan besarnya uang yang diperoleh Agroindustri Top AE karena telah melakukan penjualan produk keripik ketela rasa gadung. Besarnya pendapatan bersih atau keuntungan dapat dilihat dari total penerimaan dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi keripik ketela rasa gadung. Apabila total penerimaan lebih tinggi dibandingkan dengan total biaya maka kegiatan produksi pada Agroindustri Top AE memberikan keuntungan.

Berikut merupakan tabel pendapatan penjualan produk keripik ketela rasa gadung pada bulan November 2021-Oktober 2022 pada Agroindustri Top AE:

Tabel 4. 5 Pendapatan Penjualan Produk Keripik Ketela Rasa Gadung Pada Bulan November 2021-Oktober 2022 Pada Agroindustri Top AE

No	Uraian	Jumlah (Rp/tahun)
1	Total Penerimaan (TR)	24.630.000
2	Total biaya (TC)	15.134.224
Pendapatan		9.495.776

Sumber: *Data Primer Diolah, 2022* (lampiran 19, halaman 89)

Berdasar tabel 4.5 menunjukkan bahwa total penerimaan yang diperoleh Agroindustri Top AE selama 1 tahun atau 12 kali produksi sebesar Rp 24.630.000 sedangkan biaya yang dikeluarkan oleh Agroindustri Top AE sebesar Rp15.134.224. Besarnya pendapatan diperoleh dari total penerimaan dikurangi total biaya sehingga didapatkan keuntungan sebesar Rp 9.495.776 per tahun.

Menurut penelitian yang sama terkait produk olahan ubi kayu, penelitian Sarlan (2016) dengan judul “Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu Sebagai Bahan Baku keripik Singkong Di Kecamatan Labuhan Haji Kabupaten Lombok Timur (Kasus Agroindustri Keripik Singkong KUB Wanita Sejahtera)” pendapatan yang diterima oleh agroindustri dalam mengolah keripik singkong rasa gadung sebesar Rp. 2.287.172, dengan total penerimaan sebesar Rp. 6.487.500 dan total biaya sebesar Rp. 4.200.327. Menunjukkan bahwa usaha pengolahan keripik singkong rasa gadung menguntungkan karena penerimaan lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

4.3. Nilai Tambah Ubi Kayu Menjadi Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE dengan Metode Hayami

Analisis nilai tambah merupakan suatu perhitungan terkait kegiatan pengolahan pada produk pertanian yang memiliki nilai karena adanya proses pengolahan. Nilai tambah merupakan pertambahan nilai pada suatu produk karena adanya perlakuan selama proses produksi. Perlakuan dalam proses produksi meliputi penyimpanan, pengangkutan, hingga pengolahan produk. Tujuan dari adanya perlakuan ini adalah untuk meningkatkan daya tahan produk, mencegah kerusakan pada produk pertanian, serta meningkatkan nilai guna. Adanya kegiatan

pengolahan ini akan meningkatkan nilai jual dari produk pertanian sehingga pendapatan petani juga akan semakin meningkat.

Pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung akan meningkatkan nilai tambah dari produk ubi kayu. Pengolahan yang dilakukan akan menyebabkan harga jual olahan ubi kayu menjadi lebih tinggi apabila dibandingkan dengan harga ubi kayu segar yang cenderung rendah. Agroindustri memiliki peranan yang penting dalam peningkatan nilai tambah produk pertanian. Agroindustri Top AE dalam mengolah keripik ketela rasa gadung memiliki peran dalam meningkatkan nilai tambah dari komoditas ubi kayu. Proses pengolahan ubi kayu yang dilakukan oleh Agroindustri Top AE yang meliputi pengupasan ubi kayu, perajangan ubi kayu, perendaman ubi kayu, perebusan ubi kayu, penjemuran ubi kayu, penggorengan keripik ketela, dan pengemasan bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dari ubi kayu sehingga harga jualnya akan meningkat.

Perhitungan nilai tambah pada pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE dilakukan dengan menggunakan metode Hayami. Metode Hayami merupakan suatu perhitungan yang digunakan untuk mengetahui besarnya nilai tambah dengan memperhatikan beberapa komponen seperti input bahan baku, input tenaga kerja, output, dan sumbangan input lain. Berikut merupakan perhitungan nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung dengan metode Hayami pada Agroindustri Top AE selama 1 kali proses produksi yang disajikan pada tabel 4.6:

Tabel 4. 6 Perhitungan nilai tambah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung menggunakan metode Hayami pada Agroindustri Top AE pada 1 kali proses produksi.

No	Variabel	Satuan	Formula	Nilai
Output, Input, dan Harga				
1	Output	Kg	1	22
2	Input bahan baku	Kg	2	101,42
3	Input Tenaga Kerja	JKO	3	21
4	Faktor Konversi		$(4) = (1) / (2)$	0,22
5	Koefisien Tenaga Kerja	JKO	$(5) = (3) / (2)$	0,21
6	Harga Output	Rp/Kg	6	95830
7	Upah Tenaga Kerja	Rp/JKO	7	10.000
Penerimaan dan Keuntungan				
8	Harga Input Bahan Baku	Rp/Kg	8	1233,33

No	Variabel	Satuan	Formula	Nilai
9	Sumbangan Input Lainnya	Rp/Kg	9	8883
10	Nilai Output	Rp/Kg	$(10) = (4) \times (6)$	20788,10
11	a. Nilai Tambah	Rp/Kg	$(11a) = (10) - (8) - (9)$	10671,92
	b. Rasio Nilai Tambah	%	$(11b) = (11a) / (10) \times 100$	51,34
12	a. Pendapatan Tenaga Kerja	Rp/Kg	$(12a) = (5) \times (7)$	2070,67
	b. Pangsa Tenaga Kerja	%	$(12b) = (12a) / (11a) \times 100$	19,40
13	a. Keuntungan	Rp/Kg	$(13a) = (11a) - (12a)$	8601,26
	b. Tingkat Keuntungan	%	$(13b) = (13a) / (10) \times 100$	41,38
Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi				
14	Marjin	Rp/Kg	$(14) = (10) - (8)$	19554,77
	a. Pendapatan Tenaga Kerja	%	$(14a) = (12a) / (14) \times 100$	10,59
	b. Sumbangan Input Lain	%	$(14b) = (9) / (14) \times 100$	45,43
	c. Keuntungan Perusahaan	%	$(14c) = (13a) / (14) \times 100$	43,99

Sumber: Data Primer Diolah, 2022 (lampiran 19, halaman 90)

Tabel 4.6 berisi perhitungan nilai tambah dari pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung sehingga dapat meningkatkan nilai bahan baku yaitu ubi kayu. Hasil perhitungan nilai tambah dengan menggunakan bahan baku sebesar 101,42 Kg dapat menghasilkan 213 kemasan keripik ketela rasa gadung. Bahan baku ubi kayu 101,42 Kg menghasilkan keripik ketela rasa gadung sebesar 22 Kg. Pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung mengalami pengurangan berat karena adanya penjemuran sehingga mengalami penyusutan karena pada proses penjemuran kandungan air yang terdapat dalam ubi kayu menguap.

Faktor konversi merupakan banyaknya keripik ketela rasa gadung yang dihasilkan dari setiap kilogram bahan baku ubi kayu. Berdasar hasil perhitungan, nilai konversi sebesar 0,22 yang artinya setiap pengolahan satu kilogram ubi kayu menghasilkan 0,22 Kg keripik ketela rasa gadung dalam satu kali proses produksi pada Agroindustri Top AE. Jumlah tenaga kerja luar pada Agroindustri Top AE sejumlah 1 orang dengan jam kerja selama 21 jam/produksi yang dibagi menjadi 3 hari kerja. Upah yang diterima oleh tenaga kerja adalah sebesar Rp. 70.000 per hari dan Rp. 10.000 per jam. Nilai koefisien tenaga kerja merupakan besarnya

produktivitas dari tenaga kerja langsung atau efisiensi penggunaan tenaga kerja pada kegiatan produksi keripik ketela rasa gadung. Koefisien tenaga kerja pada pengolahan keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE adalah sebesar 0,21. Perhitungan tersebut diperoleh dari jumlah input tenaga kerja dibagi dengan jumlah input bahan baku.

Produk keripik ketela rasa gadung dikemas dengan menggunakan standing pouch dengan berat 100 gram. Harga jual dari produk keripik ketela rasa gadung adalah sebesar Rp. 9.583 per 100 gram sehingga harga keripik ketela rasa gadung per kilogram nya adalah sebesar Rp. 95.830. Harga jual produk dalam satu kali proses produksi mencapai Rp. 2.108.260 / produksi. Nilai ini didapatkan dari 22 Kg dikalikan dengan harga jual per kilogram yaitu Rp. 95.830.

Harga input bahan baku merupakan harga dari bahan baku per kilogram. Bahan baku yang digunakan untuk produksi keripik ketela rasa gadung adalah ubi kayu. Besarnya bahan baku ubi kayu dalam satu kali produksi adalah sebesar 101,42 Kg dengan harga sebesar Rp. 1.233 per kilogram. Biaya yang diperhitungkan dalam proses pengolahan keripik ketela rasa gadung selain biaya bahan baku adalah biaya bahan baku penunjang seperti garam dan minyak, biaya kemasan dan stiker, biaya penyusutan alat, biaya listrik, biaya transportasi, dan biaya gas. Biaya-biaya yang harus dikeluarkan dalam satu kali produksi meliputi garam sebesar Rp. 9.175, biaya minyak sebesar Rp. 67.721, biaya plastik kemasan sebesar Rp. 85.667, biaya stiker kemasan sebesar Rp. 53.542, biaya penyusutan alat sebesar Rp. 563.085, biaya gas sebesar Rp. 53.250, biaya listrik sebesar Rp. 29.125, biaya air sebesar Rp. 9.000, serta biaya transportasi sebesar Rp. 30.156. Total biaya sumbangan input lain sebesar Rp. 900.720 per produksi dan Rp. 8.883 per kilogram bahan baku.

Harga 1 Kg bahan baku ubi kayu yaitu sebesar Rp. 1.233/Kg mengalami perubahan menjadi Rp. 20.788/Kg setelah diolah menjadi keripik ketela rasa gadung. Nilai output diperoleh dari perkalian antara nilai konversi dengan harga output. Berdasar perhitungan nilai tambah, besarnya nilai tambah pada pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung bernilai positif yaitu sebesar Rp. 10.672/Kg artinya nilai tambah setiap satu kilogram bahan baku ubi

kayu yang diolah menjadi keripik ketela rasa gadung adalah sebesar Rp. 10.672. Besarnya nilai tambah ini diperoleh dari perhitungan nilai output dikurangi total input bahan baku dan total sumbangan input lain. Penyebab besarnya nilai tambah tersebut adalah karena harga produk keripik ketela rasa gadung per kemasan yang dijual, harga bahan baku ubi kayu, dan biaya input lain yang dibutuhkan untuk mengolah ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung. Rasio nilai tambah yang diperoleh sebesar 51,34% yang artinya bahwa dalam pengolahan bahan baku ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung, rasio nilai tambah yang didapatkan per kilogramnya adalah 51,34% dari nilai produk. Rasio nilai tambah ini diperoleh dari nilai tambah dibagi dengan nilai produk yang dinyatakan dalam persen (%). Menurut kriteria pengujian Hubeis (Hubeis, 1997) mengatakan bahwa rasio nilai tambah dikatakan tinggi apabila lebih dari 40% sehingga rasio nilai tambah pada pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE tergolong tinggi.

Pendapatan tenaga kerja untuk setiap kilogram bahan baku yang diolah menjadi keripik ketela rasa gadung sebesar Rp. 2.071/Kg bahan baku dengan pangsa tenaga kerja sebesar 19,40%. Pendapatan tenaga kerja tersebut diperoleh dari perkalian antara koefisien tenaga kerja dengan upah tenaga kerja. Pangsa tenaga kerja merupakan besarnya balas jasa yang diterima oleh tenaga kerja dalam satu kali proses produksi.

Berdasar perhitungan, keuntungan yang diperoleh oleh Agroindustri Top AE dalam mengolah ubi kayu menjadi kripik ketela rasa gadung adalah sebesar Rp. 8.601 per Kg bahan baku. Artinya setiap kilogram bahan baku ubi kayu yang diolah menjadi keripik ketela rasa gadung menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 8.601. Besarnya rasio keuntungan bahan baku ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung sebesar 41,38% per Kg yang artinya setiap kilogram bahan baku ubi kayu yang diolah menjadi keripik ketela rasa gadung memiliki rasio keuntungan sebesar 41,38%. Rasio keuntungan ini diperoleh dari besarnya keuntungan dibagi dengan nilai output yang dinyatakan dalam persen.

Marjin merupakan selisih antara nilai output dengan harga input bahan baku per Kg. Marjin dalam analisis nilai tambah dapat didistribusikan kepada imbalan

tenaga kerja, sumbangan input lain, dan keuntungan perusahaan. Marjin yang diperoleh dari pengolahan satu kilogram ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung adalah Rp. 19.555 yang didistribusikan untuk tenaga kerja langsung sebesar 10,59%, sumbangan input lain sebesar 45,43%, dan keuntungan perusahaan sebesar 43,99%. Apabila dilihat dari ketiga marjin yang paling tinggi adalah didistribusikan untuk keuntungan perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa pengolahan ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE memberikan distribusi yang tinggi untuk keuntungan perusahaan.

Menurut penelitian dari Firnanda (2021) dengan judul Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu sebagai Bahan Baku Keripik di UD. Sinar Gemilang Desa Bobol Kecamatan Sekar Kabupaten Bojonegoro, nilai tambah ubi kayu menjadi keripik singkong sebesar Rp. 9.548 per kg bahan baku dengan rasio nilai tambah sebesar 65,1%. Sehingga rasio nilai tambah pengolahan ubi kayu menjadi keripik singkong tergolong tinggi karena lebih dari 40%.

4.4. Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung Pada Agroindustri Top AE

Agroindustri Top AE merupakan agroindustri yang mengolah produk berbahan baku ubi kayu yaitu keripik ketela rasa gadung. Pengolahan produk yang lebih inovatif yaitu keripik ketela rasa gadung dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan nilai tambah dan pendapatan Agroindustri Top AE. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam proses produksi keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE, sehingga diperlukan adanya strategi untuk mengembangkan usaha. Penentuan strategi pengembangan usaha ini dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT yaitu dengan cara menganalisis faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE.

4.4.1. Analisis Faktor Internal Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE

Faktor internal merupakan faktor-faktor yang berasal dari dalam agroindustri yang meliputi kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) yang dapat mendukung pengembangan Agroindustri Top AE. Berdasar kondisi di

lapang, terdapat 3 kekuatan dan 4 kelemahan pada agroindustri Top AE yang secara rinci disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 7 Faktor Internal Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo

Faktor Internal	Strength	Weakness
Kekuatan (Strength)		
Adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT)	S1	
Olahan produk yang inovatif	S2	
Kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku	S3	
Kelemahan (Weakness)		
Skala produksi yang rendah		W1
Jumlah tenaga kerja terbatas		W2
Belum adanya peralatan modern		W3
Terbatasnya modal usaha		W4

Sumber: Data Primer Diolah, 2022 (Lampiran 20, Halaman 91)

Berdasar Tabel 4.7 Analisis faktor internal meliputi kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki Agroindustri Top AE. Faktor internal yang tergolong dalam kekuatan Agroindustri Top AE yaitu: adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT), olahan produk yang inovatif, dan kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku. Faktor internal yang tergolong kelemahan Agroindustri Top AE yaitu: skala produksi yang rendah, jumlah tenaga kerja terbatas, belum adanya teknologi modern, dan terbatasnya modal usaha. Berikut merupakan penjelasan masing-masing faktor internal:

a. Kekuatan (Strength)

1. Adanya legalitas usaha (S1)

Agroindustri Top AE telah memiliki legalitas usaha seperti Surat Keterangan Usaha (SKU) dari Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dan juga legalitas P-IRT atau Pangan Industri Rumah Tangga. Surat legalitas usaha ini didapatkan oleh Agroindustri Top AE pada bulan Maret 2019. Adanya surat legalitas usaha seperti SKU dan P-IRT ini dapat menjadi kekuatan bagi Agroindustri Top AE dalam mengembangkan dan memasarkan produknya di Kabupaten Ponorogo. Agroindustri Top AE juga telah memiliki sertifikat Halal yang didapatkan pada 19 November 2020.

2. Olahan produk yang inovatif (S2)

Produk keripik ketela rasa gadung memiliki rasa yang berbeda dengan keripik ketela pada umumnya yaitu memiliki rasa seperti umbi gadung. Rasa seperti umbi gadung ini didapatkan pada proses perendaman yang dilakukan selama 2 hari dengan mengganti air nya setiap hari. Rasa yang dimiliki keripik ketela rasa gadung ini seperti keripik gadung yang memiliki tekstur renyah dan rasa yang gurih, sehingga banyak orang yang menyukainya. Hal ini menjadi kekuatan bagi Agroindustri Top AE karena produk yang dijual inovatif.

3. Kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku (S3)

Bahan baku merupakan komponen yang paling penting dalam proses pengolahan keripik ketela rasa gadung, sehingga agroindustri harus dapat memenuhi pasokan bahan baku setiap kali akan melakukan produksi. Sifat ubi kayu yang mudah rusak menyebabkan Agroindustri Top AE harus memiliki pasokan ubi kayu yang *fresh* ketika akan melakukan proses produksi. Berdasar kondisi dilapang, Agroindustri Top AE mampu memperoleh bahan baku ubi kayu setiap akan melakukan produksi mengingat Kabupaten Ponorogo merupakan penghasil ubi kayu tertinggi di Jawa Timur sehingga ketersediaan bahan baku melimpah. Kemampuan agroindustri untuk memperoleh bahan baku ini menjadi kekuatan yang dimiliki dalam kestabilan kegiatan proses produksi.

b. Kelemahan (Weakness)

1. Skala produksi yang rendah (W1)

Skala produksi produk olahan keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE masih dalam skala yang rendah karena kegiatan produksi hanya dilakukan satu kali dalam satu bulan. Rendahnya skala produksi disebabkan karena adanya keterbatasan modal dan tenaga kerja. Hal ini menjadi kelemahan dari Agroindustri Top AE untuk mengembangkan usaha.

2. Jumlah tenaga kerja terbatas (W2)

Tenaga kerja yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE untuk mengolah keripik ketela rasa gadung masih terbatas yaitu hanya 4 orang yaitu 1 tenaga kerja luar dan 3 tenaga kerja keluarga. Rendahnya jumlah tenaga kerja tentunya akan mempengaruhi skala produksi yang dilakukan yaitu cenderung rendah.

Hal ini menjadi kelemahan dari Agroindustri Top AE.

3. Belum adanya peralatan modern (W3)

Peralatan merupakan alat-alat yang digunakan untuk melakukan proses pengolahan keripik ketela rasa gadung. Peran dari peralatan sangatlah penting untuk mendukung proses produksi. Pada Agroindustri Top AE kegiatan produksi masih dilakukan dengan menggunakan peralatan secara manual tanpa adanya peralatan modern. Hal ini tentunya akan mempengaruhi hasil dari olahan keripik ketela rasa gadung dan juga mempengaruhi lamanya proses produksi. Belum adanya peralatan modern ini menjadi kelemahan yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE.

4. Terbatasnya modal usaha (W4)

Modal merupakan faktor yang terpenting dalam mengembangkan suatu usaha. Pada Agroindustri Top AE modal yang digunakan masih terbatas sehingga mempengaruhi jumlah produksi yang dilakukan. Selain itu beberapa produk dari Agroindustri Top AE dijual dengan sistem penitipan pada swalayan-swalayan di Kabupaten Ponorogo sehingga perputaran modal masih terbatas. Hal ini menjadi kelemahan dari Agroindustri Top AE dalam mengembangkan usaha.

4.4.2. Analisis Faktor Eksternal Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE

Faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang berasal dari luar Agroindustri Top AE yang terdiri dari peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Berdasar kondisi di lapang, terdapat 5 peluang dan 4 ancaman pada Agroindustri Top AE yang secara rinci disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 8 Faktor Eksternal Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo

Faktor Eksternal	Opportunities	Threats
Peluang (Opportunities)		
Produk sejenis masih jarang	O1	
Adanya kerja sama dengan Indomaret	O2	
Harga bahan baku lebih stabil	O3	
Pasar terbuka luas	O4	
Kemajuan teknologi informasi	O5	
Ancaman (Threats)		
Kualitas bahan baku kurang konsisten		T1

Faktor Eksternal	Opportunities	Threats
Adanya persaingan pasar		T2
Perubahan iklim		T3
Kenaikan harga BBM		T4

Sumber: *Data Primer Diolah, 2022* (Lampiran 21, Halaman 91)

Berdasar Tabel 4.8 Analisis faktor eksternal meliputi Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) yang dimiliki Agroindustri Top AE. Faktor eksternal yang tergolong dalam peluang agroindustri Top AE yaitu: produk sejenis masih jarang, adanya kerja sama dengan Indomaret, harga bahan baku lebih stabil, pasar terbuka luas, dan kemajuan teknologi informasi. Faktor eksternal yang tergolong ancaman pada Agroindustri Top AE yaitu: kualitas bahan baku kurang konsisten, adanya persaingan pasar, perubahan iklim, dan kenaikan harga BBM. Berikut merupakan penjelasan masing-masing faktor eksternal:

a. Peluang (*Opportunities*)

1. Produk sejenis masih jarang (O1)

Produk olahan berbahan baku ubi kayu yang banyak di produksi di Kabupaten Ponorogo adalah keripik ketela biasa dengan inovasi rasa-rasa seperti balado, *barbeque*, jagung, dll, sedangkan produk keripik ketela rasa gadung masih sedikit diproduksi di Kabupaten Ponorogo. Hal ini menjadi peluang bagi Agroindustri Top AE untuk mengembangkan usaha mengingat masih sedikit produk yang sejenis.

2. Adanya kerja sama dengan Indomaret (O2)

Agroindustri Top AE merupakan satu dari 12 Agroindustri di Kabupaten Ponorogo yang mengikuti mitra dengan Indomaret. Produk yang lolos untuk bermitra dengan Indomaret adalah keripik ketela rasa gadung. Adanya kerja sama dengan Indomaret ini tentunya akan mempengaruhi besarnya penjualan dari produk keripik ketela rasa gadung, mengingat terdapat banyak gerai Indomaret di Kabupaten Ponorogo.

3. Harga bahan baku lebih stabil (O3)

Pemesanan bahan baku ubi kayu yang dilakukan oleh Agroindustri Top AE dalam satu kali pesan adalah 2 karung dengan berat 100 Kg. Pemesanan dengan

jumlah yang cukup besar ini tentunya akan mempengaruhi harga dari ubi kayu. Rata-rata harga ubi kayu per Kg adalah Rp 1.000 hingga Rp 1.500 dan harga ini cenderung stabil. Hal ini menjadi peluang bagi Agroindustri Top AE dalam mengembangkan usaha mengingat harga bahan baku yang cenderung lebih stabil.

4. Pasar terbuka luas (O4)

Adanya kerja sama dengan Indomaret menjadi peluang yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE karena produk mulai banyak dikenal oleh masyarakat di Kabupaten Ponorogo. Semakin banyak gerai Indomaret di Kabupaten Ponorogo saat ini semakin luas juga pasar untuk menjual produk keripik ketela rasa gadung. Banyaknya kerja sama dengan swalayan yang ada di Kabupaten Ponorogo juga akan meningkatkan penjualan produk keripik ketela rasa gadung.

5. Kemajuan teknologi informasi (O5)

Adanya kemajuan informasi seperti saat ini dapat mempermudah Agroindustri Top AE untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat luas. Perkembangan teknologi juga mendukung pasar semakin luas karena produk dapat dipasarkan melalui media online yang kini semakin banyak berkembang baik media sosial seperti Facebook dan Instagram maupun toko online seperti Shopee dan Tokopedia.

b. Ancaman (*Threats*)

1. Kualitas bahan baku kurang konsisten (T1)

Agroindustri Top AE sudah mampu memperoleh bahan baku yang berkualitas, namun karena pemesanan dilakukan dengan skala yang cukup besar sehingga terkadang terdapat beberapa ubi kayu yang berjenis pahit dan juga terdapat ubi kayu yang mulai berwarna ke biru-biru an. Hal ini tentunya akan mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan.

2. Adanya persaingan pasar (T2)

Perkembangan teknologi yang semakin luas mendorong Agroindustri Top AE untuk menjual produknya melalui media sosial. Selain itu semakin banyaknya swalayan dan Indomaret di Kabupaten Ponorogo dapat memperluas pasar dari Agroindustri Top AE. Namun hal ini menjadi tantangan bagi Agroindustri Top AE karena banyaknya persaingan pasar. Banyak agroindustri-agroindustri sejenis

yang juga menjual produk ke swalayan-swalayan di Kabupaten Ponorogo.

3. Perubahan iklim (T3)

Iklim sangat mempengaruhi proses produksi dari keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE karena proses penjemuran masih dilakukan secara manual yaitu dengan menjemur dibawah sinar matahari. Perubahan iklim yang sering terjadi menyebabkan proses penjemuran semakin lama yaitu bisa memakan waktu 1-2 hari sehingga akan memperlambat proses produksi.

4. Kenaikan harga BBM (T4)

Salah satu ancaman bagi Agroindustri Top AE dalam mengembangkan usahanya adalah kenaikan harga BBM. Pada bulan September 2022 pemerintah resmi menaikkan harga BBM yaitu pertalite dari harga Rp. 7.650 menjadi Rp. 10.000. Kenaikan harga BBM ini tentunya sangat berpengaruh pada biaya yang dikeluarkan oleh Agroindustri Top AE dalam memasarkan produknya. Hal ini berkaitan dengan jarak antara tempat produksi dengan pusat kota yang cukup jauh sehingga dalam mengantarkan produk membutuhkan BBM yang cukup banyak.

4.4.3. Hasil Perhitungan Nilai IFAS dan EFAS Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE

Faktor strategi internal dan eksternal pada Agroindustri Top AE yang telah diidentifikasi selanjutnya dianalisis untuk menemukan nilai IFAS dan EFAS. Faktor-faktor strategis diatas dianalisis dengan menentukan bobot dan rating. Rating berasal dari wawancara dengan narasumber yang nantinya dapat digunakan untuk mengetahui besarnya bobot dari masing-masing faktor strategi. Jumlah bobot antara masing-masing faktor internal dan eksternal harus sama dengan satu. Sedangkan untuk rating tidak dijumlahkan antara faktor karena rating hanya bentuk penilaian dari suatu faktor strategi kekuatan dan kelemahan. Berikut merupakan perhitungan nilai IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*):

A. Perhitungan nilai IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE

Perhitungan nilai IFAS dilakukan dengan mencari besarnya nilai yang diperoleh dari hasil perkalian antara bobot dan rating. Berikut merupakan tabel

perhitungan nilai IFAS:

Tabel 4. 9 Penentuan Skor IFAS pada Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan				
1	Adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT)	0,18	3,75	0,69
2	Olahan produk yang inovatif	0,13	2,75	0,36
3	Kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku	0,11	2,38	0,27
Total Kekuatan		0,43	8,88	1,32
Kelemahan				
1	Skala produksi rendah	0,11	1,38	0,14
2	Jumlah TK terbatas	0,20	2,63	0,52
3	Belum adanya peralatan modern	0,16	2,13	0,35
4	Terbatasnya modal usaha	0,11	1,38	0,15
Total Kelemahan		0,57	7,50	1,15
Jumlah		1,00		
Total skor IFAS				2,47

Sumber: Data primer diolah, 2022 (lampiran 24, halaman 105)

Berdasar tabel 4.9 total skor IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) adalah sebesar 2,47. Skor total dari ketiga faktor strategi kekuatan adalah 0,69 untuk legalitas usaha, 0,36 untuk produk yang inovatif, dan 0,27 untuk kemampuan memperoleh bahan baku. Total skor strategi kekuatan adalah 1,32. Faktor strategi kelemahan memiliki 4 faktor strategi yaitu 0,14 untuk skala produksi yang rendah, 0,52 untuk jumlah tenaga kerja terbatas, 0,35 untuk belum adanya peralatan modern, dan 0,15 untuk terbatasnya modal. Total skor faktor strategi kelemahan adalah sebesar 1,15.

B. Perhitungan nilai EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*) Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE

Perhitungan nilai EFAS dilakukan dengan mencari besarnya nilai yang diperoleh dari hasil perkalian antara bobot dan rating. Berikut merupakan tabel perhitungan nilai EFAS:

Tabel 4. 10 Penentuan Skor EFAS Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE

Faktor Strategi Eksternal		Bobot	Rating	Nilai
Peluang				
1	Produk sejenis masih jarang	0,08	2,13	0,18
2	Adanya kerja sama dengan Indomaret	0,13	3,13	0,39
3	Harga bahan baku lebih stabil	0,08	2,00	0,16

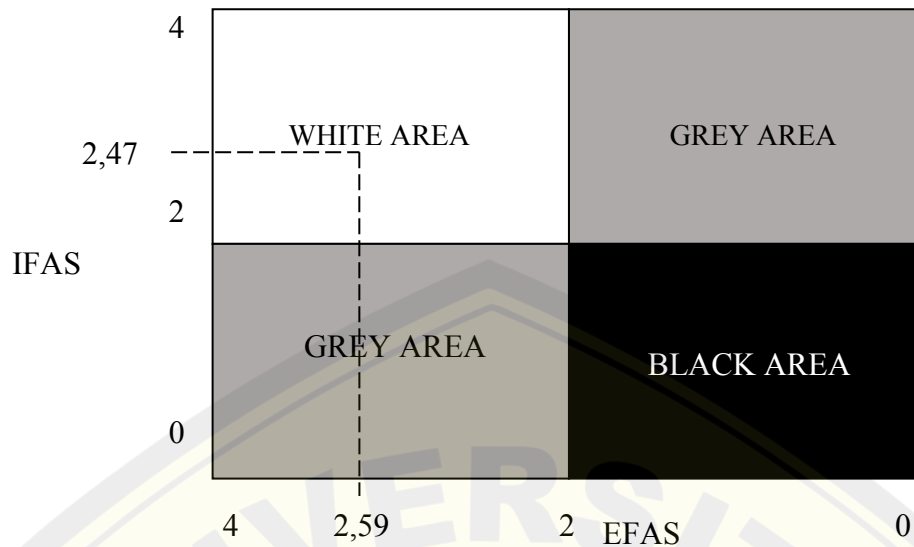
Faktor Strategi Eksternal		Bobot	Rating	Nilai
4	Pasar terbuka luas	0,14	3,38	0,46
5	Kemajuan teknologi informasi	0,13	3,25	0,42
Total Peluang		0,56		1,61
Ancaman				
1	Kualitas bahan baku kurang konsisten	0,13	2,38	0,31
2	Adanya persaingan pasar	0,08	1,50	0,13
3	Perubahan iklim	0,15	2,75	0,40
4	Kenaikan harga BBM	0,08	1,63	0,14
Total Ancaman		0,44		0,97
Jumlah		1,00		
Total skor EFAS				2,59

Sumber: Data primer diolah, 2022 (lampiran 25, halaman 106)

Berdasar tabel 4.10 total skor EFAS (Eksternal *Factor Analysis Strategy*) adalah sebesar 2,59. Skor total dari ke lima faktor strategi peluang adalah 0,18 untuk produk sejenis masih jarang, 0,39 untuk kerja sama dengan Indomaret, 0,16 untuk harga bahan baku lebih stabil, 0,46 untuk pasar terbuka luas, dan 0,42 untuk kemajuan teknologi informasi. Total skor strategi peluang adalah 1,61. Faktor strategi ancaman memiliki 4 faktor strategi yaitu 0,31 untuk kualitas bahan baku kurang konsisten, 0,13 untuk adanya persaingan pasar, 0,40 untuk perubahan iklim, dan 0,14 untuk kenaikan harga BBM. Total skor faktor strategi ancaman adalah sebesar 0,97.

4.4.4. Analisis Matrik Posisi Kompetitif Relatif Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo

Setelah menentukan besarnya nilai IFAS dan EFAS selanjutnya melakukan analisis dengan menggunakan matriks posisi kompetitif relatif. Tujuan analisis matriks kompetitif relatif yaitu untuk mengetahui letak area kompetitif Agroindustri Top AE dengan kompetitor atau usaha yang sejenis. Berikut merupakan gambar matriks posisi kompetitif relatif Agroindustri Top AE:



Gambar 4. 10 Diagram Matriks Posisi Kompetitif Relatif Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE

Berdasar gambar 4.10 nilai IFAS menunjukkan nilai 2,47 dan nilai EFAS menunjukkan nilai 2,59. Berdasar nilai IFAS dan EFAS, posisi kompetitif Agroindustri Top AE berada pada kuadran satu yaitu *white area*. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi Agroindustri keripik ketela rasa gadung Top AE memiliki peluang dan kekuatan, harapannya dengan adanya kekuatan tersebut dapat memanfaatkan peluang yang ada sehingga dapat digunakan untuk mengembangkan usaha.

Terdapat 3 kekuatan dan 5 peluang yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE untuk mengembangkan usaha. Kekuatan tersebut yaitu adanya legalitas usaha (ijin usaha dan P-IRT), olahan produk yang inovatif, dan kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku. Peluang yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE yaitu produk sejenis masih jarang, adanya kerja sama dengan Indomaret, harga bahan baku lebih stabil, pasar terbuka luas, dan kemajuan teknologi informasi.

4.4.5. Analisis Matrik Internal Eksternal Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo

Hasil perhitungan nilai faktor internal dan eksternal usaha keripik ketela rasa gadung dapat dilihat pada matriks internal eksternal gambar 4.11.

TOTAL SKOR IFAS

		Rata-Rata			Lemah		
		4,0	3,0	2,47	2,0	1,0	
T O T A L S K O R E F A S	Tinggi	I Growth	II Growth	III Retrenchment			
	3,0						
	2,59	IV Stability	V Growth/Stability	VI Retrenchment			
	Menengah						
	2,0						
	Rendah	VII Growth	VIII Growth	IX Retrenchment			
	1,0						

Gambar 4. 11 Matriks Internal Eksternal Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE

Berdasar Gambar 4.11 hasil perhitungan nilai IFAS sebesar 2,47 dan EFAS sebesar 2,59 menunjukkan posisi keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE berada pada daerah V yaitu daerah pertumbuhan/stabilitas. Strategi yang dapat dilakukan oleh Agroindustri Top AE adalah memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada. Pada posisi V ini Agroindustri Top AE dikatakan menguntungkan karena menjadi peluang yang baik untuk mengembangkan usaha pengolahan keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE.

4.4.6. Analisis Matriks SWOT Usaha Keripik Ketela Rasa Gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo

Berdasar analisis faktor internal dan eksternal untuk mengembangkan usaha keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat digunakan. Berikut merupakan tabel matriks SWOT usaha keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE di Kabupaten Ponorogo.

Tabel 4. 11 Matriks SWOT usaha Keripik Ketela Rasa pada Gadung Agroindustri Top AE

Faktor Internal	<p>Kekuatan (Strength-S)</p> <ol style="list-style-type: none"> Adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT) Olahan produk yang 	<p>Kelemahan (Weakness-W)</p> <ol style="list-style-type: none"> Skala produksi rendah Jumlah TK terbatas
-----------------	---	--

Faktor Eksternal	inovatif 3. Kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku	3. Belum adanya teknologi modern 4. Terbatasnya modal usaha
Peluang (Opportunities-O) 1. Produk sejenis masih jarang 2. Adanya kerja sama dengan Indomaret 3. Harga bahan baku lebih stabil 4. Pasar terbuka luas 5. Kemajuan teknologi informasi	Strategi (S-O) 1. Peningkatkan kapasitas produksi keripik ketela rasa gadung (S ₂ , S ₃ , O ₂ , O ₃ , O ₄) 2. Pertahanan dan perluasan jangkauan pasar (S ₁ , S ₂ , O ₁ , O ₂ , O ₄ , O ₅)	Strategi (W-O) 1. Pengembangan usaha melalui kerja sama dengan Lembaga keuangan (W ₁ , W ₄ , O ₂ , O ₃ , O ₄)
Ancaman (Threats-T) 1. Kualitas bahan baku kurang konsisten 2. Adanya persaingan pasar 3. Perubahan iklim 4. Kenaikan harga BBM	Strategi (S-T) 1. Penjagaan kualitas produk keripik ketela rasa gadung (S ₁ , S ₂ , S ₃ , T ₁ , T ₂ , T ₄)	Strategi (W-T) 1. Penggunaan teknologi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk (W ₁ , W ₂ , T ₁ , T ₃)

Sumber: Data primer diolah, 2022 (lampiran 26, halaman 106)

1. Strategi S-O

Strategi S-O merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebagai upaya untuk mengembangkan usaha keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE. Terdapat alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh Agroindustri Top AE yaitu peningkatan kapasitas produksi keripik ketela rasa gadung serta pertahanan dan perluasan jaringan pasar. Strategi ini didukung dengan kekuatan yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE yaitu kemampuan agroindustri untuk memperoleh bahan baku. Melimpahnya bahan baku ubi kayu di Kabupaten Ponorogo dapat mendukung peningkatan produksi keripik ketela rasa gadung. Perluasan jangkauan pasar dapat dilakukan dengan menjual produk melalui media sosial sehingga pemasaran tidak hanya didalam kota saja tetapi juga di luar kota.

2. Strategi W-O

Strategi W-O merupakan strategi yang menggunakan peluang untuk meminimalisir kelemahan yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE. Alternatif strategi yang dapat dilakukan yaitu kerja sama dengan lembaga keuangan untuk mengembangkan usaha. Strategi ini dilakukan untuk meminimalisir kelemahan yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE yaitu skala produksi yang rendah dan keterbatasan modal, dan juga untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki yaitu adanya kerja sama dengan Indomaret, harga bahan baku lebih stabil, dan pasar terbuka luas. Adanya strategi kerja sama dengan lembaga keuangan dapat meningkatkan modal dan produksi keripik ketela rasa gadung sehingga dapat memperluas pasar.

3. Strategi S-T

Strategi S-T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk meminimalisir ancaman yang dapat menghambat pengembangan usaha Agroindustri Top AE. Alternatif strategi yang dapat dilakukan yaitu penjagaan kualitas produk keripik ketela rasa gadung. Strategi ini didukung oleh kekuatan Agroindustri Top AE yaitu adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT), olahan produk yang inovatif, dan kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku. Strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan adalah pertahanan kualitas produk keripik ketela rasa gadung, sehingga produk dapat bersaing di pasar. Ancaman kualitas bahan baku yang kurang konsisten tentunya juga akan berpengaruh pada kualitas produk yang dihasilkan sehingga penting bagi Agroindustri Top AE untuk menjaga kualitas produk keripik ketela rasa gadung.

4. Strategi W-T

Strategi W-T merupakan strategi yang meminimalisir kelemahan dan ancaman yang dapat menghambat pengembangan usaha agroindustri Top AE. Alternatif strategi yang dapat dilakukan yaitu penggunaan teknologi untuk peningkatan kualitas dan kuantitas produk keripik ketela rasa gadung. Teknologi produksi sangat dibutuhkan oleh Agroindustri Top AE untuk membantu proses produksi, hal ini dapat dilihat dari rendahnya skala produksi dan tenaga kerja, sehingga dengan adanya strategi ini dapat meminimalkan kelemahan yaitu skala

produksi rendah dan jumlah tenaga kerja terbatas, serta untuk menghindari ancaman yaitu kualitas bahan baku yang kurang konsisten dan perubahan iklim. Adanya teknologi produksi seperti mesin oven dapat mempercepat proses penjemuran yang biasanya memakan waktu 1-2 hari dan sangat bergantung dengan cuaca, sehingga dapat mempersingkat proses produksi.

Berdasar analisis matriks posisi kompetitif relatif, posisi Agroindustri Top AE berada pada kuadran 1 yaitu *white area*, dimana pada daerah ini Agroindustri memiliki kekuatan dan peluang untuk mengembangkan usaha. Sehingga pengembangan usaha agroindustri keripik ketela rasa gadung Top AE diarahkan pada strategi S-O. Alternatif strategi yang dapat dilakukan yaitu (1) Peningkatan kapasitas produksi keripik ketela rasa gadung dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE yaitu olahan produk yang inovatif dan kemampuan agroindustri untuk memperoleh bahan baku serta peluang yang dimiliki yaitu produk sejenis masih jarang, adanya kerja sama dengan Indomaret, pasar terbuka luas, dan kemajuan teknologi informasi. (2) pertahanan dan perluasan pemasaran dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh Agroindustri Top AE yaitu adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT) dan olahan produk yang inovatif serta peluang yang dimiliki yaitu produk sejenis masih jarang, adanya kerja sama dengan Indomaret, pasar terbuka luas, dan kemajuan teknologi informasi.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

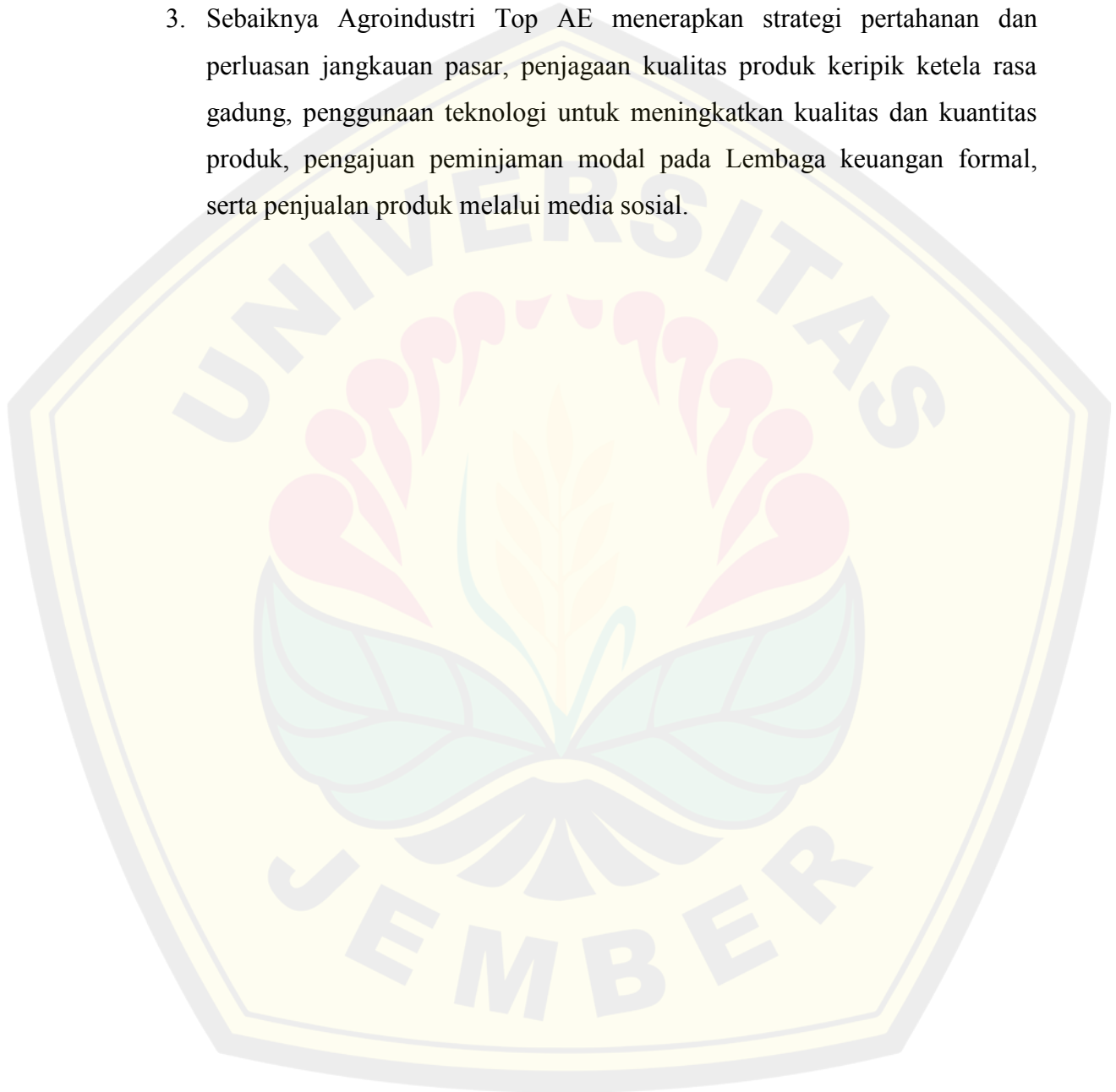
5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian nilai tambah dan strategi pengembangan usaha keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE:

1. Produksi keripik ketela rasa gadung adalah menguntungkan sebesar Rp. 9.495.776 per tahun. Jumlah biaya tetap pada produksi keripik ketela rasa gadung selama satu tahun adalah sebesar Rp. 7.063.024 dan total biaya variabel sebesar Rp. 8.071.200. Total biaya produksi keripik ketela rasa gadung selama satu tahun sebesar Rp.15.134.224, dengan total penerimaan sebesar Rp. 24.630.000.
2. Produksi ubi kayu menjadi keripik ketela rasa gadung mempunyai nilai tambah sebesar Rp. 10.672 per Kg bahan baku, sehingga diperoleh rasio nilai tambah sebesar 51,34%.
3. Strategi pengembangan usaha menunjukkan nilai IFAS sebesar 2,47 dan nilai EFAS sebesar 2,59 sehingga berada pada area kompetitif *white area* sedangkan posisi keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE berada pada daerah V yaitu daerah pertumbuhan/*stability*. Alternatif strategi pengembangan usaha keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE adalah peningkatan kapasitas produksi keripik ketela rasa gadung, pertahanan dan perluasan jangkauan pasar, kerja sama dengan lembaga keuangan, penjagaan kualitas produk keripik ketela rasa gadung, serta penggunaan teknologi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk.

5.2. Saran

1. Untuk memperbesar keuntungan dan nilai tambah, sebaiknya Agroindustri Top AE meningkatkan produksi keripik ketela rasa gadung.
2. Sebaiknya Agroindustri Top AE dapat memperhatikan kesejahteraan tenaga kerja.
3. Sebaiknya Agroindustri Top AE menerapkan strategi pertahanan dan perluasan jangkauan pasar, penjagaan kualitas produk keripik ketela rasa gadung, penggunaan teknologi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk, pengajuan peminjaman modal pada Lembaga keuangan formal, serta penjualan produk melalui media sosial.



DAFTAR PUSTAKA

- Arianti, Y. S & L. R. Waluyati. 2019. Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Merah di Kabupaten Madiun. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(2): 256–266.
- Arifin. 2016. *Pengantar Agroindustri*. Bandung: Mujahid Press.
- Balitkabi. 2021. Mempertinggi Harkat Ubi Kayu sebagai Bahan Pangan dan Industri. Diakses dari: <http://balitkabi.litbang.pertanian.go.id/berita/mempertinggi-harkat-ubi-kayu-sebagai-bahan-pangan-dan-industri/>.
- Darmawan, M. I., N. Hairiyah., & S. Hajar. 2018. Analisis Nilai Tambah dan Kelayakan Usaha Manisan Terung. *Jurnal Teknologi Agroindustri*, 5(2): 110–119.
- Elizabeth, R., & I. S. Anugrah. 2020. Pertanian Bioindustri Meningkatkan Daya saing Produk Agroindustri Dan Pembangunan Pertanian Berkelanjutan. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2): 871.
- Elvia, R. 2016. Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu Sebagai Bahan Baku Keripik ketela Pada Home Industry Pak Ali Di Desa Ujong Tanjung Kecamatan Mereubo Kabupaten Aceh Barat. (Skripsi, Universitas Teuku Umar, Meulaboh, Aceh Barat, Indonesia) Diakses dari http://repository.utu.ac.id/1452/1/BAB%20I_V.pdf.
- Febriyanti, M. I. Affandi., & U. Kalsum. 2017. Analisis Finansial dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Pisang Skala UMK di Kota Metro. *Jurnal Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 5(1): 48–56.
- Firnanda, F. A dan N. D. B Tamami. 2021. Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu sebagai Bahan Baku Keripik di UD. Sinar Gemilang Desa Bobol Kecamatan Sekar Kabupaten Bojonegoro. *Agriscience*, 2(2): 255-265.
- Gea, K. A., M. Gulo., & L. S. Gultom. 2021. Strategi Pengembangan Keripik ketela Di Desa Tuntungan Dusun Ii, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Agribizda*, 5(2): 79–92.
- Hamidah, M., A. H. A. Yusra. 2015. Analisis Nilai Tambah Agroindustri Kripik Ubi Di Kota Pontianak. *Jurnal Social Economic Of Agriculture*, 31(2): 259–264.
- Harsita, P. A. 2019. Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Produk Olahan

- Singkong. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 3(1): 19–27.
- Hastuti, D. R. D. 2017. *Ekonomika Agribisnis*. Makasar: Rumah Buku Carabaca.
- Hidayat, K., J. Efendi., & R. Faridz. 2019. Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Kerupuk Mentah Potato Dan Kentang Keriting Menggunakan Metode Economic Order Quantity (EOQ). *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 18(2): 125–134.
- Hunger, J. D. & T. L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Imran, S., A. Murtisari., & N. K. Murni. 2014. Analisis Nilai Tambah Keripik Ubi Kayu di UKM Barokah Kabupaten Bone Bolango. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 1(4): 207.
- Istiyanti, E., L. Rahayu., dan Sriyadi. 2018. Pengembangan Agroindustri Pangan Lokal Melalui Peningkatan Jaminan Mutu Pruduk dan Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Berdikari*, 6(1): 40-52.
- Kominfo Jatim. 2021. Indonesia Negara Penghasil Singkong Terbanyak Keempat Dunia. Diakses dari: <https://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/indonesia-negara-penghasil-singkong-terbanyak-keempat-dunia#:~:text=Di%20Indonesia%20sentra%20produksi,sebanyak%2016%2C3520juta%20ton>.
- Kiptiah, M., Nuryati., & M. P. Yasir. 2020. Analisis Nilai Tambah dan Kelayakan Usaha Keripik ketela di UD. Sukma Desa Sumber Makmur Kabupaten Tanah Laut. *Jurnal Teknologi Agro-Industri*, 7(1): 12–21.
- Kusno, K., dkk. 2018. Analisis Penentuan Persediaan Singkong Sebagai Bahan Baku Tape Singkong Pada Agroindustri Peuyeum Abas Sawargi, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 6(1):10–19.
- Maihini, S & Elfiana. 2016. Pemasaran Produk Pertanian Berbasis Agribisnis Dalam Upaya Percepatan Pertumbuhan Ekonomi Pedesaan. *Jurnal Lentera*, 16(18): 63–70.
- Marimin, dan N. Maghfiroh. 2010. *Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Martini, E. S. 2013. Aplikasi Teori Weber Dalam Pembangunan Agroindustri PT. Wina Pohan Di Banyuasin Sumatera Selata. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 9(2):125–134.

- Muhroil., D. Rochdiani., & C. Pardani. 2015. Analisis Usaha Agroindustri Gula Kelapa (Suatu Kasus di Kecamatan Langensari Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 1(3): 177–182.
- Nasution, S. B. 2019. Pengaruh Lama Perendaman Terhadap Kandungan Sianida Pada Ubi Kayu Beracun Tahun 2015. *Jurnal Ilmiah PANNMED (Pharmacist, Analyst, Nurse, Nutrition, Midwifery, Environment, Dentist)*, 10(2): 159–163.
- Novia, W., W. A. Zakaria., & D. A. H. Lestari. 2013. Analisis Nilai Tambah Dan Kelayakan Pengembangan Agroindustri Beras Siger. *JIIA*, 1(3): 210-217.
- Nurhapsa., Kartini., & Arham. 2015. Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usahatani Bawang Merah di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. *Jurnal Galung Tropika*, 4(3): 137–143.
- Panasea. 2021. *Budidaya Tanaman Singkong dan Peluang Bisnisnya*. Lampung: Elementa Media
- Pasau, M. A. B., M. Antara., & L. Damayanti. 2015. Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha Keripik Ubikayu Pada Industri Pundi Masdi Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis*, 3(3): 402-408.
- Prabowo, Y. D., A. Gandhi., & V. F. Nurunisa. 2020. Analisis Nilai Tambah Produk Olahan Kakao pada CV Wahyu Putra Mandiri, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur. *Agrihumanis*, 1(2): 77-86.
- Pridiatama, R., A. Kurniawan., & S. Sudrajat. 2019. Karakteristik Dan Tipologi Industri Mikro, Kecil, Dan Menengah Agroindustri Apel Di Kota Batu. *Media Komunikasi Geografi*, 20(1): 44–55.
- Rangkuti, Y. A. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Y. A., K. Saleh., & G. Harahap. 2021. Analisis Nilai Tambah Agroindustri Keripik ketela Terhadap Pendapatan UD Rezeki Baru Cap Adat Minang Desa Tandukan Raga Kecamatan Sinembah Tanjung Muda Hilir Kabupaten Deli Serdang. *Best Journal*, 4(1): 32–38.
- Rifky, E. K. 2016. Manajemen Produksi Keripik ketela Rasa Gadung Pada Home Industry Lancar di Desa Pacarpeluk Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang. *E Journal Boga*, 5(1), 182–191.
- Richana, N. 2013. *Menggali Potensi Ubi Kayu dan Ubi Jalar*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.

- Rosalia, F., A. Farid., & B. Sudarmanto. 2019. Pengaruh Partisipasi Petani Terhadap Efektivitas Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis Sembodo makmur. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(3): 229–238.
- Rukayah, I., S. Khaswarina., dan S. Edwina. 2015. Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik ketela Primadona Di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. *Jom Faperta*, 2(2): 1-15.
- Safiana. 2020. *Pengetahuan Bahan Hasil Pertanian*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Sagala, E & Suwarto. 2017. Manajemen Panen dan Pasca Panen Ubi Kayu (Manihot esculenta Crantz) untuk Bahan Baku Industri Tapioka di Lampung. *Buletin Agrohorti*, 5(3): 400–409.
- Santi, E. N & E. Wahyudi. 2021. Analisis Nilai Tambah Produk Olahan Jahe Merah Di Provinsi Kalimantan Timur (Studi Kasus Pengolahan Jahe Merah Instan pada Kelompok Wanita Tani Lestari Kelurahan Lempake Kecamatan Samarinda Utara). *Jurnal Agribis*, 13(1): 95–112.
- Sarlan, M. 2016. Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu Sebagai Bahan Baku Keripik ketela Di Kecamatan Labuhan Haji Kabupaten Lombok Timur (Kasus Agroindustri Keripik ketela KUB Wanita Sejahtera). *Journal Ilmiah Rinjani*, 3(1): 116–128.
- Septiawan., D. Rochdiani., & M. Yusuf. 2017. Analisis Biaya, Penerimaan, Pendapatan Dan R/C Pada Agroindustri Gula Aren. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 4(3): 360–365.
- Soegoto, A dan J. Sumarauw. 2014. Analisis Manajemen Usaha Petani dan Pertanian di Kawasan Agropolitan Dumoga untuk Menopang Ketahanan Pangan Nasional. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4): 233–245.
- Sulistiowati, Y. T., J. M. M. Aji., dan R. Hartadi. 2017. Analisis Nilai Tambah Dan Tingkat Produktivitas Kerjaserta Strategi Pengembangan Homeindustry Gula Kelapa Di Desa Tembokrejo Kecamatan Gumukmas Kabupaten Jember. *JSEP*, 10(2): 18-26.
- Supanjani. 2012. Teknik Budidaya Singkong Oleh Petani di Kota Bengkulu. *Agrin*, 16(2): 173–184.
- Surya, Y. P., S. Marwanti., & Kusnandar. 2016. Strategi Pengembangan Agroindustri Berbasis Ubi Kayu di Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1): 60–75

- Tim Penerbit KBM. 2020. *EnsiKlopedi Singkong (Deskripsi, Filosofi, Manfaat, Budidaya, dan Bisnis)*. Yogyakarta: Penerbit Karya Bakti Makmur.
- Umbara, D. S. 2017. Paradigma Masyarakat Terhadap Pemanfaatan Tanaman Singkong Sebagai Tanaman Produktif di Indonesia. *Jurnal Hexagro*, 1(1): 34–37.
- Wardani, I & M. H. Khoirudin. 2016. Perencanaan Strategi Pengembangan Agroindustri Kripik Singkong Presto Di Cassava Gedongan, Kelurahan Ledok, Salatiga. *Agronomika*, 10(2): 11-21.
- Widjajanta, B., dan A. Widyaningsih. 2007. *Mengasah Kemampuan Ekonomi*. Bandung: Citra Praya.
- Yuliani, R., & W. Widyakanti. 2020. Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan dan Label Pada UMKM. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2): 71–76.
- Zulkifli. 2012. Analisis Pendapatan Dan Nilai Tambah Pada Agroindustri Keripik Ubi Di Kecamatan Tanah Luas Kabupaten Aceh Utara. (Skripsi, Universitas Malikussaleh, Aceh Utara, Aceh, Indonesia). Diakses dari <https://rajoel90.files.wordpress.com/2012/09/analisis-pendapatan-dan-nilai.pdf>

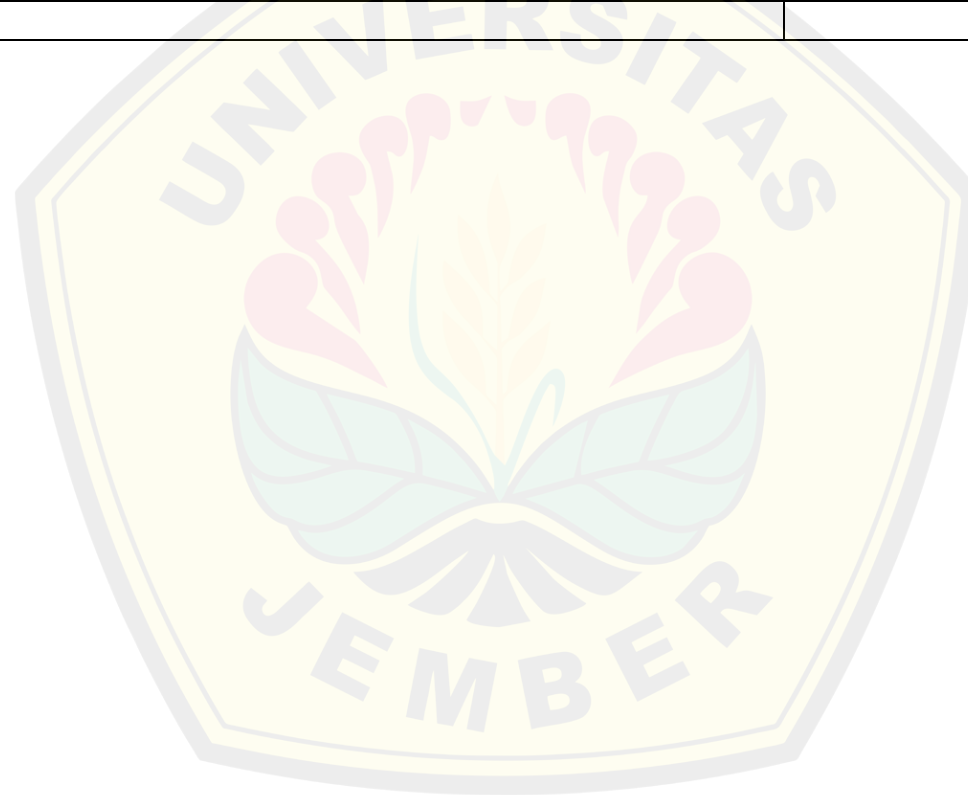
LAMPIRAN

Lampiran 1. Biaya Penyusutan Peralatan Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE

No.	Nama Alat	Jumlah (Unit)	Harga/Unit (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Total biaya investasi (Rp)	Biaya Penyusutan (Rp/tahun)
1	Bangunan	1	90.000.000	20	90.000.000	4500000
2	Motor	1	13.000.000	10	13.000.000	1300000
1	Kompas	1	300.000	3	300.000	100.000
2	Wajan	2	120.000	3	240.000	80.000
3	pisau	2	7.500	2	15.000	7.500
4	Pisau besar	1	15.000	2	15.000	7.500
5	gunting	2	5000	2	10.000	5.000
6	cutter	1	10.000	2	10.000	5.000
7	ember	4	54.000	2	216.000	108.000
8	Sutil	2	15.000	2	30.000	15.000
9	dandang	1	30.000	3	30.000	10.000
10	baskom	6	30.000	2	180.000	90.000
11	solet	2	7.500	2	15.000	7.500
12	Tampah (alat penjemur)	40	25.000	3	1.000.000	333.333
13	Perajang	1	350.000	5	350.000	70.000
14	pemantik api	1	10.000	3	10.000	3.333
15	Serok	3	30.000	3	90.000	30.000
16	Baskom saringan	4	5.000	2	20.000	10.000
17	timbangan besar	1	300.000	7	300.000	42.857

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

No.	Nama Alat	Jumlah (Unit)	Harga/Unit (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Total biaya investasi (Rp)	Biaya Penyusutan (Rp/tahun)
18	timbangan kecil	1	50.000	5	50.000	10.000
19	sealler	1	110.000	5	110.000	22.000
TOTAL						6.757.024



**Lampiran 2. Biaya Variabel Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan November 2021**

No	Jenis bahan	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Ubi kayu	102	Kg	1.200	122.400
2	Garam	3	Bungkus	3.000	9.000
3	Minyak	4	Liter	18.000	72.000
4	Plastik kemasan	210	Buah	400	84.000
5	Stiker kemasan	210	Buah	250	52.500
6	Gas LPG	3	buah	18.000	54.000
7	Transportasi	4	liter	7.650	30.600
8	Air	3	m ³	3.000	9.000
9	Listrik			28.400	28.400
10	Tenaga kerja luar	21	JKO	10.000	210.000
Total biaya variabel					671.900

*Produksi dilakukan satu kali dalam satu bulan

**Lampiran 3. Biaya Variabel Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan Desember 2021**

No	Jenis bahan	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Ubi kayu	100	Kg	1.100	110.000
2	Garam	2,5	Bungkus	3.000	7.500
3	Minyak	3,5	Liter	18.900	66.150
4	Plastik kemasan	201	Buah	400	80.400
5	Stiker kemasan	201	Buah	250	50.250
6	Gas LPG	2	buah	18.000	36.000
7	Transportasi	3	liter	7.650	22.950
8	Air	3	m ³	3.000	9.000
9	Listrik			26.200	26.200
10	Tenaga kerja luar	21	JKO	10.000	210.000
Total biaya variabel					618.450

*Produksi dilakukan satu kali dalam satu bulan

**Lampiran 4. Biaya Variabel Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan Januari 2022**

No	Jenis bahan	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Ubi kayu	108	Kg	1.100	118.800
2	Garam	4	Bungkus	3.000	12.000
3	Minyak	5	Liter	19.500	97.500
4	Plastik kemasan	235	Buah	400	94.000
5	Stiker kemasan	235	Buah	250	58.750
6	Gas LPG	3,5	buah	18.000	63.000
7	Transportasi	3	liter	7.650	22.950
8	Air	3	m ³	3.000	9.000
9	Listrik			32.000	32.000
10	Tenaga kerja luar	21	JKO	10.000	210.000
Total biaya variabel					718.000

*Produksi dilakukan satu kali dalam satu bulan

**Lampiran 5. Biaya Variabel Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan Februari 2022**

No	Jenis bahan	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Ubi kayu	100	Kg	1.400	140.000
2	Garam	3	Bungkus	3.000	9.000
3	Minyak	4	Liter	18.600	74.400
4	Plastik kemasan	215	Buah	400	86.000
5	Stiker kemasan	215	Buah	250	53.750
6	Gas LPG	3	buah	18.000	54.000
7	Transportasi	4	liter	7.650	30.600
8	Air	3	m ³	3.000	9.000
9	Listrik			28.000	28.000
10	Tenaga kerja luar	21	JKO	10.000	210.000
Total biaya variabel					694.750

*Produksi dilakukan satu kali dalam satu bulan

**Lampiran 6. Biaya Variabel Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan Maret 2022**

No	Jenis bahan	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Ubi kayu	102	Kg	1.200	122.400
2	Garam	3	Bungkus	3.000	9.000
3	Minyak	4	Liter	19.000	76.000
4	Plastik kemasan	221	Buah	400	88.400
5	Stiker kemasan	221	Buah	250	55.250
6	Gas LPG	3	buah	18.000	54.000
7	Transportasi	5	liter	7.650	38.250
8	Air	3	m ³	3.000	9.000
9	Listrik			27.000	27.000
10	Tenaga kerja luar	21	JKO	10.000	210.000
Total biaya variabel					689.300

*Produksi dilakukan satu kali dalam satu bulan

**Lampiran 7. Biaya Variabel Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan April 2022**

No	Jenis bahan	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Ubi kayu	105	Kg	1.300	136.500
2	Garam	2,5	Bungkus	3.000	7.500
3	Minyak	3,5	Liter	22.500	78.750
4	Plastik kemasan	196	Buah	400	78.400
5	Stiker kemasan	196	Buah	250	49.000
6	Gas LPG	2	buah	18.000	36.000
7	Transportasi	3	liter	7.650	22.950
8	Air	3	m ³	3.000	9.000
9	Listrik			30.500	30.500
10	Tenaga kerja luar	21	JKO	10.000	210.000
Total biaya variabel					658.600

*Produksi dilakukan satu kali dalam satu bulan

**Lampiran 8. Biaya Variabel Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan Mei 2022**

No	Jenis bahan	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Ubi kayu	99	Kg	1.300	128.700
2	Garam	3	Bungkus	3.000	9.000
3	Minyak	4	Liter	17.000	68.000
4	Plastik kemasan	216	Buah	400	86.400
5	Stiker kemasan	216	Buah	250	54.000
6	Gas LPG	3	buah	18.000	54.000
7	Transportasi	5	liter	7.650	38.250
8	Air	3	m ³	3.000	9.000
9	Listrik			29.900	29.900
10	Tenaga kerja luar	21	JKO	10.000	210.000
Total biaya variabel					687.250

*Produksi dilakukan satu kali dalam satu bulan

**Lampiran 9. Biaya Variabel Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan Juni 2022**

No	Jenis bahan	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Ubi kayu	102	Kg	1.300	132.600
2	Garam	3,7	Bungkus	3.000	11.100
3	Minyak	4	Liter	15.700	62.800
4	Plastik kemasan	223	Buah	400	89.200
5	Stiker kemasan	223	Buah	250	55.750
6	Gas LPG	3,5	buah	18.000	63.000
7	Transportasi	4	liter	7.650	30.600
8	Air	3	m ³	3.000	9.000
9	Listrik			30.500	30.500
10	Tenaga kerja luar	21	JKO	10.000	210.000
Total biaya variabel					694.550

*Produksi dilakukan satu kali dalam satu bulan

**Lampiran 10. Biaya Variabel Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan Juli 2022**

No	Jenis bahan	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Ubi kayu	97	Kg	1.200	116.400
2	Garam	3	Bungkus	3.000	9.000
3	Minyak	3,5	Liter	14.000	49.000
4	Plastik kemasan	207	Buah	400	82.800
5	Stiker kemasan	207	Buah	250	51.750
6	Gas LPG	3	buah	18.000	54.000
7	Transportasi	3	liter	7.650	22.950
8	Air	3	m ³	3.000	9.000
9	Listrik			29.000	29.000
10	Tenaga kerja luar	21	JKO	10.000	210.000
Total biaya variabel					633.900

*Produksi dilakukan satu kali dalam satu bulan

**Lampiran 11. Biaya Variabel Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan Agustus 2022**

No	Jenis bahan	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Ubi kayu	100	Kg	1.100	110.000
2	Garam	3	Bungkus	3.000	9.000
3	Minyak	4	Liter	14.100	56.400
4	Plastik kemasan	216	Buah	400	86.400
5	Stiker kemasan	216	Buah	250	54.000
6	Gas LPG	3	buah	18.000	54.000
7	Transportasi	4	liter	7.650	30.600
8	Air	3	m ³	3.000	9.000
9	Listrik			28.800	28.800
10	Tenaga kerja luar	21	JKO	10.000	210.000
Total biaya variabel					648.200

*Produksi dilakukan satu kali dalam satu bulan

**Lampiran 12. Biaya Variabel Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan September 2022**

No	Jenis bahan	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Ubi kayu	100	Kg	1.300	130.000
2	Garam	3	Bungkus	3.000	9.000
3	Minyak	4	Liter	14.000	56.000
4	Plastik kemasan	220	Buah	400	88.000
5	Stiker kemasan	220	Buah	250	55.000
6	Gas LPG	3,5	buah	18.000	63.000
7	Transportasi	4	liter	10.000	40.000
8	Air	3	m ³	3.000	9.000
9	Listrik			28.700	28.700
10	Tenaga kerja luar	21	JKO	10.000	210.000
Total biaya variabel					688.700

*Produksi dilakukan satu kali dalam satu bulan

**Lampiran 13. Biaya Variabel Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan Oktober 2022**

No	Jenis bahan	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Ubi kayu	102	Kg	1.300	132.600
2	Garam	3	Bungkus	3.000	9.000
3	Minyak	4	Liter	14.000	56.000
4	Plastik kemasan	210	Buah	400	84.000
5	Stiker kemasan	210	Buah	250	52.500
6	Gas LPG	3	buah	18.000	54.000
7	Transportasi	3	liter	10.000	30.000
8	Air	3	m ³	3.000	9.000
9	Listrik			30.500	30.500
10	Tenaga kerja luar	21	JKO	10.000	210.000
Total biaya variabel					667.600

*Produksi dilakukan satu kali dalam satu bulan

**Lampiran 14. Total Biaya Variabel Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan November 2021-Oktober 2022 (12
kali proses produksi)**

No	Bulan	Jumlah biaya variabel (Rp/Produksi)
1	November	671.900
2	Desember	618.450
3	Januari	718.000
4	Februari	694.750
5	Maret	689.300
6	April	658.600
7	Mei	687.250
8	Juni	694.550
9	Juli	633.900
10	Agustus	648.200
11	September	688.700
12	Oktober	667.600
Total biaya variabel		8.071.200

**Lampiran 15. Sumbangan Input Lain Pengolahan Keripik Ketela Rasa
Gadung Agroindustri Top AE Selama 1 Kali Produksi**

Sumbangan input lain	Satuan	Nilai
Bahan baku penunjang		
a. Garam	Rp/Produksi	9.175
b. Minyak	Rp/Produksi	67.720,5
Bahan pengemasan		
c. Plastik	Rp/Produksi	85.666,7
d. stiker	Rp/Produksi	53.541,7
Biaya penyusutan		
e. Biaya penyusutan	Rp/Produksi	563.085
Biaya lain-lain		
f. Gas	Rp/Produksi	53.250
g. Air	Rp/Produksi	9.000
h. Listrik	Rp/Produksi	29.125
i. transportasi	Rp/Produksi	30.156,3
Total sumbangan input lain per produksi	Rp/Produksi	900.720,4
Sumbangan input lain per bahan baku	Rp/Kg	8.882,8

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Lampiran 16. Total Biaya Produksi Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE Bulan November 2021-Oktober 2022 (12 kali proses produksi)

NO	BULAN	BIAYA TETAP (Rp)	BIAYA VARIABEL (Rp)	TOTAL BIAYA (Rp)
1	November	588.585	671.900	1.260.485
2	Desember	588.585	618.450	1.207.035
3	Januari	588.585	718.000	1.306.585
4	Februari	588.585	694.750	1.283.335
5	Maret	588.585	689.300	1.277.885
6	April	588.585	658.600	1.247.185
7	Mei	588.585	687.250	1.275.835
8	Juni	588.585	694.550	1.283.135
9	Juli	588.585	633.900	1.222.485
10	Agustus	588.585	648.200	1.236.785
11	September	588.585	688.700	1.277.285
12	Oktober	588.585	667.600	1.256.185
Total Biaya		7.063.024	8.071.200	15.134.224

**Lampiran 17. Volume Produksi Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri
Top AE Bulan November 2021-Oktober 2022 (12 kali proses
produksi)**

No	Bulan	Produksi (Kg)	Output (Kg)	Output (Kemasan)
1	November	102	21,5	210
2	Desember	100	20,8	201
3	Januari	108	24	235
4	Februari	100	22	215
5	Maret	102	22,9	221
6	April	105	20,4	196
7	Mei	99	22	216
8	Juni	102	22,8	223
9	Juli	97	21,3	207
10	Agustus	100	22,1	216
11	September	100	22,4	220
12	Oktober	102	21,7	210
Total		1.217	263,9	2.570

**Lampiran 18. Total Penerimaan Produksi Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan November 2021-Oktober 2022
(12 kali proses produksi)**

No.	Bulan	Jumlah penjualan (Kemasan)	Harga satuan (Rp)	Penerimaan (Rp)
1	November	210	9.500	1.995.000
2	Desember	201	9.500	1.909.500
3	Januari	235	9.500	2.232.500
4	Februari	215	9.500	2.042.500
5	Maret	221	9.500	2.099.500
6	April	196	9.500	1.862.000
7	Mei	216	9.500	2.052.000
8	Juni	223	9.500	2.118.500
9	Juli	207	9.500	1.966.500
10	Agustus	216	9.500	2.052.000
11	September	220	10.000	2.200.000
12	Oktober	210	10.000	2.100.000
Total Penerimaan				24.630.000

**Lampiran 19. Total Pendapatan Penjualan Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Bulan November 2021-Oktober 2022
(12 kali proses produksi)**

No.	Bulan	Penerimaan (Rp)	Biaya Total (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	November	1.995.000	1.260.485	734.515
2	Desember	1.909.500	1.207.035	702.465
3	Januari	2.232.500	1.306.585	925.915
4	Februari	2.042.500	1.283.335	759.165
5	Maret	2.099.500	1.277.885	821.615
6	April	1.862.000	1.247.185	614.815
7	Mei	2.052.000	1.275.835	776.165
8	Juni	2.118.500	1.283.135	835.365
9	Juli	1.966.500	1.222.485	744.015
10	Agustus	2.052.000	1.236.785	815.215
11	September	2.200.000	1.277.285	922.715
12	Oktober	2.100.000	1.256.185	843.815
Total		24.630.000	15.134.224	9.495.776

**Lampiran 19. Nilai Tambah Ubi Kayu Menjadi Keripik Ketela Rasa Gadung
Agroindustri Top AE Dalam 1 Kali Produksi**

No	Variabel	Satuan	Formula	Nilai
Output, Input, dan Harga				
1	Output	Kg	1	22
2	Input bahan baku	Kg	2	101,42
3	Input Tenaga Kerja	JKO	3	21
4	Faktor Konversi		$(4) = (1) / (2)$	0,22
5	Koefisien Tenaga Kerja	JKO	$(5) = (3) / (2)$	0,21
6	Harga Output	Rp/Kg	6	95.830
7	Upah Tenaga Kerja	Rp/JKO	7	10.000
Penerimaan dan Keuntungan				
8	Harga Input Bahan Baku	Rp/Kg	8	1.233,33
9	Sumbangan Input Lainnya	Rp/Kg	9	8.883
10	Nilai Output	Rp/Kg	$(10) = (4) \times (6)$	20.788,10
11	a. Nilai Tambah	Rp/Kg	$(11a) = (10) - (8) - (9)$	10.671,92
	b. Rasio Nilai Tambah	%	$(11b) = (11a) / (10) \times 100$	51,34
12	a. Pendapatan Tenaga Kerja	Rp/Kg	$(12a) = (5) \times (7)$	2.070,67
	b. Pangsa Tenaga Kerja	%	$(12b) = (12a) / (11a) \times 100$	19,40
13	a. Keuntungan	Rp/Kg	$(13a) = (11a) - (12a)$	8.601,26
	b. Tingkat Keuntungan	%	$(13b) = (13a) / (10) \times 100$	41,38
Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi				
14	Marjin	Rp/Kg	$(14) = (10) - (8)$	19.554,77
	a. Pendapatan Tenaga Kerja	%	$(14a) = (12a) / (14) \times 100$	10,59
	b. Sumbangan Input Lain	%	$(14b) = (9) / (14) \times 100$	45,43
	c. Keuntungan Perusahaan	%	$(14c) = (13a) / (14) \times 100$	43,99

Lampiran 20. Analisis Faktor Internal

Faktor Internal	Strength	Weakness
Kekuatan (Strength)		
Adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT)	S1	
Olahan produk yang inovatif	S2	
Kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku	S3	
Kelemahan (Weakness)		
Skala produksi yang rendah		W1
Jumlah TK terbatas		W2
Belum adanya peralatan modern		W3
Terbatasnya modal usaha		W4

Lampiran 21. Analisis Faktor Eksternal

Faktor Eksternal	Opportunities	Threats
Peluang (Opportunities)		
Produk sejenis masih jarang	O1	
Adanya kerja sama dengan Indomaret	O2	
Harga bahan baku lebih stabil	O3	
Pasar terbuka luas	O4	
Kemajuan teknologi informasi	O5	
Ancaman (Threats)		
Kualitas bahan baku kurang konsisten		T1
Adanya persaingan pasar		T2
Perubahan iklim		T3
Kenaikan harga BBM		T4

Lampiran 22. Penilaian Rating Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE

No	Isu Kekuatan	Rating							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT)	4	3	4	4	4	4	3	4
2	Olahan produk yang inovatif	3	2	2	3	4	2	4	2
3	Kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku	2	4	3	2	2	1	2	3
Total Kekuatan		9	9	9	9	10	7	9	9
Nilai Rating		0,43							

No	Isu Kelemahan	Rating							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Skala produksi rendah	1	1	1	2	2	1	2	1
2	Jumlah TK terbatas	2	1	3	3	3	4	2	3
3	Belum adanya peralatan modern	2	2	2	1	3	2	2	3
4	Terbatasnya modal usaha	1	2	1	2	1	1	1	2
Total Kelemahan		6	6	7	8	9	8	7	9
Nilai Rating		0,57							

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

No	Isu Peluang	Rating							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Produk sejenis masih jarang	2	2	3	1	2	3	2	2
2	Adanya kerja sama dengan Indomaret	4	3	4	3	4	2	3	2
3	Harga bahan baku lebih stabil	2	4	2	2	1	1	1	3
4	Pasar terbuka luas	3	3	3	4	3	4	3	4
5	Kemajuan teknologi informasi	3	2	4	4	3	4	3	3
Total Peluang		14	14	16	14	13	14	12	14
Nilai Rating		0,56							

No	Isu Ancaman	Rating							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Kualitas bahan baku kurang konsisten	3	2	3	3	2	2	3	1
2	Adanya persaingan pasar	2	3	1	1	1	1	1	2
3	Perubahan iklim	1	1	2	4	3	3	4	4
4	Kenaikan harga BBM	2	1	1	2	1	1	2	3
Total Ancaman		8	7	7	10	7	7	10	10
Nilai Rating		0,44							

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Lampiran 23. Penilaian Bobot Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE

No	Isu Kekuatan	Bobot								Rata-Rata
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT)	0,19	0,14	0,19	0,19	0,17	0,24	0,14	0,2	0,18
2	Olahan produk yang inovatif	0,14	0,1	0,1	0,14	0,17	0,12	0,19	0,1	0,13
3	Kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku	0,10	0,19	0,14	0,1	0,09	0,06	0,1	0,1	0,11
Total Kekuatan		0,43	0,43	0,43	0,43	0,43	0,43	0,43	0,4	

No	Isu Kelemahan	Bobot								Rata-Rata
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Skala produksi rendah	0,10	0,1	0,08	0,14	0,13	0,07	0,16	0,1	0,11
2	Jumlah TK terbatas	0,19	0,1	0,24	0,21	0,19	0,29	0,16	0,2	0,20
3	Belum adanya peralatan modern	0,19	0,19	0,16	0,07	0,19	0,14	0,16	0,2	0,16
4	Terbatasnya modal usaha	0,10	0,19	0,08	0,14	0,06	0,07	0,08	0,1	0,11
Total Kelemahan		0,48	0,38	0,49	0,43	0,51	0,5	0,49	0,4	

No	Isu Peluang	Bobot								Rata-Rata
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Produk sejenis masih jarang	0,08	0,08	0,1	0,04	0,09	0,12	0,09	0,1	0,08
2	Adanya kerja sama dengan Indomaret	0,16	0,12	0,14	0,12	0,17	0,08	0,14	0,1	0,13
3	Harga bahan baku lebih stabil	0,08	0,16	0,07	0,08	0,04	0,04	0,05	0,1	0,08
4	Pasar terbuka luas	0,12	0,12	0,1	0,16	0,13	0,16	0,14	0,2	0,14
5	Kemajuan teknologi informasi	0,12	0,08	0,14	0,16	0,13	0,16	0,14	0,1	0,13
Total Peluang		0,32	0,36	0,31	0,24	0,3	0,24	0,28	0,3	

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

No	Isu Ancaman	Bobot								Rata-Rata
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Kualitas bahan baku kurang konsisten	0,17	0,13	0,19	0,13	0,13	0,13	0,13	0	0,13
2	Adanya persaingan pasar	0,11	0,19	0,06	0,04	0,06	0,06	0,04	0,1	0,08
3	Perubahan iklim	0,06	0,06	0,13	0,18	0,19	0,19	0,18	0,2	0,15
4	Kenaikan harga BBM	0,11	0,06	0,06	0,09	0,06	0,06	0,09	0,1	0,08
Total Ancaman		0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,4	

Lampiran 24. Penilaian Skor IFAS Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan				
1	Adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT)	0,18	3,75	0,69
2	Olahan produk yang inovatif	0,13	2,75	0,36
3	Kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku	0,11	2,38	0,27
Total Kekuatan		0,43	8,88	1,32
Kelemahan				
1	Skala produksi rendah	0,11	1,38	0,14
2	Jumlah TK terbatas	0,20	2,63	0,52
3	Belum adanya peralatan modern	0,16	2,13	0,35
4	Terbatasnya modal usaha	0,11	1,38	0,15
Total Kelemahan		0,57	7,50	1,15
Jumlah		1,00		
Total skor IFAS				2,47

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Lampiran 25. Penilaian Skor EFAS Pengolahan Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE

Faktor Strategi Eksternal		Bobot	Rating	Nilai
Peluang				
1	Produk sejenis masih jarang	0,08	2,13	0,18
2	Adanya kerja sama dengan Indomaret	0,13	3,13	0,39
3	Harga bahan baku lebih stabil	0,08	2,00	0,16
4	Pasar terbuka luas	0,14	3,38	0,46
5	Kemajuan teknologi informasi	0,13	3,25	0,42
Total Peluang		0,56		1,61
Ancaman				
1	Kualitas bahan baku kurang konsisten	0,13	2,38	0,31
2	Adanya persaingan pasar	0,08	1,50	0,13
3	Perubahan iklim	0,15	2,75	0,40
4	Kenaikan harga BBM	0,08	1,63	0,14
Total Ancaman		0,44		0,97
Jumlah		1,00		
Total skor EFAS				2,59

Lampiran 26. Matriks SWOT usaha Keripik Ketela Rasa pada Gadung Agroindustri Top AE

Faktor Internal	Kekuatan (Strength-S) 4. Adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT) 5. Olahan produk yang inovatif 6. Kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku	Kelemahan (Weakness-W) 5. Skala produksi rendah 6. Jumlah TK terbatas 7. Belum adanya teknologi modern 8. Terbatasnya modal usaha
Faktor Eksternal		
Peluang (Opportunities-O) 6. Produk sejenis masih jarang 7. Adanya kerja sama dengan Indomaret 8. Harga bahan baku lebih stabil 9. Pasar terbuka luas 10. Kemajuan teknologi informasi	Strategi (S-O) 4. Peningkatkan kapasitas produksi keripik ketela rasa gadung (S ₂ , S ₃ , O ₂ , O ₃ , O ₄) 5. Pertahanan dan perluasan jangkauan pasar (S ₁ , S ₂ , O ₁ , O ₂ , O ₄ , O ₅)	Strategi (W-O) 2. Kerja sama dengan Lembaga keuangan untuk mengembangkan usaha (W ₁ , W ₄ , O ₂ , O ₃ , O ₄)
Ancaman (Threats-T) 5. Kualitas bahan baku kurang konsisten 6. Adanya persaingan pasar 7. Perubahan iklim 8. Kenaikan harga BBM	Strategi (S-T) 2. Penjagaan kualitas produk keripik ketela rasa gadung (S ₁ , S ₂ , S ₃ , T ₁ , T ₂ , T ₄)	Strategi (W-T) 2. Penggunaan teknologi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk (W ₁ , W ₂ , T ₁ , T ₃)

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

Pemilik Agroindustri Top AE

KUISIONER

JUDUL PENELITIAN : Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Pada Agroindustri Keripik Ketela Rasa Gadung Top AE Di Kabupaten Ponorogo

LOKASI PENELITIAN : Desa Tulung Kecamatan Sampung Kabupaten Ponorogo

Pewawancara

Nama : Afifa Hanani
Nim : 181510601029
Hari/Tgl. Wawancara :

Identitas Responden

Nama :
Umur :
Pekerjaan :
Pendidikan :
Jumlah Anggota Keluarga :
Dusun/Desa :
Kecamatan :
Kabupaten :

Responden

()

I. KONDISI UMUM AGROINDUSTRI AGROINDUSTRI TOP AE

1. Bagaimana sejarah berdirinya Agroindustri Top AE?
Jawab :
2. Apa pekerjaan yang anda lakukan sebelum mendirikan Agroindustri Top AE?
Jawab :
3. Apa motif dari berdirinya Agroindustri Top AE?
Jawab :
4. Berapa luas area Agroindustri Top AE?
Jawab :
5. Bagaimana keadaan lingkungan sekitar Agroindustri Top AE?
Jawab :
6. Mengapa anda memberi nama Agroindustri ini Top AE?
Jawab :
7. Tahun berapa Agroindustri Top AE ini berdiri?
Jawab :
8. Berapa jenis produk yang diproduksi di awal berdirinya Agroindustri Top AE?
Jawab :
9. Berapa banyak pekerja di awal berdirinya Agroindustri Top AE?
Jawab :
10. Kemana produk dipasarkan awal berdirinya Agroindustri Top AE?
Jawab :
11. Apa saja kendala yang anda hadapi di awal berdirinya Agroindustri Top AE?
Jawab :
12. Bagaimana solusi dalam menghadapi kendala tersebut?
Jawab :
13. Tahun berapa Agroindustri Top AE mendapatkan P-IRT?
Jawab :
14. Tahun berapa Agroindustri Top AE mendapatkan Sertifikat Halal?
Jawab :
15. Bagaimana perkembangan usaha dari Agroindustri Top AE sampai saat ini

(terkait jenis produk, besarnya produksi, dan tenaga kerja)?

Jawab :.....

16. Bagaimana sistem kerjasama yang dilakukan Agroindustri Top AE bersama toko-toko di Kabupaten Ponorogo?

Jawab :.....

17. Apakah Agroindustri Keripik Ketela Rasa Gadung ini memiliki mitra usaha?

Jawab :.....

18. Darimana asal bahan baku yang digunakan untuk proses produksi?

Jawab :.....

19. Apakah terdapat kesulitan untuk memperoleh bahan baku?

Jawab :.....

20. Apa saja bahan baku yang digunakan selama proses produksi?

a. Bahan baku utama :

b. Bahan baku penunjang :

Jawab :.....

21. Produk keripik ketela rasa gadung dikemas menggunakan ukuran kemasan berapa?

Jawab :.....

22. Berapa harga jual dari produk keripik ketela rasa gadung yang sudah dikemas tersebut?

Jawab :.....

23. Apakah merk dagang produk keripik ketela rasa gadung ini sudah terdaftar di Dinas Perdagangan?

Jawab :.....

24. Bagaimana bentuk struktur organisasi pada Agroindustri Top AE?

Jawab :.....

25. Berapa lama anda mengusahakan Agroindustri Top AE?

Jawab :.....

26. Apa pekerjaan anda di Sektor lain?

Jawab :.....

27. Berasal dari mana Sumber modal yang anda peroleh untuk mendirikan

Agroindustri Top AE?

Jawab :

28. Siapakah pengambil keputusan kebijakan dalam Agroindustri Top AE?

Jawab :

29. Berapa jumlah seluruh tenaga kerja di Agroindustri Top AE ?

Jawab :

30. Berapa jam kerja dalam sehari?

Jawab :

31. Berapa hari kerja dalam seminggu?

Jawab :

II. BIAYA PEMBUATAN KERIPIK KETELA RASA GADUNG

1. Data biaya produksi Keripik Ketela Rasa Gadung (1x Proses Produksi):

a. Biaya Tetap

No.	Nama Alat	Jumlah (Unit)	Harga/Unit (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Total biaya investasi (Rp)	Biaya Penyusutan (Rp/tahun)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						

b. Biaya Variabel (/1x produksi)

No	Jenis Bahan	Satuan	Harga/Unit (Rp)	Jumlah	Total Biaya
1					
2					
3					
4					

5					
6					
7					
8					
9					
10					

c. Biaya lain-lain

No.	Jenis Kegiatan	Satuan	Jumlah	Biaya (Rp)	Total Biaya (Rp)
1					
2					
3					
Total					

2. Penerimaan Agroindustri Agroindustri Top AE (Keripik Ketela Rasa Gadung)

No.	Bulan	Jumlah Penjualan (Kemasan)	Harga satuan (Rp)	Penerimaan (Rp)
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				

3. Volume Produksi Bulanan Selama 12 Bulan

No	Bulan	Produksi (Kg)	Output (Kg)	Output (Kemasan)
1				
2				
3				
4				
5				

6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
Total				

III. NILAI TAMBAH PENGOLAHAN UBI KAYU MENJADI KERIPIK KETELA RASA GADUNG

1. Berapa banyak bahan baku yang digunakan untuk pembuatan keripik Ketela Rasa Gadung dalam satu kali produksi?

Jawab :.....

2. Berapa harga bahan baku dalam satu kali produksi?

Jawab :.....

3. Apa saja bahan tambahan yang dibutuhkan dalam pembuatan Keripik Ketela Rasa Gadung?

Jawab :.....

4. Dalam proses pengolahan, bahan bakar apa yang digunakan? Berapa biaya bahan bakar tersebut?

Jawab :.....

5. Berapa jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan dalam 1 kali proses produksi?

Jawab :.....

6. Berapa upah masing-masing tenaga kerja? Berapa lama jam kerja dalam satu hari?

Jawab :.....

7. Alat-alat apa saja yang digunakan dalam pengolahan keripik ketela rasa gadung? Berapa harga masing-masing alat tersebut?

Jawab :.....

8. Berapa harga jual keripik ketela rasa gadung? Dalam kemasan berapa gram?

Jawab :.....

9. Tabel Hayami

Variabel	Nilai
Output/Produk yang dihasilkan (kg/bulan)
Bahan baku yang digunakan (kg/bulan)
Tenaga Kerja (HOK/Tahun)
Harga output/produk (Rp/Kg)
Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/HOK)
Harga bahan baku (Rp/Kg)
Sumbangan input lain (Rp/Kg)

IV. STRATEGI PENGEMBANGAN

a. Faktor Internal

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan				
1	Adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT)			
2	Olahan produk yang inovatif			
3	Kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku			
Total Kekuatan				

Keterangan:

4. Pemberian nilai bobot masing-masing faktor dilakukan dengan skala mulai 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting)

5. Keterangan rating:

1= tidak kuat 2= cukup kuat 3= kuat 4= sangat kuat

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Nilai
Kelemahan				
1	Skala produksi rendah			
2	Jumlah TK terbatas			
3	Kurangnya pencatatan keuangan			
4	Terbatasnya modal usaha			
Total Kelemahan				

Keterangan:

1. Pemberian nilai bobot masing-masing faktor dilakukan dengan skala mulai 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting)
2. Keterangan rating:
1= sangat lemah 2= lemah 3= cukup lemah 4= tidak lemah

b. Faktor Eksternal

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Nilai
Peluang				
1	Produk sejenis masih jarang			
2	Adanya kerja sama dengan Indomaret			
3	Harga bahan baku lebih stabil			
4	Pasar terbuka luas			
5	Kemajuan teknologi informasi			
Total Peluang				

Keterangan:

1. Pemberian nilai bobot masing-masing faktor dilakukan dengan skala mulai 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting)
2. Keterangan rating:
1= tidak berpeluang 2= cukup berpeluang 3= berpeluang
4= sangat berpeluang

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Nilai
Ancaman				
1	Kualitas bahan baku kurang konsisten			
2	Adanya persaingan pasar			
3	Perubahan iklim			
4	Kenaikan harga BBM			
Total Ancaman				

Keterangan:

1. Pemberian nilai bobot masing-masing faktor dilakukan dengan skala mulai 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting)
2. Keterangan rating:
1= sangat mengancam 2= mengancam 3= cukup mengancam
4= tidak mengancam

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI
AGRIBISNIS

Manajer Produksi
Agroindustri Top AE

KUISIONER

JUDUL PENELITIAN : Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Pada Agroindustri Keripik Ketela Rasa Gadung Top AE Di Kabupaten Ponorogo
LOKASI PENELITIAN : Desa Tulung Kecamatan Sampung Kabupaten Ponorogo

Pewawancara

Nama : Afifa Hanani
Nim : 181510601029
Hari/Tgl. Wawancara :

Identitas Responden

Nama :
Umur :
Pekerjaan :
Pendidikan :
Jumlah Anggota Keluarga :
Dusun/Desa :
Kecamatan :
Kabupaten :

Responden

I. GAMBARAN UMUM MANAJER PRODUKSI AGROINDUSTRI TOP AE

1. Berapa lama anda bekerja di Agroindustri Top AE?

Jawab :.....

2. Terkait pembagian kerja, anda masuk dalam bidang kerja yang mana?

Jawab :.....

3. Apa tugas anda selama bekerja?

Jawab :.....

4. Apakah anda dapat melakukan tanggung jawab pekerjaan dengan baik?

Jawab :.....

5. Berapa jam anda bekerja dalam sehari?

Jawab :.....

6. Berapa hari kerja dalam satu minggu?

Jawab :.....

7. Apakah terdapat kendala ketika anda bekerja?

Jawab :.....

8. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?

Jawab :.....

9. Apakah ada upaya khusus untuk mengembangkan Agroindustri Top AE ini?

Jawab :.....

II. TENAGA KERJA

1. Berapa banyak tenaga kerja yang dibutuhkan dalam satu kali proses produksi?

Jawab :.....

2. Bagaimana pengaturan jam kerja karyawan?

Jawab :.....

3. Apakah terdapat tenaga kerja luar keluarga di Agroindustri anda?

Jawab :.....

5. Apakah terdapat kendala dalam perekrutan dan pemberian tugas pada tenaga kerja?

Jawab :.....

6. Bagaimana sistem pemberian upah pada tenaga kerja?

Jawab :.....

III. TEKNOLOGI

1. Jenis mesin apa saja yang digunakan dalam proses pengolahan keripik ketela rasa gadung pada Agroindustri Top AE?

Jawab:.....

2. Dari mana asal mesin pengolah tersebut?
- a. Beli sendiri
 - b. Bantuan
 - c. Lain-lain

Jawab:.....

3. Berapa kapasitas mesin pengolahan dalam satu kali produksi?

Jawab:.....

4. Apakah terdapat kendala pada mesin pengolah tersebut?

Jawab:.....

5. Bagaimana mengatasi kendala mesin tersebut?

Jawab:.....

6. Apakah ada waktu untuk pembaruan mesin pengolah tersebut?

Jawab:.....

7. Apakah ada perawatan untuk mesin pengolah tersebut?

- a. Ada
- b. Tidak ada

Jika ada, berapa biaya yang dikeluarkan untuk perawatan tersebut?

Jawab:.....

IV. PROSES PRODUKSI KERIPIK KETELA RASA GADUNG

1. Bagaimana alur proses produksi Keripik Ketela Rasa Gadung?

Jawab :.....

2. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam satu kali proses produksi?

Jawab :.....

3. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam setiap tahapan proses produksi?

Jawab :.....

4. Berapa banyak Keripik Ketela Rasa Gadung yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi?

Jawab :.....

5. Berapa lama waktu kerja yang digunakan sehari?

Jawab :.....

6. Apakah terdapat kendala pada saat proses produksi Keripik Ketela Rasa Gadung?

Jawab :.....

7. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

Jawab :.....

8. Apakah terdapat kualitas khusus untuk bahan baku ubi kayu yang digunakan?

Jawab :.....

9. Apakah terdapat peningkatan produksi dari tahun ke tahun dari produk Keripik Ketela Rasa Gadung?

Jawab :.....

10. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk meningkatkan produksi Keripik Ketela Rasa Gadung?

Jawab :.....

11. Apakah terdapat hari libur dalam kegiatan proses produksi yang dilakukan Agroindustri Top AE?

Jawab :.....

12. Berapa jumlah hari libur yang diterapkan dalam proses produksi pada Agroindustri Top AE?

Jawab :.....

IV. STRATEGI PENGEMBANGAN

a. Faktor Internal

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan				
1	Adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT)			
2	Olahan produk yang inovatif			
3	Kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku			
Total Kekuatan				

Keterangan:

- Pemberian nilai bobot masing-masing faktor dilakukan dengan skala mulai 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting)
- Keterangan rating:
1= tidak kuat 2= cukup kuat 3= kuat 4= sangat kuat

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Nilai
Kelemahan				
1	Skala produksi rendah			
2	Jumlah TK terbatas			
3	Kurangnya pencatatan keuangan			
4	Terbatasnya modal usaha			
Total Kelemahan				

Keterangan:

- Pemberian nilai bobot masing-masing faktor dilakukan dengan skala mulai 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting)
- Keterangan rating:
1= sangat lemah 2= lemah 3= cukup lemah 4= tidak lemah

b. Faktor Eksternal

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Nilai
Peluang				
1	Produk sejenis masih jarang			
2	Adanya kerja sama dengan Indomaret			
3	Harga bahan baku lebih stabil			
4	Pasar terbuka luas			
5	Kemajuan teknologi informasi			

Total Peluang			
---------------	--	--	--

Keterangan:

1. Pemberian nilai bobot masing-masing faktor dilakukan dengan skala mulai 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting)
2. Keterangan rating:
 1= tidak berpeluang 2= cukup berpeluang 3= berpeluang
 4= sangat berpeluang

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Bobot × Rating
Ancaman				
1				
2				
3				
4				
Total Ancaman				

Keterangan:

1. Pemberian nilai bobot masing-masing faktor dilakukan dengan skala mulai 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting)
2. Keterangan rating:
 1= sangat mengancam 2= mengancam 3= cukup mengancam
 4= tidak mengancam

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI
AGRIBISNIS

Manajer Pemasaran
Agroindustri Top AE

KUISIONER

JUDUL PENELITIAN : Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Pada Agroindustri Keripik Ketela Rasa Gadung Top AE Di Kabupaten Ponorogo
LOKASI PENELITIAN : Desa Tulung Kecamatan Sampung Kabupaten Ponorogo

Pewawancara

Nama :
Nim :
Hari/Tgl. Wawancara :

Identitas Responden

Nama :
Umur :
Pekerjaan :
Pendidikan :
Jumlah Anggota Keluarga :
Dusun/Desa :
Kecamatan :
Kabupaten :

Responden

I. GAMBARAN UMUM MANAJER PEMASARAN AGROINDUSTRI TOP AE

1. Berapa lama anda bekerja di Agroindustri Top AE?
Jawab :.....
2. Terkait pembagian kerja, anda masuk dalam bidang kerja yang mana?
Jawab :.....
3. Apa tugas anda selama bekerja?
Jawab :.....
4. Berapa jam anda bekerja dalam sehari?
Jawab :.....
5. Berapa hari kerja dalam satu minggu?
Jawab :.....
6. Apakah terdapat kendala ketika anda bekerja?
Jawab :.....
7. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?
Jawab :.....
8. Apakah ada upaya khusus untuk mengembangkan Agroindustri Top AE ini?
Jawab :.....

II. PEMASARAN

1. Kemana saja tujuan pemasaran Keripik Ketela Rasa Gadung yang diproduksi oleh Agroindustri Top AE?
 - a. Pasar Domestik
 - b. Pasar Ekspor
 - c. Dua-duanya
2. Pasar manakah yang menjadi fokus Agroindustri Top AE?
Jawab:.....
3. Mengapa memilih pasar tersebut untuk dijadikan fokus pemasaran Keripik Ketela Rasa Gadung Agroindustri Top AE?
Jawab :.....
4. Daerah mana saja yang menjadi tujuan pemasaran Agroindustri Keripik Ketela

Rasa Gadung?

Jawab :.....

5. Siapakah yang menentukan harga dari Keripik Ketela Rasa Gadung?

Jawab:.....

6. Apakah terdapat perantara dalam proses pemasaran Keripik Ketela Rasa Gadung di pasar domestik?

Jawab:.....

7. Apakah terdapat perbedaan harga jual Keripik Ketela Rasa Gadung pada perantara dan pembeli di pasar domestik?

Jawab:.....

8. Apakah terdapat kendala dalam proses pemasaran Keripik Ketela Rasa Gadung di pasar domestik?

Jawab :.....

9. Bagaimana anda menyelesaikan kendala tersebut?

Jawab:.....

10. Apakah pemasaran di pasar domestik yang dilakukan Agroindustri Top AE sudah berijin/legal dari lembaga pemasaran terkait?

Jawab:.....

11. Apakah Agroindustri Top AE memiliki outlet ataupun website untuk penjualan Keripik Ketela Rasa Gadung untuk pemasaran domestik?

Jawab:.....

12. Bagaimana sistem transportasi atau pengiriman keripik Ketela Rasa Gadung ke konsumen dipasar domestik?

Jawab:.....

13. Bagaimana sistem pembayaran produk Keripik Ketela Rasa Gadung di pasar domestik?

Jawab:.....

14. Apa saja kegiatan promosi yang dilakukan Agroindustri Top AE untuk memasarkan Keripik Ketela Rasa Gadung?

Jawab :.....

III. STRATEGI PENGEMBANGAN

a. Faktor Internal

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan				
1	Adanya legalitas usaha (Ijin usaha dan P-IRT)			
2	Olahan produk yang inovatif			
3	Kemampuan agroindustri memperoleh bahan baku			
Total Kekuatan				

Keterangan:

- Pemberian nilai bobot masing-masing faktor dilakukan dengan skala mulai 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting)
- Keterangan rating:
1= tidak kuat 2= cukup kuat 3= kuat 4= sangat kuat

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Nilai
Kelemahan				
1	Skala produksi rendah			
2	Jumlah TK terbatas			
3	Kurangnya pencatatan keuangan			
4	Terbatasnya modal usaha			
Total Kelemahan				

Keterangan:

- Pemberian nilai bobot masing-masing faktor dilakukan dengan skala mulai 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting)
- Keterangan rating:
1= sangat lemah 2= lemah 3= cukup lemah 4= tidak lemah

b. Faktor Eksternal

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Nilai
Peluang				
1	Produk sejenis masih jarang			
2	Adanya kerja sama dengan Indomaret			
3	Harga bahan baku lebih stabil			
4	Pasar terbuka luas			

5	Kemajuan teknologi informasi			
Total Peluang				

Keterangan:

1. Pemberian nilai bobot masing-masing faktor dilakukan dengan skala mulai 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting)
2. Keterangan rating:
 1= tidak berpeluang 2= cukup berpeluang 3= berpeluang
 4= sangat berpeluang

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Nilai
Ancaman				
1	Kualitas bahan baku kurang konsisten			
2	Adanya persaingan pasar			
3	Perubahan iklim			
4	Kenaikan harga BBM			
Total Ancaman				

Keterangan:

1. Pemberian nilai bobot masing-masing faktor dilakukan dengan skala mulai 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting)
2. Keterangan rating:
 1= sangat mengancam 2= mengancam 3= cukup mengancam
 4= tidak mengancam

DOKUMENTASI



Tempat penjemuran keripik ketela rasa gadung



Produk keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE



Display produk IKM Kabupaten Ponorogo di Indomaret



Sertifikat Halal produk keripik ketela rasa gadung Agroindustri Top AE



Foto bersama pemilik
Agroindustri Top AE



Foto bersama manajer pemasaran
Agroindustri Top AE



Foto bersama manajer produksi
Agroindustri Top AE



Wawancara dengan manajer
pemasaran Surya Mart



Wawancara dengan pemilik Toko
Baru Muncul



Foto bersama kepala toko
Indomaret di Kabupaten Ponorogo