



**ANALISIS EFISIENSI USAHA DAN EVALUASI STRATEGI
PEMASARAN AGROINDUSTRI SUWAR-SUWIR TANPA MERK
(Studi Kasus Pada UD. Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

Oleh:
Siti Nurjanah
NIM.151510601148

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2019**



**ANALISIS EFISIENSI USAHA DAN EVALUASI STRATEGI
PEMASARAN AGROINDUSTRI SUWAR-SUWIR TANPA MERK
(Studi Kasus Pada UD. Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Jember

Oleh:
Siti Nurjanah
NIM.151510601148

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2019**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

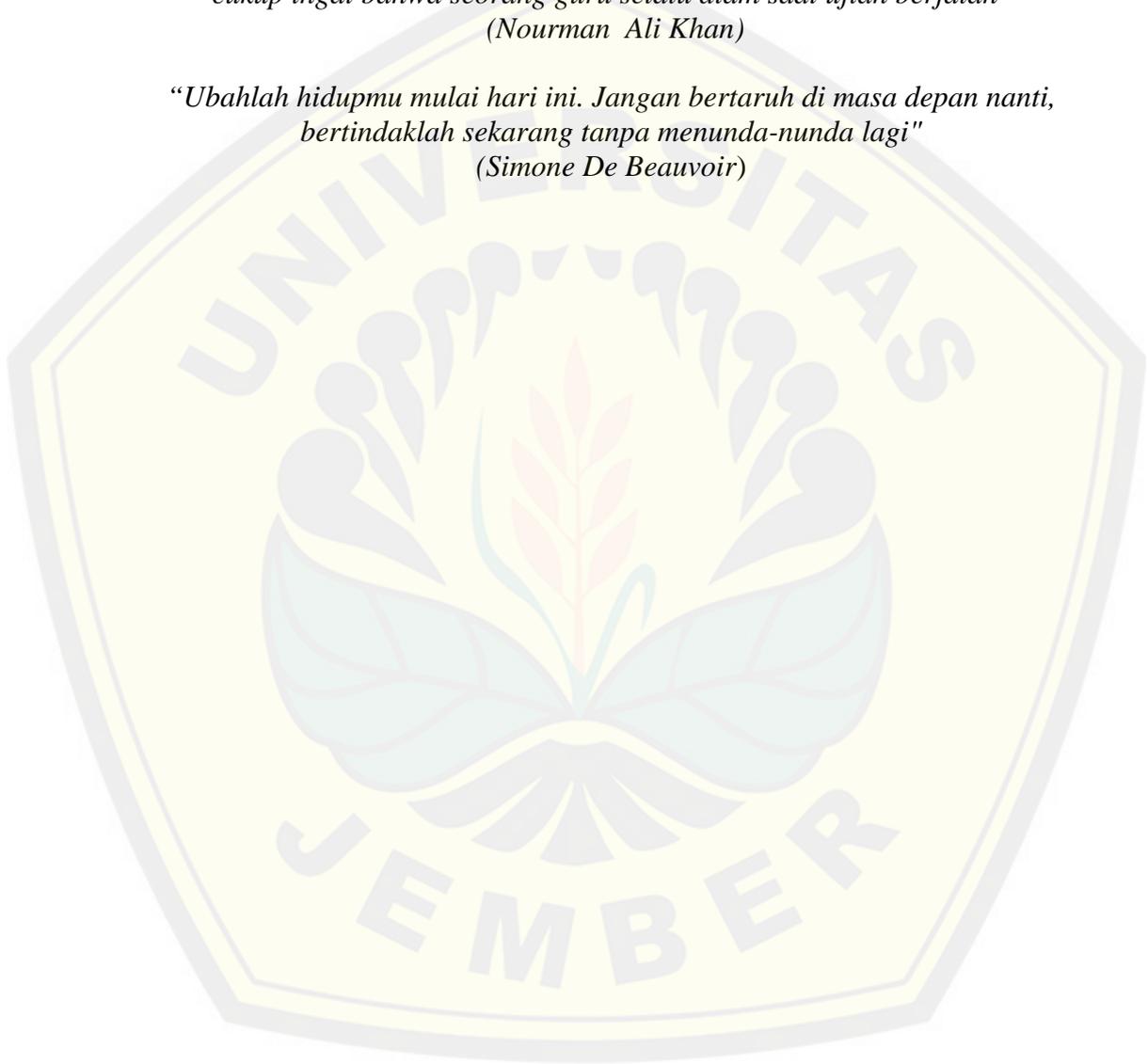
1. Ayahku Sadi dan Ibuku Mujimah yang telah memberikan kasih sayang, serta beribu-ribu doa yang selalu mengiringi langkah dan keberhasilanku.
2. Kakak dan Iparku tercinta Samsul Hadi dan Nurul Istiqomah yang telah memberikan semangat, motivasi, dukungan dan doa.
3. Guru-guru sejak TK, SD, SMP, SMA, Perguruan Tinggi terhormat yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran dan dedikasi yang tinggi.
4. Teman- teman Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember tahun Angkatan 2015, terimakasih kebersamaan, kekompakannya, dan dukungannya.
5. Almamater Fakultas Pertanian Universitas Jember.

MOTTO

“Waktumu terbatas, jangan habiskan dengan mengurus hidup orang lain”.
(Steve Jobs)

*“Ketika kau sedang mengalami kesusahan dan bertanya-tanya kemana Allah,
cukup ingat bahwa seorang guru selalu diam saat ujian berjalan”*
(Nourman Ali Khan)

*“Ubahlah hidupmu mulai hari ini. Jangan bertaruh di masa depan nanti,
bertindaklah sekarang tanpa menunda-nunda lagi”*
(Simone De Beauvoir)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nurjanah

NIM : 151510601148

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **“Analisis Efisiensi Usaha dan Evaluasi Strategi Pemasaran Agroindustri Suwar-Suwir Tanpa Merk (Studi Kasus Pada UD.Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember) ”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab 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.

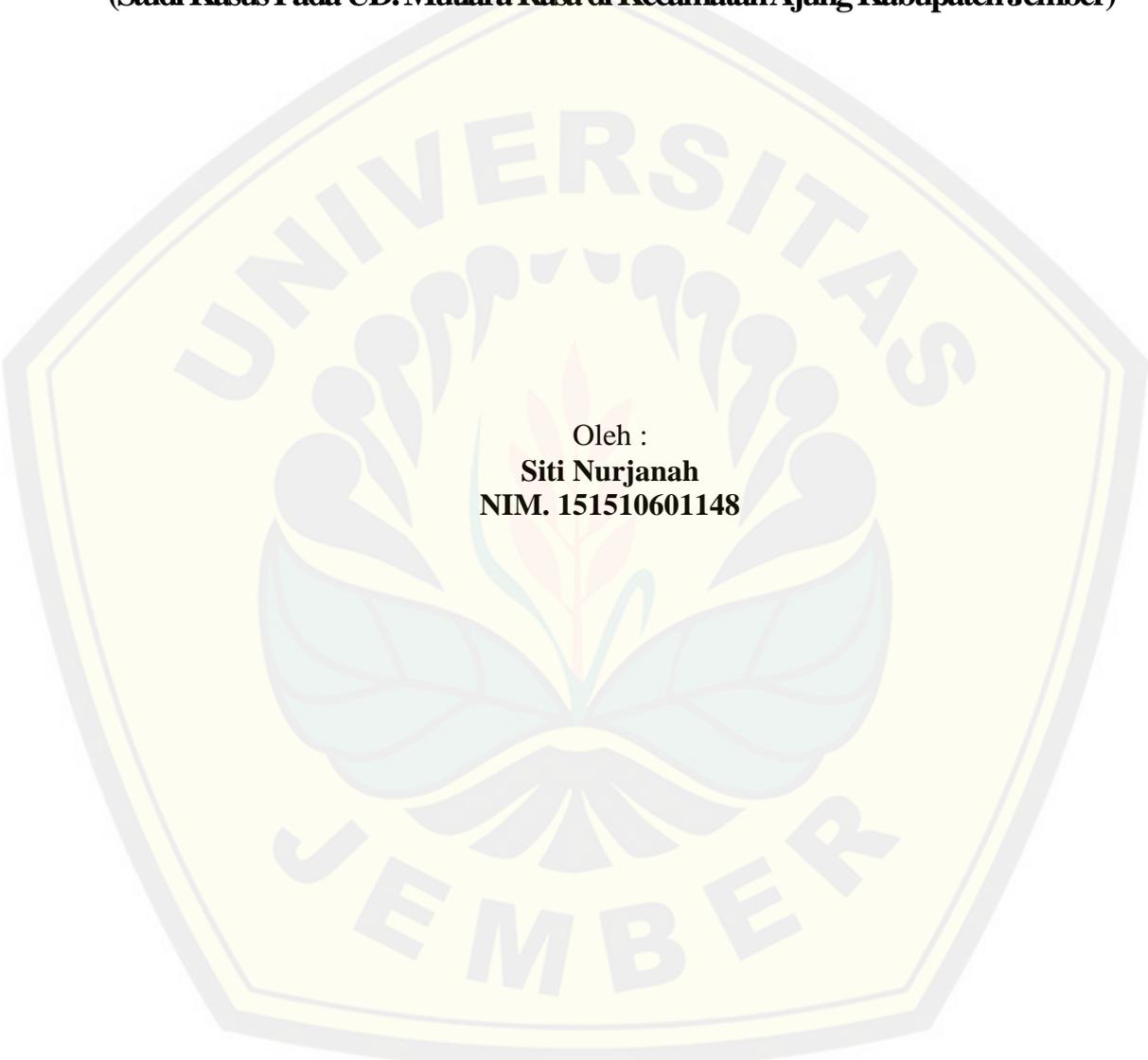
Jember, 26 Juli 2019

Yang Menyatakan,

Siti Nurjanah
NIM 151510601148

SKRIPSI

**ANALISIS EFISIENSI USAHA DAN EVALUASI STRATEGI
PEMASARAN AGROINDUSTRI SUWAR-SUWIR TANPA MERK
(Studi Kasus Pada UD. Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember)**



Oleh :
Siti Nurjanah
NIM. 151510601148

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Skripsi : Ebban Bagus Kuntadi, SP., M.Sc.

NIP. 198002202006041002

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Analisis Efisiensi Usaha dan Evaluasi Strategi Pemasaran Agroindustri Suwar-Suwir Tanpa Merk (Studi Kasus Pada UD.Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember)**” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Jum’at, 26 Juli 2019

Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Dosen Pembimbing Skripsi,

Ebban Bagus Kuntadi, SP., M.Sc.
NIP 198002202006041002

Dosen Penguji I,

Dosen Penguji II,

Dr.Ir Jani Januar, MT.
NIP 195901021988031002

Agus Supriono, SP., M.Si.
NIP 196908111995121001

Mengesahkan
Dekan,

Ir. Sigit Soeparjono, M.S., Ph.D.
NIP 196005061987021001

RINGKASAN

Analisis Efisiensi Usaha dan Evaluasi Strategi Pemasaran Agroindustri Suwar-Suwir Tanpa Merk (Studi Kasus Pada Agroindustri Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember). Siti Nurjanah, 151510601148, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian/Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Agroindustri merupakan suatu kegiatan industri yang memanfaatkan produk primer hasil pertanian sebagai bahan bakunya untuk diolah sedemikian rupa sehingga menjadi produk baru baik bersifat setengah jadi yang dapat dikonsumsi. Salah satu komoditas Pertanian yang banyak digunakan sebagai bahan baku agroindustri adalah ubi kayu. Ubi kayu digunakan sebagai bahan baku pembuatan makanan. Makanan yang dapat diolah dari ubi kayu salah satunya adalah suwar-suwir. Suwar-suwir merupakan makanan oleh-oleh khas Kabupaten Jember. Salah satu Agroindustri yang menjadi tempat pengolahan suwar-suwir di Kabupaten Jember adalah agroindustri UD.Mutiara Rasa. Agroindustri UD.Mutiara Rasa menjual produk suwar-suwir tanpa merk dan kemasan. Hal tersebut dilakukan di tengah persaingan agroindustri lain yang semakin berkembang. Berdasarkan hal tersebut penelitian bertujuan untuk mengetahui : (1) Pendapatan agroindustri UD.Mutiara Rasa , (2) Efisiensi usaha agroindustri UD.Mutiara Rasa, (3) Evaluasi strategi pemasaran agroindustri UD.Mutiara Rasa.

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja di UD.Mutiara Rasa Kabupaten Jember. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan *Purposive Sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan studi pustaka. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analitik dan deskriptif. Rumusan masalah pertama pendapatan agroindustri dianalisis menggunakan analisis pendapatan TR-TC, rumusan masalah kedua efisiensi usaha agroindustri dianalisis menggunakan R/C Ratio, rumusan masalah ketiga dianalisis menggunakan bauran pemasaran 4P.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa : (1) Agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa menunjukkan pendapatan yang menguntungkan, (2) Agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa efisien untuk diusahakan berdasarkan

nilai R/C Ratio yang menunjukkan hasil > 1 , dan (3) Evaluasi strategi bauran pemasaran 4P berdasarkan kriteria (a) Produk menunjukkan bahwa produk suwar-suwir yang dimiliki agroindustri UD.Mutiara Rasa memiliki keunggulan secara kualitas dan kuantitas yang diminati konsumen, (b) Tempat menunjukkan bahwa penjualan harus ditingkatkan pula pada konsumen primer, (c) Harga yaitu menentukan harga yang beragam sesuai kualitas dan kuantitas suwar-suwir, (d) menggunakan promosi *direct selling* dan *sales promotion*.



SUMMARY

Efficiency Analysis of Business and Evaluation Marketing Strategy of No Brand *Suwar-suwir* Agro-industry (Case Study at *Suwar-suwir* Agro-industry of UD.Mutiara Rasa in Ajung Sub District Jember Regency). Siti Nurjanah, 151510601148, Agribusiness Program Studies, Department of Social Economic/ Agribusiness, Faculty of Agriculture University of Jember

Agro-industry is an industry activity utilizing the primary product of agriculture result as the raw material to be processed in such a way so that becomes a new half-finished product which can be consumed. One of the agricultural commodities commonly used as a raw material of agro-industry is cassava. Cassava is used as a raw material of food making. Food which can be processed from cassava one of them is *suwar-suwir*. *Suwar-suwir* is a souvenir food typically Jember Regency. One of the agro-industries which becomes a processing place of *suwar-suwir* in Jember Regency is agro-industry of UD.Mutiara Rasa. Agro-industry of UD.Mutiara Rasa sells the *suwar-suwir* product without brand and packaging. That is done in the middle of other agro-industry competition which is more developing. Based on that thing, the research aimed to find out: (1) The income of UD.Mutiara Rasa agro-industry, (2) Business efficiency of UD.Mutiara Rasa agro-industry, (3) Evaluation marketing strategy of UD.Mutiara Rasa.agro-industry.

The determination of research location was done intentionally in UD.Mutiara Rasa Jember Regency. The sample retrieval method was done by Purposive Sampling. The data retrieval in this research used the interview, observation, and study literature methods. The research method used in this research was analytic and descriptive. The first problem statement the income of agro-industry was analyzed by using income analysis of TR-TC, the second problem statement business efficiency of agro-industry was analyzed using R/C ratio, the third problem statement was analyzed using 4P marketing mix.

The results of the research showed that : (1) *Suwar-suwir* agro-industry of UD.Mutiara Rasa showed a profitable income, (2) *Suwar-suwir* agro-industry of UD.Mutiara Rasa was efficient to run the business based on the value of R/C ratio

which showed the result > 1 , and (3) The evaluation strategy of a 4P marketing mix based on the criteria of (a) Product showed that *suwar-suwir* product owned by UD.Mutiara Rasa agro-industry has the excellence in the quality and quantity which is in demand by the consumer, (b) Place showed that the sales have to be increased on the primary consumer (c) Price that is determining various prices corresponding to the quality and quantity of *suwar-suwir*, (d) using direct selling promotion and sales promotion.



PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Efisiensi Usaha dan Evaluasi Strategi Pemasaran Agroindustri Suwar-Suwir Tanpa Merk (Studi Kasus Pada UD.Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

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

1. Ir. Sigit Soeparjono, M.S., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember;
2. M. Rondhi, S.P., M.P., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember;
3. Ebban Bagus Kuntadi, SP., M.Sc, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, Dr. Ir. Jani Januar, MT. selaku Dosen Penguji I, dan Agus Supriono, SP., M.Si selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasihat, saran, dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
4. Agus Supriono, SP., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, nasihat, dan motivasi selama masa studi;
5. Kedua orang tua saya tercinta Ayahanda Sadi dan Ibunda Mujimah yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, dan doa yang tiada henti kepada saya. Kakak saya Insiah, dan keluarga besar saya yang selalu memberikan semangat dan doa kepada saya;
6. Keluarga besar bapak Hanifullah dan Keluarga besar UD Mutiara Rasa yang telah mengizinkan dan meluangkan waktunya untuk membantu saya dalam memperoleh data penelitian selama di lapang dan penyelesaian skripsi ini;

7. Sahabat dan teman-teman saya Desi, Rinda, Lutfi, Alfin, Indah, Yofita, Suni yang telah memberikan semangat, motivasi, dan banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini;
8. Teman-teman satu Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan semangat kepada saya selama ini;
9. Teman-teman seperjuangan Program Studi Agribisnis 2015 Fakultas Pertanian Universitas Jember atas semangat dan kebersamaan yang telah diberikan selama ini;
10. Teman-teman KKN saya Imelda, Irsa, Defi, Asif, Azmy yang selalu memberi semangat, dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini;
11. Teman-teman magang saya Winda, Yofita, Rizal, Engga yang selalu memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini;
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga karya tulis ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jember, Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN RINGKASAN	vii
HALAMAN SUMMARY	ix
HALAMAN PRAKATA.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Komoditas Ubi Kayu	13
2.2.2 Konsep Agroindustri.....	15
2.2.3 Suwar- Suwir	17
2.2.4 Teori Pendapatan	19
2.2.5 Teori Biaya	21
2.2.6 Teori Efisiensi Penggunaan Biaya Produksi.....	22

2.2.7 Teori Pemasaran	23
2.2.8 Teori Evaluasi	24
2.2.9 Teori Evaluasi Strategi.....	25
2.2.10 Strategi Bauran Pemasaran	25
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Hipotesis.....	34
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Metode Pengambilan Contoh.....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.5 Metode Analisis Data.....	37
3.6 Definisi Operasional.....	39
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Agroindustri Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa di Kabupaten Jember.....	42
4.1.1 Profil Perusahaan	42
4.1.2 Struktur Organisasi	44
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	45
4.1.4 Proses Produksi Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa	45
4.2 Pendapatan Agroindustri Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa di Kabupaten Jember	49
4.3 Efisiensi Usaha Agroindustri Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa di Kabupaten Jember.....	54
4.4 Evaluasi Strategi Pemasaran Agroindustri Suwar-Suwir UD. Mutiara Rasa di Kabupaten Jember.....	57
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Produksi Ubi Kayu di Indonesia Tahun 2016	2
1.2 Produksi Ubi Kayu di Indonesia Berdasarkan Kabupaten dan Kota di Jawa Timur Tahun 2016	3
1.3 Daftar Usaha Mikro Kecil dan Menengah Olahan Singkong di Kabupaten Jember Tahun 2016	4
1.4 Perbedaan Harga Suwar-Suwir Secara Curah dengan Suwar-Suwir Merk dan Kemasan	7
1.5 Penjualan Suwar-Suwir Agroindustri UD.Mutiara Rasa Tahun 2018	8
2.1 Variabel-Variabel Bauran Pemasaran	29
4.1 Total Biaya Tetap (TFC) Pengolahan Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa	49
4.2 Total Biaya Variabel (TVC) Pengolahan Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa	50
4.3 Pendapatan Per Proses Produksi Usaha Pengolahan Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa	52
4.4 Efisiensi Usaha Agroindustri UD.Mutiara Rasa	55
4.5 Perbedaan Strategi Pemasaran Agroindustri UD.Mutiara Rasa Pada Setiap Outlet	71

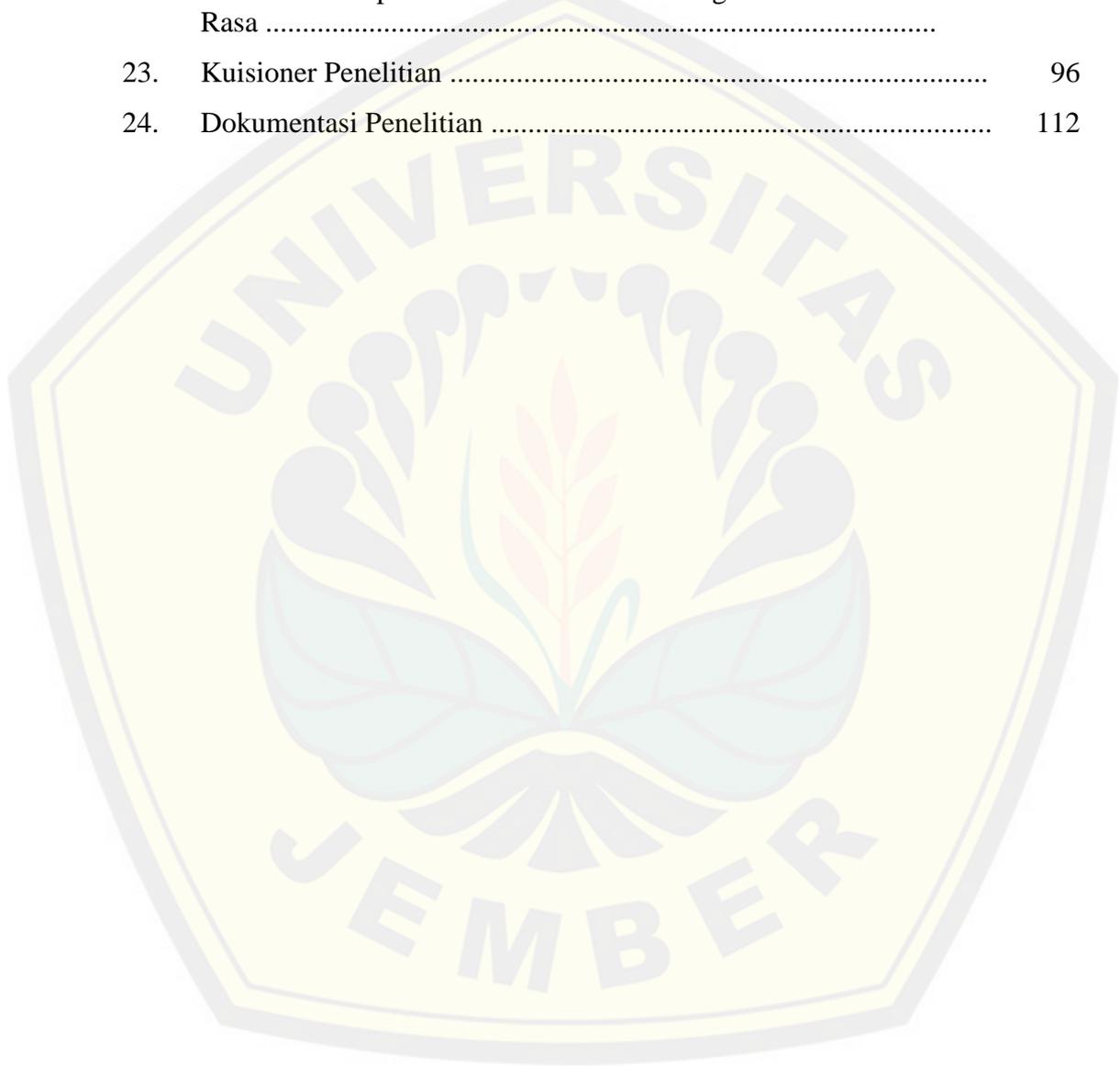
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kurva Biaya Total, Biaya Tetap, Biaya Variabel	21
2.2 Skema Kerangka Pemikiran	32
3.1 Skema 4P Bauran Pemasaran	38
4.1 Struktur Organisasi UD.Mutiara Rasa	43
4.2 Tape Singkong Yang Telah Digiling	45
4.3 Campuran antara Tape Singkong Dengan Gula Pasir	46
4.4 Proses Pemasakan Suwar-Suwir	46
4.5 Proses Pemasiran Setelah Adonan Suwar-Suwir Matang	47
4.6 Peletakan Suwar-Suwir Pada Meja Roll	47
4.7 Proses Pemotongan Suwar-Suwir	47
4.8 Proses Pengemasan Suwar-Suwir	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Data Produksi Ubi Kayu di Indonesia Tahun 2016	79
2. Data Produksi Ubi Kayu Berdasarkan Kabupaten dan Kota di Jawa Timur Tahun 2016	80
3. Data Daftar Usaha Mikro Kecil dan Menengah Olahan Singkong di Kabupaten Jember Tahun 2016	81
4. Data Responden Dalam Penelitian Kelayakan Usaha dan Strategi Pemasaran UD.Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember	82
5. Data Penjualan Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa Tahun 2018	83
6. Data Produksi Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa Pada Bulan Maret 2018	84
7. Data Biaya Tetap Pengolahan Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa	86
8. Perhitungan Penyusutan Biaya Tetap Peralatan Per Tahun	87
9. Perhitungan Penyusutan Biaya Tetap Per Bulan	88
10. Perhitungan Penyusutan Biaya Tetap Per Kg Suwar-Suwir RasaOriginal	89
11. Perhitungan Penyusutan Biaya Tetap Per Kg Suwar-Suwir Mix Rasa	90
12. Perhitungan Biaya Tetap Pengolahan Suwar-Suwir Per Proses Produksi	91
13. Perhitungan Biaya Variabel Suwar-Suwir Satu Kali Proses Produksi	92
14. Perhitungan Biaya Variabel Bahan Baku Untuk Pembuatan 1 Kg Suwar-Suwir	93
15. Perhitungan Pembuatan Suwar-Suwir Dalam Satu Kali Proses Produksi	93
16. Perhitungan Biaya Variabel Tenaga Kerja Untuk Satu Proses Produksi Suwar-Suwir	94
17. Perhitungan Biaya Variabel Tenaga Kerja Untuk Pembuatan 1 Kg Suwar-Suwir	94
18. Perhitungan Biaya Variabel Lain-lain	94
19. Data Rangkuman Biaya Variabel Untuk Satu Proses Produksi	95

20.	Data Penerimaan Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa Dalam 1 Proses Produksi Bulan Maret 2018	95
21.	Total Biaya Produksi Pembuatan Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa Dalam 1 Proses Produksi	95
22.	Analisis Pendapatan dan Efisiensi Usaha Agroindustri UD.Mutiara Rasa	95
23.	Kuisisioner Penelitian	96
24.	Dokumentasi Penelitian	112



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendekatan analisis makro memandang agribisnis sebagai unit sistem industri dan suatu komoditas tertentu, yang membentuk sektor ekonomi secara regional atau nasional. Sedangkan pendekatan analisis mikro memandang agribisnis sebagai suatu unit perusahaan yang bergerak, baik dalam salah satu subsistem agribisnis, baik hanya satu atau lebih subsistem dalam satu lini komoditas atau lebih dari satu lini komoditas. Agribisnis adalah kesatuan kegiatan usaha yang meliputi kegiatan, usahatani, pengolahan bahan makanan, usaha sarana dan prasarana produksi pertanian, transportasi, perdagangan, kestabilan pangan dan kegiatan-kegiatan lainnya termasuk distribusi bahan pangan, dan serbat-seratan kepada konsumen. Salah satu mata rantai atau subsistem dalam agribisnis yaitu subsistem agroindustri atau pengolahan hasil (Maulidah, 2012)

Salah satu jenis tanaman pangan yang sudah lama dikenal dan dibudidayakan oleh petani di seluruh wilayah nusantara, menurut Rukmana (1997) adalah ubi kayu. Potensi nilai ekonomi dan sosial ubi kayu merupakan bahan pangan masa depan yang berdaya guna, bahan baku berbagai industri dan pakan ternak. Potensi ubi kayu sebagai bahan pangan yang berdaya guna di dunia ditunjukkan dengan fakta bahwa tiap tahun 300 juta ton ubi-ubian dihasilkan di dunia dan dijadikan bahan makanan sepertiga penduduk di negara-negara tropis. Ubi kayu saat ini sudah digarap sebagai komoditas agroindustri, seperti produk tepung tapioka, industri fermentasi, dan berbagai industri makanan.

Salah satu komoditas yang banyak digunakan sebagai bahan baku agroindustri, menurut Santoso dalam Leksana (2006), adalah ubi kayu. Sebagai salah satu tanaman yang cukup potensial, tentunya ubi kayu sudah sepatutnya untuk dikembangkan, hasilnya selain dapat digunakan sebagai penganekaragaman menu rakyat, juga mempunyai prospek yang baik sebagai bahan baku industri. Diberbagai daerah ubi kayu dikonsumsi sebagai bahan makanan basah maupun kering, bahkan sudah dikembangkan pula pengolahan secara tradisional maupun modern yaitu sebagai bahan campuran pembuatan kue atau roti yang

menggunakan peralatan modern. Bentuk bahan makanan asal ubi kayu beranekaragam menurut masyarakat daerah konsumennya. misalnya dibuat gapek, kue kering, direbus, dibuat tape dan lain-lain. Tanaman ubi kayu sudah banyak tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Berikut Tabel produksi ubi kayu di Indonesia tahun 2016.

Tabel 1.1 Produksi Ubi Kayu di Indonesia Tahun 2016 (Ton)

No	Provinsi	Produksi (Ton)	Share (%)	Ranking
1.	Aceh	24.531	0,12	29
2.	Sumatera Utara	1.228.138	6,06	5
3.	Sumatera Barat	201.201	0,99	10
4.	Riau	105.992	0,52	15
5.	Jambi	53.944	0,27	24
6.	Sumatera Selatan	386.881	1,91	9
7.	Bengkulu	65.693	0,32	20
8.	Lampung	6.481.382	32,00	1
9.	Kepulauan Bangka Belitung	61.471	0,30	24
10.	Kepulauan Riau	24.012	0,12	31
11.	Daerah Khusus Ibukota Jakarta	0	0,00	34
12.	Jawa Barat	1.792.716	8,85	4
13.	Jawa Tengah	3.536.711	17,46	2
14.	DIY	1.125.375	5,56	6
15.	Jawa Timur	2.924.933	14,44	3
16.	Banten	90.629	0,45	17
17.	Bali	99.370	0,49	16
18.	NTB	55.041	0,27	18
19.	NTT	618.281	3,05	7
20.	Kalimantan Barat	163.023	0,80	11
21.	Kalimantan Tengah	63.862	0,32	22
22.	Kalimantan Selatan	80.904	0,40	19
23.	Kalimantan Timur	56.508	0,28	21
24.	Kalimantan Utara	37.262	0,18	28
25.	Sulawesi Utara	45.522	0,22	25
26.	Sulawesi Tengah	34.971	0,17	26
27.	Sulawesi Selatan	416.553	2,06	8
28.	Sulawesi Tenggara	161.492	0,80	12
29.	Gorontalo	2.470	0,01	33
30.	Sulawesi Barat	25.700	0,13	30
31.	Maluku	151.767	0,75	13
32.	Maluku Utara	98.907	0,49	14
33.	Papua Barat	10.074	0,05	32
34.	Papua	30.551	0,15	27

Sumber : Kementerian Pertanian (2017)

Berdasarkan data tersebut, produksi ubi kayu di Jawa Timur memiliki produksi ubi kayu terbesar ke-3 setelah Lampung dan Jawa Tengah dengan hasil nilai *Share* sebesar 14,44 %. Produksi ubi kayu di Jawa Timur banyak didominasi oleh budidaya ubi kayu pada varietas lokal dan varietas unggul. Varietas ubi kayu lokal di Jawa Timur terdiri dari : (a) pandemir, (b) mentega, (c) telo ijo, (d) gatutkoco, (e) faroka, (f) ganyongputih, (e) spongiro putih, (f) tenggengkuning, dan (g) aspen. Sedangkan variaetas unggul terdiri dari : (a) UJ5, (b) adira 4, (c) malang 6, dan (d) malang 4.

Budidaya ubi kayu di Jawa timur memiliki pemanfaatan hasil panen yang berbeda dengan Provinsi Lampung sebagai penghasil utama ubi kayu di Indonesia. Manfaat utama ubi kayu di Provinsi Lampung yaitu sebagai bahan baku industri sedangkan di Jawa Timur sebagai bahan baku konsumsi. Di Jawa Timur, budidaya ubi kayu tersebar di seluruh Kabupaten dan Kota. Berikut Tabel produksi ubi kayu berdasarkan Kabupaten dan Kota di Jawa Timur.

Tabel 1.2 Produksi Ubi Kayu Berdasarkan Kabupaten dan Kota di Jawa Timur Tahun 2016 (Ton)

No.	Kabupaten/Kota	Produksi (Ton)	Share (%)	Rangking
1.	Pacitan	322.139	11,01	2
2.	Ponorogo	518.565	17,73	1
3.	Trenggalek	226.279	7,74	4
4.	Tulungagung	160.362	5,48	5
5.	Blitar	119.175	4,07	8
6.	Kediri	154.787	5,29	6
7.	Malang	284.783	9,74	3
8.	Lumajang	32.982	1,13	19
9.	Jember	17.112	0,59	23
10.	Banyuwangi	23.277	0,80	22
11.	Bondowoso	82.073	2,81	10
12.	Situbondo	4.935	0,17	28
13.	Probolinggo	79.409	2,71	16
14.	Pasuruan	85.551	2,92	13
15.	Sidoarjo	0	0,00	33
16.	Mojokerto	15.254	0,52	26
17.	Jombang	24.587	0,84	25
18.	Nganjuk	64.265	2,20	14
19.	Madiun	88.151	3,01	17
20.	Magetan	91.351	3,12	12
21.	Ngawi	136.435	4,66	7
22.	Bojonegoro	82.082	2,81	13
23.	Tuban	96.976	3,32	9
24.	Lamongan	35.709	1,22	21
25.	Gresik	9.141	0,31	27
26.	Bangkalan	36.600	1,25	20
27.	Sampang	57.251	1,96	11
28.	Pamekasan	17.413	0,60	24
29.	Sumenep	52.203	1,78	18
30.	Kota Kediri	417	0,01	31
31.	Kota Blitar	0	0,00	33
32.	Kota Malang	3.857	0,13	29
33.	Kota Probolinggo	0	0,00	33
34.	Kota Pasuruan	0	0,00	33
35.	Kota Mojokerto	0	0,00	33
36.	Kota Madiun	0	0,00	33
37.	Kota Surabaya	20	0,00	32
38.	Kota Batu	1.792	0,06	30

Sumber : Badan Pusat Statistik (2017), *diolah*

Berdasarkan data Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa, *share* produksi ubi kayu di Kabupaten Jember terhadap produksi ubi kayu di Jawa Timur berada pada rangking 23. Meskipun demikian, ubi kayu di Kabupaten Jember dimanfaatkan sebagai produk turunan oleh masyarakat di Kabupaten Jember sebagai bahan baku agroindustri. Agroindustri berbahan baku ubi kayu di Kabupaten Jember dijadikan

sebagai bahan baku makanan oleh-oleh khas Jember yaitu, tape, suwar-suwir, prol tape, tape bakar, pia tape, brownis tape, dan dodol tape. Olahan makanan yang berbahan baku tape ubi kayu banyak diminati oleh masyarakat.

Salah satu makanan khas oleh-oleh Kabupaten Jember yang telah banyak dikenal oleh masyarakat yaitu suwar-suwir, sehingga makanan suwar-suwir sulit dijumpai di daerah-daerah lain. Hal ini menjadikan ubi kayu sangat potensial untuk dijadikan bahan baku olahan makanan di Kabupaten Jember. Usaha mikro kecil dan menengah yang banyak tumbuh di Kabupaten Jember dengan model olahan makanan berbahan baku ubi kayu dapat dicermati pada Tabel 1.3. Tabel agroindustri olahan singkong di Kabupaten Jember.

Tabel 1.3 Daftar Usaha Mikro Kecil dan Menengah Olahan Singkong di Kabupaten Jember Tahun 2016

No.	Nama UD/CV/Toko	Jenis Usaha
1.	A2 Family	Produksi Kripik Singkong
2.	Usaha Mikro	Produksi Tape
3.	UD.96	Tape, Suwar-Suwir, Prol Tape dll
4.	UD.Liberty	Prol Tape, Kripik Tempe, Ceker Ayam
5.	UD. Super Madu	Tape dan Prol Tape
6.	Usaha Mikro	Produksi Tape
7.	Adelia Putri	Jual Kripik Singkong
8.	Sumber Madu Sae	Tape Singkong
9.	Ziza	Aneka Olahan Tape
10.	Usaha Mikro	Krupuk dan Krupuk Singkong
11.	Usaha Mikro	Camilan (Kripik Singkong)
12.	Berkah	Produksi Kripik Singkong
13.	Makmur Jaya	Produksi Kripik Singkong
14.	Berkah	Produksi Kripik Singkong
15.	Elmalik	Produksi Kripik Singkong
16.	Karomah	Jual Kripik Singkong
17.	Usaha Mikro	Kripik Singkong
18.	Adi Putra	Kripik Singkong
19.	Usaha Mikro	Kripik Singkong- Tempe
20.	Usaha Mikro	Kripik Singkong dan Tempe
21.	Bunda	Krupuk dan Kripik Singkong
22.	Putra Mandiri	Produksi Kripik Singkong dan Singkong
23.	Tiga Putra	Produksi Kripik Singkong dan Singkong
24.	UD.Mutiara Rasa	Suwar-Suwir
25.	UD.Alianda	Produksi Suwar-Suwir
26.	Tape Kembang Madu	Produksi Tape Singkong
27.	Koplak Food	Produksi Olahan Salak, dan Tape Singkong
28.	Safira	Jual Tape, Madu Mongso, Dodol Pisang, Sambal Goreng Tempe
29.	Kube (Anak Singkong)	Produksi Kripik Singkong
30.	Kurnia	Produksi Permen Asem dan Suwar-Suwir
31.	Orangiro	Produksi Kripik Singkong dan Jual Emping

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM, (2016)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa terdapat 31 UMKM yang mengolah ubi kayu/singkong di Kabupaten Jember menjadi berbagai produk olahan makanan seperti keripik singkong, tape, prol tape, suwar-suwir dan produk olahan tape lainnya. Peluang untuk agroindustri pengolahan ubi kayu menjadi

suwar-suwir di Kabupaten Jember, memiliki prospek yang baik karena Kabupaten Jember merupakan sentra makanan suwar-suwir. Prospek yang baik tersebut membuat pertumbuhan agroindustri pengolahan suwar-suwir di Kabupaten Jember semakin meningkat. Salah satu agroindustri yang bergerak dalam pengolahan ubi kayu menjadi makanan suwar-suwir di Kabupaten Jember yaitu UD. Mutiara Rasa. UD. Mutiara Rasa terletak di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember. Agroindustri ini merupakan agroindustri yang mengolah ubi kayu menjadi suwar-suwir dengan memanfaatkan potensi ubi kayu yang terdapat di Kabupaten Jember. UD Mutiara Rasa menjadi salah satu tempat produksi suwar-suwir yang cukup terkenal di Jember. UD Mutiara Rasa menjadi agroindustri pengolahan suwar-suwir sejak tahun 2000 dan telah memiliki ijin usaha yaitu (Pangan Industri Rumah Tangga) P-IRT No. 215350924048-20. Agroindustri UD.Mutiara Rasa, memiliki keunggulan tersendiri sebagai agroindustri pengolahan suwar-suwir dibandingkan dengan agroindustri pengolahan suwar-suwir lainnya, keunggulan tersebut yaitu agroindustri UD.Mutiara Rasa memproduksi suwar-suwir dengan dua jenis suwar-suwir yang berbeda yaitu suwar-suwir original dan suwar-suwir dengan inovasi varian rasa, yaitu suwar-suwir dengan rasa ekstrak kulit manggis, daun mint, kopi, coklat, strawberry, dan ekstrak daun sirsak. Agroindustri UD.Mutiara Rasa menjual suwar-suwir hasil produksinya secara curah tanpa menggunakan merk dan kemasan dan hal tersebut telah berlangsung mulai dari awal pendirian agroindustri UD.Mutiara Rasa sejak tahun 2000 hingga saat ini. Agroindustri UD.Mutiara Rasa menjual suwar-suwir hasil produksinya pada outlet-outlet penjualan makanan oleh-oleh di Kabupaten Jember yang cukup ternama.

UD Mutiara Rasa setiap hari memproduksi suwar-suwir sebanyak \pm 200 kg untuk memenuhi permintaan konsumen. UD.Mutiara Rasa dalam memperoleh bahan baku tape singkong, melakukan mitra dengan seorang pengusaha tape. Pengusaha tape memperoleh bahan baku ubi kayu, dengan membeli langsung ubi kayu pada petani. Pengusaha tape yang bermitra dengan UD.Mutiara Rasa, berasal dari Kecamatan Rambipuji, dengan pengusaha tape bernama Bapak Abdul. Harga ubi kayu per kg yaitu Rp. 1200 dan harga ubi kayu setelah diolah

menjadi tape yaitu Rp. 7000/kg. UD.Mutiara Rasa membeli tape ubi kayu dari pengusaha tape yang bermitra yaitu Rp. 7000/kg. Setiap hari UD Mutiara Rasa membutuhkan sebanyak ± 200 kg tape ubi kayu. Agroindustri UD.Mutiara Rasa melakukan pemasaran suwar-suwir pada outlet-outlet yang menjual makanan oleh-oleh. Agroindustri UD. Mutiara Rasa melakukan penjualan produk suwar-suwir dengan sistem curah. Sistem curah yang dimaksud yaitu suwar-suwir yang dipasarkan oleh agroindustri UD.Mutiara Rasa dijual per kg tanpa merk dan kemasan dari UD.Mutiara Rasa sendiri. Merk dan kemasan suwar-suwir yang dipasarkan oleh agroindustri UD.Mutiara Rasa ditentukan oleh outlet-outlet yang melakukan pembelian suwar-suwir pada agroindustri UD.Mutiara Rasa.

Penggunaan merk dan kemasan oleh outlet-outlet yang membeli suwar-suwir pada agroindustri UD.Mutiara Rasa dilakukan melalui perjanjian lisensi merk antara pihak UD.Mutiara Rasa dengan pihak outlet. Pihak UD Mutiara Rasa telah melakukan kerjasama dengan berbagai outlet-outlet penjualan oleh-oleh khas Jember yang cukup ternama. Pemesanan suwar-suwir, tidak hanya berasal dari Kabupaten Jember saja melainkan hingga ke luar wilayah Kabupaten Jember seperti Kalimantan dan Sulawesi. Selama menjalankan usaha menjadi agroindustri pengolahan suwar-suwir, UD Mutiara Rasa tidak memiliki outlet untuk menjual suwar-suwir dengan merk mereka sendiri. UD Mutiara Rasa lebih memilih untuk menjual produk suwar-suwir dengan sistem curah. Penjualan suwar-suwir dengan menggunakan sistem curah dengan penjualan suwar-suwir menggunakan merk dan kemasan, terdapat perbedaan harga. Harga suwar-suwir yang dijual dengan menggunakan sistem curah lebih murah jika dibandingkan dengan suwar-suwir yang dijual dengan menggunakan merk dan kemasan. Perbedaan harga suwar-suwir yang dijual secara curah dengan suwar-suwir yang dijual dengan menggunakan merk dan kemasan dapat dicermati pada Tabel 1.4.

Tabel 1.4 Perbedaan Harga Suwar-Suwir Secara Curah dengan Suwar-Suwir Merk dan Kemasan

No.	Produksi Suwar-Suwir	Harga Curah (Rp/Kg)	Harga Merk dan Kemasan (Rp/Kg)
1.	Original	Rp. 28.000	Rp. 34.000
2.	Mix Rasa		
	(a) Ekstrak kulit manggis	Rp. 30.000	Rp. 42.000
	(b) Daun mint	Rp. 30.000	Rp. 37.000
	(c) Kopi	Rp. 30.000	Rp. 37.000
	(d) Coklat	Rp. 30.000	Rp. 37.000
	(e) Strawberry	Rp. 30.000	Rp. 37.000
	(f) Ekstrak daun sirsak	Rp. 30.000	Rp. 42.500

Sumber : Agroindustri UD.Mutiara Rasa dan Berbagai Outlet Oleh-Oleh.

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antara harga suwar-suwir yang dijual secara curah, dengan harga suwar-suwir yang dijual dengan menggunakan merk dan kemasan. Selisih harga antara suwar-suwir jenis original secara curah dengan merk dan kemasan yaitu sebesar Rp. 6000/kg, dan selisih harga antara suwar-suwir mix rasa secara curah dengan merk dan kemasan yaitu Rp. 7000/kg. Selisih harga pada suwar-suwir jenis mix rasa ekstrak kulit manggis dan ekstrak daun sirsak lebih mahal jika dibandingkan dengan suwar-suwir mix rasa yang lain. Selisih harga pada suwar-suwir mix rasa ekstrak kulit manggis yaitu Rp. 12.000/kg dan ekstrak daun sirsak Rp. 12.500/kg.

UD.Mutiara Rasa sebagai agroindustri yang mengolah suwar-suwir di Kabupaten Jember dan menjual produk suwar-suwirnya dengan sistem curah, mampu bertahan ditengah persaingan agroindustri lain yang menjual produk suwar-suwir dengan merk sendiri. Pada awal pendirian agroindustri UD.Mutiara Rasa pada tahun 2000, agroindustri ini hanya mampu menjual suwar-suwir sebanyak 10-20 kg/bulan dan itupun apabila bahan baku dan yang memesan telah ada. Namun saat ini, agroindustri UD.Mutiara Rasa telah mampu meningkatkan perkembangan penjualan suwar-suwir hasil produksinya menjadi lebih tinggi. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.5 penjualan suwar-suwir pada Tahun 2018 .

Tabel 1.5 Penjualan Suwar-Suwir Agroindustri UD.Mutiara Rasa Tahun 2018

No.	Bulan	Penjualan Rasa Original (Kg)	Penjualan Mix Rasa (Kg)
1.	Januari	3600	1000
2.	Februari	3950	950
3.	Maret	3700	1000
4.	April	4500	1000
5.	Mei	4650	950
6.	Juni	5500	950
7.	Juli	3800	600
8.	Agustus	4000	800
9.	September	2800	600
10.	Oktober	3750	650
11.	November	3500	650
12.	Desember	2000	600

Sumber : Agroindustri UD.Mutiara Rasa

Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa perkembangan penjualan suwar-suwir agroindustri UD.Mutiara Rasa meningkat. Pada awal pendirian Tahun 2000 hanya mampu menjual suwar-suwir sebanyak 10-20 kg, namun saat ini meningkat sangat signifikan dengan penjualan pada Tahun 2018 mampu menjual hingga 4650 kg suwar-suwir original dan 1000 kg suwar-suwir mix rasa. Pada Tahun 2019, berdasarkan kegiatan survey pendahuuan yang dilakukan, agroindustri UD.Mutiara Rasa pada bulan Januari telah mampu menjual suwar-suwir > 5000 kg untuk kedua jenis suwar-suwir.

Kemampuan mempertahankan dan meningkatkan perkembangan usaha agroindustri UD.Mutiara Rasa tersebut tentunya dilandasi oleh keuntungan atau penerimaan yang didapatkan oleh agroindustri UD.Mutiara Rasa dan kepercayaan konsumen, selama melakukan usaha dengan sistem penjualan secara curah. Penerimaan atau keuntungan yang didapatkan oleh suatu agroindustri akan menentukan keberlangsungan suatu usaha. Penerimaan atau keuntungan yang diperoleh tersebut juga menentukan suatu usaha tersebut efisien dan layak atau tidak layak untuk diusahakan. Penerimaan yang diperoleh oleh agroindustri UD.Mutiara Rasa, salah satunya dipengaruhi oleh penggunaan biaya produksi. Penggunaan biaya produksi pada pengolahan suwar-suwir sering terkendala oleh ketersediaan tape ubi kayu yang terkendala oleh musim sehingga pada saat musim kemarau harga tape ubi kayu menjadi tinggi dan hal tersebut berpengaruh pada kenaikan biaya produksi. Kenaikan biaya produksi akan berpengaruh terhadap penerimaan yang diperoleh oleh UD.Mutiara Rasa, sehingga perincian penggunaan biaya pada suatu agroindustri perlu diperhatikan untuk mengetahui

besarnya pendapatan yang akan diterima oleh suatu agroindustri dan hal tersebut juga akan mempengaruhi suatu usaha efisien sehingga layak atau tidak layak untuk diusahakan.

Selain itu, sebagai satu-satunya agroindustri pengolahan suwar-suwir di Kabupaten Jember yang menjual suwar-suwir hasil produksinya secara curah, agroindustri UD.Mutiara Rasa mampu memasarkan suwar-suwirnya pada outlet-outlet penjualan makanan oleh-oleh yang cukup terkenal di Kabupaten Jember. Penjualan secara curah pada outlet-outlet yang cukup ternama di Kabupaten Jember telah dilakukan mulai awal pendirian usaha pada Tahun 2000 hingga saat ini ditengah persaingan agroindustri lain yang telah menjual suwar-suwir dengan menggunakan merk dan kemasan. Kemampuan agroindustri UD.Mutiara melakukan pemasaran suwar-suwir secara curah pada outlet-outlet ternama di Kabupaten Jember, perlu untuk dilakukan suatu evaluasi pemasaran karena agroindustri tersebut mampu mempertahankan penjualan secara curah hingga saat ini ditengah persaingan agroindustri lain yang menjual dengan merk dan kemasan.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait agroindustri suwar-suwir terutama kajian mengenai efisiensi usaha serta evaluasi strategi pemasaran yang terdapat pada agroindustri suwar-suwir tanpa merk UD. Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapatan yang diterima serta efisiensi usaha dan evaluasi strategi pemasaran pada agroindustri UD.Mutiara Rasa di Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pendapatan yang diperoleh agroindustri suwar-suwir tanpa merk dengan penjualan sistem curah pada UD. Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember ?
2. Bagaimana efisiensi usaha agroindustri suwar-suwir tanpa merk dengan penjualan sistem curah pada UD.Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember ?

3. Bagaimana evaluasi strategi pemasaran agroindustri suwar-suwir tanpa merk dengan penjualan sistem curah pada UD. Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember yang selama ini dilakukan ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pendapatan agroindustri suwar-suwir tanpa merk dengan penjualan sistem curah pada UD. Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember.
2. Mengetahui efisiensi usaha agroindustri suwar-suwir tanpa merk dengan penjualan sistem curah pada UD. Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember.
3. Mengetahui evaluasi strategi pemasaran agroindustri suwar-suwir tanpa merk dengan penjualan sistem curah pada UD. Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember yang selama ini dilakukan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi agroindustri UD. Mutiara Rasa, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam pengembangan usaha yang telah dijalankan.
2. Bagi pemerintah, dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk memberikan bantuan modal bagi pelaku UKM agar dapat meningkatkan kemajuan usahanya.
3. Bagi pembaca, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Wulandari (2017) melakukan penelitian tentang Pendapatan Berbagai Tipe Agroindustri Suwar-Suwir di Kabupaten Jember. Judul penelitian tersebut adalah “Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Berbagai Tipe Agroindustri Pengolahan Tape dan Suwar-Suwir di Kabupaten Jember”. Salah satu tujuan penelitian tersebut adalah mengetahui pendapatan agroindustri suwar-suwir UD.Rama di Kabupaten Jember, Analisis yang digunakan pada penelitian tersebut menggunakan analisis pendapatan. Berdasarkan hasil analisis pendapatan, diketahui bahwa usaha agroindustri suwar-suwir UD.Rama di Kabupaten Jember menunjukkan pendapatan yang menguntungkan, dimana pendapatan yang diperoleh adalah Rp. 186.565,21/proses produksi. Jumlah penerimaan yang didapatkan adalah Rp. 800.000/proses produksi dan biaya yang digunakan adalah Rp. 613.434,79, sehingga dapat dikatakan agroindustri tersebut menguntungkan karena $TR > TC$.

Wulandari (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Berbagai Tipe Agroindustri Pengolahan Tape dan Suwar-Suwir di Kabupaten Jember” salah satu tujuan penelitiannya juga ingin mengetahui efisiensi penggunaan biaya produksi agroindustri suwar-suwir UD.Rama di Kabupaten Jember. Alat analisis yang digunakan adalah analisis R/C Ratio. Berdasarkan analisis efisiensi penggunaan biaya produksi menggunakan analisis R/C Ratio, diketahui bahwa penggunaan biaya usaha agroindustri suwar-suwir UD.Rama di Kabupaten Jember adalah efisien, dimana nilai R/C Ratio menunjukkan nilai sebesar 1,30. Nilai R/C Ratio tersebut dapat diartikan bahwa setiap penggunaan biaya produksi Rp 1, maka akan menghasilkan penerimaan sebesar 1,30 rupiah, sehingga setiap Rp 1, biaya yang dikeluarkan memiliki keuntungan 0,30 rupiah. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat keuntungan agroindustri suwar-suwir UD.Rama di Kabupaten Jember adalah 30%.

Leksana (2005) melakukan penelitian tentang prospek agroindustri suwar-suwir di Kabupaten Jember. Judul penelitian tersebut adalah “Analisis Nilai Tambah dan Prospek Agroindustri Suwar-Suwir di Kabupaten Jember”. Salah satu tujuan penelitian tersebut adalah mengetahui pendapatan agroindustri suwar-suwir di Kabupaten Jember, Analisis yang digunakan pada penelitian tersebut menggunakan analisis pendapatan. Berdasarkan hasil analisis pendapatan, diketahui bahwa usaha agroindustri suwar-suwir di Kabupaten Jember menunjukkan pendapatan yang menguntungkan, dimana pendapatan yang diperoleh adalah Rp. 165.249,01/proses produksi. Jumlah penerimaan yang didapatkan adalah Rp. 519.166,67/proses produksi dan biaya yang digunakan adalah Rp. 353.920,66/proses produksi, sehingga dapat dikatakan agroindustri tersebut menguntungkan karena $TR > TC$.

Leksana (2005) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Nilai Tambah dan Prospek Agroindustri Suwar-Suwir di Kabupaten Jember”. Salah satu tujuan penelitiannya juga ingin mengetahui efisiensi penggunaan biaya produksi agroindustri suwar-suwir di Kabupaten Jember. Alat analisis yang digunakan adalah analisis R/C Ratio. Berdasarkan analisis efisiensi penggunaan biaya produksi menggunakan analisis R/C Ratio, diketahui bahwa penggunaan biaya usaha agroindustri suwar-suwir di Kabupaten Jember adalah efisien, dimana nilai R/C Ratio menunjukkan nilai sebesar 1,46. Nilai R/C Ratio tersebut dapat diartikan bahwa setiap penggunaan biaya produksi Rp 1, maka akan menghasilkan penerimaan sebesar 1,46 rupiah, sehingga setiap Rp 1, biaya yang dikeluarkan memiliki keuntungan 0,46 rupiah. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat keuntungan agroindustri suwar-suwir di Kabupaten Jember adalah 46%.

Kusumawaty (2018) melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas dan Rengginang Ubi Kayu). Salah satu tujuan penelitian tersebut adalah ingin mengetahui strategi pemasaran produk makanan khas Riau. Analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan analisis bauran pemasaran dengan menggunakan komponen bauran pemasaran 4P (*Product, Place, Price, Promotion*). Hasil

analisis menunjukkan bahwa bauran pemasaran pada komponen produk yaitu strategi produk menggunakan atribut produk, pemberian merk (Branding), pengemasan, dan pemberian label. Strategi pada harga terdiri dari orientasi biaya, orientasi terhadap permintaan dan orientasi harga kompetitor, sedangkan penetapan harga keripik nenas dan rengginang ubi kayu ditentukan oleh penjual berdasarkan biaya-biaya produksi. Strategi promosi terdiri dari promosi melalui *personal selling* dan strategi distribusi pada penelitian tersebut yaitu terdiri dari distribusi langsung dan distribusi tidak langsung.

Sari dkk (2015) melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Agroindustri Keripik Tempe di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu”. Salah satu tujuan penelitian tersebut adalah ingin mengetahui strategi pemasaran agroindustri keripik tempe di Kabupaten Indragiri Hulu. Analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan analisis bauran pemasaran dengan menggunakan komponen bauran pemasaran 4P (*Product, Place, Price, Promotion*). Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan yaitu strategi pemasaran produk, harga, distribusi, dan promosi. Strategi produk terdiri dari atribut produk, pemberian merk, pengemasan, pemberian label, dan jasa pendukung produk. Strategi harga terdiri dari penentuan harga yang berorientasi terhadap biaya produksi. Strategi distribusi yang digunakan yaitu distribusi langsung kepada konsumen akhir/pedagang pengecer. Strategi promosi yang digunakan yaitu strategi penjualan pribadi (*Personal Selling*).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Komoditas Ubi Kayu

Menurut Prihandana *et al* (2007), ubi kayu termasuk kelas Dicotyledoneae. Ubi kayu masuk dalam famili Euphorbiaceae yang mempunyai 7.200 spesies, beberapa di antaranya mempunyai nilai komersial, seperti karet (*Hevea brasiliensis*), jarak (*Ricinus comunis* dan *Jatropha curcas*), dan umbi-umbian (*Manihot spp*). Klasifikasi tanaman ubi kayu sebagai berikut:

Kelas	: Dicotyledonae
Sub kelas	: Arhichlamydeae
Ordo	: Euphorbiales
Famili	: Euphorbiaceae
Sub famili	: Manihotae
G enus	: Manihot
Spesies	: <i>Manihot esculenta</i> Crantz

Tanaman ubi kayu tumbuh di daerah antara 30° lintang utara, yakni daerah dengan suhu rata-rata lebih dari 18°C dengan curah hujan di atas 500 mm/tahun. Tanaman ubi kayu dapat tumbuh pada ketinggian 2000 m dpl atau di daerah subtropika dengan suhu rata-rata 16°C. Di ketinggian tempat sampai 300 m dpl tanaman ubi kayu dapat menghasilkan umbi dengan baik, tetapi tidak dapat berbunga. Namun, di ketinggian tempat 800 m dpl tanaman ubi kayu dapat menghasilkan bunga dan biji. Ubi kayu merupakan tanaman pangan dan perdagangan (*cash crop*), sebagai tanaman perdagangan, ubi kayu menghasilkan *starch*, gapek, tepung ubi kayu, etanol, gula cair, sorbitol, monosodium glutamat, tepung aromatik, dan *pellets*. Ubi kayu dapat menghidupi berbagai industri hulu dan hilir, sebagai tanaman pangan, ubi kayu merupakan sumber karbohidrat bagi sekitar 500 juta manusia di dunia. Di Indonesia, tanaman ini menempati urutan ketiga setelah padi dan jagung. Sebagai sumber karbohidrat, ubi kayu merupakan penghasil kalori terbesar dibandingkan dengan tanaman lain.

Tanaman ubi kayu merupakan tanaman yang tidak membutuhkan perawatan yang rumit, di lahan yang tergolong kritis pun ubi kayu masih dapat tumbuh dan berproduksi. Budidaya tanaman ubi kayu di Indonesia saat ini sudah cukup maju dan berkembang. Syarat utama agar tanaman ubi kayu dapat tumbuh dan berproduksi baik adalah dengan memperhatikan lokasi dan struktur tanah yang digunakan untuk budidaya. (Suprapti, 2005).

Menurut Rukmana (1997), ubi kayu mempunyai banyak nama daerah, diantaranya adalah ketela pohon, singkong, ubi jenderal, ubi inggris, telo puhung, kasape, bodin, telo jenderal (Jawa), sampeu, huwi jenderal (Sunda), kasbek (Ambon), dan Ubi Perancis (Padang). Bagian tanaman ubi kayu yang umum

digunakan sebagai bahan makanan manusia adalah ubinya dan daun-daun muda (pucuk). Ubi kayu dapat diolah menjadi berbagai macam (jenis) produk. Aneka jenis makanan dari bahan baku ubi kayu, antara lain adalah ubi kayu rebus (kukus), ubi kayu bakar, ubi kayu goreng, kolak, keripik, opak, tape, dan enyek-enyek. Disamping itu, ubi kayu dapat diolah menjadi produk antara (*intermediate product*), seperti gaplek dan tepung tapioka.

Ubi kayu mengandung karbohidrat sangat tinggi, sekitar 34-38 gram per 100 gram kandungan energinya 146-157 kalori per 100 gram bahan, namun kadar protein dalam singkong tergolong rendah, sehingga harus diimbangi dengan pangan sumber protein saat mengkonsumsinya. Setelah mengalami pertumbuhan teknologi, ubi kayu dijadikan bahan dasar pada industri makanan. Tingkat produksi, sifat fisik dan kimia ubi kayu akan bervariasi menurut tingkat kesuburan yang ditinjau dari lokasi penanaman ubi kayu. Ada dua jenis ubi kayu yang pahit dan tidak pahit. Ubi kayu pahit mengandung hidrosianida (HCN) lebih dari 100 ppm. Namun, jenis ini mengandung karbohidrat dalam jumlah tinggi. (Setyawan, 2015).

2.2.2 Konsep Agroindustri

Agroindustri berasal dari dua kata *agricultural* dan agroindustri yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian. Definisi agroindustri dapat dijabarkan sebagai kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang, dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut, dengan demikian agroindustri meliputi industri pengolahan, industri yang memproduksi peralatan dan mesin pertanian, industri input pertanian (pupuk, pestisida, herbisida dan lain-lain) dan industri jasa sektor pertanian. Apabila dilihat dari sistem agribisnis, agroindustri merupakan bagian (sub sistem) agribisnis yang memproses dan mentransformasikan bahan-bahan hasil pertanian (bahan makanan, kayu dan serat) menjadi barang-barang setengah jadi yang langsung dapat dikonsumsi dan barang atau bahan hasil produksi industri yang

digunakan dalam proses produksi seperti traktor, pupuk, pestisida, mesin pertanian dan lain-lain (Udayana, 2011).

Agroindustri merupakan sub sistem dalam sistem agribisnis. Secara garis besar, terdapat lima sub sistem produksi /usahatani yaitu subsistem penyediaan sarana produksi seperti pupuk, bibit (benih), obat-obatan, mesin pertanian dan sebagainya, sub sistem pengolahan, sub sistem pemasaran, serta sub sistem pendukung seperti pembiayaan dan asuransi. Dalam hal ini yang disebut agroindustri adalah sub sistem yang menangani pengolahan hasil produksi usahatani. Agroindustri merupakan bidang usaha yang mampu menciptakan kesempatan kerja. Agroindustri menciptakan lapangan kerja sekitar 41% dari total lapangan kerja pada industri pengolahan dan manufaktur. Agroindustri merupakan sumber pertumbuhan, pangsa agroindustri terhadap total output industri pengolahan mencapai 65,38%. Agroindustri merupakan jenis industri yang memiliki keterkaitan ke bawah maupun keterkaitan ke atas. Umumnya agroindustri berlokasi di pedesaan, karena itu kandungan lokalnya sangat tinggi, serta memiliki *social effect* yang positif bagi sebagian besar rakyat kecil. Bahan baku agroindustri dapat digolongkan kedalam kelompok bahan makanan, tanaman perkebunan rakyat, tanaman perkebunan besar, peternakan dan hasilnya, perikanan dan kehutanan (Iwantono, 2002).

Agroindustri adalah industri yang mengolah komoditas pertanian primer menjadi produk olahan baik produk antara (*intermediate product*) maupun produk akhir (*finish product*). Termasuk di dalamnya adalah penanganan pasca panen, industri pengolahan makanan dan minuman, industri biofarmaka, industri bio *energy*, industri pengolahan hasil ikutan (*by product*) serta agrowisata. Agroindustri merupakan perusahaan yang memproses (mengolah) bahan baku pertanian secara luas, seperti sayuran, buah, perikanan, peternakan, dan tanaman pangan. Agroindustri dapat dikelompokkan berdasarkan tingkat perubahan bahan baku. Agroindustri menjadi salah satu rantai utama pembangunan pertanian, karena akan terkait mulai dari perencanaan produksi pertanian sampai pada pemasaran produknya. Terdapat tiga ciri utama pengembangan agroindustri berkelanjutan yaitu, (1) secara ekonomi layak dan memberikan keuntungan yang

memadai, (2) secara sosial tidak menimbulkan ketimpangan, persoalan dan justru menguatkan kelembagaan lokal, (3) secara lingkungan tidak menimbulkan persoalan degradasi, pencemaran dan menjadi berkelanjutan pemanfaatan sumberdaya di masa mendatang (Santoso, 2013).

Agroindustri menjadi pilihan untuk segera dikembangkan dengan konsepsi pemberdayaan petani kecil. Melalui konsepsi tersebut, maka diharapkan mampu menumbuhkan sektor pertanian, sehingga pada gilirannya mampu menjadi sumber pertumbuhan baru bagi perekonomian Indonesia, khususnya dalam hal pencapaian sasaran : (1) menyediakan pangan dengan berbagai ragam pangan olahan, (2) sebagai wahana pemerataan pembangunan untuk mengatasi kesenjangan pendapatan antar masyarakat maupun kesenjangan antar wilayah, (3) merupakan pasar hasil pertanian, (4) menghasilkan devisa, (5) menyediakan lapangan pekerjaan, (6) peningkatan pendapatan nasional, (7) tetap mempertahankan kelestarian sumberdaya. Kegiatan agroindustri umumnya bersifat *resourced based industry*. Kegiatan agroindustri mempunyai keterkaitan kedepan dan kebelakang yang sangat besar (Januar, 2006).

Menurut Soetriono dkk (2015), ruang lingkup kegiatan agroindustri meliputi beberapa hal yaitu :

1. Industri pengolahan hasil pertanian dalam bentuk setengah jadi dan produk akhir.
2. Industri penanganan hasil pertanian segar.
3. Industri pengadaan sarana produksi pertanian
4. Industri pengadaan alat-alat pertanian dan agroindustri

2.2.3 Suwar- Suwir

Suwar-suwir merupakan makanan khas jember yang berbahan baku singkong. Bahan baku utama dari suwar-suwir yaitu singkong yang diolah menjadi tape kemudian dicampurkan dengan bahan tape, gula dan tepung yang dijemur dibawah matahari supaya kering serta tahan lama. Adonan suwar-suwir seperti dodol tetapi memiliki struktur yang lebih padat, namun saat digigit lembut dan lumer di lidah. Suwar-suwir memiliki rasa yang legit bercampur kecut,

selintas rasanya seperti tape. Manisnya pun tak terlalu menggigit. Suwar-suwir memiliki bentuk kotak-kotak kecil memanjang menyerupai balok mini. Warna suwar-suwir beraneka ragam, biasanya diwarnai dengan warna beraneka ragam seperti warna hijau, coklat, putih hingga merah. Makanan suwar-suwir hanya digunakan untuk camilan, makanan ini tidak mengenyangkan karena ukurannya hanya sebesar jempol orang dewasa. Suwar-suwir juga memiliki beraneka ragam pilihan rasa seperti sirsak, stroberi, pandan, dan vanili. Awalnya hanya ada rasa coklat dan vanili, tetapi sejak sekitar tahun 2000 berkembang menjadi bermacam-macam buah dan warna (Koesoemo, 2005).

Menurut Wiguna dan Widyatami (2017), suwar-suwir merupakan sebuah olahan makanan yang berbahan baku utama adalah tape. Tape ini berasal dari singkong yang dilakukan fermentasi terlebih dahulu. Tape ini kemudian diolah dan dicampurkan dengan gula dan diberikan olahan rasa-rasa antara lain rasa coklat, sirsak, nangka dan nanas. Pemberian rasa pada suwar-suwir tergantung pada salah satu rasa yang akan dibuat. Proses pencampuran antara tape gula dan salah satu rasa dilakukan didalam sebuah wajan yang dipanaskan dengan menggunakan api. Tahapan proses pembuatan suwar-suwir sebagai berikut :

1. Pencampuran bahan

Tape singkong yang telah dibuang tulang tengahnya diremas-remas hingga lumat kemudian dicampur dengan gula pasir dan diaduk sampai merata di wajan pemasakan.

2. Pemasakan

Setelah campuran bahan menjadi adonan yang tercampur rata dan mengental, adonan dimasak selama 3 jam dan terus menerus diaduk dengan pengaduk kayu hingga adonan menjadi kalis atau tidak lengket pada wajan.

3. Pemasiran

Pemasiran merupakan proses pengadukan setelah pemasakan dan pemberian bahan tambah agar adonan menjadi lebih kalis dan tidak lengket. Setelah dilakukan pemasakan. Wajan segera diangkat dan adonan tetap diaduk selama setengah jam. Pada tahap ini adonan ditambahkan dengan susu bubuk, perisa makanan, maupun pewarna makanan sesuai dengan keinginan.

4. Pencetakan dan pemotongan

Adonan suwar-suwir diletakkan pada meja cetakan. Untuk mendapatkan permukaan yang rata digunakan *roll* penekan berbentuk silinder yang dijalankan merata pada seluruh bagian cetakan. Setelah adonan yang dicetak dingin, adonan dipotong-potong sesuai dengan keinginan.

5. Pengemasan

Pengemasan dilakukan sesuai dengan keinginan yang pada dasarnya ditujukan untuk pengawetan produk, melindungi produk dan untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

Suwar-suwir tergolong kedalam makanan camilan. Meskipun demikian, suwar-suwir ini juga memiliki kandungan gizi yang cukup baik yaitu berupa energi 348,75 kkal, protein 3,25 g, lemak 8,4 g, karbohidrat 65,8 g, serat 0,1 g, kolesterol 0 mg dan natrium 0,1 mg yang diperoleh dari 50 g tape singkong, 25 g gula pasir, 25 g santan dan 25 g tepung. Kandungan tersebut diperoleh dari bahan singkong, sebagai bahan baku utama pembuatan suwar-suwir. Meskipun demikian, suwar-suwir merupakan makanan yang memiliki kandungan gula yang cukup tinggi, sehingga tidak baik jika mengkonsumsi makanan ini secara berlebihan. (Sari, 2012).

2.2.4 Teori Pendapatan

Pendapatan adalah total penerimaan seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Pendapatan merupakan konsep aliran (*flow concept*) yakni aliran uang, barang dan jasa serta kepuasan yang diperoleh dibawah penguasaan keluarga untuk digunakan dalam memuaskan dan memenuhi kebutuhannya. Secara matematis analisis pendapatan dapat ditulis sebagai berikut (Soekartawi, 1995):

$$Y = TR - TC$$

$$TR = P \times Q$$

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

Y : *Yield* (Pendapatan)

TR : *Total Revenue* (Penerimaan Total)

TC : *Total Cost* (Total Biaya)

P : *Price* (Harga)

Q : *Quantity* (Unit)

TFC : *Total Fixed Cost* (Biaya Tetap Total)

TVC : *Total Variable Cost* (Biaya Variabel Total)

Menurut Soetriono (2017), pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Penerimaan ini mencakup suatu produk yang dijual, dikonsumsi rumah tangga petani, digunakan untuk bibit dalam usahatani, digunakan untuk pembayaran dan yang disimpan. Pendapatan akan lebih besar apabila dapat menekan biaya variabel yang dikeluarkan dan diimbangi dengan produksi yang tinggi. Biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang digunakan dalam usahatani. Selisih antara penerimaan usahatani dengan pengeluaran total usahatani disebut sebagai pendapatan usahatani. Secara sistematis penjelasan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π =Pendapatan bersih

TR = Total penerimaan

TC = Total biaya

Penerimaan usahatani adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual. Penjelasan tersebut dapat ditulis sebagai berikut :

$$TR = P.Q$$

Keterangan :

TR = Total penerimaan (Rp)

P = Harga (Rp/Kg)

Q = Produksi (Kg)

2.2.5 Teori Biaya

Menurut Hariyati (2007), biaya tetap total (*Total Fixed Cost*) merupakan biaya untuk faktor-faktor produksi tetap. Biaya ini memiliki arti dalam jangka pendek, dimana faktor-faktor produksi yang dipergunakan merupakan faktor-faktor produksi tetap. Jumlah biaya ini tidak tergantung pada jumlah produk yang dihasilkan. Biaya variabel total (*Total Variable Cost*) biaya ini mewakili jumlah biaya-biaya untuk faktor-faktor produksi variabel. Biaya ini dapat berbentuk uang tunai, barang atau nilai uang jasa dan kerja yang sesungguhnya tidak dibayarkan. Besar biaya variabel total ditentukan oleh fungsi produksi atau oleh produk total dari proses produksi yang bersangkutan. Biaya total (*Total Cost*) merupakan penjumlahan biaya tetap total dengan biaya variabel total. Tanpa memperhatikan apakah produksi berlangsung dengan kenaikan hasil bertambah atau berkurang, secara umum dapat dikatakan bahwa semakin banyak produk yang dihasilkan semakin besar biaya total yang digunakan. Kegunaan biaya total ini adalah untuk menentukan pendapatan dari suatu usaha. Berikut rumus biaya total sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

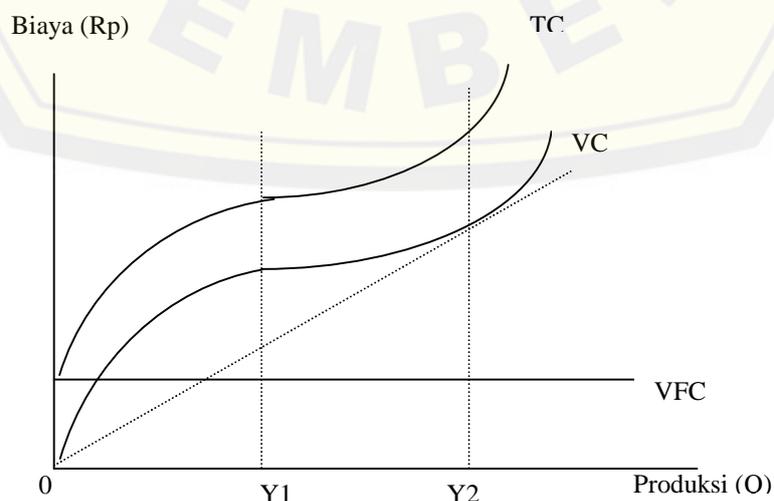
Keterangan:

TC : Total Biaya (*Total Cost*)

TFC : Total Biaya Tetap (*Total Fixed Cost*)

TVC : Total Biaya Variabel (*Total Variabel Cost*)

Kurva biaya-biaya untuk fungsi produksi dapat dilihat pada Gambar 2.1



Gambar 2.1 Kurva biaya total, biaya tetap, biaya variabel

Kurva FC mendatar menunjukkan bahwa besarnya jumlah biaya tetap tidak bergantung pada jumlah produksi. Kurva VC membentuk huruf S terbalik, menunjukkan hubungan terbalik antara tingkat produktivitas dengan besarnya biaya. Kurva TC sejajar dengan VC menunjukkan bahwa dalam jangka pendek, peubah biaya total semata-mata ditunjukkan oleh peubah biaya variabel.

2.2.6 Teori Efisiensi Penggunaan Biaya Produksi

Menurut Soetriono dkk (2015), efisiensi memiliki arti penting mengingat didalamnya terkandung pengertian tentang untung rugi yaitu membandingkan besarnya biaya dengan besarnya nilai produksi yang diperoleh dari kegiatan produksi. Masalah efisiensi dalam analisis ekonomi merupakan masalah penting karena dapat bertindak sebagai alat ukur untuk menilai pemilihan-pemilihan dalam keputusan berproduksi. Efisiensi diartikan sebagai perbandingan antara nilai hasil (*Output*) dan nilai masukan (*Input*). Suatu metode produksi dapat dikatakan lebih efisien dari metode lainnya, bila metode itu menghasilkan output yang lebih tinggi nilainya untuk tingkat korbanan yang sama.

Menurut Fahriyah dkk (2012), efisiensi adalah perbandingan antara total penerimaan dan total biaya dimana penerimaan lebih besar dibandingkan dengan total biaya. R/C ratio merupakan perbandingan antara penerimaan dan biaya, Besarnya R/C ratio mempunyai prospek baik. Nilai R/C ratio yang lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan oleh perusahaan layak untuk diusahakan. Tingginya nilai R/C ratio disebabkan oleh produksi yang diperoleh dan harga komoditi yang sangat berpengaruh terhadap penerimaan petani sebagai pengusaha. R/C ratio adalah perbandingan antara (nisbah) penerimaan dan biaya.

Menurut Soekartawi (1995), pada umumnya akan lebih baik apabila analisis R/C dibagi dua yaitu menggunakan data pengeluaran (biaya produksi) yang secara riil dikeluarkan oleh petani dan yang menghitung juga nilai tenaga kerja keluarga, serta benih atau bibit yang disiapkan sendiri itu juga diperhitungkan. Dengan cara ini dua macam R/C yaitu R/C berdasarkan data apa adanya dan R/C berdasarkan data dengan memperhitungkan tenaga kerja, dalam keluarga, sewa lahan dan sebagainya untuk mengetahui R/C ratio yang diperoleh :

$$R/C \text{ ratio} = TR/TC$$

Keterangan:

R/C ratio = Perbandingan antara penerimaan dan biaya

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

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

Keputusan :

- a) $R/C \text{ ratio} > 1$ = Berarti Usaha yang dilakukan efisien atau menguntungkan. Artinya, apabila dikeluarkan biaya satu satuan mata uang (Rp.1) akan didapatkan *revenue* (penerimaan) lebih besar dari satu satuan mata uang, berarti usaha yang bersangkutan bersifat menguntungkan.
- b) $R/C \text{ ratio} < 1$ = Berarti usaha yang dilakukan tidak efisien atau tidak menguntungkan. Artinya, apabila dikeluarkan biaya satu satuan mata uang (Rp.1) tidak akan didapatkan *revenue* (penerimaan) lebih besar dari satu satuan mata uang, berarti usaha yang bersangkutan bersifat tidak menguntungkan.
- c) $R/C \text{ ratio} = 1$ = Berarti usaha mengalami titik impas (*break event point*).

2.2.7 Teori Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2006), pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan. Dua sasaran pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan. Pemasaran yang kokoh menjadi penting bagi kesuksesan dalam semua organisasi. Banyak orang berpikir bahwa pemasaran hanyalah menjual dan mengiklankan, saat ini pemasaran harus dipahami tidak dalam pemahaman kuno sebagai membuat penjualan, bercerita dan menjual tetapi dalam pemahaman modern yaitu memuaskan kebutuhan pelanggan. Bila pemasar memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa yang menyediakan nilai yang unggul bagi pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produk dan jasa itu secara efektif maka produk dan jasa itu akan mudah dijual. Secara luas definisi pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau

organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Oleh karena itu, pemasaran didefinisikan sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Menurut David (2004), pemasaran sebagai proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang dan jasa. Terdapat 7 fungsi dasar pemasaran yaitu analisis pelanggan, penjualan produk atau jasa, perencanaan produk dan jasa, distribusi, riset pemasaran, dan analisis peluang.

Kegiatan pemasaran meliputi segala usaha yang dimaksudkan untuk menghasilkan penjualan. Definisi pemasaran dibedakan menjadi definisi sosial dan definisi manajerial. Menurut definisi sosial, pemasaran adalah suatu proses sosial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang diinginkan dan dibutuhkan melalui proses penciptaan, penawaran, dan pertukaran bebas produk dan jasa dengan nilai tertentu antara satu sama lain. Sedangkan menurut definisi manajerial pemasaran sering diartikan sebagai seni menjual produk. Kegiatan pemasaran secara komprehensif dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan mengidentifikasi kebutuhan spesifik konsumen, merancang konsep produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen target. Tujuannya agar mereka menyadari bahwa produk tersebut bernilai bagi dirinya dan bersedia melakukan transaksi ekonomi yang saling menguntungkan (Sumarwan, 2015).

2.2.8 Teori Evaluasi

Evaluasi adalah suatu penilaian terhadap pertumbuhan dan kemajuan ke arah tujuan atau nilai-nilai yang telah ditetapkan. Evaluasi sebagai kegiatan yang dilakukan berkenaan dengan proses untuk menentukan nilai dari suatu hal. Suatu aktivitas yang dirancang untuk menimbang manfaat program dalam spesifikasi kriteria, teknik pengukuran, metode analisis dan bentuk rekomendasi. Saat sesuatu

dievaluasi biasanya orang yang mengevaluasi mengambil keputusan tentang nilai atau manfaatnya. Evaluasi merupakan penilaian terhadap data yang dikumpulkan melalui kegiatan asesmen (Zainul dan Nasution, 2001).

Secara garis besar dapat dikatakan bahwa evaluasi adalah pemberian nilai terhadap kualitas sesuatu. Selain itu, evaluasi juga dapat dipandang sebagai proses merencanakan, memperoleh, dan menyediakan informasi yang sangat diperlukan untuk alternatif-alternatif keputusan. Dengan demikian, evaluasi merupakan suatu proses yang sistematis untuk menentukan atau membuat keputusan sampai sejauh mana tujuan-tujuan pengajaran telah dicapai (Purwanto, 2002).

2.2.9 Teori Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategis. Para manajer sangat perlu mengetahui kapan strategi tertentu tidak berfungsi dengan baik, evaluasi strategi berarti usaha untuk memperoleh informasi, dan meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi yang sekarang. Kegiatan evaluasi strategi yaitu mengkaji landasan strategi bisnis/perusahaan membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa kinerja sesuai dengan rencana. Alasan perlunya evaluasi strategi yaitu semakin kompleksnya masalah lingkungan, semakin sulitnya memprediksi masa organisasi, berkurangnya rentang waktu dimana perencanaan dapat dilakukan dengan tingkat ketepatan tertentu. Strategi evaluasi pemasaran harus dikembangkan untuk mendukung sasaran pemasaran ini untuk memperbesar pangsa pasar. Perusahaan mungkin meningkatkan ketersediaan produk dan promosi untuk memasuki pasar yang baru (Kotler 1996).

2.2.10 Strategi Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan. Strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang suatu kegiatan agar suatu perusahaan dapat mencapai tujuannya. Strategi

pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran perusahaan, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dan hubungannya dengan keadaan lingkungan yang diharapkan, dan kondisi persaingan yang dihadapi (Assauri, 2004).

Menurut Sumarwan (2015), dalam orientasi konsep pemasaran, untuk bisa lebih efektif daripada pesaing dalam menggarap pasar target, tindakan yang dapat dilakukan pemasaran adalah merancang program pemasaran terpadu. Pada awalnya pemasar selalu dan terus-menerus memikirkan berbagai alternatif dalam upaya meningkatkan penjualan produk yang ditawarkan, sehingga diperoleh daftar yang cukup panjang cara-cara untuk meningkatkan penjualan. Cara untuk meningkatkan penjualan tersebut dengan mengelompokkannya kedalam 4 komponen yaitu *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion* yang kemudian dikenal dengan bauran pemasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong (2006), bauran pemasaran merupakan sekelompok variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen dalam pasar sasarnya. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Berbagai kemungkinan ini dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang disebut 4P yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi).

Menurut Suharno (2010), keempat unsur atau variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu :

1. Produk (*Product*)

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya. Bagian produk ini meliputi bagaimana cara mengembangkan produk yang tepat bagi sasaran pasar. Produk ini dapat merupakan suatu barang fisik dan atau jasa yang dapat memenuhi beberapa kebutuhan konsumen. Dengan wujud produk dimaksudkan adalah ciri-ciri atau

sifat fisik produk yang dilihat dari konsumen bahwa fungsinya dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Penekanan wujud fisik dari produk ini adalah fungsi dari produk tersebut, disamping desain warna, ukuran, dan bungkus atau pengepakan. Dari wujud fisik inilah konsumen atau pembeli membedakan suatu produk dengan produk yang lain sehingga menarik konsumen atau pola pembeliannya. Masing-masing jenis produk memiliki cara yang berbeda dalam pemasarannya. Pasar sasaran memandang produk baik adalah dari bagaimana produk memberikan solusi bagi kebutuhan dan keinginan konsumen. Tujuan utama strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan. Oleh karena itu, strategi produk sebenarnya merupakan kemampuan strategi pemasaran sehingga gagasan utama atau ide untuk melaksanakannya harus datang dari bagian atau bidang pemasaran.

2. Tempat (*Place*)

Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Tempat menjelaskan tentang produk yang nantinya dipasarkan tepat kepada sasaran pasar. Suatu barang tidak ada gunanya bagi seorang konsumen apabila tidak tersedia pada waktu dan tempat dimana ia diperlukan. Pada tempat, kita akan melihat dimana, bilamana, dan oleh siapa barang-barang dan jasa-jasa dapat dijual. Perusahaan perlu menjamin bahwa produk yang ditawarkan akan tersedia pada saat konsumen membutuhkan dimanapun, kapanpun, dan, berapapun. Aktivitas terpenting dari distribusi dalam menjaga kemudahan dan kenyamanan dalam memperoleh produk yang diinginkan pasar sasaran. Tempat bagi kegiatan usaha menjadi faktor kunci. Kedekatan, kemudahan menjangkau dan kenyamanan menjadi faktor penting bagi konsumen untuk mendapatkan barang tersebut, sehingga keputusan tentang bagaimana mengelola aspek tempat ini adalah keputusan tentang lokasi, sarana, dan akses bagi konsumen atau pembeli. Perusahaan atau penjual perlu memperhatikan aspek lokasi ini, khususnya dalam usaha membimbing sejauh mana lokasi akan mempengaruhi pembelian konsumen. Penempatan atau penentuan lokasi tempat pemasaran hendaknya dapat dengan mudah dicapai untuk wilayah pemasaran.

3. Promosi (*Promotion*)

Promosi berarti aktivitas menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya. Bagian promosi meliputi pemberitahuan kepada pasar sasaran mengenai produk yang tepat. Promosi meliputi penjualan perorangan, penjualan massal, dan promosi penjualan. Kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanakan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik, diharapkan akan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan penjualan dan *share* pasar. Selain itu kegiatan promosi ini juga diharapkan akan dapat mempertahankan ketenaran merk (*brand*) selama ini dan bahkan, bila menggunakan program promosi yang tepat. Dalam rangka menunjang keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan dan efektifnya rencana pemasaran yang disusun maka perusahaan haruslah menetapkan dan menjalankan strategi promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan menggunakan bauran promosi yang diantaranya adalah :

a. Advertensi

Suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat non personal. Media yang sering digunakan adalah radio, televisi, majalah, surat kabar.

b. Personal selling

Penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisasinya penjualan.

c. Promosi penjualan

Kegiatan promosi yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pameran, pertunjukan demonstrasi dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur dan terus-menerus.

d. Publisitas

Usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara non personal dengan membuat, baik yang berupa berita yang bersifat komersial tentang produk tersebut didalam media cetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut.

4. Harga (*Price*)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung, adalah bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya. Faktor yang tidak langsung adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan harga untuk para penyalur dan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2006), berikut tabel variabel-variabel bauran pemasaran.

Tabel 2.1 Variabel-variabel bauran pemasaran

Produk	Harga	Promosi	Tempat
Ragam	Daftar Harga	Iklan	Saluran
Kualitas	Diskon	Penjualan pribadi	Cakupan
Desain	Potongan Harga	Promosi penjualan	Pemilahan
Fitur	Periode Pembayaran	Hubungan masyarakat	Lokasi
Nama Merek	Persyaratan Kredit		Persediaan
Kemasan			Transportasi
Layanan			Logistik

Sumber : Kotler dan Armstrong (2006)

2.3 Kerangka Pemikiran

UD.Mutiara Rasa merupakan agroindustri pengolahan suwar-suwir yang terletak di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember. UD.Mutiara Rasa merupakan usaha pengolahan suwar-suwir yang mengolah produk suwar-suwir dengan inovasi varian rasa. Varian rasa suwar-suwir yang diproduksi UD.Mutiara Rasa terdiri dari rasa coklat, ekstrak kulit manggis, ekstrak daun sirsak, mint, strawberry, dan kopi. Produk suwar-suwir hasil olahan agroindustri UD.Mutiara Rasa dipasarkan dengan cara curah. Agroindustri UD.Mutiara Rasa melakukan penjualan suwar-suwir secara curah (tanpa merk dan kemasan). Agroindustri UD.Mutiara Rasa melakukan pemasaran secara curah pada outlet-outlet ternama yang berada di Kabupaten Jember. Penjualan secara curah oleh agroindustri UD.Mutiara Rasa, mampu dipertahankan hingga saat ini ditengah persaingan agroindustri lain yang menjual produk menggunakan merk dan kemasan.

Jangkauan pemasaran suwar-suwir oleh UD.Mutiara Rasa, tidak hanya pada daerah lokal (Jember) saja, melainkan telah merambah hingga luar daerah Kabupaten Jember yaitu Kalimantan dan Sulawesi.

Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi suwar-suwir yaitu tape ubi kayu. Bahan baku ubi kayu didapatkan oleh UD.Mutiara Rasa dari pengusaha tape yang telah bermitra dengan UD.Mutiara Rasa. Pengusaha yang bermitra tersebut berasal dari Rambipuji. Dalam menyediakan bahan baku tape, agroindustri UD.Mutiara Rasa sering mengalami kendala meskipun telah bermitra dengan pengusaha tape. Kendala yang terjadi yaitu, harga tape akan mengalami kenaikan pada saat musim kemarau. Hal ini disebabkan oleh persediaan ubi kayu yang sedikit pada saat musim kemarau, sehingga harga tape ubi kayu juga semakin tinggi. Meningkatnya harga tape ubi kayu akan berpengaruh terhadap kenaikan biaya produksi yang tentunya akan berpengaruh pada pendapatan dan efisiensi usaha pada UD.Mutiara Rasa.

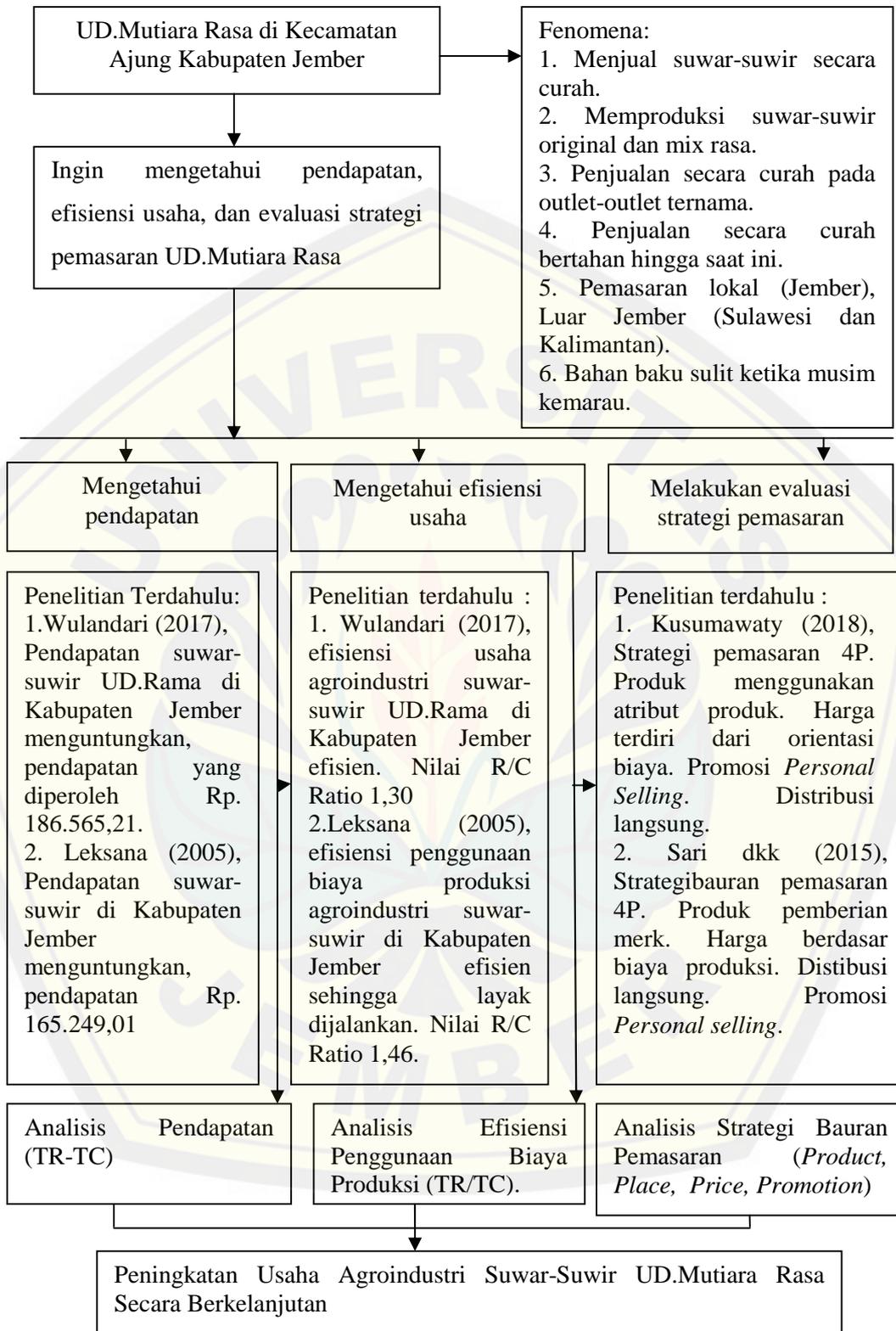
Berdasarkan fenomena yang terjadi pada agroindustri UD.Mutiara Rasa tersebut, perlu untuk mengetahui pendapatan yang diterima oleh agroindustri UD.Mutiara Rasa, mengetahui efisiensi usaha agroindustri UD.Mutiara Rasa dan melakukan evaluasi strategi pemasaran agroindustri UD.Mutiara Rasa. Pendapatan agroindustri UD.Mutiara Rasa perlu untuk diketahui karena pendapatan yang diterima oleh agroindustri UD.Mutiara Rasa sebagai agroindustri yang menjual suwar-suwir dengan sistem curah berbeda dengan pendapatan yang diterima oleh agroindustri yang menjual suwar-suwir dengan merk sendiri. Pendapatan yang diterima oleh agroindustri UD.Mutiara Rasa yang menjual suwar-suwir secara curah, lebih rendah dibandingkan dengan agroindustri yang menjual dengan merk dan kemasan. Hal ini dapat terjadi karena, produk yang dijual secara curah tidak menggunakan merk dan kemasan. Merk dan kemasan harus dibuat dan ditentukan sendiri oleh konsumen yang membeli produk tersebut. Agroindustri yang menjual produk dengan merk dan kemasan, dapat memperoleh pendapatan yang menguntungkan karena dapat menjual atau memasarkan produk dengan harga yang tinggi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2017), yang menganalisis mengenai pendapatan

yang diterima oleh agroindustri suwar-suwir UD.Rama yang menjual produk dengan merk dan kemasan sendiri. Hasil analisis menunjukkan bahwa agroindustri tersebut memperoleh pendapatan yang menguntungkan. Tetapi, agroindustri yang menjual produk secara curah, diduga dapat memperoleh pendapatan yang menguntungkan. Hal ini dikarenakan, biaya produksi pada agroindustri yang menjual secara curah tidak dibebankan dengan biaya pengemasan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dengan menekan biaya produksi. Hal ini sesuai dengan pernyataan pada teori yang dikemukakan oleh Soetrisno (2017), yang mengatakan bahwa pendapatan akan lebih besar apabila dapat menekan biaya variabel yang dikeluarkan dan diimbangi dengan produksi yang tinggi. Berdasarkan hal tersebut, pada penelitian diajukan hipotesis bahwa pendapatan agroindustri UD.Mutiara Rasa memiliki pendapatan yang menguntungkan.

Terkait dengan efisiensi usaha agroindustri UD.Mutiara Rasa, perlu untuk dilakukan analisis mengenai efisiensi usaha, karena efisiensi usaha yang dilakukan pada sebuah agroindustri akan menentukan agroindustri tersebut layak atau tidak layak untuk dilanjutkan. Agroindustri UD.Mutiara Rasa sebagai agroindustri yang menjual produk secara curah hingga saat ini, mampu bertahan ditengah agroindustri lain yang menjual produk menggunakan produk dan kemasan. Hal tersebut dilakukan karena dengan menjual produk secara curah, agroindustri UD.Mutiara Rasa, dapat melakukan efisiensi penggunaan biaya produksi terutama pada penggunaan biaya pengemasan. Permasalahan yang terjadi pada tingginya bahan baku tape ubi kayu pada saat musim kemarau, dapat diminimalisir dengan penjualan yang tinggi pada produksi suwar-suwir UD.Mutiara Rasa. Berdasarkan hal tersebut diduga agroindustri UD.Mutiara Rasa memiliki penggunaan biaya produksi yang efisien sehingga usaha yang dilakukan layak untuk dilanjutkan. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fahriyah dkk (2012), yang menyatakan bahwa tingginya nilai R/C ratio (perbandingan antara penerimaan dan biaya) disebabkan oleh produksi yang diperoleh dan biaya yang sangat berpengaruh terhadap penerimaan petani sebagai pengusaha.

Terkait dengan evaluasi strategi pemasaran, agroindustri UD.Mutiara Rasa mampu untuk memasarkan suwar-suwir secara curah pada outlet-outlet ternama di Kabupaten Jember. Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa agroindustri UD.Mutiara Rasa memiliki pangsa pasar yang baik di Kabupaten Jember, karena mampu memasarkan produknya secara curah pada outlet-outlet ternama hingga saat ini ditengah persaingan agroindustri lain yang menjual dengan merk dan kemasan. Usaha dalam memasarkan produk suwar-suwir UD.Mutiara Rasa dilakukan semaksimal mungkin untuk dapat memasarkan produknya secara curah pada outlet-outlet ternama di Kabupaten Jember. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sumarwan (2015), yang menyatakan bahwa, dalam orientasi konsep pemasaran, untuk bisa lebih efektif daripada pesaing dalam menggarap pasar target, tindakan yang dapat dilakukan pemasaran adalah merancang program pemasaran terpadu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kusumawaty (2018), untuk melakukan analisis strategi pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan analisis bauran pemasaran dengan menggunakan komponen 4P.

Berdasarkan pernyataan diatas, pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui analisis pendapatan, analisis efisiensi usaha, analisis evaluasi strategi pemasaran agroindustri UD.Mutiara Rasa. Alat analisis yang digunakan yaitu (1) untuk mengetahui pendapatan menggunakan analisis pendapatan TR-TC, (2) untuk mengetahui efisiensi usaha menggunakan analisis R/C Ratio, dan untuk melakukan evaluasi strategi pemasaran menggunakan analisis strategi bauran pemasaran pada komponen 4P. Analisis-analisis yang dilakukan pada agroindustri UD.Mutiara Rasa tersebut diharapkan dapat menjadi acuan peningkatan usaha agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa secara berkelanjutan. Berdasarkan uraian diatas, skema kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar 2.2 berikut.



Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

1. Usaha agroindustri suwar-suwir pada UD. Mutiara Rasa menguntungkan.
2. Usaha agroindustri suwar-suwir pada UD. Mutiara Rasa efisien sehingga layak untuk dilanjutkan.



BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive Method*). *Purposive Method* yaitu salah satu cara penentuan lokasi penelitian berdasarkan beberapa pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009). Penentuan daerah dalam penelitian ini yaitu memilih pada agroindustri UD. Mutiara Rasa yang berlokasi di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember karena UD.Mutiara Rasa merupakan agroindustri pengolahan suwar-suwir yang terletak di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember. UD.Mutiara Rasa merupakan usaha pengolahan suwar-suwir yang mengolah produk suwar-suwir dengan inovasi varian rasa. Agroindustri UD.Mutiara Rasa melakukan penjualan suwar-suwir secara curah (tanpa merk dan kemasan). Agroindustri UD.Mutiara Rasa melakukan pemasaran secara curah pada outlet-outlet ternama yang berada di Kabupaten Jember. Penjualan secara curah mampu dipertahankan hingga saat ini ditengah persaingan agroindustri lain yang menjual produk menggunakan merk dan kemasan. Jangkauan pemasaran suwar-suwir oleh UD.Mutiara Rasa, tidak hanya pada daerah lokal (Jember) saja, melainkan telah merambah hingga luar daerah Kabupaten Jember yaitu Kalimantan dan Sulawesi.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analitik. Menurut Nazir (2013), metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Sedangkan metode analitik merupakan metode yang bertujuan untuk menguji suatu hipotesis dan mengadakan interpretasi yang lebih dalam. Metode analitik pada penelitian ini digunakan untuk menguji hipotesis pada rumusan masalah yang pertama dan kedua sedangkan metode deskriptif digunakan untuk menguji rumusan masalah yang ketiga.

3.3 Metode Pengambilan Contoh

Metode pengambilan contoh dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Menurut (Soeratna dan Arsyad 1993) *purposive sampling* dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh sampel itu. Informan kunci yang diambil dalam penelitian ini yaitu pemilik sekaligus sebagai kepala bagian produksi pada agroindustri UD. Mutiara Rasa. Pemilihan Informan pada pemilik UD. Mutiara Rasa ini dikarenakan pemilik agroindustri yang mengerti dan mengetahui segala informasi mengenai proses produksi suwar-suwir serta aliran biaya-biaya pada proses produksi suwar-suwir pada UD. Mutiara Rasa. Informan lain yang berasal dari luar agroindustri UD. Mutiara Rasa yaitu pemilik outlet-outlet penjualan makanan oleh-oleh di Kabupaten Jember yang menjadi konsumen UD. Mutiara Rasa.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden dengan cara melakukan wawancara langsung dengan responden utama, untuk mendapatkan data secara valid dan aktual maka penelitian ini mengumpulkan data dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut :

1. Metode wawancara, merupakan sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai (Bungin, 2006). Wawancara dilakukan dengan responden utama yaitu pemilik agroindustri suwar-suwir UD. Mutiara Rasa untuk memperoleh informasi data primer mengenai aliran keuangan agroindustri UD. Mutiara Rasa serta pemilik outlet-outlet penjualan makanan oleh-oleh yang menjadi konsumen UD. Mutiara Rasa untuk mengetahui strategi pemasaran suwar-suwir oleh UD. Mutiara Rasa kepada outlet-outlet penjualan makanan oleh-oleh.

2. Metode observasi, merupakan cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis (Soeratna dan Arsyad 1993). Metode observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung mengenai kegiatan dalam mengolah ubi kayu menjadi suwar-suwir.
3. Studi Pustaka, merupakan ringkasan tertulis dari artikel jurnal, buku dan dokumen lain yang menggambarkan keadaan masa lalu dan informasi saat ini, mengatur literatur menjadi topik, dan mendokumentasikan kebutuhan untuk penelitian yang diusulkan (Fitrah dan Luthfiyah, 2017). Studi pustaka dilakukan dengan memperoleh data melalui instansi maupun buku-buku, dan jurnal penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Studi pustaka juga termasuk data sekunder yang diperoleh dari instansi terkait yaitu UMKM dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember.

3.5 Metode Analisis Data

Untuk menguji rumusan masalah yang pertama mengenai pendapatan pada agroindustri UD.Mutiara Rasa dapat dihitung dengan analisis pendapatan. Secara matematis dapat dijabarkan sebagai berikut :

$$Y = TR - TC$$

$$TR = P \times Q$$

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

Y : *Yield* (Pendapatan)

TR : *Total Revenue* (Pendapatan Total)

TC : *Total Cost* (Total Biaya)

P : *Price* (Harga)

Q : *Quantity* (Unit)

TFC : *Total Fixed Cost* (Biaya Tetap Total)

TVC : *Total Variable Cost* (Biaya Variabel Total)

Kriteria Pengambilan Keputusan :

- a. $TR > TC$, maka pendapatan agroindustri UD.Mutiara Rasa menguntungkan.

- b. $TR < TC$, maka pendapatan agroindustri UD.Mutiara Rasa tidak menguntungkan.

Pengujian rumusan masalah kedua mengenai efisiensi usaha agroindustri UD.Mutiara Rasa menggunakan pendekatan R/C Ratio. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

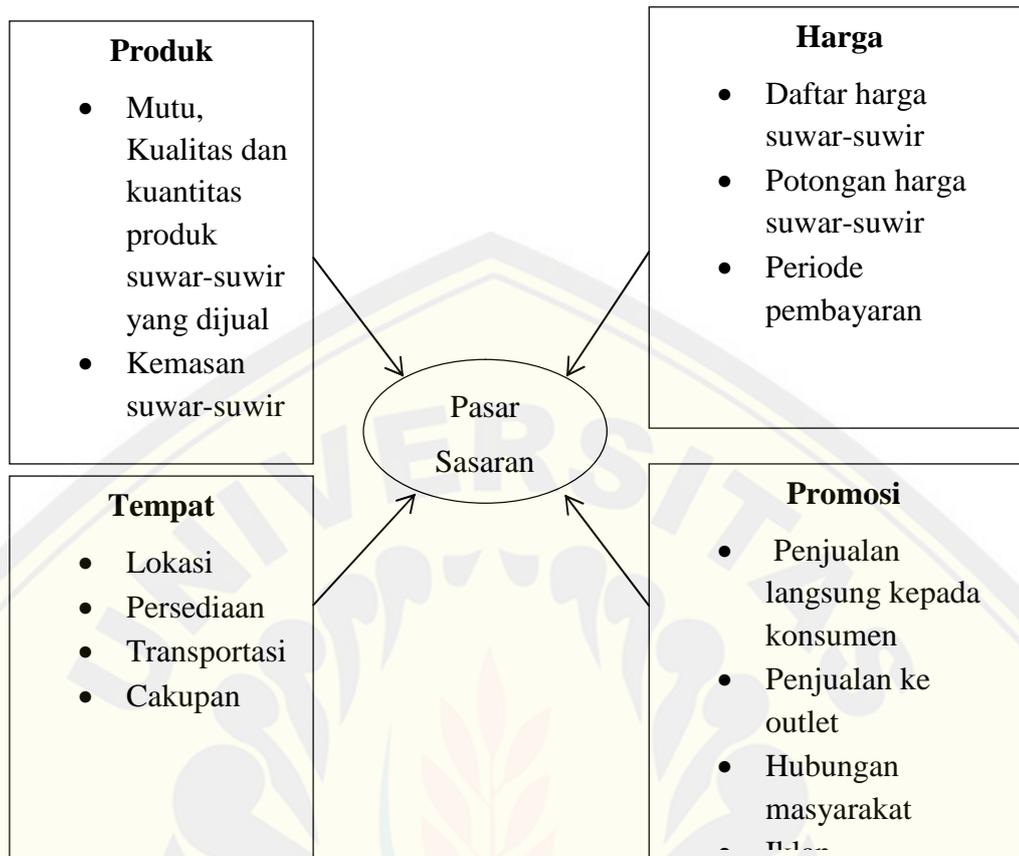
$$R/C \text{ Ratio} = \frac{\text{Total Penerimaan (Rp)}}{\text{Total Biaya (Rp)}}$$

Kriteria Pengambilan Keputusan :

- a. $R/C \text{ Ratio} > 1$, maka usaha agroindustri UD.Mutiara Rasa efisien sehingga layak untuk dilanjutkan.
- b. $R/C \text{ Ratio} < 1$, maka usaha agroindustri UD.Mutiara Rasa tidak efisien sehingga tidak layak untuk dilanjutkan.

Pengujian rumusan masalah yang ketiga mengenai strategi pemasaran agroindustri UD.Mutiara Rasa yaitu dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mencakup konsep 4P yaitu *Product, Place/Distribution, Price, Promotion*. Menurut Kotler dan Armstrong (2006), keempat bauran pemasaran tersebut meliputi :

1. Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.
2. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk.
3. Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran.
4. Promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.



Gambar 3.1 Skema 4P Bauran Pemasaran
(Sumber Kotler dan Armstrong, 2006)

3.6 Definisi Operasional

1. Agroindustri suwar-suwir adalah salah satu usaha produk olahan yang berbahan baku ubi kayu dan merupakan makanan khas Kabupaten Jember.
2. Proses produksi adalah proses pengolahan ubi kayu menjadi produk suwar-suwir dengan bahan baku ubi kayu.
3. Proses produksi yang dilakukan oleh agroindustri suwar-suwir yaitu dilakukan sebanyak 6 kali dalam seminggu dengan kapasitas produksi sebesar 200 kg dalam satu hari.
4. Bahan baku merupakan jumlah tape ubi kayu yang digunakan dalam satu kali proses pengolahan suwar-suwir yang diukur dalam satuan kilogram (Kg).

5. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri pengolahan suwar-suwir selama proses produksi, yaitu biaya tetap dan biaya variabel yang ditetapkan dalam satuan rupiah (Rp).
6. Biaya investasi pada agroindustri suwar-suwir UD. Mutiara Rasa terdiri dari peralatan, lahan, dan bangunan yang digunakan untuk produksi suwar-suwir (Rp).
7. Biaya tetap pada agroindustri suwar-suwir UD. Mutiara Rasa terdiri dari biaya pajak, peralatan, dan lahan yang digunakan untuk produksi suwar-suwir (Rp).
8. Biaya variabel pada agroindustri suwar-suwir UD. Mutiara Rasa terdiri dari biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, dan biaya input lainnya pada proses produksi suwar-suwir (Rp).
9. Penerimaan merupakan hasil kali antara produk olahan berupa suwar-suwir yang dijual dengan harga yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp/proses produksi).
10. Pendapatan atau keuntungan agroindustri merupakan selisih antara penerimaan agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa dengan total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi suwar-suwir yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
11. Pendapatan agroindustri UD.Mutiara Rasa dianalisis pada satu bulan.
12. Efisiensi usaha agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa dianalisis menggunakan analisis R/C Ratio.
13. R/C Ratio (*Revenue Cost Ratio*) merupakan analisis untuk melihat efisien dan layak/tidaknya agroindustri UD.Mutiara Rasa berdasarkan penerimaan dibagi total biaya produksi pada UD.Mutiara Rasa.
14. Strategi pemasaran merupakan strategi yang digunakan oleh agroindustri UD.Mutiara Rasa dalam memasarkan suwar-suwir secara curah pada outlet UD.Primadona, Sumber Madu dan Outlet H.Slamet.
15. Penjualan secara curah merupakan penjualan tanpa menggunakan merk dan kemasan yang dinyatakan dalam satuan (kg).

16. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan perangkat alat pemasaran yang taktis yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon dalam pasar sasaran pada agroindustri UD.Mutiara Rasa.
17. Produk merupakan penawaran nyata suwar-suwir oleh produsen kepada konsumen produk suwar-suwir.
18. Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen suwar-suwir UD.Mutiara Rasa.
19. Tempat merupakan kegiatan yang dilakukan untuk membuat suwar-suwir UD.Mutiara Rasa menjadi mudah diperoleh dan selalu tersedia untuk pelanggan sasaran.
20. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan produk suwar-suwir dan untuk membujuk konsumen agar membeli produk suwar-suwir pada UD.Mutiara Rasa.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

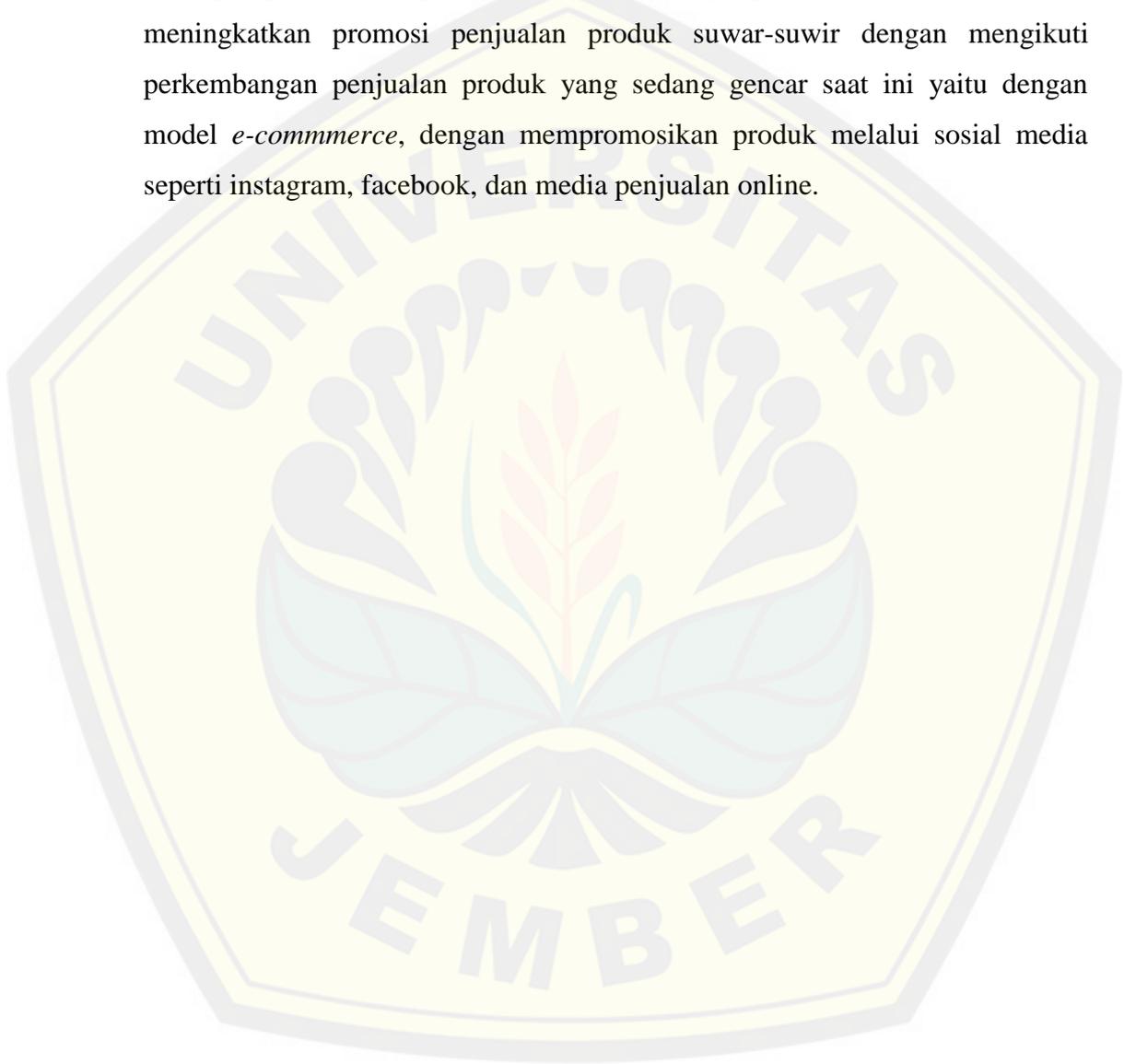
5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan sebagai berikut :

1. Pendapatan yang diperoleh agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember adalah menguntungkan. Pendapatan yang diterima oleh UD.Mutiara Rasa dalam satu bulan adalah sebesar Rp. 19.146.274/bulan.
2. Efisiensi usaha agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember yaitu efisien sehingga layak untuk diusahakan. Nilai R/C Ratio sebesar 1,16 menunjukkan bahwa setiap penggunaan biaya produksi Rp, 1, maka akan menghasilkan penerimaan sebesar 1,16 rupiah, sehingga setiap Rp, 1 biaya yang dikeluarkan memiliki keuntungan 0,16 rupiah. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat keuntungan agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa sebesar 16 %.
3. Evaluasi strategi pemasaran produk suwar-suwir pada 3 outlet penjualan makanan oleh-oleh yaitu :
 - a. Strategi produk : Produk suwar-suwir yang dimiliki oleh agroindustri UD.Mutiara Rasa memiliki keunggulan dalam mempertahankan ketersediaan produk dan menyediakan produk suwar-suwir dengan kualitas dan kuantitas yang diminati oleh konsumen serta harga yang terjangkau.
 - b. Strategi tempat : Memperluas jaringan pemasaran yang dimiliki artinya tidak hanya menjual produk suwar-suwir pada outlet saja, tetapi juga meningkatkan penjualan produk pada konsumen primer dengan menggunakan kemasan dan merk sendiri.
 - c. Strategi harga : Menetapkan harga produk suwar-suwir yang beragam sesuai dengan kualitas dan kuantitas produk suwar-suwir yang dimiliki.
 - d. Strategi Promosi : Promosi yang dilakukan dengan cara *Direct selling* atau promosi secara lisan dan *Sales Promotion*.

5.2 Saran

1. Sebaiknya agroindustri UD.Mutiara Rasa memperhatikan manajemen rantai pasok, khususnya pada penyediaan bahan baku tape agar dapat meminimalisir penggunaan biaya tape yang tinggi pada saat musim kemarau.
2. Strategi pemasaran produk suwar-suwir yang harus dilakukan yaitu meningkatkan promosi penjualan produk suwar-suwir dengan mengikuti perkembangan penjualan produk yang sedang gencar saat ini yaitu dengan model *e-commerce*, dengan mempromosikan produk melalui sosial media seperti instagram, facebook, dan media penjualan online.



DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Kementrian Pertanian. 2013. *Diversifikasi Pangan dan Transformasi Pembangunan Pertanian*. Jakarta : IAARD Press.
- Badan Pusat Statistik. 2017. Jawa Timur dalam Angka 2017. Surabaya. BPS Provinsi Jawa Timur.
- Bungin, B. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Prenada Media Group.
- David, F, R. 2004. *Manajemen Strategis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan. 2018 : Jember.
- Fahriyah, N.Hanani, dan R.Asmara. 2012. *Strategi Peningkatan Daya Saing Komoditas Pertanian*. Malang : Gunung Samudera.
- Fitrah, M dan Luthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian*. Sukabumi : CV. Jejak.
- Hariyati, Y. 2007. *Ekonomi Mikro (Pendekatan Matematis dan Grafis)*. Jember: CSS.
- Iwantono, S. 2002. *Kiat Sukses Berwirausaha*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Januar, J. 2006. *Agroindustri Peranan, Strategi dan Kebijakan*. Jember : Fakultas Pertanian UNEJ.
- Koesoemo, D. 2005. *Menyambut Pagi di Bromo, Melepas Penat di Raja Ampat*. Jakarta : IKAPI.
- Kotler, P, dan G. Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta :Erlangga.
- Kotler, P, dan G. Armstrong. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kusumawaty, Y. 2018. Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas dan Rengginang Ubi Kayu). *Agribisnis*, 20 (2) : 1-15
- Leksana, T. 2006. Analisis Nilai Tambah dan Prospek Agroindustri Suwar-Suwir di Kabupaten Jember. *Skripsi*. Universitas Jember. Jember.
- Maulidah, S. 2012. *Pengantar Manajemen Agribisnis*. Malang : UB Press.

- Nazir, M. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Prihandana, R, K. Noerwijati, P. G. Adinurani, D. Setyoningsih, S. Setiadi, dan R. Handoko. 2007. *Bioetanol Ubi Kayu Bahan Bakar Masa Depan*. Jakarta : Agromedia Pustaka.
- Purwanto, N. 2002. *Prinsip-Prinsip Evaluasi Pengajaran*. Bandung : Rosda Karya.
- Rukmana, R. 1997. *Ubi Kayu Budidaya dan Pasca Panen*. Yogyakarta : Kanisius.
- Santoso, I. 2013. *Pengantar Agroindustri*. Malang : UB Press.
- Saragih, B. 2018. *Bawang Dayak (Tiwai) Sebagai Pangan Fungsional*. Yogyakarta : Anggota IKAPI.
- Sari, D, I. 2012. Analisis Rantai Pasokan (*Supply Chain*) Suwar-Suwir di Kabupaten Jember. *Skripsi*. Universitas Jember. Jember.
- Sari, N, E. Maharani, dan S. Khaswarina. 2015. Strategi Pemasaran Agroindustri Keripik Tempe di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. *Agribisnis*, 2 (1) : 1-13.
- Setyawan, B. 2015. *Budidaya Umbi-Umbian Padat Nutrisi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Soekartawi. 1995. *Analisis UsahaTani*. Jakarta : Universitas Indonesia (UI Press).
- Soeratna dan Arsyad, L. 1993. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : YKPN.
- Soetriono, Suwandari, A, dan Rijanto. 1995. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Jember : Universitas Jember.
- Soetriono. 2017. *Daya Saing Pertanian Dalam Tinjauan Analisis*. Malang : Intimedia.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2015. *Pemasaran Strategik : Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor : IPB Press.
- Suparta. 2007. *Fokus Pengawasan : Membangun Budaya Kerja Melalui Pakta Integritas*. Jakarta : Inspektorat Jenderal Departemen Agama RI.
- Suprpti, M.L. 2005. *Tepung Tapioka*. Yogyakarta : Kanisius.

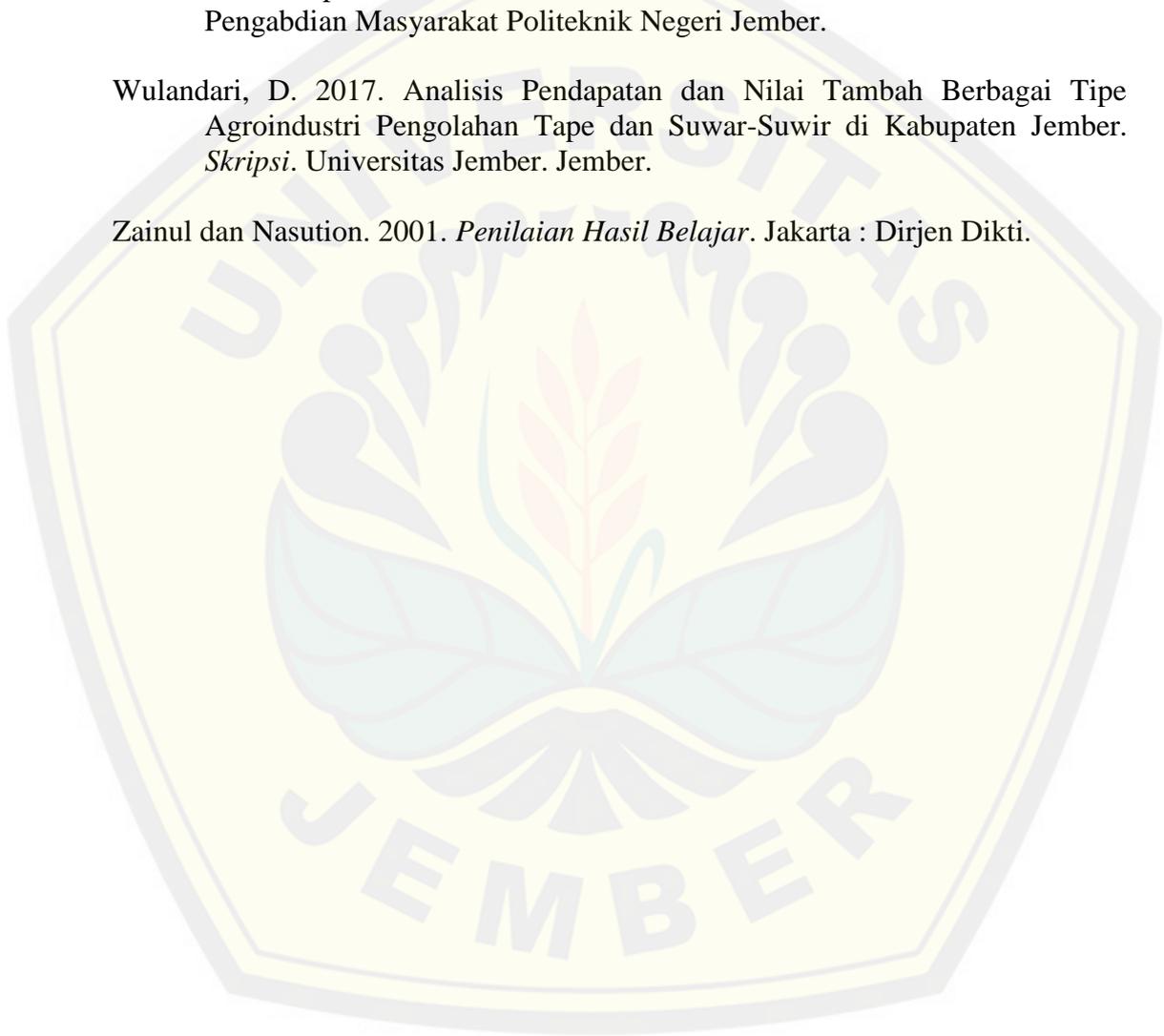
Udayana, B, G, I. 2011. Peran Agroindustri dalam Pembangunan Pertanian. Yogyakarta : Kanisius.

Widayat, Utoyo.1999. *Akuntansi Keuangan Lanjutan: Ikhtisar Teori dan Soal*. Jakarta : LPFE UI.

Wiguna dan Widyatami. 2017. Inovasi Teknologi Dalam Rangka Peningkatan Produktivitas dan Perbaikan Manajemen Pada Usaha Suwar-Suwir Doho di Kabupaten Jember. *Semnas*. Jember: Seminar Nasional Hasil Pengabdian Masyarakat Politeknik Negeri Jember.

Wulandari, D. 2017. Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Berbagai Tipe Agroindustri Pengolahan Tape dan Suwar-Suwir di Kabupaten Jember. *Skripsi*. Universitas Jember. Jember.

Zainul dan Nasution. 2001. *Penilaian Hasil Belajar*. Jakarta : Dirjen Dikti.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Produksi Ubi Kayu di Indonesia Tahun 2016 (Ton)

No	Provinsi	Produksi (Ton)	Share	Ranking
1.	Aceh	24.531	0,12	30
2.	Sumatera Utara	1.228.138	6,06	5
3.	Sumatera Barat	201.201	0,99	10
4.	Riau	105.992	0,52	14
5.	Jambi	53.944	0,27	24
6.	Sumatera Selatan	386.881	1,91	9
7.	Bengkulu	65.693	0,32	19
8.	Lampung	6.481.382	32,00	1
9.	Kepulauan Bangka Belitung	61.471	0,30	21
10.	Kepulauan Riau	24.012	0,12	31
11.	Daerah Khusus Ibukota Jakarta	0	0,00	34
12.	Jawa Barat	1.792.716	8,85	4
13.	Jawa Tengah	3.536.711	17,46	2
14.	DIY	1.125.375	5,56	6
15.	Jawa Timur	2.924.933	14,44	3
16.	Banten	90.629	0,45	17
17.	Bali	99.370	0,49	15
18.	NTB	55.041	0,27	23
19.	NTT	618.281	3,05	7
20.	Kalimantan Barat	163.023	0,80	11
21.	Kalimantan Tengah	63.862	0,32	20
22.	Kalimantan Selatan	80.904	0,40	18
23.	Kalimantan Timur	56.508	0,28	22
24.	Kalimantan Utara	37.262	0,18	26
25.	Sulawesi Utara	45.522	0,22	25
26.	Sulawesi Tengah	34.971	0,17	27
27.	Sulawesi Selatan	416.553	2,06	8
28.	Sulawesi Tenggara	161.492	0,80	12
29.	Gorontalo	2.470	0,01	33
30.	Sulawesi Barat	25.700	0,13	29
31.	Maluku	151.767	0,75	13
32.	Maluku Utara	98.907	0,49	16
33.	Papua Barat	10.074	0,05	32
34.	Papua	30.551	0,15	28

Sumber : Kementerian Pertanian (2017)

Lampiran 2. Produksi Ubi Kayu Berdasarkan Kabupaten dan Kota di Jawa Timur Tahun 2016 (Ton)

No.	Kabupaten/Kota	Produksi (Ton)	Share	Rangking
1.	Pacitan	322.139	11,01	2
2.	Ponorogo	518.565	17,73	1
3.	Trenggalek	226.279	7,74	4
4.	Tulungagung	160.362	5,48	5
5.	Blitar	119.175	4,07	8
6.	Kediri	154.787	5,29	6
7.	Malang	284.783	9,74	3
8.	Lumajang	32.982	1,13	21
9.	Jember	17.112	0,59	25
10.	Banyuwangi	23.277	0,80	23
11.	Bondowoso	82.073	2,81	14
12.	Situbondo	4.935	0,17	28
13.	Probolinggo	79.409	2,71	15
14.	Pasuruan	85.551	2,92	12
15.	Sidoarjo	0	0,00	33
16.	Mojokerto	15.254	0,52	26
17.	Jombang	24.587	0,84	22
18.	Nganjuk	64.265	2,20	16
19.	Madiun	88.151	3,01	11
20.	Magetan	91.351	3,12	10
21.	Ngawi	136.435	4,66	7
22.	Bojonegoro	82.082	2,81	13
23.	Tuban	96.976	3,32	9
24.	Lamongan	35.709	1,22	20
25.	Gresik	9.141	0,31	27
26.	Bangkalan	36.600	1,25	19
27.	Sampang	57.251	1,96	17
28.	Pamekasan	17.413	0,60	24
29.	Sumenep	52.203	1,78	18
30.	Kota Kediri	417	0,01	31
31.	Kota Blitar	0	0,00	34
32.	Kota Malang	3.857	0,13	29
33.	Kota Probolinggo	0	0,00	35
34.	Kota Pasuruan	0	0,00	36
35.	Kota Mojokerto	0	0,00	37
36.	Kota Madiun	0	0,00	38
37.	Kota Surabaya	20	0,00	32
38.	Kota Batu	1.792	0,06	30

Sumber : Badan Pusat Statistik (2017, *diolah*)

Lampiran 3. Daftar Usaha Mikro Kecil dan Menengah Olahan Singkong di Kabupaten Jember Tahun 2016

No.	Nama UD/CV/Toko	Jenis Usaha
1.	A2 Family	Produksi Kripik Singkong
2.	Usaha Mikro	Produksi Tape
3.	UD.96	Tape, Suwar-Suwir, Prol Tape dll
4.	UD.Liberty	Prol Tape, Kripik Tempe, Ceker Ayam
5.	UD. Super Madu	Tape dan Prol Tape
6.	Usaha Mikro	Produksi Tape
7.	Adelia Putri	Jual Kripik Singkong
8.	Sumber Madu Sae	Tape Singkong
9.	Ziza	Aneka Olahan Tape
10.	Usaha Mikro	Krupuk dan Krupuk Singkong
11.	Usaha Mikro	Camilan (Kripik Singkong)
12.	Berkah	Produksi Kripik Singkong
13.	Makmur Jaya	Produksi Kripik Singkong
14.	Berkah	Produksi Kripik Singkong
15.	Elmalik	Produksi Kripik Singkong
16.	Karomah	Jual Kripik Singkong
17.	Usaha Mikro	Kripik Singkong
18.	Adi Putra	Kripik Singkong
19.	Usaha Mikro	Kripik Singkong- Tempe
20.	Usaha Mikro	Kripik Singkong dan Tempe
21.	Bunda	Krupuk dan Kripik Singkong
22.	Putra Mandiri	Produksi Kripik Singkong dan Singkong
23.	Tiga Putra	Produksi Kripik Singkong dan Singkong
24.	UD.Mutiara Rasa	Suwar-Suwir
25.	UD.Alianda	Produksi Suwar-Suwir
26.	Tape Kembang Madu	Produksi Tape Singkong
27.	Koplak Food	Produksi Olahan Salak, dan Tape Singkong
28.	Safira	Jual Tape, Madu Mongso, Dodol Pisang, Sambal Goreng Tempe
29.	Kube (Anak Singkong)	Produksi Kripik Singkong
30.	Kurnia	Produksi Permen Asem dan Suwar-Suwir
31.	Orangiro	Produksi Kripik Singkong dan Jual Emping

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM, (2016)

Lampiran 4. Data responden dalam penelitian Kelayakan Usaha dan strategi pemasaran UD.Mutiara Rasa di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember

Nama	Umur (Th)	Pendidikan Terakhir	Jabatan	Perusahaan	Alamat
Hanifullah Umar	56	SMP	Pemilik	Agroindustri UD.Mutiara Rasa	Jl. Cendrawasih No. 60 Ajung Jember
Arifuddin	29	S1	Marketing Manager	UD.Mutiara Rasa	Jl. Cendrawasih No. 60 Ajung Jember
Devi	40	S1	Marketing	Outlet Primadona 1	JL. Trunojoyo No. 137 Jember
Hardi	73	SMA	Pemilik Manager	Outlet Sumber Madu	JL. Gajah Mada No. 103 Jember
Muh. Rofi	25	SMK	marketing	Outlet H. Slamet	Jl. Brawijaya No. 01 Jubung Jember

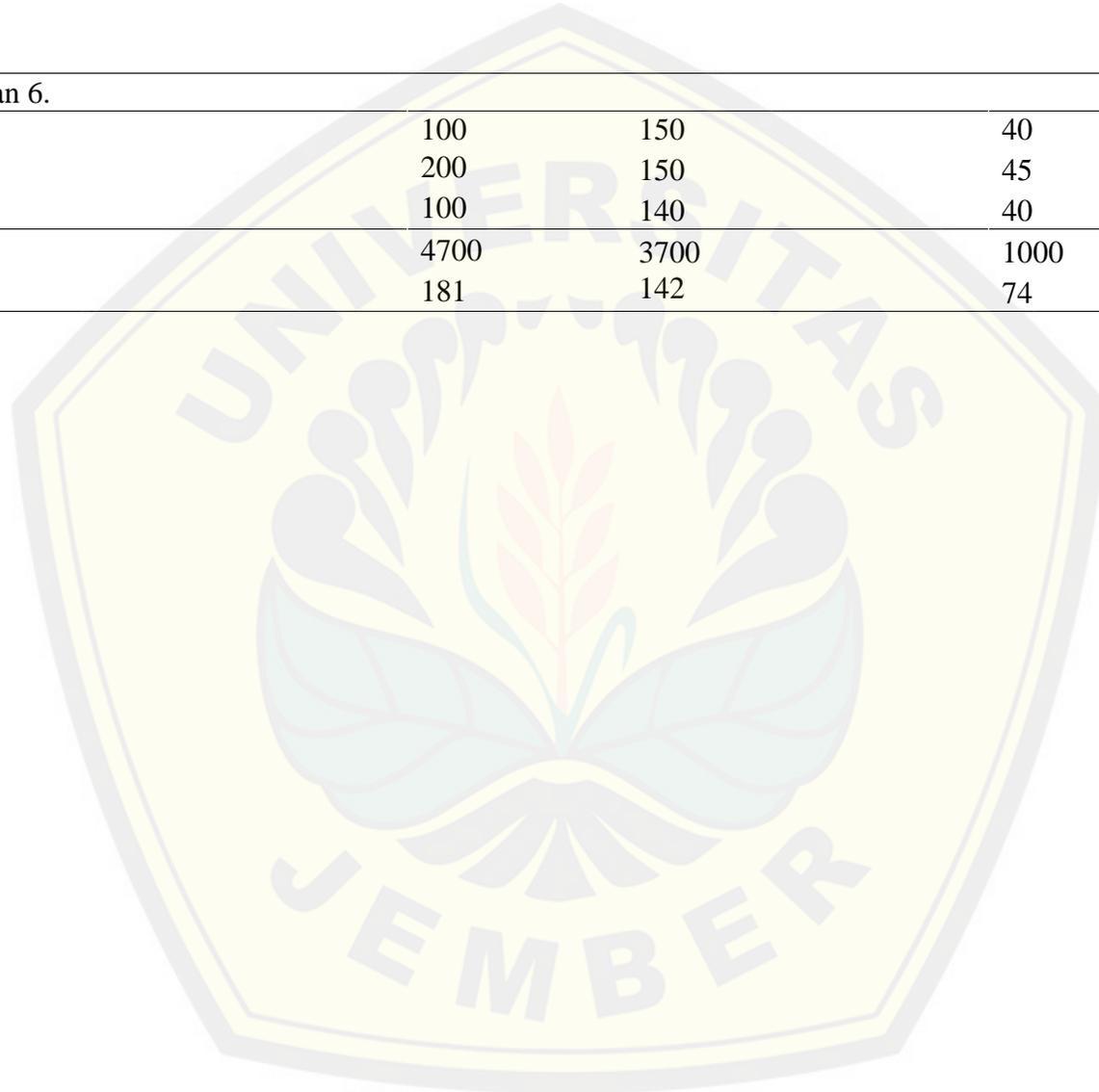
Lampiran 5. Data penjualan suwar-suwir UD.Mutiara Rasa Tahun 2018

No.	Bulan	Penjualan Rasa Original (Kg)	Penjualan Mix Rasa (Kg)
1.	Januari	3600	1000
2.	Februari	3950	950
3.	Maret	3700	1000
4.	April	4500	1000
5.	Mei	4650	950
6.	Juni	5500	950
7.	Juli	3800	600
8.	Agustus	4000	800
9.	September	2800	600
10.	Oktober	3750	650
11.	November	3500	650
12.	Desember	2000	600
	Total	45750	9750
	Rata-rata	3.813	813

Lampiran 6. Data produksi suwar-suwir UD.Mutiara Rasa bulan Maret 2018

No	Bahan baku masuk/tape singkong (kg)	Produksi (kg)	Produksi original (kg)	Produksi mix rasa (kg)
1.	200	200	130	40
2.	200	200	140	38
3.	200	200	120	35
4.	200	200	150	30
5.	200	200	125	33
6.	100	100	150	35
7.	200	200	150	30
8.	200	200	140	35
9.	200	200	120	35
10.	200	200	125	40
11.	200	200	150	45
12.	150	150	150	40
13.	100	100	140	35
14.	250	250	150	33
15.	200	200	150	45
16.	150	150	140	40
17.	200	200	140	42
18.	250	250	150	40
19.	200	200	150	44
20.	150	150	140	42
21.	150	150	150	30
22.	200	200	150	45
23.	200	200	150	43

Lanjutan Lampiran 6.				
24.	100	100	150	40
25.	200	200	150	45
26.	100	100	140	40
Total	4700	4700	3700	1000
Rata-rata		181	142	74



Lampiran 7. Data Biaya Tetap Pengolahan Suwar-Suwir

No	Alat	Umur ekonomis (Tahun)	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan	Jumlah Investasi (Rp/Proses)	
1	Bangunan	10	500	m ²	Rp	200.000	Rp 100.000.000
2	Pajak Bangunan	1	1	tahun	Rp	50.000	Rp 50.000
4	Mobil Pick Up	5	1	unit	Rp	40.000.000	Rp 40.000.000
6	Pajak Pick Up	1	1	tahun	Rp	1.000.000	Rp 1.000.000
7	Tungku	5	2	unit	Rp	100.000	Rp 200.000
8	Wajan	4	3	unit	Rp	300.000	Rp 900.000
9	Timba	3	12	unit	Rp	50.000	Rp 600.000
10	Kompore kecil	4	1	unit	Rp	85.000	Rp 85.000
11	Meja roll	7	6	unit	Rp	1.500.000	Rp 9.000.000
12	Alat pengaduk kayu	5	3	unit	Rp	37.000	Rp 111.000
13	Pisau	4	6	unit	Rp	45.000	Rp 270.000
14	Penggaris kayu	5	3	unit	Rp	7.500	Rp 22.500
15	Timbangan	8	2	unit	Rp	350.000	Rp 700.000
16	Komputer	5	1	unit	Rp	3.500.000	Rp 3.500.000
17	Printer	3	1	unit	Rp	700.000	Rp 700.000
18	Mesin penghalus	7	1	unit	Rp	2.000.000	Rp 2.000.000
19	Staples	3	4	unit	Rp	75.000	Rp 300.000
20	tabung gas 3 kg	5	1	unit	Rp	280.000	Rp 280.000
21	Lampu	1	4	unit	Rp	25.000	Rp 100.000
						Rp	159.818.500
Total							

Lampiran 8. Perhitungan penyusutan biaya tetap peralatan per tahun

No.	Alat	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Umur ekonomis (thn)	Bulan	Biaya penyusutan per tahun (Rp)
1.	Bangunan	500	200.000	10	120	Rp10.000.000
2.	Pajak Bangunan	1	50.000	1	12	Rp.50.000
4.	Mobil Pick Up	1	40.000.000	5	60	Rp8.000.000
6.	Pajak Pick Up	1	1.000.000	1	12	Rp1.000.000
7.	Tungku	2	100.000	5	60	Rp40.000
8.	Wajan	3	300.000	4	48	Rp225.000
9.	Timba	12	50.000	3	36	Rp200.000
10.	Kompor kecil	1	85.000	4	48	Rp21.250
11.	Meja roll	6	1.500.000	7	84	Rp1.285.714
12.	Alat pengaduk kayu	3	37.000	5	60	Rp22.200
13.	Pisau	6	45.000	4	48	Rp67.500
14.	Penggaris kayu	3	7.500	5	60	Rp4.500
15.	Timbangan	2	350.000	8	96	Rp87.500
16.	Komputer	1	3.500.000	5	60	Rp700.000
17.	Printer	1	700.000	3	36	Rp233.333
18.	Mesin penghalus	1	2.000.000	7	84	Rp285.714
19.	Staples	4	75.000	3	36	Rp100.000
20.	tabung gas 3 kg	1	280.000	5	60	Rp56.000
21.	Lampu	4	25.000	1	12	Rp100.000
Total						Rp. 22.478.712

Lampiran 9. Perhitungan penyusutan biaya tetap per bulan

No.	Alat	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Bulan	Biaya Penyusutan Per Bulan (Rp)
1.	Bangunan	500	200.000	10	120	Rp833.333
2.	Pajak Bangunan	1	50.000	1	12	Rp4.167
4.	Mobil Pick Up	1	40.000.000	5	60	Rp666.667
6.	Pajak Pick Up	1	1.000.000	1	12	Rp83.333
7.	Tungku	2	100.000	5	60	Rp3.333
8.	Wajan	3	300.000	4	48	Rp18.750
9.	Timba	12	50.000	3	36	Rp16.667
10.	Kompor kecil	1	85.000	4	48	Rp1.771
11.	Meja roll	6	1.500.000	7	84	Rp107.143
12.	Alat pengaduk kayu	3	37.000	5	60	Rp1.850
13.	Pisau	6	45.000	4	48	Rp5.625
14.	Penggaris kayu	3	7.500	5	60	Rp375
15.	Timbangan	2	350.000	8	96	Rp7.292
16.	Komputer	1	3.500.000	5	60	Rp58.333
17.	Printer	1	700.000	3	36	Rp19.444
18.	Mesin penghalus	1	2.000.000	7	84	Rp23.810
19.	Staples	4	75.000	3	36	Rp8.333
20.	tabung gas 3 kg	1	280.000	5	60	Rp4.667
21.	Lampu	4	25.000	1	12	Rp8.333
Total						Rp. 1.873.226

Lampiran 10. Perhitungan penyusutan biaya tetap per kg suwar-suwir original

No.	Alat	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Umur ekonomis (tahun)	bulan	Biaya penyusutan per kg (suwar-suwir original)
1.	Bangunan	500	200.000	10	120	Rp5.856
2.	Pajak Bangunan	1	50.000	1	12	Rp29
4.	Mobil Pick Up	1	40.000.000	5	60	Rp4.685
6.	Pajak Pick Up	1	1.000.000	1	12	Rp586
7.	Tungku	2	100.000	5	60	Rp23
8.	Wajan	3	300.000	4	48	Rp132
9.	Timba	12	50.000	3	36	Rp117
10.	Kompor kecil	1	85.000	4	48	Rp12
11.	Meja roll	6	1.500.000	7	84	Rp753
12.	Pengaduk kayu	3	37.000	5	60	Rp13
13.	Pisau	6	45.000	4	48	Rp40
14.	Penggaris kayu	3	7.500	5	60	Rp3
15.	Timbangan	2	350.000	8	96	Rp51
16.	Komputer	1	3.500.000	5	60	Rp410
17.	Printer	1	700.000	3	36	Rp137
18.	Mesin penghalus	1	2.000.000	7	84	Rp167
19.	Staples	4	75.000	3	36	Rp59
20.	tabung gas 3 kg	1	280.000	5	60	Rp33
21.	Lampu	4	25.000	1	12	Rp59
Total						Rp13.163

Lampiran 11. Perhitungan penyusutan biaya tetap per kg suwar-suwir mix rasa

No.	Alat	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Umur ekonomis (tahun)	bulan	Biaya penyusutan per kg (suwar-suwir mix rasa)
1.	Bangunan	500	200.000	10	120	Rp11.250
2.	Pajak Bangunan	1	50.000	1	12	Rp56
4.	Mobil Pick Up	1	40.000.000	5	60	Rp9.000
6.	Pajak Pick Up	1	1.000.000	1	12	Rp1.125
7.	Tungku	2	100.000	5	60	Rp45
8.	Wajan	3	300.000	4	48	Rp253
9.	Timba	12	50.000	3	36	Rp225
10.	Kompore kecil	1	85.000	4	48	Rp24
11.	Meja roll	6	1.500.000	7	84	Rp1.446
12.	Pengaduk kayu	3	37.000	5	60	Rp25
13.	Pisau	6	45.000	4	48	Rp76
14.	Penggaris kayu	3	7.500	5	60	Rp5
15.	Timbangan	2	350.000	8	96	Rp98
16.	Komputer	1	3.500.000	5	60	Rp788
17.	Printer	1	700.000	3	36	Rp263
18.	Mesin penghalus	1	2.000.000	7	84	Rp321
19.	Staples	4	75.000	3	36	Rp113
20.	tabung gas 3 kg	1	280.000	5	60	Rp63
21.	Lampu	4	25.000	1	12	Rp113
Total						Rp25.289

Lampiran 12. Perhitungan biaya tetap pengolahan suwar-suwir per bulan

No.	Alat	Jumlah	Harga	Nilai	Umur ekonomis (Thn)	Produksi/bulan	Penyusutan (Rp/Proses)
1.	Bangunan	500	Rp200.000	Rp100.000.000	10	120	Rp833.333
2.	Pajak Bangunan	1	Rp50.000	Rp50.000	1	12	Rp4.167
4.	Mobil Pick Up	1	Rp40.000.000	Rp40.000.000	5	60	Rp666.667
6.	Pajak Pick Up	1	Rp1.000.000	Rp1.000.000	1	12	Rp83.333
7.	Tungku	2	Rp100.000	Rp200.000	5	60	Rp3.333
8.	Wajan	3	Rp300.000	Rp900.000	4	48	Rp18.750
9.	Timba	12	Rp50.000	Rp600.000	3	36	Rp16.667
10.	Kompor kecil	1	Rp85.000	Rp85.000	4	48	Rp1.771
11.	Meja roll	6	Rp1.500.000	Rp9.000.000	7	84	Rp107.143
12.	Alat pengaduk kayu	3	Rp37.000	Rp111.000	5	60	Rp1.850
13.	Pisau	6	Rp45.000	Rp270.000	4	48	Rp5.625
14.	Penggaris kayu	3	Rp7.500	Rp22.500	5	60	Rp375
15.	Timbangan	2	Rp350.000	Rp700.000	8	96	Rp7.292
16.	Komputer	1	Rp3.500.000	Rp3.500.000	5	60	Rp58.333
17.	Printer	1	Rp700.000	Rp700.000	3	36	Rp19.444
18.	Mesin penghalus	1	Rp2.000.000	Rp2.000.000	7	84	Rp23.810
19.	Staples	4	Rp75.000	Rp300.000	3	36	Rp8.333
20.	tabung gas 3 kg	1	Rp280.000	Rp280.000	5	60	Rp4.667
21.	Lampu	4	25.000	Rp100.000	1	12	Rp8.333
Total							Rp1.873.226

Lampiran 13. Perhitungan biaya variabel suwar-suwir per bulan

No.	Bahan baku	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Biaya/produksi (Rp)
1.	Tape singkong	200	kg	Rp7.000	Rp1.400.000
2.	Gula Pasir	200	kg	Rp10.000	Rp2.000.000
3.	Perasa makanan	6	botol	Rp7.500	Rp45.000
4.	Pewarna makanan	5	botol	Rp5.000	Rp25.000
5.	Listrik	1	bulan	Rp300.000	Rp300.000
6.	Kemasan kertas warna	50	lembar	Rp1.500	Rp75.000
7.	Gas	1	tabung	Rp18.000	Rp18.000
8.	Kayu bakar	1	kibik	Rp300.000	Rp300.000
9.	Label mix rasa	10	pack	20000	Rp200.000
	total				Rp4.363.000

Lampiran 14. Perhitungan biaya variabel bahan baku untuk pembuatan 1 kg suwar-suwir

No.	Bahan baku	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Biaya produksi (Rp)
1.	Tape singkong	1	kg	Rp7.000	Rp7.000
2.	Gula Pasir	1	kg	Rp10.000	Rp10.000
3.	Perasa makanan	0,03	botol	Rp7.500	Rp225
4.	Pewarna makanan	0,025	botol	Rp5.000	Rp125
5.	Listrik	0,005	Bulan	Rp300.000	Rp1.500
6.	Kemasan kertas warna	0,25	lembar	Rp1.500	Rp375
7.	Gas	0,005	tabung	Rp18.000	Rp90
8.	Kayu bakar	0,005	kibik	Rp300.000	Rp1.500
9.	label mix rasa	0,05	pack	20000	Rp1.000
total					Rp21.815

Lampiran 15. Perhitungan pembuatan suwar-suwir dalam satu bulan

No.	Bahan baku	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Biaya/produksi (Rp)
1.	Tape singkong	4700	kg	Rp7.000	Rp32.900.000
2.	Gula Pasir	4700	kg	Rp10.000	Rp47.000.000
3.	Perasa makanan	141	botol	Rp7.500	Rp1.057.500
4.	Pewarna makanan	117,5	botol	Rp5.000	Rp587.500
5.	Listrik	1	Bulan	Rp300.000	Rp300.000
6.	Kemasan kertas warna	1175	lembar	Rp1.500	Rp1.762.500
7.	Gas	23,5	tabung	Rp18.000	Rp423.000
8.	Kayu bakar	23,5	kibik	Rp300.000	Rp7.050.000
9.	label mix rasa	235	pack	20000	Rp4.700.000
total					Rp95.780.500

Lampiran 16. Perhitungan biaya variabel tenaga kerja satu bulan

No.	Jenis kegiatan	Tenaga kerja	hari kerja	Jumlah jam	gaji/hari	gaji
1.	Bagian produksi	6	26	7	Rp50.000	Rp7.800.000
2.	Bagian pengemasan	10	26	6	Rp30.000	Rp7.800.000
Total		16	52	13	Rp80.000	Rp15.600.000

Lampiran 17. Perhitungan biaya variabel tenaga kerja untuk pembuatan 1 kg suwar-suwir

No	Jenis kegiatan	satuan	Jumlah TK	Jumlah jam	Biaya/produksi (Rp)
1.	Bag.produksi	orang	0,03	0,035	Rp39.000
2.	Bag. Pengemasan	orang	0,05	0,03	Rp39.000
Total		0	0,08	0,065	Rp78.000

Lampiran 18. Perhitungan biaya variabel lain-lain untuk satu bulan

No	Jenis kegiatan	jumlah	satuan	harga satuan (Rp)	harga
1.	Pengangkutan (Bensin)	100	liter	Rp9.000	Rp900.000
2.	Biaya komunikasi (pulsan dan internet)	1	bulan	Rp300.000	Rp300.000
Total					Rp1.200.000

Lampiran 19. Data rangkuman biaya variabel untuk satu bulan

No	Uraian	Total biaya
1.	Biaya bahan baku	Rp95.780.500
2.	Biaya tenaga kerja	Rp15.600.000
3.	biaya lain-lain	Rp1.200.000
	total	Rp112.580.500

Lampiran 20. Data penerimaan suwar-suwir UD.Mutiara Rasa dalam 1 bulan

No.	Keterangan	Penjualan (kg)	Harga Jual (Rp)	Penerimaan (TR)
1.	Rasa original	3700	28000	103600000
2.	Mix Rasa	1000	30000	30000000
	Total			133600000

Lampiran 21. Total biaya produksi pembuatan suwar-suwir UD.Mutiara Rasa dalam 1 bulan

No	Uraian	Total biaya (Rp/Proses)
1.	Biaya tetap	Rp1.873.226
2.	Biaya variabel	Rp112.580.500
	Total	Rp114.453.726

Lampiran 22. Anallisis pendapatan dan efisiensi usaha agroindustri UD.Mutiara Rasa dalam 1 bulan

No.	Total biaya (TC)	Total penerimaan (TR)	Pendapatan	Kelayakan usaha (RC/Ratio)
1.	Rp114.453.726	Rp133.600.000	Rp19.146.724	1,16728

Lampiran 23. Kuisisioner Penelitian

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

AGROINDUSTRI

KUISISIONER

Judul : Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pemasaran Agroindustri Suwar-Suwir tanpa Merk pada UD.Mutiara Rasa Kecamatan Ajung Kabupaten Jember

Lokasi : Kecamatan Ajung Kabupaten Jember

Identitas Responden

Nama :
Umur :
Pendidikan :
Pekerjaan :
Alamat :
Desa :
Kecamatan :
Kabupaten :
Lama Kegiatan Usaha : Tahun

Pewawancara

Nama : Siti Nurjanah
NIM : 151510601148
Tanggal Wawancara :

Responden

()

A. GAMBARAN UMUM AGROINDUSTRI SUWAR-SUWIR UD.MUTIARA RASA

1. Sejak kapan agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa ini didirikan?
Jawab :
2. Bagaimana asal mula berdirinya agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa?
Jawab :
3. Bagaimana status kepemilikan agroindustri suwar-suwir UD. Mutiara Rasa?
Jawab :
4. Apakah usaha agroindustri UD.Mutiara Rasa merupakan pekerjaan utama atau sampingan?
Jawab :
5. Apakah alasan anda untuk melakukan usaha agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa?
 - a. Harga bahan baku murah
 - b. Ketersediaan bahan baku
 - c. Usaha turun menurun
 - d. Keinginan sendiri
 - e. Biaya produksi rendah
 - f. Keuntungan tinggi
 - g. Lain-lainJawab :
6. Suwar-suwir jenis apa saja yang dihasilkan oleh agroindustri UD.Mutiara Rasa?
Jawab :
7. Apakah anda melakukan pengolahan suwar-suwir setiap hari?
Jawab :
8. Bagaimana struktur organisasi pada agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa?
Jawab :
9. Berapa jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk melakukan kegiatan pada agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa?
Jawab :

10. Apa saja peran tenaga kerja selama kegiatan dalam agroindustri suwar-suwir?

Jawab :

11. Apakah terdapat kriteria atau persyaratan khusus dalam perekrutan tenaga kerja?

a. Ya b. Tidak

Keterangan :

12. Darimanakah modal yang anda dapatkan untuk melakukan usaha agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa?

Jawab :

13. Apakah terdapat kendala selama menjalankan kegiatan agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa?

a. Ya b. Tidak

Keterangan :

14. Bagaimanakah cara anda mengatasi kendala tersebut?

Jawab :

a. Bahan baku suwar-suwir

1. Apa saja bahan baku yang dibutuhkan untuk melakukan proses produksi?

Jawab :

2. Darimana anda membeli bahan baku tersebut?

Jawab :

3. Apakah bahan baku untuk pembuatan suwar-suwir bisa kontinyu?

Jawab :

4. Untuk bahan baku utama singkong, berapa jumlah petani yang memasok bahan baku?

Jawab :

5. Apakah anda memperoleh bahan baku hanya dari petani saja, tidak membutuhkan dari pemasok lain?

Jawab :

6. Berapa harga bahan baku singkong untuk setiap kilogramnya?

Jawab :

6. Berapa banyak bahan baku yang anda butuhkan untuk setiap kali produksi?
Jawab :
8. Apakah terdapat kriteria atau kualitas khusus untuk bahan baku yang akan digunakan?
a. Ya b. Tidak
Keterangan :
9. Kriteria seperti apa yang biasanya digunakan untuk pemilihan bahan baku?
Jawab :
10. Singkong jenis apa yang biasanya anda gunakan untuk produksi suwar-suwir?
Jawab :
9. Apakah pernah terdapat kendala dalam memperoleh bahan baku tersebut?
Jawab :
10. Bagaimana cara anda untuk mengatasi kendala dalam memperoleh bahan baku?
Jawab :

b. Proses Produksi

1. Teknologi apa saja yang anda gunakan untuk melakukan usaha agroindustri suwar-suwir?
Jawab :
2. Darimana anda memperoleh teknologi tersebut?
a. Bantuan pemerintah
b. Beli sendiri
c. Lain-lain,
Jawab :
3. Apakah terdapat bahan bakar yang digunakan dalam kegiatan agroindustri suwar-suwir?
a. Ya b. Tidak
Keterangan :
4. Jenis bahan bakar apa yang anda gunakan?
Jawab :

5. Apakah hanya kayu bakar yang digunakan sebagai bahan bakar dalam proses produksi?
Jawab :
6. Jenis kayu bakar apa yang biasanya digunakan untuk proses produksi?
Jawab :
7. Darimanakah anda memperoleh kayu bakar tersebut?
Jawab :
9. Berapa kali anda membeli kayu bakar untuk proses produksi?
Jawab :
10. Berapa jumlah kayu bakar dalam 1 kali pembelian?
Jawab :
11. Berapa biaya yang anda keluarkan untuk membeli kayu bakar dalam sekali pembelian?
Jawab :
12. Berapa frekuensi untuk satu kali proses produksi suwar-suwir?
Jawab :
13. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk satu kali proses produksi suwar-suwir?
Jawab :
14. Berapa banyak produk yang dihasilkan untuk satu kali proses produksi?
Jawab :
15. Berapa berat bersih produk yang dihasilkan dalam sekali proses produksi suwar-suwir?
Jawab :
16. Kendala apa yang sering anda alami dalam proses produksi suwar-suwir?
Jawab :
17. Bagaimana cara anda mengatasi kendala tersebut?
Jawab :

c. Produk Suwar-Suwir

1. Produk suwar-suwir apa saja yang anda hasilkan pada agroindustri anda?

Jawab :

2. Apakah terdapat perbedaan antara suwar-suwir original dengan suwar-suwir mix rasa?

Jawab :

3. Apa yang membedakan antara suwar-suwir original dan mix rasa?

Jawab :

4. Rasa apa saja yang ada pada produk suwar-suwir mix rasa?

Jawab :

5. Apakah terdapat perbedaan biaya antara produksi suwar-suwir original dengan mix rasa?

Jawab :

6. Berapa biaya untuk produksi suwar-suwir original dan berapa biaya produksi suwar-suwir mix rasa?

Jawab :

7. Apa kemasan yang anda gunakan untuk produk suwar-suwir anda?

Jawab :

8. Apakah terdapat perbedaan kemasan antara rasa original dengan mix rasa?

Jawab :

9. Berapa biaya yang anda keluarkan untuk pengemasan?

Jawab :

d. Sarana Produksi

1. Bangunan jenis apa yang anda gunakan untuk proses produksi suwar-suwir?

Jawab :

2. Apakah bangunan tersebut milik anda sendiri atau sewa?

Jawab :

3. Jika milik sendiri, berapakah jumlah pajak yang anda bayarkan untuk bangunan?

Jawab :

4. Berapakah jumlah pajak usaha yang anda bayarkan?

Jawab :

5. Jenis kendaraan apa yang anda gunakan untuk pengiriman suwar-suwir?

Jawab :

6. Berapa jumlah kendaraan yang anda gunakan untuk proses pengiriman suwar-suwir?

Jawab :

7. Apakah kendaraan tersebut milik anda sendiri, atau sewa?

Jawab :

8. Berapa jumlah pajak kendaraan yang anda bayarkan?

Jawab :

9. Berapa jumlah tungku yang digunakan untuk proses produksi suwar-suwir?

Jawab :

10. Apakah terdapat biaya perbaikan, apabila tungku mengalami kerusakan?

Jawab :

11. Berapa jumlah biaya yang dikeluarkan untuk perbaikan tungku?

Jawab :

12. Berapa jumlah wajan yang anda gunakan untuk proses produksi?

Jawab :

13. Berapa biaya yang anda keluarkan untuk membeli wajan?

Jawab :

14. Berapa jumlah timba yang anda gunakan untuk proses produksi?

Jawab :

15. Berapa jumlah kompor kecil yang anda gunakan untuk proses produksi?

Jawab :

16. Berapa jumlah meja roll yang anda gunakan untuk proses produksi?

Jawab :

17. Jenis timbangan seperti apa yang anda gunakan?

Jawab :

18. Apa jenis komunikasi yang anda gunakan untuk berkomunikasi dengan konsumen?

Jawab :

19. Berapa biaya yang anda keluarkan untuk komunikasi tersebut?

Jawab :

20. Berapa kali pengangkutan suwar-suwir setiap satu kali proses produksi?

Jawab :

21. Berapa biaya yang anda keluarkan untuk proses pengangkutan suwar-suwir?

Jawab :

B. Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha Agroindustri Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa

a. Penggunaan Biaya Produksi Agroindustri Suwar-Suwir UD.Mutiara Rasa (Satu Kali Proses Produksi)

1. Biaya tetap

a. Penyusutan peralatan

No	Komponen	Jumlah	Umur ekonomis (Tahun)	Harga Satuan (Rp)	Biaya Penyusutan
1.	Pajak bangunan				
2.	Pajak usaha				
3.	Pajak kendaraan				
4.	Tungku				
5.	Wajan				
6.	Timba				
7.	Kompor kecil				
8.	Meja roll				
9.	Alat pengaduk kayu				
10.	Pisau				
11.	Penggaris kayu				
12.	Timbangan				
13.	Staples				
14.	Komputer dan Printer				
15.	Mesin penghalus				

Total Biaya

2. Biaya variabel

a. Biaya variabel untuk biaya bahan baku

No.	Bahan Baku	Jumlah	Satuan	Harga/satuan
1.	Singkong			
2.	Gula pasir			
3.	Perasa dan pewarna makanan			
Total biaya				

b. Biaya bahan bakar

No	Bahan bakar	Jumlah	Satuan	Harga/satuan
1.	Listrik			
2.	Kayu bakar			
Total biaya				

c. Biaya tenaga kerja

No	Jenis kegiatan	Jumlah	Gaji orang/produksi	Jumlah produksi	Jumlah gaji
1.	Bag. pemasaran dan keuangan				
2.	Bag. produksi				
3.	Bag. pengemasan				
Total biaya					

d. Biaya pemasaran

No	Jenis kegiatan	Jumlah	Satuan	Harga/satuan
1.	Pengangkutan			
2.	Pengemasan			
3.	Biaya komunikasi			

3. Produksi dan Harga Jual UD.Mutiara Rasa

No	Keterangan	Produksi	Harga Jual	Penerimaan
1.	Suwar-suwir original			
2.	Suwar-suwir mix rasa			

4. Pendapatan bersih agroindustri

No	Total pendapatan kotor	Total biaya tetap	Total biaya variabel	Total pendapatan bersih

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

OUTLET

KUISIONER

Judul : Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pemasaran Agroindustri Suwar-Suwir tanpa Merk pada UD.Mutiara Rasa Kecamatan Ajung Kabupaten Jember

Lokasi : Kecamatan Ajung Kabupaten Jember

Identitas Responden

Nama :
Umur :
Pendidikan :
Pekerjaan :
Alamat :
Desa :
Kecamatan :
Kabupaten :
Lama Kegiatan Usaha : Tahun

Pewawancara

Nama : Siti Nurjanah
NIM : 151510601148
Tanggal Wawancara :

Responden

()

**A. STRATEGI PEMASARAN AGROINDUSTRI SUWAR-SUWIR
UD.MUTIARA RASA**

1. Penjualan Outlet A, B, dan C

1. Berapa jumlah (kg) pemesanan suwar-suwir yang anda lakukan?

Jawab :

2. Berapa kg untuk pemesanan suwar-suwir original?

Jawab :

3. Berapa kg untuk pemesanan suwar-suwir mix rasa?

Jawab :

4. Berapa jumlah (kg/kw) paling banyak anda membeli suwar-suwir?

Jawab :

4. Berapa harga per kg suwar-suwir yang anda beli?

Jawab :

5. Apakah sama harga suwar-suwir per kg antara original dengan mix rasa?

Jawab :

6. Jika beda, berapa harga untuk suwar-suwir original?

Jawab :

7. Berapa harga untuk suwar-suwir mix rasa?

Jawab :

8. Bagaimana penetapan harga produk suwar-suwir yang anda beli?

Jawab :

9. Berapa frekuensi pembelian suwar-suwir yang anda lakukan?

Jawab :

10. Bagaimana sistem pembelian yang anda lakukan?

Jawab :

11 Bagaimana sistem pembayaran yang dilakukan?

Jawab :

12. Apa saja kendala dalam pembelian suwar-suwir yang anda lakukan?

Jawab :

13. Bagaimana solusi anda dalam memecahkan kendala tersebut?

Jawab :

14. Apakah terdapat peningkatan pemesanan/pembelian suwar-suwir setiap bulan

yang anda lakukan?

Jawab :

2. Produk

1. Keunggulan apa yang ada pada produk suwar-suwir UD.Mutiara Rasa dibandingkan dengan produk suwar-suwir pada agroindustri lain?

Jawab :

2. Apakah produk suwar-suwir UD.Mutiara Rasa memiliki kualitas yang baik jika dibandingkan dengan suwar-suwir dari agroindustri lain?

Jawab :

3. Bagaimana kualitas dari suwar-suwir dari UD.Mutiara Rasa?

Jawab :

4. Apakah produk yang dihasilkan UD.Mutiara Rasa telah mampu memenuhi permintaan konsumen pada outlet anda dari segi kuantitas maupun kualitas?

Jawab :

5. Kualitas produk suwar-suwir yang seperti apa yang biasanya diminta oleh konsumen pada outlet anda?

Jawab :

6. Apakah anda hanya melakukan pembelian produk suwar-suwir pada agroindustri UD.Mutiara Rasa?

7. Bagaimana kemasan produk suwar-suwir pada agroindustri UD.Mutiara Rasa?

Jawab :

8. Apakah kemasan yang anda gunakan menggunakan kemasan dari outlet anda sendiri?

Jawab :

9. Apakah terdapat kendala selama anda melakukan pembelian produk suwar-suwir pada agroindustri UD.Mutiara Rasa?

10. Jika iya, kendala apa yang biasanya terjadi?

Jawab :

11. Bagaimana cara anda mengatasi kendala tersebut?

Jawab :

12. Berapa banyak anda membeli produk suwar-suwir dari UD.Mutiara Rasa?

Jawab :

13. Apakah pembelian suwar-suwir pada UD.Mutiara Rasa dipengaruhi oleh hari-hari besar?

Jawab :

3. Tempat

1. Siapa konsumen/pembeli yang anda pilih dalam pemasaran suwar-suwir pada outlet anda?

Jawab :

2. Bagaimana saluran pemasaran yang anda gunakan?

Jawab :

3. Dimana saja suwar-suwir anda dipasarkan?

Jawab :

4. Pada bulan-bulan apa saja permintaan suwar-suwir mengalami peningkatan?

Jawab :

5. Apakah terdapat kerjasama dengan lembaga/instansi dalam memasarkan suwar-suwir anda?

Jawab :

6. Apakah terdapat pesaing dalam pemasaran suwar-suwir anda?

Jawab :

7. Bagaimana cara anda menghadapi pesaing tersebut?

Jawab :

8. Strategi apa yang anda lakukan dalam memasarkan suwar-suwir anda?

Jawab :

9. Apa yang anda harapkan untuk pemasaran suwar-suwir anda kedepannya?

Jawab :

10. Apakah agroindustri UD.Mutiara Rasa selalu mampu memenuhi permintaan suwar-suwir pada outlet anda?

Jawab :

4. Harga

1. Siapakah penentu harga produk suwar-suwir?

Jawab :

2. Bagaimana dengan penentuan harga tersebut?

Jawab :

3. Permasalahan apa yang anda hadapi dalam penentuan harga jual produk suwar-suwir?

Jawab :

4. Upaya apa yang anda lakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut?

Jawab :

5. Apakah harga juga ditentukan berdasarkan wilayah/jarak dari pembeli?

Jawab :

6. Apakah agroindustri UD.Mutiara Rasa pernah memberikan potongan harga?

Jawab :

7. Berapa potongan harga yang diberikan oleh agroindustri UD.Mutiara Rasa?

Jawab :

8. Pada saat apa, potongan harga tersebut diberikan?

Jawab :

9. Bagaimana sistem pembayaran yang anda lakukan dengan pihak agroindustri UD.Mutiara Rasa?

Jawab :

10. Apakah pembayaran dilakukan diawal pembelian produk suwar-suwir atau dilakukan pada saat produk suwar-suwir pada outlet anda telah terjual habis?

Jawab :

5. Promosi

1. Mengapa anda melakukan pembelian suwar-suwir pada UD.Mutiara Rasa?

Jawab :

2. Darimana anda mengenal produk suwar-suwir UD.Mutiara Rasa?

Jawab :

3. Apakah agroindustri UD.Mutiara Rasa pernah melakukan promosi produk suwar-suwir kepada outlet anda?

Jawab :

4. Bentuk promosi seperti apa yang dilakukan UD.Mutiara Rasa?

Jawab :

5. Bagaimana cara anda melakukan pembelian suwar-suwir pada agroindustri UD.Mutiara Rasa?

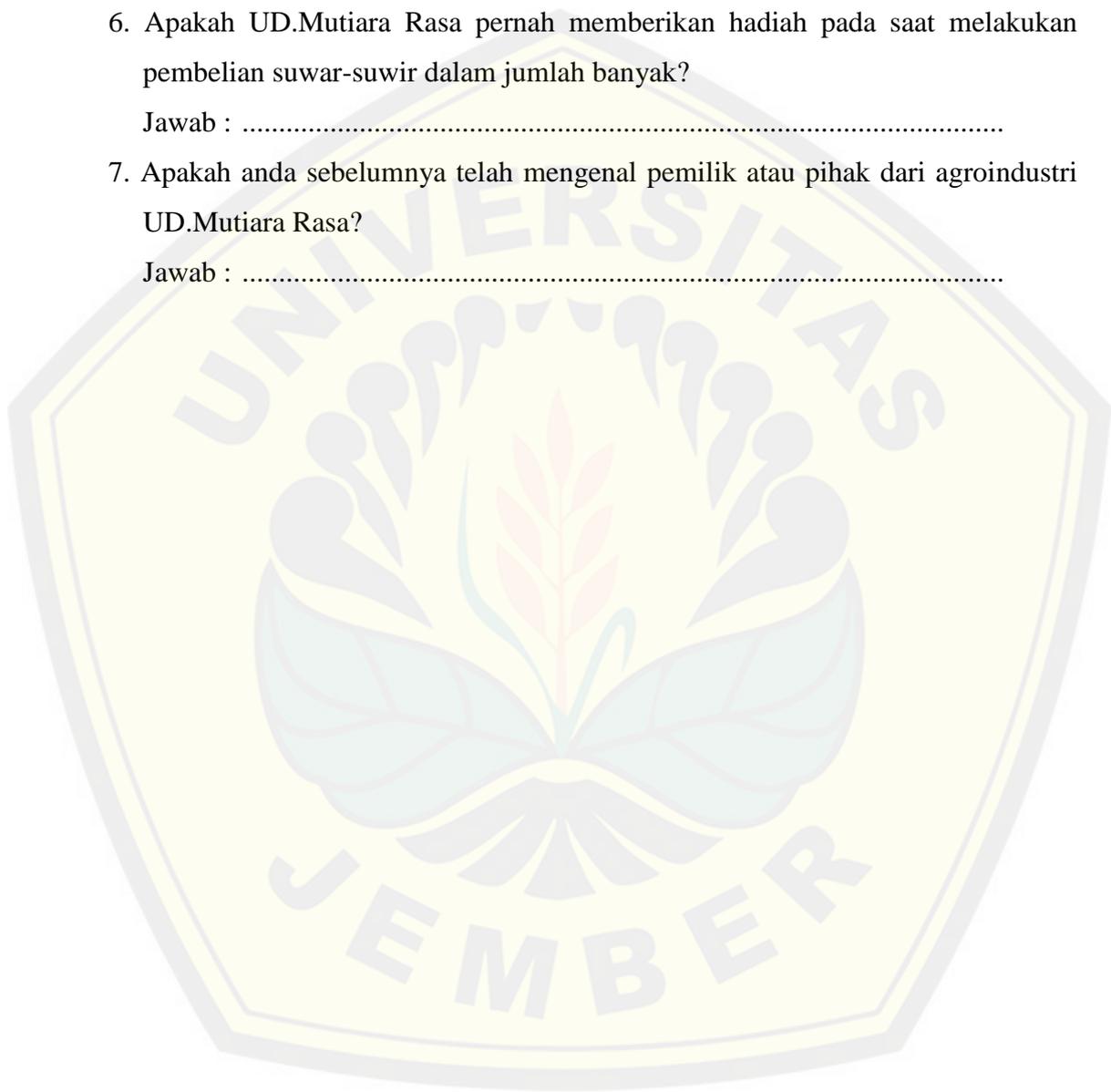
Jawab :

6. Apakah UD.Mutiara Rasa pernah memberikan hadiah pada saat melakukan pembelian suwar-suwir dalam jumlah banyak?

Jawab :

7. Apakah anda sebelumnya telah mengenal pemilik atau pihak dari agroindustri UD.Mutiara Rasa?

Jawab :



Lampiran 24. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Wawancara dengan Marketing agroindustri UD.Mutiara Rasa



Gambar 2. Wawancara dengan pemilik agroindustri UD.Mutiara Rasa



Gambar 3. Wawancara dengan manager pemasaran outlet UD.Primadona



Gambar 4. Wawancara dengan pemilik outlet Sumber Madu



Gambar 5. Wawancara dengan manager marketing outlet H.Slamet



Gambar 6. Tempat produksi agroindustri suwar-suwir UD.Mutiara Rasa