



**ANALISIS PENDAPATAN PRODUK SAMPINGAN BERAS  
ORGANIK (STUDI KASUS DI PT SIRTANIO ORGANIK  
INDONESIA KABUPATEN BANYUWANGI)**

**SKRIPSI**

Oleh

**Babul Zannah  
NIM 141510601084**

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



**ANALISIS PENDAPATAN PRODUK SAMPINGAN BERAS  
ORGANIK (STUDI KASUS DI PT SIRTANIO ORGANIK  
INDONESIA KABUPATEN BANYUWANGI)**

**SKRIPSI**

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

Oleh

**Babul Zannah  
NIM 141510601084**

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

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Nasipah dan Ayahanda Amsari tercinta dan selalu saya sayangi yang selalu memberikan semangat dan doa untuk saya;
2. Kakak saya Khodiatul Sholehah dan keponakan saya Asti Diah Ayu Lestari yang selalu memberikan semangat dan doa;
3. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi yang telah memberikan manfaat ilmu pengetahuan serta dukungan;
4. Almamater Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.

**MOTTO**

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(QS. Al Baqarah : 286)

*It doesn't matter how slowly you go, so long as you don't stop*

(Confucius)



**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Babul Zannah

NIM : 141510601084

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **“Analisis Pendapatan Produk Sampingan Beras Organik (Studi Kasus PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi)”** 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 bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 19 Juli 2019

Yang menyatakan,

Babul Zannah

NIM. 141510601084

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENDAPATAN PRODUK SAMPINGAN BERAS  
ORGANIK (STUDI KASUS DI PT SIRTANIO ORGANIK  
INDONESIA KABUPATEN BANYUWANGI)**

Oleh

**Babul Zannah  
NIM 141510601084**

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Skripsi : Ebban Bagus Kuntadi, SP., M.Sc.  
NIP. 198002202006041002

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul “**Analisis Pendapatan Produk Sampingan Beras Organik (Studi Kasus PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi)**” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Jum’at, 19 Juli 2019

Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

**Dosen Pembimbing Skripsi,**

**Ebban Bagus Kuntadi, SP., M.Sc.**

**NIP. 198002202006041002**

**Penguji 1,**

**Penguji 2,**

**Agus Supriono, SP., M.Si.**

**NIP. 196908111995121001**

**Dr. Ir. Jani Januar, MT.**

**NIP. 195901021988031002**

**Mengesahkan**

**Dekan,**

**Ir. Sigit Soeparjono, MS., Ph.D.**

**NIP. 196005061987021001**

## RINGKASAN

**Analisis Pendapatan Produk Sampingan Beras Organik (Studi Kasus PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi;** Babul Zannah, 14510601084; 2018; 103 halaman; Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

PT Sirtanio Organik Indonesia merupakan produsen pionir beras organik yang berada di Kecamatan Singonjuruh Kabupaten Banyuwangi. Perusahaan tersebut memproduksi beberapa jenis beras organik, dimana beras merah organik merupakan salah satu produk *best seller*. Menir atau beras merah organik yang pecah-pecah dapat diolah menjadi sereal beras merah organik. Sereal beras merah organik merupakan produk sampingan yang dihasilkan oleh PT Sirtanio Organik Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, penelitian dilakukan untuk mengetahui: (1) pendapatan produk sampingan beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia, (2) efisiensi biaya produk sampingan beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia, (3) strategi pengembangan produk sampingan beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia.

Metode penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja yaitu pada PT Sirtanio Organik Indonesia Kecamatan Singonjuruh Kabupaten Banyuwangi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif untuk menjelaskan fenomena yang terjadi dan metode analitik untuk menguji hipotesis. Metode pengambilan contoh dilakukan secara *purposive sampling*. Responden yang dipilih untuk penelitian ini yakni ketua PT Sirtanio Organik Indonesia, bendahara, seksi pengolahan sereal beras merah organik, dinas pertanian, dinas perindustrian dan dagang, serta dinas koperasi dan UMKM dengan jumlah responden sebanyak 7 orang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis pendapatan, R/C ratio, dan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pendapatan produk sampingan sereal beras merah organik tahun 2017 pada PT Sirtanio Organik Indonesia sebesar Rp 13.264.400. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan (TR) lebih besar dari pada total biaya (TC) sehingga produk sereal beras merah organik



menguntungkan, (2) produk sampingan sereal beras merah organik PT Sirtanio Organik Indonesia memiliki nilai efisiensi sebesar 2,35 (3) strategi pengembangan produk sampingan sereal beras merah organik PT Sirtanio Organik Indonesia menggunakan strategi S-O (*strength* dan *opportunity*).



## SUMMARY

**Revenue Analysis of By-Product Organic Rice (Case Study of PT Sirtanio Organik Indonesia, Singojuruh Subdistrict, Banyuwangi Regency;** Babul Zannah, 141510601084; 2019; 103 pages; Agribusiness Studies Program Department of Social Economics/ Agribusiness, Faculty of Agriculture, University of Jember.

PT Sirtanio Organik Indonesia is a pioneers of organic rice producer in Singonjuruh Subdistrict, Banyuwangi Regency. The company produces several types of organic rice, organic red rice is one of the best seller products. *Menir* or cracked organic red rice can be processed into an organic brown rice cereal. Organic red rice cereal is a by-product which produced by PT Sirtanio Organik Indonesia. Based on this, the research was conducted to find out: (1) income from organic red rice by-product at PT Sirtanio Organik Indonesia, (2) cost efficiency of organic brown rice by-product at PT Sirtanio Organik Indonesia, (3) organic brown rice by-product development strategies at PT Sirtanio Organik Indonesia.

Determination of the research area was done intentionally at PT Sirtanio Organik Indonesia, Singojuruh Subdistrict, Banyuwangi Regency. The research is used descriptive method to explain the phenomena that occur and analytical methods to test the hypothesis. The sampling method is done by purposive sampling. The responses of this research were the chairman of PT Sirtanio Organik Indonesia, treasurer, organic red rice cereal processing section, agricultural service, industry and trade services and also Cooperative Department and UMKM with a total of 7 responses. Data collection method is done by doing interviews, observation and documentation. The tools of analysis used of income analysis, R / C ratio, and SWOT analysis.

The results of the study showed that: (1) the income of organic red rice cereal by products in 2017 at PT Sirtanio Organik Indonesia for Rp. 13,264,400. This showed that revenue (TR) is greater than the total cost (TC) so that brown rice cereal products are good (2) organic red rice cereal by products PT Sirtanio Organik Indonesia has an efficiency value of 2.35 (3) development strategy organic red rice cereal by products PT Sirtanio Organik Indonesia used the SO strategy (*strength and opportunity*).

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena rahmat dan hidayah-Nya, karya ilmiah tertulis (skripsi) berjudul “Analisis Pendapatan Produk Sampingan Beras Organik (Studi Kasus PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi” dapat diselesaikan. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih pada:

1. Ir. Sigit Soeparjono, MS., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember.
2. Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M. Rur.M. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.
3. M. Rondhi, SP., MP., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.
4. Ebban Bagus Kuntadi, SP., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, Agus Supriono, SP., MSi. selaku Dosen Penguji 1 dan Dr. Ir. Jani Januar, MT. selaku Dosen Penguji 2, yang telah berkenan memberikan bimbingan, nasihat, pengalaman dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Ir. Jani Januar, MT. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan pengarahan dan motivasi selama masa studi hingga selesai.
6. Bapak Abdul Ahmad Jauhari selaku Direktur Divisi Produksi PT Sirtanio Organik Indonesia dan sekeluarga yang telah menerima saya, memberikan informasi dan dukungan dalam penyelesaian skripsi.
7. Seluruh pihak Dinas Pertanian, Dinas Perdagangan, dan Dinas Koperasi dan UMKM yang telah memberikan banyak informasi.
8. Keluargaku tersayang, Ibunda Nasipah, Ayahanda Amsari, kakak saya Khodiatul Sholehah, dan keponakan saya Asti Diah Ayu Lestari yang selalu

memberikan doa, kasih sayang, semangat, dukungan, motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan studi dan skripsi.

9. Sahabat yang saya sayangi, Chikita Issabella Putri dan Karina Bariroh, S.Kep. yang selalu menemani, memberikan dukungan, semangat dan doa selama saya menempuh studi hingga skripsi selesai.
10. Teman baik saya, Laili Novita Sari, Eka Wulan Afrillia, Muslimah Kurniawati dan Rika Wulandari, yang telah menemani saya sejak menjadi mahasiswi baru hingga penyelesaian skripsi ini.
11. Kakak tersetia yang saya sayangi, Elvan Chandra Widiyanto yang selalu menghibur, memberi dukungan, semangat, membantu banyak hal dan doa dalam penyelesaian skripsi.
12. Teman-teman bimbingan skripsi Pak Ebban selaku teman seperjuangan saya dalam bimbingan skripsi yang selalu berbagi menemani dan berbagi selama revisi.
13. Teman-teman Agribisnis angkatan 2014 yang telah memberikan cerita, pengalaman, dukungan, doa, selama proses perkuliahan.
14. Semua pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama melaksanakan penelitian.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 19 Juli 2019

Penulis

**DAFTAR ISI**

|  | Halaman      |
|--|--------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                     | <b>i</b>     |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>               | <b>ii</b>    |
| <b>HALAMAN MOTTO .....</b>                     | <b>iii</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>                | <b>iv</b>    |
| <b>HALAMAN PEMBIMBING .....</b>                | <b>v</b>     |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                | <b>vi</b>    |
| <b>RINGKASAN .....</b>                         | <b>vii</b>   |
| <b>SUMMARY .....</b>                           | <b>ix</b>    |
| <b>PRAKATA .....</b>                           | <b>xi</b>    |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                        | <b>xiii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                      | <b>xv</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                     | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                   | <b>xviii</b> |
| <br>   |              |
| <b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>                | <b>1</b>     |
| <b>1.1 Latar Belakang .....</b>                | <b>1</b>     |
| <b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>               | <b>10</b>    |
| <b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....</b> | <b>11</b>    |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian .....                  | 11           |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian .....                 | 11           |
| <b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>           | <b>12</b>    |
| <b>2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>          | <b>12</b>    |
| <b>2.2 Landasan Teori .....</b>                | <b>15</b>    |
| 2.2.1 Produk Sereal Beras Merah Organik .....  | 15           |
| 2.2.2 Konsep Agroindustri .....                | 16           |
| 2.2.3 Teori Produk Sampingan .....             | 17           |
| 2.2.4 Teori Pendapatan .....                   | 18           |
| 2.2.5 Teori Biaya .....                        | 19           |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.2.6 Teori Efisiensi Biaya .....   | 20        |
| 2.2.7 Teori SWOT .....  | 22        |
| <b>2.3 Kerangka Pemikiran .....</b>   | <b>24</b> |
| <b>2.4 Hipotesis .....</b>  | <b>30</b> |
| <b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>   | <b>31</b> |
| <b>3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian .....</b>   | <b>31</b> |
| <b>3.2 Metode Penelitian .....</b>  | <b>31</b> |
| <b>3.3 Metode Pengambilan Contoh .....</b>  | <b>32</b> |
| <b>3.4 Metode Pengumpulan Data .....</b>  | <b>33</b> |
| <b>3.5 Metode Analisis Data .....</b>   | <b>34</b> |
| <b>3.6 Definisi Operasional .....</b>   | <b>40</b> |
| <b>BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN .....</b>   | <b>43</b> |
| <b>4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian .....</b>  | <b>43</b> |
| <b>4.2 Gambaran Umum Perusahaan .....</b>   | <b>44</b> |
| 4.2.1 Sejarah PT Sirtanio Organik Indonesia .....   | 44        |
| 4.2.2 Profil dan Struktur Organisasi PT Sirtanio Organik<br>Indonesia .....   | 47        |
| 4.2.3 Kegiatan Produksi Sereal Beras Merah Organik PT<br>Sirtanio Organik Indonesia .....                                   | 49        |
| <b>BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>  | <b>51</b> |
| <b>5.1 Analisis Pendapatan Produk Sampingan (Sereal Beras<br/>Merah Organik) pada PT Sirtanio Organik Indonesia .....</b>   | <b>51</b> |
| <b>5.2 Efisiensi Biaya Produk Sampingan (Sereal Beras Merah<br/>Organik) pada PT Sirtanio Organik Indonesia .....</b>       | <b>56</b> |
| <b>5.3 Strategi Pengembangan Produk Sampingan (Sereal Beras<br/>Merah Organik) pada PT Sirtanio Organik Indonesia .....</b> | <b>57</b> |
| <b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>  | <b>72</b> |
| <b>5.1 Kesimpulan .....</b>   | <b>72</b> |
| <b>5.2 Saran .....</b>  | <b>72</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>74</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>   | <b>78</b> |

|                         |            |
|-------------------------|------------|
| <b>KUESIONER .....</b>  | <b>94</b>  |
| <b>DOKUMENTASI.....</b> | <b>100</b> |



**DAFTAR TABEL**

| <b>Tabel</b> | <b>Keterangan</b>  | <b>Halaman</b> |
|--------------|--|----------------|
| 1.1          | Luas Lahan Organik Tersertifikasi di Indonesia Tahun 2008 – 2015   | 2              |
| 1.2          | Capaian Produksi Pertanian Organik Indonesia Tahun 2008-2015...  | 3              |
| 1.3          | Tingkat Pertumbuhan Produksi Pertanian Organik Indonesia Tahun 2009 – 2015. ....                         | 3              |
| 1.4          | Data Produksi dan Kebutuhan Pasar Padi Organik di Indonesia Tahun 2005-2009.....                         | 4              |
| 1.5          | Luas Area Komoditas Padi Organik Beberapa Kabupaten di Provinsi Jawa Timur Tahun.....                    | 5              |
| 1.6          | Rencana Pengembangan Padi Organik Kabupaten Banyuwangi Tahun 2018 hingga .....                           | 6              |
| 1.7          | Produksi dan Pertumbuhan Beras Merah Organik di PT Sirtanio Organik Indonesia Tahun 2015-2017 .....      | 7              |
| 1.8          | Jenis Produk yang Dihasilkan Satu Kwintal Gabah Organik .....  | 9              |
| 2.1          | Matrik analisis SWOT .....   | 23             |
| 3.1          | Informan Kunci penelitian .....  | 32             |
| 3.2          | <i>Expert</i> penelitian .....   | 33             |
| 3.3          | Analisis faktor-faktor strategi internal (IFAS) .....  | 36             |
| 3.4          | Analisis faktor-faktor strategi eksternal (EFAS) .....   | 36             |
| 3.5          | Matrik analisis SWOT produk sampingan .....  | 39             |
| 5.1          | Total biaya produksi sereal beras merah organik tahun 2017 pada PT Sirtanio Organik Indonesia .....      | 52             |
| 5.2          | Total penerimaan sereal beras merah organik tahun 2017 pada PT Sirtanio Organik Indonesia .....          | 55             |
| 5.3          | Analisis pendapatan produk sereal beras merah organik tahun 2017 pada PT Sirtanio Organik Indonesia..... | 55             |
| 5.4          | Efisiensi Biaya produk sereal beras merah organik tahun 2017 pada PT Sirtanio Organik Indonesia .....    | 57             |



|      |  |    |
|------|--|----|
| 5.5  | Analisis faktor kekuatan produk sereal beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia .....                    | 59 |
| 5.6  | Analisis faktor kelemahan produk sereal beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia .....                   | 59 |
| 5.7  | Analisis faktor peluang produk sereal beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia .....                     | 62 |
| 5.8  | Analisis faktor ancaman produk sereal beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia .....                     | 62 |
| 5.9  | Analisis skor IFAS produk sereal beras merah pada PT Sirtanio Organik Indonesia.....                                   | 65 |
| 5.10 | Analisis skor EFAS produk sereal beras merah pada PT Sirtanio Organik Indonesia.....                                   | 65 |
| 5.11 | Hasil Analisis matrik SWOT internal dan eksternal produk sereal beras merah organik PT Sirtano Organik Indonesia ..... | 68 |
| 5.12 | Alternatif Strategi pengembangan produk sereal beras merah organik PT Sirtano Organik Indonesia .....                  | 70 |

**DAFTAR GAMBAR**

| <b>Gambar</b> | <b>Keterangan</b>  | <b>Halaman</b> |
|---------------|--|----------------|
| 1.1           | Produksi Beras Merah Organik .....   | 8              |
| 2.1           | Diagram analisis SWOT .....  | 22             |
| 2.2           | Skema Pemikiran .....  | 29             |
| 3.1           | Matrik posisi kompetitif relatif .....   | 37             |
| 3.2           | Matrik internal ekstenal .....   | 38             |
| 4.1           | Struktur Organisasi PT Sirtanio Organik Indonesia .....  | 48             |
| 4.2           | Proses Pembuatan Sereal Beras Merah Organik .....  | 49             |
| 5.1           | Matrik posisi kompetitif relative pada sereal beras merah organik<br>PT Sirtanio Organik Indonesia ..... | 66             |
| 5.2           | Matrik internal ekstenal pada sereal beras merah organik PT<br>Sirtanio Organik Indonesia .....          | 67             |

**DAFTAR LAMPIRAN**

| <b>Nomor</b> | <b>Lampiran</b>  | <b>Halaman</b> |
|--------------|--|----------------|
| A.           | Identitas Responden Produk Sampingan PT Sirtanio Organik Indonesia.....                                    | 78             |
| B.           | Data Penjualan Sereal Beras Merah Organik Tahun 2016-2017.....   | 79             |
| C.           | Data Biaya Variabel Tenaga Kerja Produk Sampingan Sereal Beras Merah PT Sirtanio Organik Indonesia.....    | 80             |
| D.           | Data Biaya Variabel Sarana Produksi Produk Sampingan Sereal Beras Merah PT Sirtanio Organik Indonesia..... | 81             |
| E.           | Data Biaya Tetap Produk Sereal Beras Merah .....   | 84             |
| F.           | Data Total Biaya Tetap Produk Sereal Beras Merah Organik.....  | 85             |
| G.           | Analisis Penerimaan Penjualan Sereal Beras Merah Organik.....  | 86             |
| H.           | Data Pendapatan Penjualan Sereal Beras Merah Organik.....  | 87             |
| I.           | Analisis Efisiensi Biaya Sereal Beras Merah Organik .....  | 88             |
| J.           | Analisis SWOT Produk Sampingan Beras Merah Organik.....  | 89             |

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Permasalahan

Pertanian organik sebagai suatu sistem produksi pertanaman yang berdasarkan daur-ulang hara secara hayati. Sistem pertanian organik merupakan hukum pengembalian (*low of return*) yang berarti suatu sistem yang berusaha untuk mengembalikan semua jenis bahan organik ke dalam tanah. Selain itu, pertanian organik juga bertujuan memberi makanan pada tanaman. Strategi pertanian organik adalah memindahkan hara dari sisa tanaman, kompos dan pupuk kandang menjadi biomasa tanah. Biomasa tersebut selanjutnya mengalami proses mineralisasi yang akan menjadi hara dalam larutan tanah (Sutanto, 2002).

Perkembangan pertanian organik diikuti oleh perkembangan *trend* dan gaya hidup masyarakat, dimana harus mengkonsumsi produk-produk organik. Hal ini kemudian mendorong isu sertifikasi sebagai jaminan atas dipraktikkannya pertanian organik. Semakin terbukanya pasar organik, ternyata masih belum membuat Indonesia mampu menjadi produsen utama produk organik di dunia jika dibandingkan dengan negara-negara lainnya seperti India, Amerika Serikat, dan Argentina. Indonesia sebagai negara agraris sebenarnya memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi produsen organik di level internasional. Sementara itu, jumlah pelaku pertanian organik di Indonesia yang telah tersertifikasi relatif sedikit, demikian pula dengan jumlah total area pertanian organik di Indonesia yang masih perlu ditingkatkan lagi (Widiarta, 2017).

Menurut *International Federation of Agriculture Organic Movements* (IFOAM) dalam Kusumo dkk., (2017) menyatakan Indonesia termasuk salah satu negara yang masuk dalam *the Ten Countries with the Largest Organic Area 2012* di kawasan Asia. Salah satu program yang pernah dijalankan adalah program 'Go Organic' dimana kegiatan yang dilakukan diantaranya adalah pengembangan teknologi pertanian organik, pembentukan kelompok tani serta strategi pemasaran produk organik, harapannya pada tahun 2013 Indonesia menjadi produsen produk organik yang dapat bersaing di tingkat dunia dan terciptanya kesempatan untuk meningkatkan pendapatan petani. Sebagian besar lahan organik yang ada di

Indonesia tersebar pada Pulau Jawa dan digunakan untuk mengusahakan tanaman padi organik, sayuran organik hingga kopi organik, sehingga ada peningkatan luasan lahan organik tersertifikasi di Indonesia yang dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Luas Lahan Organik Tersertifikasi di Indonesia Tahun 2008-2015

| No.              | Tahun | Luas Lahan Organik Tersertifikasi (Ha) | Pertumbuhan (%) |
|------------------|-------|--|-----------------|
| 1                | 2008  | 78.302,81                              |                 |
| 2                | 2009  | 83.478,03                              | 6,61            |
| 3                | 2010  | 103.908,09                             | 26,09           |
| 4                | 2011  | 90.135,30                              | -17,59          |
| 5                | 2012  | 62.127,82                              | -35,77          |
| 6                | 2013  | 76.013,20                              | 17,73           |
| 7                | 2014  | 67.426,57                              | -10,97          |
| 8                | 2015  | 79.833,83                              | 15,85           |
| <b>Rata-rata</b> |       | <b>80.153,21</b>                       | <b>0,24</b>     |

Sumber: Statistik Pertanian Organik Indonesia (2016).

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah luas lahan pertanian organik tersertifikasi di Indonesia mengalami fluktuatif. Rata-rata jumlah luasan lahan organik tersertifikasi dari tahun 2008 hingga 2015 sebesar 80.153,21 Ha dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 0,24%. Pada tahun 2008 luas lahan organik tersertifikasi sebesar 78.302,81 Ha dan pada tahun 2015 luas lahan organik tersertifikasi sebesar 79.833,83 Ha. Jumlah luasan lahan organik tersertifikasi mencapai dengan angka tertinggi yakni pada tahun 2010 sebesar 103.908,09% dengan pertumbuhan sebesar 26,09%, akan tetapi pada tahun-tahun berikutnya jumlah luas lahan organik tersertifikasi mengalami penurunan. Salah satu penyebab terjadinya penurunan tersebut adalah para produsen pertanian organik banyak yang tidak melanjutkan sertifikasi organik. Hal ini dikarena harga sertifikasi yang mahal sehingga kelanjutan sertifikasi organik bergantung pada subsidi yang disediakan oleh pemerintah (Statistik Pertanian Organik Indonesia, 2016).

Pertanian organik di Indonesia umumnya terdiri dari beberapa komoditas. Komoditas pertanian organik terdiri dari beberapa subsektor seperti subsektor pangan, hortikultura, dan perkebunan. Subsektor pangan yang banyak dibudidayakan pada pertanian organik yakni tanaman padi dan kedelai. Subsektor

hortikultura pertanian organik yaitu sayuran. Sedangkan, subsektor perkebunan terdiri dari kopi, kakao, dan teh. Dari beberapa subsektor diatas dapat dilihat hasil capaian produksinya dari tahun 2008-2015.

Tabel 1.2 Capaian Produksi Pertanian Organik Indonesia Tahun 2008-2015

| No               | Tahun | Komoditi (Ton)   |               |                  |               |                 |                 |
|------------------|-------|------------------|---------------|------------------|---------------|-----------------|-----------------|
|                  |       | Padi             | Kedelai       | Sayuran          | Kopi          | Kakao           | Teh             |
| 1                | 2008  | <b>279.000</b>   | 4.000         | 33.461           | 3.171         | 5.215           | 201             |
| 2                | 2009  | <b>562.000</b>   | 8.000         | 68.802           | 6.398         | 11.786          | 403             |
| 3                | 2010  | <b>852.000</b>   | 12.000        | 106.103          | 9.682         | 19.975          | 608             |
| 4                | 2011  | <b>1.146.000</b> | 16.000        | 145.446          | 13.023        | 30.093          | 814             |
| 5                | 2012  | <b>1.736.000</b> | 25.000        | 224.300          | 19.707        | 51.003          | 1.226           |
| 6                | 2013  | <b>2.236.000</b> | 33.000        | 307.471          | 26.507        | 76.838          | 1.642           |
| 7                | 2014  | <b>2.948.000</b> | 42.000        | 395.139          | 33.425        | 108.524         | 2.062           |
| 8                | 2015  | <b>3.571.000</b> | 51.000        | 487.490          | 40.463        | 147.146         | 2.485           |
| <b>Rata-rata</b> |       | <b>1.666.250</b> | <b>23.875</b> | <b>221.026,5</b> | <b>19.047</b> | <b>56.322,5</b> | <b>1.180,13</b> |

Sumber : Kementerian Pertanian dalam Safitri (2013).

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat jumlah capaian produksi pertanian organik terbesar sepanjang tahun 2008-2015 yakni pada komodi padi sebesar 13.330.000 Ton. Dengan rata-rata produksi sepanjang tahun 2008-2015 sebesar 1.666.250 Ton. Capaian produksi pertanian organik pada posisi kedua yakni komoditi sayuran sebesar 1.768.212 Ton dengan rata-rata produksi sebesar 221.026,5 Ton. Untuk capaian produksi pertanian organik yang terendah yakni pada komoditi teh sebesar 9.441 Ton dengan rata-rata capaian produksi sebesar 1.180,13 Ton.

Tabel 1.3 Tingkat Pertumbuhan Produksi Pertanian Organik Indonesia Tahun 2009– 2015.

| No | Komoditi | 2009   | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | Rata-rata | Rangking |
|----|----------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------|----------|
|    |          | %      | %     | %     | %     | %     | %     | %     |           |          |
| 1  | Padi     | 101,4  | 51,6  | 34,51 | 51,48 | 28,8  | 31,84 | 21,13 | 45,83     | 3        |
| 2  | Kedelai  | 100    | 50    | 33,33 | 56,25 | 32    | 27,27 | 21,43 | 45,75     | 5        |
| 3  | Sayuran  | 105,62 | 54,21 | 37,08 | 54,22 | 37,08 | 28,51 | 23,37 | 48,58     | 2        |
| 4  | Kopi     | 101,77 | 51,33 | 34,51 | 51,32 | 34,51 | 26,1  | 21,06 | 45,8      | 4        |
| 5  | Kakao    | 126    | 69,48 | 50,65 | 69,48 | 50,65 | 41,24 | 35,59 | 63,3      | 1        |
| 6  | Teh      | 100,5  | 50,87 | 33,88 | 50,61 | 33,93 | 25,58 | 20,51 | 20,51     | 6        |

Keterangan : Diolah dari Tabel 1.2

Berdasarkan Tabel 1.3 produksi petanian organik terus meningkat setiap tahunnya yang ditunjukkan dengan tingkat pertumbuhannya yang menunjukkan angka positif setiap tahun. Produksi kakao organik memiliki rata-rata tingkat

pertumbuhan paling tinggi, disusul dengan produk sayuran organik yang menempati posisi tertinggi kedua dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 48,58%. Produk padi, kedelai, kopi, dan teh organik menempati posisi dibawah kakao dan sayuran organik, akan tetapi masih memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi dengan rata-rata pertumbuhan lebih dari 40% setiap tahun. Produksi padi organik berada di posisi ketiga dengan rata-rata pertumbuhan mencapai 45,83%.

Menurut Purwasasmita dan Alik (2004), padi organik dalam proses budidayanya melalui proses penanaman pada lahan yang ramah lingkungan, dimana tidak menggunakan pestisida atau bahan kimia lainnya untuk tumbuh dan berkembang. Padi organik menggunakan pupuk hijau dan kompos serta menggunakan pemberantas hama yang alami agar dapat tumbuh dengan subur. Pada zaman modern masyarakat lebih memilih dengan produk pertanian organik, khususnya padi organik yang nantinya diproses menjadi beras organik. Kebutuhan masyarakat yang tinggi akan pangan organik membuat produksi beras organik di Indonesia meningkat.

Berdasarkan data dari tahun 2005-2009 produksi dan kebutuhan pasar beras organik cenderung meningkat seperti pada Tabel 1.4

Tabel 1.4 Produksi dan Kebutuhan Pasar Padi Organik di Indonesia Tahun 2005-2009

| Tahun            | Kebutuhan Pasar (Kw) | Produksi (Kw)  | Pertumbuhan (%) |
|------------------|----------------------|----------------|-----------------|
| 2005             | 550.300              | 530.300        | -               |
| 2006             | 660.360              | 557.179        | 0,05            |
| 2007             | 792.432              | 563.865        | 0,01            |
| 2008             | 950.918              | 570.519        | 0,01            |
| 2009             | 1.141.102            | 577.080        | 0,01            |
| <b>Rata-rata</b> | <b>819.022</b>       | <b>559.789</b> | <b>0,02</b>     |

Sumber: Pertanian Sehat Indonesia (2010)

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat diketahui data kebutuhan pasar dan produksi padi organik di Indonesia dari tahun 2005 hingga 2009. Kebutuhan pasar selama lima tahun mengalami kenaikan yang ditunjukkan dengan tingkat pertumbuhannya yang menunjukkan angka positif setiap tahun. Rata-rata pertumbuhan kebutuhan pasar padi organik di Indonesia sepanjang 2005-2009 sebesar 819.022 Kw, kemudian untuk rata-rata produksi padi organik sebesar 559.789 Kw dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 0,02%. Terlihat dari data pada

tahun 2005 kebutuhan pasar padi organik di Indonesia sebesar 530.300 Kw, dengan produksi padi organik sebesar 530.300. Pada tahun 2009 kebutuhan pasar padi organik sebesar 1.141.102 Kw dengan produksi sebesar 577.080 Kw dimana pertumbuhan mencapai 0.01%. Menurut Khorniawati (2014), kenaikan produksi pada padi organik ini disebabkan adanya kebutuhan yang cukup tinggi dikalangan masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya mengkonsumsi bahan makanan organik. Dimana adanya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap bahaya kandungan zat kimia yang terdapat dalam produk pertanian menjadikan produk pertanian organik mulai diminati konsumen.

Menurut Mungara dkk., (2013), provinsi Jawa Timur mulai mengembangkan produk padi organik, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah luasan lahan padi organik di yang berada pada beberapa kabupaten yang dapat dilihat dalam Tabel 1.5

Tabel 1.5 Luas Area Komoditas Padi Organik Beberapa Kabupaten di Provinsi Jawa Timur Tahun 2015

| No. | Kabupaten         | Luas Lahan (Ha) | Share (%)    | Ranking  |
|-----|-------------------|-----------------|--------------|----------|
| 1   | Jombang           | 70,68           | 32,67        | 1        |
| 2   | <b>Banyuwangi</b> | <b>56,44</b>    | <b>26,09</b> | <b>2</b> |
| 3   | Mojokerto         | 49,8            | 23,02        | 3        |
| 4   | Pasuruan          | 5,73            | 2,65         | 4        |
| 5   | Tulungagung       | 20,34           | 9,40         | 5        |
| 6   | Sidoarjo          | 10,29           | 4,76         | 6        |
| 7   | Trenggalek        | 3,08            | 1,42         | 7        |
|     | <b>Jumlah</b>     | <b>216,36</b>   | <b>100</b>   |          |

Sumber: Pertanian Sehat Indonesia (2016)

Bedasarkan Tabel 1.5 dapat dilihat bahwa Kabupaten Jombang merupakan kabupaten dengan luas lahan padi organik terbesar di Provinsi Jawa Timur. Dengan kontribusi luasan lahan padi organik terhadap Provinsi Jawa timur sebesar 32,67%. Kabupaten Banyuwangi menempati urutan kedua sebagai sentra pengembangan padi organik dengan tingkat kontribusi lahan padi organik sebesar 26,09%. Kabupaten Banyuwangi telah berhasil mendaftarkan varietas padi organik di Kementrian Pertanian Indonesia. Berikut ini merupakan daerah



perencanaan pengembangan padi organik di Kabupaten Banyuwangi yang disajikan pada Tabel 1.6 sebagai berikut

Tabel 1.6 Rencana Pengembangan Padi Organik Kabupaten Banyuwangi Tahun 2018-2020

| No. | Kecamatan  | Desa        | Lembaga Sertifikasi Organik Seloliman (LeSOS) |
|-----|------------|-------------|---|
| 1   | Singojuruh | Sumber Baru | √   |
| 2   | Rogojampi  | Watukebo    | √   |
| 3   | Songgon    | Sragi       | -   |
| 4   | Sempu      | Jambewangi  | -   |
| 5   | Licin      | Segobang    | -   |
| 6   | Glenmore   | Bumiharjo   | -   |
| 7   | Kalibaru   | Kalibaru    | -   |

Sumber : *Data Road Map* Pengembangan Padi Organik Kab. Banyuwangi (2016).

Pengembangan padi organik di Kabupaten Banyuwangi telah dilakukan pada tujuh kecamatan yaitu Kecamatan Singojuruh, Rogojampi, Songgon, Sempu, Licin, Glenmore, dan Kalibaru. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pertanian Kabupaten Banyuwangi, hanya ada dua kecamatan yang telah mendapatkan sertifikat dari LeSOS (Lembaga Sertifikasi Organik Seloliman) yaitu Kecamatan Singojuruh dan Kecamatan Rogojampi. Kecamatan Singojuruh diwakili oleh Desa sumber Baru dan Kecamatan Rogojampi diwakili oleh Desa Watukebo sebagai desa pengembangan padi organik.

PT Sirtanio Organik Indonesia adalah produsen pionir beras organik terkemuka di Indonesia yang tepatnya berada di Desa Sumber Baru Kecamatan Singojuruh Kabupaten Banyuwangi. PT Sirtanio Organik Indonesia memiliki visi dan misi yaitu dapat secara lestari memasok kebutuhan pasar. PT Sirtanio Organik Indonesia adalah salah satu perusahaan yang kegiatannya terorganisir yang dimulai dari hulu (*on farm*) hingga hilir (*off farm*) yang dilakukan dengan sistem organik dan telah memiliki sertifikat organik dari LeSOS (Lembaga Sertifikasi Organik Seloliman), selain itu sudah memiliki pangsa pasar yang baik di Banyuwangi. PT Sirtanio Organik Indonesia memproduksi beberapa jenis beras yakni beras putih organik, jenis beras merah organik, jenis beras hitam organik, dan jenis beras hitam melik organik.

Beras merah organik menjadi produk *best seller* perusahaan PT Sirtanio Organik Indonesia, dimana beras merah organik merupakan produk PT Sirtanio Organik Indonesia pertama yang memiliki sertifikat bebas residu kimia dan sertifikat kecukupan gizi. Harga beras merah organik pada PT Sirtanio Indonesia masih dianggap wajar atau normal pada umumnya. Menurut Andoko dalam Sulistyana (2014), beras organik dapat dikatakan sebagai beras eksklusif, artinya beras organik tidak dijual di sembarang tempat, melainkan perlu cara pemasaran khusus. Beras organik dikemas dalam kantung atau karung plastik berlabel beras organik dan dijual dengan harga relatif lebih mahal dibanding beras biasa. Tingginya harga beras organik menyebabkan konsumennya pun merupakan kalangan terbatas yaitu masyarakat yang mengerti keunggulannya dan bersedia membayar dengan harga lebih mahal.

Adapun data produksi beras merah organik di PT Sirtanio Organik Indonesia dari tahun 2015-2017 sebagai berikut:

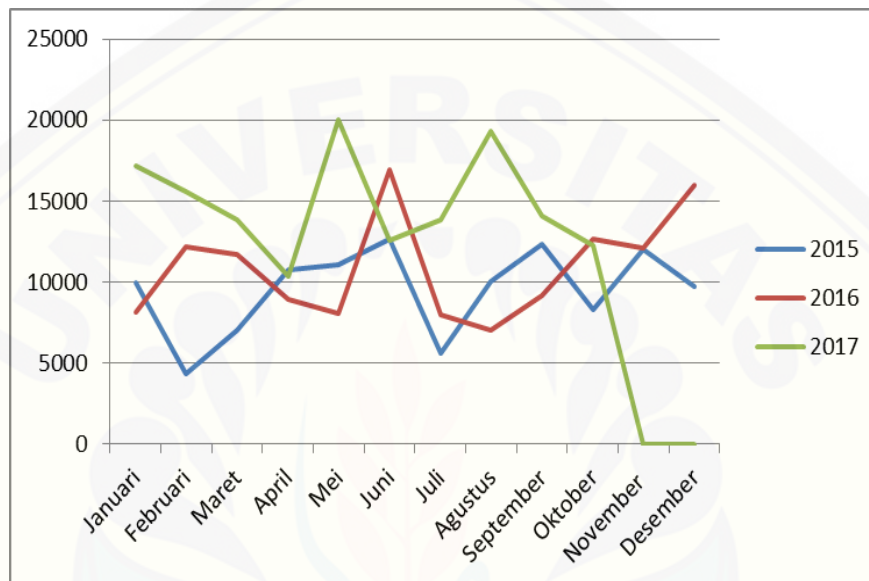
Tabel 1.7 Produksi dan Pertumbuhan Beras Merah Organik di PT Sirtanio Organik Indonesia Tahun 2015-2017

| No.                              | Bulan     | Produksi (Kg)  |                |              |
|----------------------------------|-----------|----------------|----------------|--------------|
|                                  |           | 2015           | 2016           | 2017         |
| 1                                | Januari   | 9994           | 8125           | 17204        |
| 2                                | Februari  | 4365           | 12154          | 15572        |
| 3                                | Maret     | 7049           | 11673          | 13853        |
| 4                                | April     | 10744          | 8926           | 10370        |
| 5                                | Mei       | 11029          | 8052           | 20003        |
| 6                                | Juni      | 12629          | 16912          | 12553        |
| 7                                | Juli      | 5639           | 7983           | 13833        |
| 8                                | Agustus   | 10029          | 6992           | 19296        |
| 9                                | September | 12365          | 9163           | 14039        |
| 10                               | Oktober   | 8283           | 12664          | 12257        |
| 11                               | November  | 12054          | 12059          | -            |
| 12                               | Desember  | 9708           | 16003          | -            |
| <b>Rata-rata</b>                 |           | <b>9490,67</b> | <b>10892,2</b> | <b>12415</b> |
| <b>Pertumbuhan per Tahun (%)</b> |           | <b>-</b>       | <b>0,15</b>    | <b>0,14</b>  |

Sumber: PT Sirtanio Organik Indonesia 2017 (*data diolah*)

Berdasarkan Tabel 1.7 produksi beras organik khususnya beras organik merah pada tahun 2015-2017 mengalami fluktuasi, dimana produksi beras organik merah yang dihasilkan tidak stabil pada tiap bulannya. Pada tahun 2015 total rata-

rata produk beras organik merah dalam satu tahun yakni sebesar 9.490,67. Pada tahun 2016 rata-rata produksi beras organik merah sebesar 10.892,2 Kg, sedangkan pada tahun 2017 rata-rata produksi beras organik merah sebesar 12.415 Kg. Pertumbuhan pada tahun 2016 yakni sebesar 0,15%. Pada tahun 2017 pertumbuhan menjadi 0,14%. Adapun grafik produksi beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia Tahun 2015-2018 sebagai berikut:



Gambar 1.1 Produksi Beras Merah Organik

Menurut Rosary (2017), terjadinya flutuasi produksi beras merah organik disebabkan dengan adanya dampak perubahan iklim. Dimana tanaman beradaptasi dengan perubahan curah hujan, suhu udara, dan ketersediaan air yang menentukan waktu tanam, varian tanaman dan pola tanam. Perusahaan PT Sirtanio Organik Indonesia tidak hanya menghasilkan satu produk utama saja tetapi juga menghasilkan produk sampingan. Menurut Setiawan dan Hastoni (2008), produk sampingan yakni merupakan proses produksi yang dihasilkan dari sisa, limbah atau sampah dari bahan baku yang digunakan dalam memproduksi produk utama. Proses produksi produk utama maupun produk sampingan sama-sama memerlukan biaya yang harus dialokasikan ke masing-masing produk agar nantinya dapat diketahui biaya produksi dan nilai persediaan masing-masing. PT Sirtanio Organik Indonesia juga memproduksi produk lain pada saat memproduksi produk utama. Dimana satu kwintal gabah organik akan menghasilkan beberapa produk yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.8 Jenis Produk yang dihasilkan Satu Kwintal Gabah Organik

| Produk | Kg | %  | Harga per Kg (Rp) |
|--------|----|----|-------------------|
| Beras  | 70 | 70 | 16.000            |
| Menir  | 3  | 3  | 6.000             |
| Sekam  | 27 | 27 | 100               |

Sumber: PT Sirtanio Organik Indonesia 2019 (*data diolah*)

Berdasarkan Tabel 1.8 menjelaskan bahwa satu kwintal gabah organik menghasilkan beberapa produk yakni beras, menir, dan sekam. Dari beberapa produk tersebut memiliki jumlah dan harga yang berbeda-beda. Dimana beras yang dihasilkan pada satu kwintal gabah organik akan menghasilkan beras sebanyak 70 Kg, menir yang dihasilkan sebanyak 3 Kg, kemudian sekam yang dihasilkan sebanyak 27 Kg. Harga pada tiap jenis produk yang dihasilkan berbeda-beda, satu kilogram beras seharga Rp 16.000,-/Kg, harga untuk menir yakni Rp 6.000,-/Kg, kemudian untuk harga sekam yaitu Rp 100,-/Kg. Produk sampingan pada PT Sirtanio Organik Indonesia yakni produk sereal beras merah organik. Produk sereal beras merah ini menggunakan bahan baku beras organik yang telah diproses secara khusus kemudian dihaluskan sehingga berubah menjadi serbuk beras merah organik. Sereal beras merah organik menggunakan bahan baku beras organik utuh sebanyak 70% yang dicampur dengan menir sebanyak 30%, dimana tujuan dicampur kedua bahan baku tersebut untuk memanfaatkan menir yang tidak terpakai. Sereal beras merah apabila ingin dikonsumsi harus ditambahkan air hangat serta ditambahkan gula atau susu sesuai selera, dimana dengan tujuan bahwa konsumen dapat menikmati beras merah organik secara *instant* dengan banyak khasiat dalam bentuk sereal.

PT Sirtanio dalam memproduksi sereal beras merah tersebut apabila hanya ada pesanan dari konsumen saja. Rata-rata perusahaan ini dalam memproduksi sereal beras merah hanya sekitar dua puluh kilogram saja tiap bulannya. Dimana harga pada tiap sereal yang dikemas dalam botol (100 Gram) seharga Rp 17.500,-. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan yakni hanya ada pada kantor produksi dan kantor pemasaran PT Sirtanio Organik Indonesia. Dimana konsumen dapat membeli langsung produk sereal beras merah organik. Adapun kendala yang dihadapi yakni produk sereal ini belum diketahui secara luas oleh konsumen,

dimana kurangnya promosi serta belum adanya varian rasa sereal beras merah organik yang enak sehingga produk ini hanya dikonsumsi oleh konsumen tetap yang mengkonsumsi beras merah organik. Mayoritas konsumen membeli produk sereal beras merah organik yakni konsumen yang mementingkan kesehatan seperti konsumen yang terserang diabetes maupun konsumen yang sedang menjalankan program diet.

Produk sampingan sereal beras merah organik dapat memberikan kontribusi pendapatan terhadap perusahaan, oleh karena itu diperlukan pengembangan yang dapat mengubah nilai produk sampingan menjadi produk yang lebih menguntungkan. Besar kecilnya biaya yang digunakan dalam proses produksi produk sampingan akan mempengaruhi pendapatan yang dihasilkan. Selain itu, harga jual produk dan volume produk sampingan yang dihasilkan juga mempengaruhi besarnya pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan. PT Sirtanio Organik Indonesia harus mengetahui strategi apa saja yang akan dilakukan karena produk sereal ini masih tergolong baru serta merupakan produk sampingan. Dimana produk ini cukup diminati oleh konsumen karena khasiat yang terkandung oleh sereal beras merah organik. Oleh karena itu produk ini harus lebih dikembangkan lagi yakni dengan mencari strategi-strategi terbaik. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti ingin mengkaji tentang bagaimana pendapatan di PT Sirtanio Organik Indonesia, bagaimana efisiensi biaya, serta bagaimana strategi pengembangan produk sampingan pada PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pendapatan produk sampingan beras merah organik di PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi?
2. Bagaimana efisiensi biaya produk sampingan beras merah organik di PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi?
3. Bagaimana strategi pengembangan produk sampingan beras merah organik di PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan**

1. Untuk mengetahui pendapatan produk sampingan beras merah organik di PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi
2. Untuk mengetahui efisiensi biaya produk sampingan beras merah organik di PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi
3. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk sampingan beras merah organik di PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi

#### **1.3.2 Manfaat**

1. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi.
2. Bagi pelaku usaha, sebagai bahan informasi tentang pendapatan, efisiensi biaya, serta strategi pengembangan produk sampingan yang dilakukan PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi.
3. Bagi pemerintah, dapat menjadi bahan pertimbangan pembuatan kebijakan pemerintah Kabupaten Banyuwangi khususnya yang berkaitan dengan pembangunan pertanian beras organik.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian Yasinta dkk (2013), mengenai “Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Perlakuan Produk Sampingan pada UD Sari Nadi Singaraja Tahun 2012” menyatakan UD Sari Nadi Singaraja merupakan perusahaan perseorangan yang bergerak dalam bidang industri penyosohan beras. Selain beras, produk sampingan yang dihasilkan yaitu berupa dedak yang bermanfaat untuk makanan ternak dan sekam (kulit gabah) yang dapat digunakan sebagai pupuk untuk sayur-sayuran. Produk sampingan berupa dedak dan sekam diperlakukan sebagai tambahan pendapatan diluar usaha. Pada tahun 2012 diperoleh pendapatan atas penjualan dedak sebesar Rp 1.075.627.500,- dan sekam sebesar Rp 483.787.500,-. Total pendapatan penjualan produk sampingan sebesar Rp 1.559.415.000,- sehingga produk sampingan tersebut dapat menambahkan pendapatan serta keuntungan pada perusahaan UD Sari Nadi Singaraja.

Berdasarkan hasil penelitian Qodarisasi (2014), mengenai “Analisis Alokasi Biaya Produksi Sampingan pada UD Ajung Jaya” menyatakan bahwa UD Ajung Jaya merupakan perusahaan penggilingan padi, perusahaan tersebut menghasilkan produk utama berupa beras yang terbagi menjadi beberapa jenis sesuai dengan kualitasnya. Selain produk utama, UD Ajung jaya juga menghasilkan produk sampingan berupa sekam dan bekatul. Produk sampingan sekam dapat terjual pada tiap bulannya sebesar 33.660 Kg dengan pendapatan per bulan pada produk sampingan sekam sebesar Rp 10.939.500,- dan penjualan bekatul pada tiap bulannya sebesar 56.160 Kg dimana pendapatan yang diperoleh sebesar Rp 140.400.000,-. Sehingga produk sampingan berupa sekam dan bekatul pada UD Ajung Jaya dapat menambahkan pendapatan serta memberikan untung.

Berdasarkan hasil penelitian Setiawan dan Hastoni (2008), mengenai “Analisa Produk Sampingan dalam menentukan Tingkat Pendapatan Produk Utama Studi Kasus pada Perusahaan Tahu Yun - Yi” menyatakan bahwa produk sampingan yang diproduksi pada perusahaan tersebut adalah ampas tahu yang

kemudian diolah lebih lanjut menjadi oncom, dimana ada dua jenis produksampingan yakni produk sampingan tanpa proses lanjutan dan produk sampingan melalui proses lanjutan. Pada perhitungan rugi-laba dengan adanya produk sampingan tanpa proses lanjutan menghasilkan laba bersih sebesar Rp 371.076.698,- sedangkan, pada perhitungan rugi-laba dengan adanya produk sampingan melalui proses lanjutan menghasilkan laba bersih sebanyak Rp 406.098.948,-. Maka, akan lebih menguntungkan bila produk sampingan diolah lagi melalui proses lanjutan karena laba yang dihasilkan lebih maksimum atau sebesar Rp 35.022.250,-. Pada perusahaan Tahu YUN-YI mengambil keputusan yang tepat dengan mengolah lebih lanjut ampas tahu menjadi oncom dan di jadikan sebagai produk sampingan pada perusahaan Tahu YUN - YI karena laba yang dinikmati perusahaan akan lebih maksimum.

Berdasarkan hasil penelitian Akhiriani dan Nurhayati (2017), mengenai “Analisis Ekonomi Pakan Ternak Terfermentasi Berbasis Limbah Agroindustri Pisang di Kabupaten Lumajang” menyatakan bahwa Perusahaan pakan ternak terfermentasi dapat menghasilkan produk akhir berupa pakan ternak terfermentasi berbahan baku kulit pisang dalam bentuk serbuk kering sejumlah 1.083 kg per hari atau pada setiap kali produksi. Jika harga jual produk akhir yang ditetapkan sebesar Rp 1.500,00/ kg, maka penerimaan perusahaan adalah Rp 1.624.500,00 per hari. Pendapatan diperoleh dari total penerimaan (TR) sebesar Rp 1.624.500,00 dikurangi total biaya (TC) sebesar Rp 1.057.321,00; sedangkan nilai efisiensi usaha (R/C ratio) didapatkan dari total penerimaan (TR) dibandingkan dengan total biaya (TC). Nilai R/C ratio sebesar 1,54 menunjukkan bahwa setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan per satuan unit akan memperoleh penerimaan sebesar Rp 1,54 dengan besaran pendapatan mencapai Rp 0,54. Hal ini menunjukkan bahwa agroindustri pakan ternak terfermentasi efisien untuk diusahakan karena nilai R/C ratio yang didapatkan lebih dari satu ( $R/C > 1$ ).

Berdasarkan hasil penelitian Praptiwi dkk (2015), mengenai “Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Agroindustri Tape Singkong di Kota Pekanbaru” menyatakan bahwa biaya total yang dikeluarkan Rp 11.351.600,33 dengan penerimaan Rp18.116.343,99 dimana bahwa efisiensi agroindustri tape singkong



di Kota Pekanbaru pada bulan Juni 2014 sebesar 1,59 yang berarti bahwa agroindustri tape yang dijalankan sudah efisien yang ditunjukkan dengan nilai R/C lebih dari satu. Nilai R/C rasio 1,59 berarti bahwa setiap Rp. 1.00 biaya yang dikeluarkan dalam usaha agroindustri tape singkong memberikan penerimaan sebesar 1,59 kali dari biaya yang telah dikeluarkan.

Berdasarkan hasil penelitian N. Dwi (2017), mengenai “Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Sereal Beras Merah Organik pada Kelompok Tani Vigur Organik di Kecamatan Kedungkandang Kota Malang” menyatakan bahwa faktor internal dan eksternal Kelompok Tani Vigur Organik yang mempengaruhi usaha sereal beras merah organik. Faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Kekuatan yang dimiliki oleh Kelompok Tani Vigur Organik dalam menjalankan usaha sereal beras merah antara lain kualitas bahan baku yang digunakan, nilai tambah tinggi, produk bersertifikat organik, memiliki ijin usaha, produk tidak menggunakan bahan pengawet, dan melakukan evaluasi dan pelatihan. Sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh Tani Vigur Organik dalam menjalankan usaha sereal beras merah antara lain produksi belum terjadwal, lokasi kurang strategis, produk yang kurang variatif, dan promosi kurang efektif. Faktor eksternal terdiri dari peluang serta ancaman. Peluang yang dimiliki oleh Kelompok Tani Vigur Organik dalam mengembangkan usaha sereal beras merah antara lain ketersediaan bahan baku, kesadaran masyarakat akan kesehatan, dukungan dari pemerintah, harga bahan baku cenderung tetap, dan hubungan baik dengan konsumen dan mitra. Sedangkan yang menjadi ancaman bagi Kelompok Tani Vigur Organik dalam menjalankan usaha sereal beras merah antara lain cuaca, produk pesaing sejenis, permintaan konsumen yang tidak tetap, perubahan selera konsumen, dan produk belum dikenal masyarakat. Berdasarkan hasil analisis Matriks EFAS diperoleh total skor 2,62 dan total skor Matriks IFAS adalah 2,93. Dari kedua matriks tersebut akan dipadukan dalam Matriks IE. Hasil perpaduan tersebut menempatkan sereal beras merah organik pada posisi kuadran V yakni pertumbuhan.

Penelitian yang dilakukan Wahyono (2017) yang berjudul “Kajian Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Produk Sereal Beras Organik (Studi Kasus di Kelompok Tani Sumber Makmur II Desa Sumber Ngepoh Kecamatan Lawang

Kabupaten Malang)” menyatakan bahwa hasil dari analisis yang telah dilakukan pada agroindustri sereal beras organik kelompok tani Sumber Makmur II berdasarkan dari diagram SWOT menunjukkan posisi perusahaan berada pada kuadran IV yang menunjukkan bahwa kelompok tani Sumber Makmur II berada pada tahap tumbuh dan berkembang dengan strategi diversifikasi. Pada matriks SWOT didapatkan 8 alternatif strategi pengembangan yang terdiri dari masing-masing 2 strategi S-O, W-O, S-T dan W-T.

Penelitian yang dilakukan oleh Yanuasari dkk., (2015) yang berjudul “Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah serta Strategi Pengembangan Agroindustri Kacang Oven pada CV TDS Mitra Garuda di Kabupaten Jember” menjelaskan bahwa berdasar hasil analisis faktor-faktor strategi internal diperoleh nilai IFAS sebesar 2,84 dan hasil analisis faktor-faktor strategi eksternal diperoleh nilai EFAS sebesar 2,56. Nilai tersebut menempatkan agroindustri kacang oven CV TDS Mitra Garuda dalam posisi White Area (Bidang Kuat-Berpeluang) yang artinya agroindustri kacang oven CV TDS Mitra Garuda memiliki peluang pasar yang prospektif untuk mengembangkan usahanya dan memiliki kompetensi atau kekuatan untuk mengerjakannya. Strategi yang dapat dirancang bagi agroindustri kacang oven CV TDS Mitra Garuda adalah strategi S-O.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Produk sereal beras merah organik

Sereal adalah makanan yang terbuat dari hasil ekstruksi *oat bran* dan *corn meal*. Bahan baku yang umum digunakan untuk sereal adalah sereal terutama tepung jagung sehingga menghasilkan produk yang tinggi karbohidrat terutama pati. Produk dengan karbohidrat yang mudah dicerna (seperti pati dan gula) dapat memacu peningkatan kadar gula darah dengan cepat sehingga dihindari oleh penderita diabetes melitus. Oleh karena itu dicari alternatif bahan baku pengganti yang tetap memberi kalori tetapi tidak menyebabkan kenaikan kadar gula darah secara cepat yang umumnya diberikan oleh bahan berprotein tinggi diantaranya beras merah. Beras merah merupakan salah satu sumber pangan yang mengandung sumber antioksidan yang mengandung protein, serat, dan vitamin E (Budijanto dkk., 2012).

Dibandingkan beras putih, beras merah sendiri masih kurang dimanfaatkan, padahal, beras merah lebih kaya akan antosianin 23% daripada beras putih. Kandungan karbohidrat beras merah sedikit lebih rendah dibandingkan dengan beras putih. Namun bahwa nilai energi yang dihasilkan beras merah sedikit lebih tinggi daripada beras putih. Kandungan gizi pada beras merah per 100 Gram terdiri atas protein 7,5 Gram, lemak 0,9 Gram, Karbohidrat 77,6 Gram, kalsium 16 Mg, fosfor 163 Mg, Zat besi 0,3 Gram, Vitamin B1 0,21 Mg dan antosianin (Suardi, 2005)

### 2.2.2 Konsep Agroindustri

Menurut Marsudi (2013), agroindustri merupakan kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku yang bersumber dari tanaman, binatang dan ikan. Pengolahan yang dimaksud meliputi pengolahan berupa proses transportasi dan pengawetan melalui perubahan fisik atau kimiawi, penyimpanan, pengepakan, dan distribusi. Agroindustri merupakan bagian dari subsistem agribisnis yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut (a) dapat memberikan nilai tambah, (b) menghasilkan produk yang dapat dipasarkan atau digunakan atau dimakan, (c) meningkatkan daya saing dan (d) menambah pendapatan dan keuntungan.

Menurut Elizabeth (2010), kegiatan pertanian masih di konsentrasikan pada kegiatan budidaya (*on farm*) atau pada kegiatan produksi sedangkan pengembangan secara (*off farm*) seperti hulu pertanian, industri hilir pertanian, kegiatan pemasaran dan jasa jasa pendukung masih kurang mendapatkan perhatian. Pengembangan agroindustri adalah terciptanya nilai tambah dan lapangan kerja, peningkatan pembagian dan penyebaran pendapatan, dan peningkatan penerimaan devisa. Agroindustri dimaksudkan berperan dalam penciptaan nilai tambah (*utility*), penyerapan dan produktivitas kelembagaan seperti tenaga kerja dan pasar melalui kajian deskriptif dikemukakan peran peningkatan kualitas dan pemberdayaan sumber daya manusia (tenaga kerja) serta perbaikan kelembagaan pasar sehingga mampu meraih dan memperluas jangkauan pemasaran.

Menurut Udayana (2011), strategi pengembangan agroindustri yang dapat ditempuh harus disesuaikan dengan karakteristik dan permasalahan agroindustri yang bersangkutan. Secara umum permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan agroindustri adalah: (a) sifat produk pertanian yang mudah rusak dan *bulky* sehingga diperlukan teknologi pengemasan dan transportasi yang mampu mengatasi masalah tersebut; (b) sebagian besar produk pertanian bersifat musiman dan sangat dipengaruhi oleh kondisi iklim sehingga aspek kontinuitas produksi agroindustri menjadi tidak terjamin; (c) kualitas produk pertanian dan agroindustri yang dihasilkan pada umumnya masih rendah sehingga mengalami kesulitan dalam persaingan pasar baik didalam negeri maupun di pasar internasional; dan (d) sebagian besar industri berskala kecil dengan teknologi yang rendah. Efek multiplier yang ditimbulkan dari pengembangan agroindustri meliputi semua industri dari hulu sampai pada industri hilir. Hal ini disebabkan karena karakteristik dari agroindustri yang memiliki kelebihan dibandingkan dengan industri lainnya.

### 2.2.3 Teori Produk Sampingan

Menurut Mulyadi dalam Runtuwene *et all.* (2014), produk sampingan adalah satu produk atau lebih yang nilai jualnya relatif lebih rendah, yang diproduksi bersama dengan produk lain yang nilai jualnya lebih tinggi. Istilah produk sampingan digunakan untuk satu atau beberapa produk yang bernilai total relatif kecil dan diproduksi secara bersamaan dengan produk yang mempunyai nilai lebih besar. Istilah produk sampingan umumnya digunakan untuk mendefinisikan suatu produk dengan total nilai yang relatif kecil dihasilkan secara simultan atau bersamaan dengan suatu produk lain yang total nilainya lebih besar.

Menurut Mursyidi dalam Bawiling (2014), produk sampingan (*by-product*) adalah produk yang tidak terelakkan untuk dihasilkan, namun bukan merupakan tujuan utama perusahaan. Dalam prosesnya sangat dibutuhkan identifikasi biaya yang akurat, agar produk sampingan yang diolah dapat dihasilkan dengan baik. Untuk itu, diperlukan perhitungan harga pokok yang benar untuk lebih memaksimalkan laba yang diperoleh dari produk sampingan. Istilah produk sampingan digunakan untuk suatu produk yang bernilai total relatif kecil dan

diproduksi secara berbarengan dengan produk yang bernilai lebih besar. Produk yang nilainya lebih besar biasa disebut dengan produk utama. Produk sampingan juga bisa diartikan sebagai produk yang bukan tujuan utama operasi perusahaan tetapi tidak dapat dihindarkan terjadinya dalam proses pengolahan produk disebabkan sifat bahan yang diolah atau karena sifat pengolahan produk, kuantitas dan nilai produk sampingan relatif kecil dibandingkan dengan nilai keseluruhan produk. Perbedaan produk utama dan produk sampingan terletak pada nilai jualnya. Jika nilai jual salah satu produk relatif lebih kecil dari yang lainnya maka dikategorikan sebagai produk sampingan, sedangkan apabila produk-produk yang dihasilkan relatif sama maka dikategorikan sebagai produk bersama.

Produk sampingan dapat digolongkan sesuai dengan dapat tidaknya produk tersebut dijual pada saat terpisah dari produk utama.

- a. Produksi sampingan yang dapat dijual setelah terpisah dari produk utama, tanpa memerlukan pengolahan lebih lanjut.
- b. Produk sampingan yang memerlukan proses pengolahan lebih lanjut setelah terpisah dari produk utama.

#### 2.2.4 Teori Pendapatan

Menurut Nurdin (2011), pendapatan bisa berasal dari upah atau gaji sebagai balas tenaga kerja, sewa sebagai balas jasa tanah, keuntungan sebagai balas jasa penjualan barang atau jasa, bunga sebagai balas jasa modal, dan lain-lain yang diukur dalam suatu jangka waktu tertentu. Menurut Wanda (2015), pendapatan adalah hasil dari usaha tani yaitu hasil kotor (*bruto*) dengan produksi yang dinilai dengan uang, kemudian dikurangi dengan biaya produksi dan pemasaran sehingga diperoleh pendapatan bersih. Pendapatan merupakan konsep aliran (*flow concept*) yakni aliran uang, barang dan jasa serta kepuasan yang diperoleh di bawah 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 dkk (2015), pendapatan adalah total penerimaan seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Pendapatan akan menjadi lebih besar apabila dapat menekan biaya variabel yang dikeluarkan dan diimbangi dengan produksi yang tinggi. Berikut ini rumus pendapatan yaitu:

$$\Pi = TR - TC$$

Keterangan:

- $\pi$  = pendapatan bersih (Rp)  
 TR = total penerimaan (Rp)  
 TC = total biaya (Rp)  
 P = harga (Rp/Kg)

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

- a. jika  $TR > TC$ , maka usahatani menguntungkan,
- b. jika  $TR < TC$ , maka usahatani tidak menguntungkan atau rugi dan
- c. jika  $TR = TC$ , maka usahatani dalam keadaan Break Event Point atau tidak untung dan tidak rugi.

### 2.2.5 Teori Biaya

Biaya merupakan salah satu komponen yang sangat penting dalam proses produksi karena biaya produksi berada pada posisi yang langka dan harus digunakan seefisien mungkin agar membuahkan pendapatan yang optimal. Kegiatan produksi yang efisien adalah kegiatan produksi yang dilakukan dengan menekan biaya serendah-rendahnya dengan meningkatkan produksi setinggi-tingginya dan diinvestasikan sesuai dengan hasil yang dicapai pada akhir produksi meliputi

pengeluaran yang dilakukan untuk faktor produksi dan jasa yang biasa digunakan dalam proses produksi (Soetrisno dkk., 2015).

Menurut Al Arif dan Amalia (2010), biaya diklasifikasikan menjadi dua, yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Biaya tetap (FC) adalah biaya yang besarnya tidak bergantung pada jumlah produksi yang dikeluarkan apabila barang produsen dalam waktu sementara produksi dihentikan, maka biaya tetap ini harus dibayar dalam jumlah yang sama. Contoh biaya tetap yaitu sewa gedung, pajak, penyusutan alat-alat, dan sebagainya. Biaya variabel adalah biaya yang besarnya bergantung pada tingkat produksi. Biaya variabel (VC) adalah biaya yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan kuantitas produk yang dihasilkan, makin besar kuantitas produksi makin besar produk yang dihasilkan. Kuantitas produksi semakin besar maka jumlah biaya variabel. Contoh biaya variabel yaitu bahan mentah, biaya tenaga kerja, dan sebagainya. Sedangkan, biaya total (*total cost*) adalah biaya tetap ditambah biaya variabel. Rumus biaya total adalah 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*)

#### 2.2.6 Teori Efisiensi Biaya

Menurut Sundari (2011), efisiensi diartikan sebagai kemampuan suatu unit usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan, efisiensi selalu dikaitkan dengan tujuan organisasi yang harus dicapai oleh perusahaan. Perbandingan terbaik antara *input* (masukan) dan *output* (hasil), antara keuntungan dengan biaya (antara hasil pelaksanaan dengan sumber yang digunakan), seperti halnya juga hasil optimal yang dicapai dengan penggunaan sumber yang terbatas. Efisiensi merupakan kemampuan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya untuk memperoleh hasil tertentu dengan menggunakan masukan (*input* yang serendah-rendahnya) untuk

menghasilkan suatu keluaran (*output*), dan juga merupakan kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar.

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 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 yang 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 :

R/C ratio > 1 = Berarti usaha yang dilakukan secara ekonomis efisien atau menguntungkan.

R/C ratio < 1 = Berarti usaha yang dilakukan secara ekonomis tidak efisien atau tidak menguntungkan.

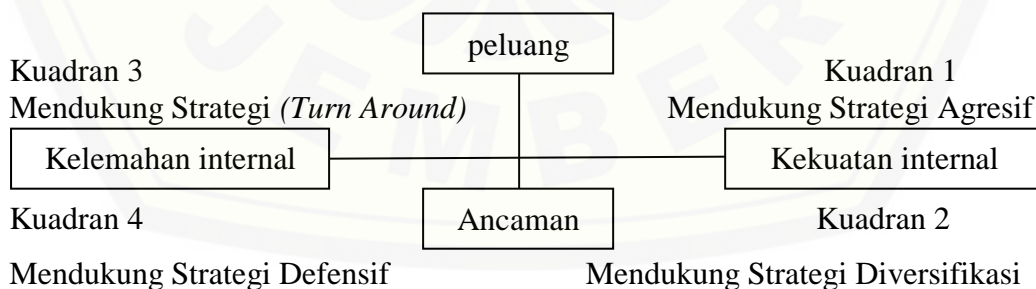
R/C ratio = 1 = Berarti usaha mengalami titik impas (*break event point*).



### 2.2.7 Teori SWOT

Menurut Tamara (2016), analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Dengan melihat kekuatan yang dimiliki serta mengembangkan kekuatan tersebut dapat dipastikan bahwa perusahaan akan lebih maju dibanding pesaing yang ada. Demikian juga dengan kelemahan yang dimiliki harus diperbaiki agar perusahaan bisa tetap eksis. Peluang yang ada harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh perusahaan agar volume penjualan dapat meningkat dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan haruslah dihadapi dengan mengembangkan strategi pemasaran yang baik.

Menurut Rangkuti (2015), menjelaskan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*).



Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan Gambar 2.1 terdapat empat kuadran yang menjelaskan situasi perusahaan sebagai berikut:

- Kuadran 1: merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang

yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijaksanaan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

- b. Kuadran 2: meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- c. Kuadran 3: posisi usaha atau perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dipihak lain, ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah meminimkan masalah-masalah yang internal perusahaan sehingga dapat membuat peluang pasar yang lebih baik.
- d. Kuadran 4: merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Menurut Kusmiati (2015), analisis SWOT merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal secara sistematis. Faktor internal meliputi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan dalam suatu usaha. Faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman yang dihadapi suatu usaha. Analisis SWOT dilakukan berdasarkan asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Berikut adalah tabel matriks SWOT:

Tabel 2.1 Matriks Analisis SWOT

|             | IFE         | Kekuatan (S) | Kelemahan (W) |
|-------------|-------------|--------------|---------------|
| EFE         |             |              |               |
| Peluang (O) | Strategi SO |              | Strategi WO   |
| Ancaman (T) | Strategi ST |              | Strategi WT   |

Keterangan:

1. Strategi S-O (*Strenghts-Opportunity*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.

## 2. Strategi S-T (*Strenghts-Threats*)

Strategi S-T adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

## 3. Strategi WO (*Weknesses- Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

## 4. Strategi WT (*Weknesses- Threats*)

Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Mayrowani (2012), pertanian organik bukan hal yang baru lagi, sistem pertanian tersebut telah dikenal sejak ilmu bercocok tanam dikenal oleh manusia. Dimana semua proses produksi dilakukan secara tradisional dan menggunakan input produksi alamiah tanpa adanya bahan kimia yang memicu kerusakan lingkungan. Pertanian organik merupakan sistem tanam yang ramah lingkungan. Menurut Khorniawati (2014), peningkatan kesadaran masyarakat terhadap bahaya kandungan zat kimia yang terdapat dalam produk pertanian menjadikan produk pertanian organik mulai diminati konsumen. Masyarakat mulai menyadari dampak dari mengkonsumsi produk yang mengandung bahan kimia dalam jangka panjang akan berbahaya bagi kesehatan tubuh dan kelestarian lingkungan. Konsumen yang memiliki kesadaran tinggi terhadap lingkungan dan kesehatan akan memilih produk-produk yang ramah lingkungan. Peningkatan minat konsumen terhadap produk pertanian organik tersebut dapat dilihat dari semakin besarnya capaian produksi pertanian organik dari tahun ke tahun.

PT Sirtanio Organik Indonesia adalah salah satu produsen beras organik, dimana kegiatannya terorganisir dari hulu (*on farm*) hingga hilir (*off farm*), dimana perusahaan tersebut sudah memiliki sertifikat organik dari LeSOS. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan tersebut memproduksi beberapa jenis beras organik yakni beras merah, hitam, hitam melik, dan coklat. Produk

*best seller* dari beras organik tersebut adalah beras merah organik. Pada saat memproduksi beras merah organik tentu menghasilkan pula menir atau biji beras merah yang patah, yang dikemudian dapat dimanfaatkan menjadi produk sampingan PT Sirtanio. Produk sampingan yang dihasilkan yakni sereal beras merah organik, dimana sereal tersebut mengalami proses khusus hingga menjadi serbuk sereal. Dalam memproduksi produk sampingan perlu memperhatikan biaya biaya yang akan dikeluarkan perusahaan, sehingga dapat diketahui jumlah pendapatan yang diterima selama memproduksi produk sampingan.

Berdasarkan hasil penelitian Yasinta dkk (2013), mengenai “Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Perlakuan Produk Sampingan pada UD Sari Nadi Singaraja Tahun 2012” menyatakan UD Sari Nadi Singaraja pada tahun 2012 diperoleh pendapatan atas penjualan dedak sebesar Rp 1.075.627.500,- dan sekam sebesar Rp 483.787.500,-. Total pendapatan penjualan produk sampingan sebesar Rp 1.559.415.000,-. Berdasarkan hasil penelitian Qodarisasi (2014), mengenai “Analisis Alokasi Biaya Produksi Sampingan pada UD Ajung Jaya” menyatakan bahwa UD Ajung Jaya dalam menghasilkan produk sampingan berupa sekam dan bekatul dapat menghasilkan pendapatan per bulan pada produk sampingan sekam sebesar Rp 10.939.500,- dan pendapatan yang diperoleh produk sampingan sekam sebesar Rp 140.400.000,-. Berdasarkan hasil penelitian Setiawan dan Hastoni (2008), mengenai “Analisa Produk Sampingan dalam menentukan Tingkat Pendapatan Produk Utama Studi Kasus pada Perusahaan Tahu Yun - Yi” menyatakan bahwa produk sampingan yang diolah lagi melalui proses lanjutan karena laba yang dihasilkan lebih maksimum atau sebesar Rp 35.022.250,-. Selain itu hasil penelitian Waroh dkk (2017), mengenai “Perlakuan Akuntansi atas Produk Sampingan pada PT Royal Coconut Airmadidi” juga menyatakan bahwa Pendapatan atas penjualan kopra dan paring ini yakni sebagai pendapatan lainnya yang menambah pendapatan utama atas penjualan tepung kelapa kelapa dan memberikan keuntungan.

Pendapatan yang didapatkan oleh perusahaan PT Sirtanio Organik Indonesia yakni dengan cara menghitung penerimaan yang didapatkan kemudian dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan. Penerimaan yang dihasilkan

didapat dari hasil penjualan sereal beras merah organik yang dikemas dalam botol (100 Gram) kemudian dikalikan dengan harga sereal setiap botol yakni Rp 17.500,-. Dimana biaya-biaya tersebut terdiri dari biaya variabel (VC) yang meliputi biaya tenaga kerja penyangraian dan pengemasan, biaya bahan baku beras merah organik utuh sebanyak 70% dengan beras merah organik yang menir atau pecah sebesar 30%, biaya gas, biaya selep, biaya botol, dan juga biaya label. Sedangkan untuk biaya tetap yakni terdiri dari wajan besar, spatula kecil, panci besar, kompor, ayak, timbangan, dan timba plastik. Pada penelitian ini untuk mengetahui jumlah biaya tetap yang dikeluarkan yakni dengan menggunakan biaya penyusutan dalam satu tahun. Dengan cara menjumlah alat yang digunakan kemudian dikalikan dengan harga alat, lalu dibagi umur ekonomis. Oleh karena itu, berdasarkan penelitian terdahulu dan dengan hasil survey lapang maka produk sereal beras merah organik menguntungkan.

Pendapatan yang besar belum pasti mencerminkan tingkat efisiensi yang tinggi, dimana terdapat kemungkinan pendapatan yang besar diperoleh dengan penggunaan biaya produksi yang besar pula. Berdasarkan hasil penelitian Akhiriani dan Nurhayati (2017), yang berjudul “Analisis Ekonomi Pakan Ternak Terfermentasi Berbasis Limbah Agroindustri Pisang di Kabupaten Lumajang” menyatakan bahwa produk akhir berupa pakan ternak terfermentasi memperoleh pendapatan dari total penerimaan (TR) sebesar Rp 1.624.500,00 dikurangi total biaya (TC) sebesar Rp 1.057.321,00. Nilai R/C ratio sebesar 1,54 hal ini menunjukkan bahwa agroindustri pakan ternak terfermentasi efisien untuk diusahakan karena nilai R/C ratio yang didapatkan lebih dari satu ( $R/C > 1$ ). Selain itu, penelitian Praptiwi dkk (2015), mengenai “Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Agroindustri Tape Singkong di Kota Pekanbaru” menyatakan bahwa biaya total yang dikeluarkan Rp 11.351.600,33 dengan penerimaan Rp18.116.343,99 dimana bahwa efisiensi agroindustri tape singkong di Kota Pekanbaru pada bulan Juni 2014 sebesar 1,59 yang berarti bahwa agroindustri tape yang dijalankan sudah efisien.

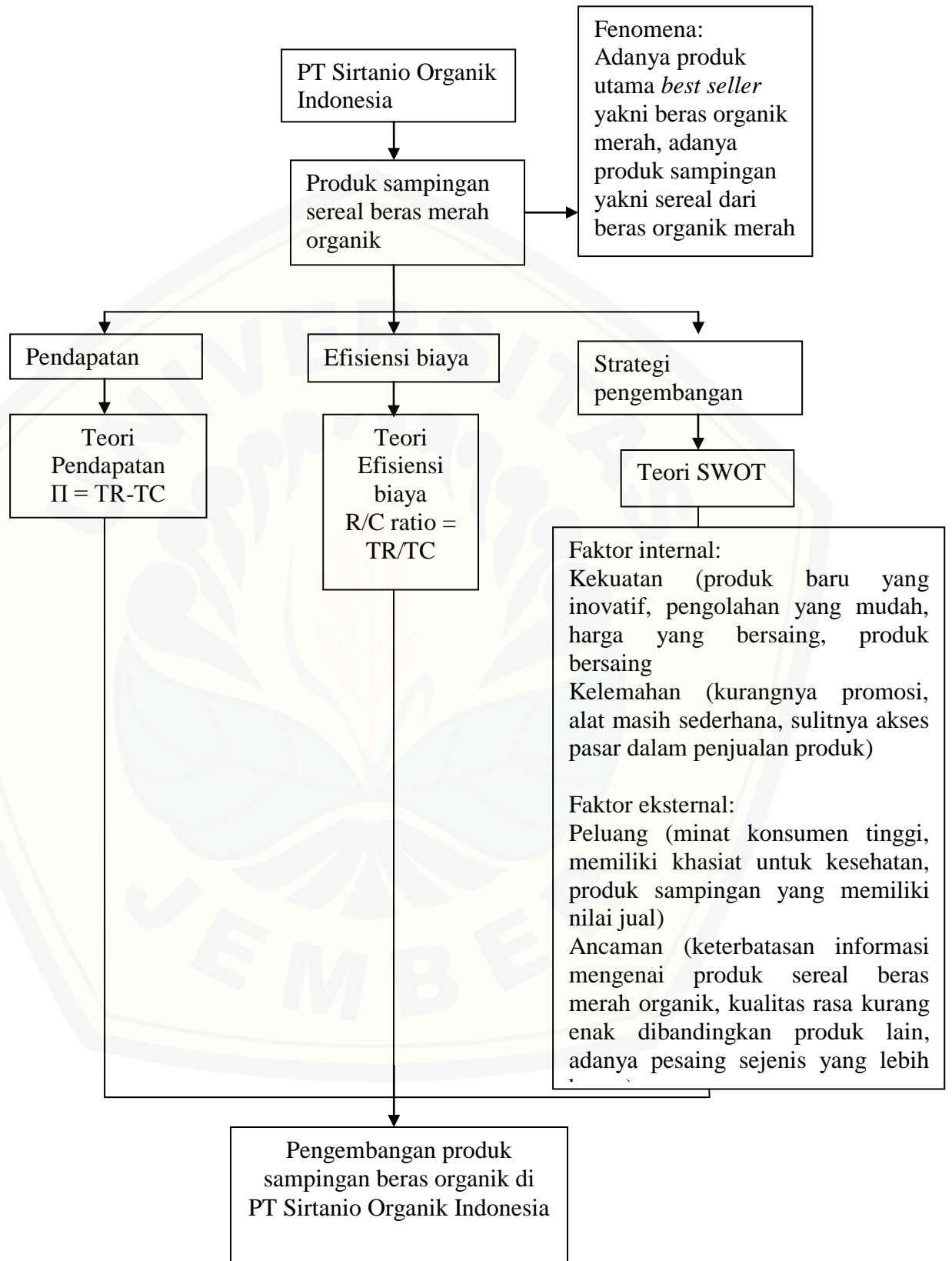
Pada PT Sirtanio Organik Indonesia untuk mengetahui efisiensi biaya, maka dilakukan perhitungan dengan cara membagi hasil total penerimaan yang

didapat perusahaan dengan total biaya yang dikeluarkan (penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel). Setelah mengetahui hasil dari perhitungan, hasil dari penelitian terdahulu serta survey lapang yang dilakukan oleh peneliti maka, biaya yang dikeluarkan PT Sirtanio Organik Indonesia adalah efisien.

Adanya produk sampingan sereal beras merah organik yang memiliki nilai cukup baik, maka perlu adanya strategi pengembangan agar sereal beras merah organik dapat memproduksi lebih banyak serta pemasaran yang lebih meluas lagi. Penelitian yang dilakukan oleh N. Dwi (2017), mengenai “Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Sereal Beras Merah Organik pada Kelompok Tani Vigur Organik Di Kecamatan Kedungkandang Kota Malang” menjelaskan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh Kelompok Tani Vigur Organik dalam menjalankan usaha sereal beras merah antara lain kualitas bahan baku yang digunakan, nilai tambah tinggi, produk bersertifikat organik, memiliki ijin usaha, produk tidak menggunakan bahan pengawet, dan melakukan evaluasi dan pelatihan. Sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh Tani Vigur Organik dalam menjalankan usaha sereal beras merah antara lain produksi belum terjadwal, lokasi kurang strategis, produk yang kurang variatif, dan promosi kurang efektif. Peluang yang dimiliki oleh Kelompok Tani Vigur Organik dalam mengembangkan usaha sereal beras merah antara lain ketersediaan bahan baku, kesadaran masyarakat akan kesehatan, dukungan dari pemerintah, harga bahan baku cenderung tetap, dan hubungan baik dengan konsumen dan mitra. Sedangkan yang menjadi ancaman bagi Kelompok Tani Vigur Organik dalam menjalankan usaha sereal beras merah antara lain cuaca, produk pesaing sejenis, permintaan konsumen yang tidak tetap, perubahan selera konsumen, dan produk belum dikenal masyarakat. Berdasarkan hasil analisis Matriks EFAS diperoleh total skor 2,62 dan total skor Matriks IFAS adalah 2,93, sehingga menempatkan sereal beras merah organik pada posisi kuadran V yakni pertumbuhan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Wahyono (2017) yang berjudul “Kajian Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Produk Sereal Beras Organik (Studi Kasus di Kelompok Tani Sumber Makmur II Desa Sumber Ngepoh Kecamatan Lawang Kabupaten Malang)” menyatakan bahwa hasil dari analisis yang telah dilakukan pada

agroindustri sereal beras organik kelompok tani Sumber Makmur II berdasarkan dari diagram SWOT menunjukkan posisi perusahaan berada pada kuadran IV yang menunjukkan bahwa kelompok tani Sumber Makmur II berada pada tahap tumbuh dan berkembang dengan strategi diversifikasi. Berdasarkan penelitian Yanuasari dkk., (2015) yang berjudul “Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah serta Strategi Pengembangan Agroindustri Kacang Oven pada CV TDS Mitra Garuda di Kabupaten Jember” menjelaskan bahwa CV TDS Mitra Garuda dalam posisi White Area (Bidang Kuat-Berpeluang) Strategi yang dapat dirancang bagi agroindustri kacang oven CV TDS Mitra Garuda adalah strategi S-O.

Hal tersebut menunjukkan bahwa produk sampingan berupa sereal beras merah organik memiliki pendapatan yang cukup baik dalam menambahkan pendapatan produk utama. Dalam proses produksinya biaya yang dikeluarkan juga tergolong efisien. Untuk menentukan faktor faktor internal maupun eksternal dalam menentukan strategi pengembangan sereal beras merah organik ini dapat disesuaikan dengan fenomena yang terjadi di lapang. Adapun faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan PT Sirtanio Organik pada produk sampingan sereal beras merah organik yaitu produk baru yang inovatif, pengolahan yang mudah, harga yang bersaing, produk bersaing. Adapun kelemahannya yakni kurangnya promosi, alat masih sederhana, sulit akses pasar dalam penjualan produk. Sedangkan faktor peluang meliputi minat Konsumen tinggi, memiliki khasiat untuk kesehatan, produk sampingan yang memiliki nilai jual. Untuk faktor ancamannya terdiri dari keterbatasan informasi, kualitas rasa yang kurang enak dibandingkan dengan produk lain dan adanya pesaing yang lebih bagus. Hasil analisis pendapatan, efisiensi biaya, dan strategi pengembangan penting untuk ditelaah agar mengetahui strategi apa yang akan dilakukan perusahaan PT Sirtanio Organik Indonesia untuk mengembangkan produk sampingannya tersebut.



Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran



#### 2.4 Hipotesis

1. Diduga pendapatan produk sampingan beras organik di PT Sirtanio Organik Indonesia adalah menguntungkan.
2. Diduga biaya produksi produk sampingan beras organik di PT Sirtanio Organik Indonesia adalah efisien.



### BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi. Lokasi penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode *purposive method* atau secara sengaja. *Purposive method* yaitu suatu metode penentuan daerah penelitian secara sengaja dan terencana dengan dasar pertimbangan tertentu (Nursalam, 2008). PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi dipilih sebagai pusat penelitian karena merupakan pionir salah satu perusahaan beras organik yang kegiatannya terorganisir dimulai dari hulu (*on farm*) hingga hilir (*off farm*) dengan sistem organik dan telah memiliki sertifikat organik. Selain itu PT Sirtanio Organik Indonesia merupakan perusahaan yang memproduksi sereal beras merah organik.

#### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan metode penelitian analitik dan deskriptif. Menurut Sugiyono (2013), metode analitik adalah metode yang berfungsi untuk menguji hipotesa-hipotesa serta mengadakan interpretasi hasil analisa yang terkait. Metode analitik digunakan untuk mengetahui pendapatan produk sampingan dan efisiensi biaya yang dikeluarkan serta strategi pengembangan produk sampingan yang dilakukan PT Sirtanio Organik Indonesia. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti setatus sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan atau menginterpretasikan hasil perhitungan dari pendapatan, efisiensi biaya, serta menjelaskan tentang strategi pengembangan produk sampingan yang dilakukan PT Sirtanio Organik Indonesia.

### 3.3 Metode Pengambilan Contoh

Penentuan contoh dilakukan dengan metode *non probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2015), *purposive sampling* adalah metode pengambilan contoh yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan struktur penelitian, dimana pengambilan sampel dengan mengambil sampel orang-orang yang dipilih oleh penulis menurut kriteria yang ditentukan. Kriteria tersebut yaitu sampel orang-orang yang dapat mengetahui tentang penelitian ini seperti tentang biaya-biaya yang akan dikeluarkan serta jumlah pendapatan. Selain itu juga, penulis memilih informan kunci serta *expert* yang mengetahui tentang strategi yang akan dilakukan. Adapun informan kunci yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Informan Kunci Penelitian

| <b>Informan Kunci</b>                   | <b>Jumlah (orang)</b> |
|---|-----------------------|
| Manajer Divisi Produksi                 | 1                     |
| Bendahara PT Sirtanio Organik Indonesia | 1                     |
| Seksi Pengolahan Sereal Beras Merah     | 2                     |
| <b>Jumlah</b>                           | <b>4</b>              |

Berdasarkan Tabel 3.1 diatas, responden tersebut dipilih karena peneliti menganggap bahwa para informan kunci diatas dapat memberikan informasi dan data terkait dengan rumusan-rumusan masalah yang akan dikaji. Informan yang akan diwawancarai untuk mengkaji rumusan masalah pertama, kedua, dan ketiga terkait dengan pendapatan serta efisiensi biaya produk sampingan produk sampingan beras organik yang dilakukan oleh PT Sirtanio Organik Indonesia yaitu dengan Manajer Divisi Produksi, bendahara, seksi pengolahan sereal beras merah organik PT Sirtanio Organik Indonesia. Dimana empat informan tersebut dianggap mengetahui tentang biaya-biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi serta harga jual dari produk sampingan yakni sereal beras merah organik dan juga pendapatan yang diterima. Selain itu keempat informan kunci tersebut dapat memberikan informasi tentang faktor-faktor serta penilaian pada strategi pengembangan produk sereal beras merah organik.

Tabel 3.2 *Expert* Penelitian

| <i>Expert</i> Penelitian            | Jumlah (orang) |
|-------------------------------------|----------------|
| Dinas Pertanian                     | 1              |
| Dinas Perindustrian dan Perdagangan | 1              |
| Dinas Koperasi dan UMKM             | 1              |
| <b>Jumlah</b>                       | <b>3</b>       |

Berdasarkan tabel diatas *expert* yang akan diwawancarai untuk mengkaji rumusan masalah ketiga terkait strategi pengembangan produk sampingan beras organik yang dilakukan oleh PT Sirtanio Organik Indonesia yaitu dari Dinas Pertanian yang diwakilkan oleh Bapak Surmandi Sie Binus, SDM, dan Kelembagaan, kemudian *expert* yang akan diwawancarai selanjutnya yaitu Dinas Perindustrian dan Dagang yang diwakilkan Bapak I Komang Dedi Budi S yang menjabat sebagai Kepala Bidang Industri, kemudian selanjutnya mewawancarai *expert* dari Dinas Koperasi dan UMKM yang diwakilkan oleh Ibu Tri Vina Oktivita Sari yang menjabat sebagai Pendamping atau konsultan UMKM. Semua *expert* tersebut dapat memberikan penilaian terhadap faktor-faktor pada analisis SWOT serta meberikan penilaian terhadap faktor-faktor tersebut.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015), metode pengumpulan data yang diambil dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara, observasi dan studi dokumentasi sebagai berikut:

#### a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden lebih mendalam. Penelitian ini dalam melakukan pengumpulan data dengan melakukan wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan yakni mengenai pendapatan, biaya, serta tentang strategi pengembangan produk sampingan di PT Sirtanio Organik Indonesia.

b. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, selain itu observasi salah satu metode pengumpulan data dengan mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui secara langsung kondisi yang terjadi atau untuk membuktikan kebenaran dari penelitian mengenai analisis pendapatan produk sampingan di PT Sirtanio Organik Indonesia.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini diperoleh dari beberapa literatur dan instansi yang menunjang kegiatan penelitian yang diperoleh jurnal, buku, skripsi dan internet.

### 3.5 Metode Analisis Data

Pengujian hipotesis pertama yang terkait pendapatan produk sampingan yang dilakukan oleh PT Sirtanio Organik Indonesia yakni dengan analisis pendapatan. Besarnya pendapatan yang akan diperoleh dari suatu kegiatan dalam memproduksi tergantung dari beberapa faktor yang mempengaruhinya. Pendapatan produk sampingan adalah selisih antara penerimaan (pendapatan kotor) dengan semua biaya.

Berikut ini rumus pendapatan yaitu :

$$\pi = TR - TC$$

$$TR = P \cdot Q$$

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

$\pi$  = pendapatan bersih (Rp)

TR = total penerimaan (Rp)

TC = total biaya (Rp)

TFC = total biaya tetap (Rp)

TVC = total biaya variabel (Rp)

Q = produksi (Kg)

P = harga (Rp/Kg)

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

- a. jika  $TR > TC$ , maka produk sampingan menguntungkan,
- b. jika  $TR < TC$ , maka produk sampingan tidak menguntungkan atau rugi
- c. jika  $TR = TC$ , maka produk sampingan dalam keadaan *Break Event Point* (impas)

Pengujian hipotesis kedua mengenai efisiensi biaya yang digunakan untuk memproduksi produk sampingan beras merah organik menggunakan analisis R/C ratio. Perbandingan antara penerimaan kotor (hasil penjualan produk sampingan) dengan biaya total produksi yang telah dikeluarkan merupakan *Revenue Cost Ratio* (R/C). Perhitungan R/C ratio adalah sebagai berikut:

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

Dimana  $TR = P \cdot Q$

$$TC = TFC + TVC$$

Kriteria:

- a. R/C Ratio  $> 1$ , maka biaya produk sampingan efisien
- b. R/C Ratio  $< 1$ , maka biaya produk sampingan tidak efisien
- c. R/C Ratio = 1, maka biaya produk sampingan impas

Pengujian hipotesis ketiga mengenai strategi pengembangan produk sampingan yakni dengan analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2015), analisis SWOT merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal secara sistematis. Faktor internal (IFAS) meliputi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan dalam suatu usaha. Faktor eksternal (EFAS) meliputi peluang dan ancaman yang dihadapi suatu usaha.

Tabel 3.3 Analisis Faktor-Faktor Strategi Internal (IFAS)

| Faktor Strategi Internal                    | Bobot | Rating | Bobot x Rating | Keterangan |
|---|-------|--------|----------------|------------|
| Kekuatan                                    |       |        |                |            |
| a. Produk baru yang inovatif                |       |        |                |            |
| b. Pengolahan yang mudah                    |       |        |                |            |
| c. Harga yang bersaing                      |       |        |                |            |
| d. Produk bersaing                          |       |        |                |            |
| Kelemahan                                   |       |        |                |            |
| a. Kurangnya promosi                        |       |        |                |            |
| b. Alat masih sederhana                     |       |        |                |            |
| c. Sulit akses pasar dalam penjualan produk |       |        |                |            |
| <b>Total</b>                                |       |        |                |            |

Tabel 3.4 Analisis Faktor-Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

| Faktor Strategi Eksternal   | Bobot | Rating | Bobot x Rating | Keterangan |
|---|-------|--------|----------------|------------|
| Peluang   |       |        |                |            |
| a. Minat konsumen tinggi  |       |        |                |            |
| b. Memiliki khasiat untuk kesehatan                                       |       |        |                |            |
| c. Produk sampingan yang memiliki nilai jual                              |       |        |                |            |
| Ancaman   |       |        |                |            |
| a. Keterbatasan informasi mengenai produk sereal dari beras merah organik |       |        |                |            |
| b. Kualitas rasa yang kurang enak dibandingkan dengan produk lain         |       |        |                |            |
| c. Adanya pesaing sejenis yang lebih bagus                                |       |        |                |            |
| <b>Total</b>  |       |        |                |            |

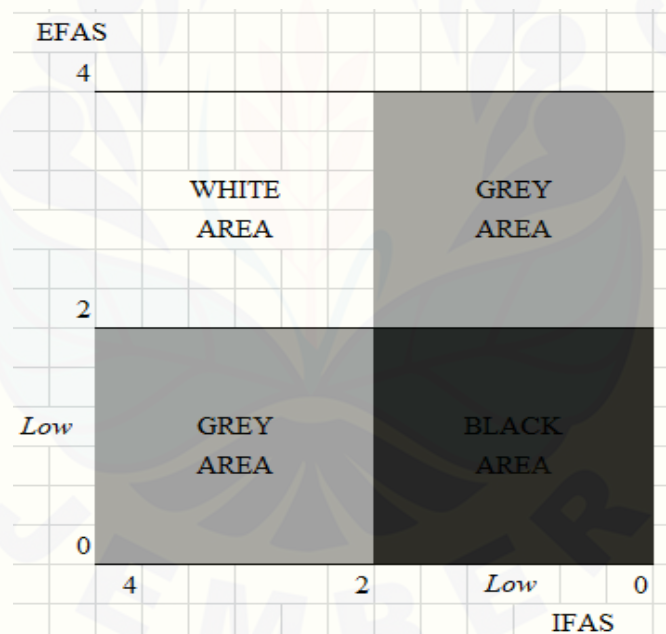
Keterangan:

- Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman pada kolom satu.
- Memberi bobot untuk masing-masing faktor tersebut dengan skala dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor – faktor tersebut terhadap posisi strategis kelompok.
- Menghitung rating untuk masing-masing faktor kekuatan dan peluang dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*).
- Mengalikan masing-masing bobot dengan rating untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom ini. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk

masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 sampai dengan 1,0.

- e. Menggunakan kolom komentar untuk memberikan keterangan berupa catatan mengapa faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tersebut beraksi terhadap faktor-faktor eksternalnya. Total skor ini digunakan membandingkan hasil dari narasumber satu dengan narasumber yang lainnya.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai faktor-faktor kondisi internal dan faktor-faktor eksternal pada PT Sirtanio Organik Indonesia maka selanjutnya dapat dimasukkan kedalam matrik posisi kompetitif relatif sebagai berikut:



Gambar 3.1 Matrik Posisi Kompetitif Relatif

Kriteria pengambil keputusan sebagai berikut:

1. Apabila hasil terletak di daerah *White Area* (bidang kuat-berpeluang), maka PT Sirtanio Organik Indonesia memiliki peluang pasar yang prospektif dan kompetensi dalam melakukan strategi pengembangan produk sampingan.
2. Apabila hasil terletak di daerah *Grey Area* (bidang lemah-berpeluang), maka PT Sirtanio Organik Indonesia memiliki peluang pasar yang prospektif, tetapi



tidak memiliki kompetensi dalam melakukan strategi pengembangan produk sampingan.

3. Apabila hasil terletak di daerah *Grey Area* (bidang kuat-terancam), maka PT Sirtanio Organik Indonesia cukup kuat dan memiliki kompetensi untuk melakukan strategi pengembangan produk sampingan, tetapi peluangnya sangat mengancam.
4. Apabila hasil terletak di daerah *Black Area* (bidang lemah-terancam), maka PT Sirtanio Organik Indonesia tidak memiliki peluang dan tidak memiliki kompetensi untuk melakukan strategi pengembangan produk sampingan.

Selanjutnya yakni menentukan posisi PT Sirtanio Organik Indonesia yang didasarkan pada analisis total skor faktor internal dan eksternal menggunakan matrik internal dan eksternal seperti Gambar 3.2

|                 |          | TOTAL SKOR IFAS |             |             |    |
|-----------------|----------|-----------------|-------------|-------------|----|
|                 |          | 4               | 3           | 2,81        | 2  |
| TOTAL SKOR EFAS |          | I               | II          | III         |    |
|                 | Tinggi   | Pertumbuhan     | Pertumbuhan | Pertumbuhan |    |
|                 |          |                 |             |             |    |
|                 |          | 3               | IV          | V           | VI |
|                 | Menengah |                 | Pertumbuhan |             |    |
|                 | 2,53     | Stabilitas      |             | Penciutan   |    |
|                 |          |                 | Stabilitas  |             |    |
|                 |          | 2               | VII         | VIII        | IX |
|                 | Rendah   | Pertumbuhan     | Pertumbuhan | Likuiditas  |    |
|                 | 1        |                 |             |             |    |

Gambar 3.2 Matriks Internal Eksternal

Keterangan:

Daerah I : Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal

Daerah II : Strategi melalui integrasi horizontal

Daerah III : Strategi *turn around*

Daerah IV : Strategi stabilitas

Daerah V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas

- Daerah VI : Strategi divestasi  
 Daerah VII : Strategi diversifikasi konsentif  
 Daerah VIII : Strategi diversifikasi konglomerat  
 Daerah IX : Strategi likuidasi/bangkrut

Kemudian tahap selanjutnya yakni penentuan alternatif strategi menggunakan matrik SWOT. Matrik SWOT ini yang akan digunakan untuk menentukan strategi yang baik untuk diambil, dimana terdiri dari empat strategi yaitu SO, WO, ST, WT seperti pada Tabel 3.4 berikut:

Tabel 3.5 Matrik Analisis SWOT Produk Sampingan

|                 | IFAS | Strength (S)  | Weakness (W)  |
|-----------------|------|---------------|---------------|
| EFAS            |      |               |               |
| Opportunity (O) |      | Strategi (SO) | Strategi (WO) |
| Threats (T)     |      | Strategi (ST) | Strategi (WT) |

Keterangan:

1. Strategi S-O (*Strengths-Opportunity*)  
 Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan CV Sirtanio Organik Indonesia, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.
2. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)  
 Strategi S-T adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan CV Sirtanio Organik Indonesia untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO (*Weaknesses- Opportunities*)  
 Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (*Weaknesses- Threats*)  
 Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

### 3.6 Definisi Operasional

1. Pertanian organik adalah sebagai suatu sistem produksi pertanian yang berdasarkan daur-ulang hara secara hayati yang dilakukan PT Sirtanio Organik Indonesia.
2. Strategi pertanian organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia adalah tidak menggunakan pupuk kimia pada saat melakukan usahatani dan hanya menggunakan pupuk kandang, kompos, serta agen hayati dalam memberantas hama.
3. Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari hasil wawancara produksi beras merah organik dari tahun 2015-2017.
4. Produk sampingan PT Sirtanio Organik Indonesia adalah sereal beras merah organik.
5. Tenaga kerja adalah orang yang melakukan kegiatan penyangraian dan pengemasan produk sampingan pada PT Sirtanio Organik Indonesia.
6. Upah tenaga kerja adalah bayaran yang diterima oleh tenaga kerja dengan sistem borongan pada PT Sirtanio Organik Indonesia.
7. Tenaga kerja borongan adalah tenaga kerja yang bekerja pada PT Sirtanio Organik Indonesia untuk melakukan penyangraian dan pengemasan dengan menerima upah berdasarkan banyaknya produk sereal beras merah organik yang telah ditentukan.
8. Pendapatan adalah keuntungan yang diperoleh penerimaan hasil penjualan sereal beras merah organik dengan biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan produksi sereal beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia pada tahun 2017.
9. Penerimaan adalah sejumlah uang yang diterima yang dikalikan harga jual sereal beras organik dalam satuan rupiah pada PT Sirtanio Organik Indonesia pada tahun 2017.
10. Harga jual adalah tingkat harga yang diterima oleh konsumen sereal beras merah organik yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kg di PT Sirtanio Organik Indonesia pada tahun 2017.

11. Biaya adalah semua pengeluaran yang meliputi biaya eksplisit dan implisit dalam produksi sereal beras organik yang diukur dengan satuan rupiah pada PT Sirtanio Organik Indonesia.
12. Biaya tetap merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang tidak bergantung pada besar kecilnya produksi yang dinyatakan dalam satuan rupiah di PT Sirtanio Organik Indonesia.
13. Biaya tetap yang dikeluarkan PT Sirtanio Organik Indonesia didapat dari hasil perhitungan penyusutan dimana terdiri wajan besar, spatula kecil, panci besar, kompor gas, ayak, timbangan, dan timba plastik.
14. Biaya variabel merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang jumlahnya didasarkan pada besar kecilnya hasil produksi yang dinyatakan dalam satuan rupiah di PT Sirtanio Organik Indonesia.
15. Biaya variabel yang dikeluarkan PT Sirtanio Organik Indonesia meliputi biaya tenaga kerja untuk penyangraian dan pengemasan, biaya bahan baku beras organik yang utuh dan menir, biaya gas, biaya selep, biaya botol, dan biaya untuk label.
16. Efisiensi biaya sereal beras merah organik adalah perbandingan antara rata-rata penerimaan produksi dengan rata-rata total biaya produksi yang dikeluarkan oleh PT Sirtanio Organik Indonesia pada tahun 2017.
17. SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui strategi pengembangan sereal beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia.
18. S (*Strenght*) merupakan kekuatan yang bersumber dari dalam PT Sirtanio Organik Indonesia yakni produk baru yang inovatif, pengolahan yang mudah, harga yang bersaing dengan produk sejenis, produk bersaing dengan sejenis.
19. W (*Weakness*) merupakan kelemahan yang bersumber dari dalam PT Sirtanio Organik Indonesia yakni kurangnya promosi, alat masih sederhana, dan sulit akses pasar dalam penjualan produk.
20. O (*Opportunity*) merupakan peluang yang berasal dari luar PT Sirtanio Organik Indonesia yang meliputi minat konsumen tinggi, memiliki khasiat untuk kesehatan, dan produk sampingan yang memiliki nilai jual.

21. T (*Threat*) merupakan ancaman yang berasal dari luar PT Sirtanio Organik Indonesia yang terdiri dari keterbatasan informasi mengenai produk sereal dari beras merah organik, kualitas rasa yang kurang enak dibandingkan produk lainnya, adanya pesaing sejenis yang lebih bagus.



## BAB 4. GAMBARAN UMUM

### 4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang berlokasi di ujung timur Pulau Jawa. Wilayah dataran Kabupaten Banyuwangi terdiri atas dataran tinggi yaitu pegunungan dan merupakan penghasil produk perkebunan serta dataran rendah yang memiliki potensi penghasil berbagai produk pertanian. Di Kabupaten Banyuwangi juga terdapat daerah sekitar garis pantai sepanjang 178,8 km yang membujur dari arah utara ke selatan yang merupakan daerah penghasil biota laut. Batas koordinat Kabupaten Banyuwangi yaitu  $7^{\circ} 43' - 8^{\circ} 46'$  lintang selatan dan  $114^{\circ} 53' - 114^{\circ} 38'$  bujur timur. Batas wilayah Kabupaten Banyuwangi yaitu sebelah utara merupakan Kabupaten Situbondo, sebelah timur merupakan Selat Bali, sebelah selatan adalah Samudra Indonesia dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Jember dan Bondowoso. Bagian barat dan utara Kabupaten Banyuwangi adalah pegunungan dan bagian selatan sebagian besar merupakan dataran rendah.

Tingkat kemiringan rata-rata pada wilayah bagian barat dan utara  $40^{\circ}$  dengan rata-rata curah hujan lebih tinggi bila dibanding dengan bagian wilayah lainnya. Tingkat kemiringan dataran yang datar sebagian besar yaitu kurang dari  $15^{\circ}$  dengan rata-rata curah hujan cukup memadai, hal tersebut menjadikan tingkat kesuburan tanah mudah ditingkatkan. Dataran rendah terbentang dari selatan hingga utara dan terdapat banyak aliran sungai dan Kabupaten Banyuwangi tercatat memiliki 35 DAS. Adanya DAS dapat untuk mengairi sawah dan menjaga kesuburan tanah, sehingga di daerah tersebut cocok untuk pertanian lahan basah. Artinya sektor pertanian khususnya subsektor tanaman pangan memiliki potensi untuk dikembangkan di Kabupaten Banyuwangi.

Desa Sumberbaru merupakan salah satu desa di Kecamatan Singojuruh Kabupaten Banyuwangi. Desa Sumberbaru ditetapkan menjadi desa definitif pada tahun 2000 sebagai hasil pemekaran Desa Kemiri. Penetapan dengan nama Desa Sumberbaru oleh tokoh masyarakat dilakukan atas dasar bahwa wilayah tersebut banyak terdapat sumber air dan kata baru diambil dari sesuatu yang memang baru

berdiri. Desa Sumberbaru terdiri dari tiga dusun antara lain, Dusun Umbulrejo, Dusun Paeloan, dan Dusun Kendal. Batas wilayah Desa Sumberbaru yaitu:

Sebelah Utara : Desa Parangharjo, Kecamatan Songgon

Sebelah Selatan : Desa Gendoh, Kecamatan Sempu

Sebelah Timur : Desa Kemiri, Kecamatan Singojuruh

Sebelah Barat : Desa Sreagi, Kecamatan Songgon

Luas wilayah Desa Sumberbaru yaitu seluas 565,088 ha/m<sup>2</sup>. Desa Sumberbaru memiliki curah hujan yaitu 23<sup>0</sup> Mm dengan jumlah bulan hujan sebanyak 6 bulan dan suhu rata-rata harian yaitu 29<sup>0</sup>C. Ketinggian wilayah Desa Sumberbaru dari permukaan laut yaitu 220 meter diatas permukaan laut. Bentang wilayah yaitu desa dataran rendah dan desa aliran sungai.

## **4.2 Gambaran Umum Perusahaan**

### **4.2.1 Sejarah PT Sirtanio Organik Indonesia**

Terbentuknya CV Sirtanio Organik Indonesia diawali dengan terbentuknya kelompok tani Mendo Sampurno oleh Samanhudi sebagai ketua kelompok tani pada tahun 1997. Kelompok tani Mendo Sampurno banyak mengikuti pelatihan PPAH (Pusat Pengendalian Agen Hayati) tentang pertanian organik mulai dari pembuatan biopestisida alami dan pupuk organik yang diadakan oleh pemerintah. Hasil pelatihan yang diikuti diterapkan pada budidaya padi organik. Kelompok tani Mendo Sampurno dalam kegiatan budidaya padi sudah mengurangi penggunaan pupuk kimia hingga 80%. Tahun 1999 lahan dinyatakan bebas dari penggunaan pupuk kimia oleh BPTP Karang Ploso Malang.

Beras yang dihasilkan dari hasil budidaya tersebut dipromosikan dengan mengikuti pameran beras organik pada tahun 2000 dengan bukti hasil uji dari Sucofindo bahwa produk yang dihasilkan sudah tidak mengandung residu kimia yang melampaui ambang batas residu maksimal. Banyak petani dan penyuluh Kabupaten Banyuwangi yang berminat untuk berlatih di kelompok tani Mendo Sampurno mulai dari berlatih pembuatan pupuk organik, agen hayati, dan pertanian organik meskipun kegiatan pertanian organik tersebut belum diakui

secara resmi oleh institusi. Dengan banyaknya pelatihan yang dilakukan, kelompok tani Mendo Sampurno mendapatkan peluang untuk mendirikan Pusat Pelatihan Pertanian Pedesaan Swadaya (P4S) dari lembaga pemerintah dengan fokus kegiatan yaitu pertanian organik yang bertujuan memberikan pelatihan dan pengetahuan kepada petani sekitar untuk tertarik dalam menerapkan pertanian organik. Pusat Pelatihan Pertanian Pedesaan Swadaya (P4S) yang didirikan bernama P4S Sirtanio. Tahun 2011 didirikan Sirtanio Organik Indonesia oleh Ahmed Tessario, Samanhudi, Mahar Indra, Kukuh Roxa, Wahyudi, Achmad Muharram, Anggoro, Adul Malik, Shohib Qomad, Arif Wibowo, dan Sigit Purnomo dengan tujuan menjual beras yang dihasilkan. Produk yang diperjualbelikan adalah beras merah sehat, beras putih sehat dan beras merah putih. Sirtanio Organik Indonesia masih belum memiliki legalitas dan memakai nama P4S Sirtanio sebagai organisasi yang melakukan manufakturing beras organik.

Pembeli pertama beras yang dihasilkan adalah wilayah Kabupaten Jember dimana masuk di pusat perbelanjaan Matahari dan Carrefour. Beras organik tersebut masih tidak memiliki sertifikasi organik, hanya dengan bukti hasil uji dari Sucofindo. Permintaan meningkat menjadi penyebab utama pemilik termotivasi untuk meningkatkan jumlah produksi dengan menambah petani mitra. Tahun 2012 Sirtanio Organik Indonesia mulai mengembangkan jumlah lahan dan menambah kapasitas produksi. Perkembangan usaha juga ditunjang dengan pembangunan *packing house* di kediaman Samanhudi. Tahun 2012 Sirtanio Organik Indonesia mengalami perombakan anggota terdiri Ahmed Tessario, Samanhudi, Mahar Indra, Adul Malik, Shohib Qomad, dan Arif Wibowo. Sirtanio Organik Indonesia sudah tidak menggunakan P4S sebagai organisasi yang menaungi. Tahun 2012 menjadi tahun terbentuknya UD Sirtanio Organik Indonesia sebagai legalitas perusahaan. Produk beras yang dihasilkan juga mendapatkan sertifikasi organik dari Lembaga Sertifikasi Organik Seloliman (LeSOS) pada 14 November 2012. Sertifikasi diberikan kepada P4S Sirtanio dikarenakan lembaga sertifikasi tidak bisa memberikan pada suatu badan usaha. Jadi syarat sertifikasi yaitu pada suatu kelompok tani atau



gabungan kelompok tani. P4S Sirtanio berhasil memperoleh sertifikasi dikarenakan Sirtanio Organik Indonesia telah memiliki konsumen terlebih dahulu.

UD Sirtanio Organik Indonesia tahun 2012 menjadi klaster beras organik dari Bank Indonesia. Klaster beras organik merupakan bentuk kerjasama BI dengan kelompok petani yang mengembangkan komoditas padi organik dengan tujuan untuk meningkatkan produksi dan ketersediaan beras organik serta dapat berorientasi ekspor. Jumlah petani UD Sirtanio Organik Indonesia saat itu berjumlah 24 orang dengan lahan seluas 11 Ha dan lahan konversi seluas 28 Ha. Rata-rata produksi beras organik yang dihasilkan yaitu 4,4 Ton/Ha. Tim yang ada mengalami perombakan yaitu menjadi Ahmed Tessario, Samanhudi, Mahar Indra, Adul Malik, Shohib Qomad, dan Jauhari sebagai anggota tim baru.

Tahun 2013 UD Sirtanio Organik Indonesia mendapatkan bantuan meliputi mesin penggilingan, mesin vacum, perbaikan lahan penjemuran gabah, dan bahan baku plastik vacum. Fokus produksi diperkuat pada produksi beras merah organik dimana beras sudah dikemas menggunakan plastik vacum dengan merek Beras Organik Seblang Banyuwangi. Tahun 2014 UD Sirtanio Organik Indonesia diresmikan menjadi klaster binaan BI cabang Jember. Tahun 2015 UD Sirtanio Organik Indonesia mengalami perubahan tim menjadi Ahmed Tessario, Samanhudi, Mahar Indra, Shohib Qomad, dan Jauhari sebagai pemilik usaha. Tahun 2015 UD Sirtanio Organik Indonesia diresmikan menjadi CV Sirtanio Organik Indonesia dengan alasan adanya tuntutan dari pasar dimana pihak lembaga pemasar yang bekerjasama merupakan lembaga dengan status usaha berupa CV. Tanggal 26 Desember 2016 P4S Sirtanio melakukan perpanjangan sertifikasi padi organik pada lembaga sertifikasi Organik Seloliman (LeSOS) untuk yang kedua kalinya.

Tahun 2016 CV Sirtanio Organik Indonesia mengalami perubahan tim atau struktur organisasi perusahaan menjadi Ahmed Tessario, Samanhudi, Shohib Qomad, dan Jauhari. Tim tersebut dibagi menjadi divisi kerja. Divisi kerja terbagi menjadi 4 divisi meliputi divisi budidaya, divisi proses, divisi pemasaran, dan divisi administrasi. Semakin berkembangnya produksi beras organik khususnya

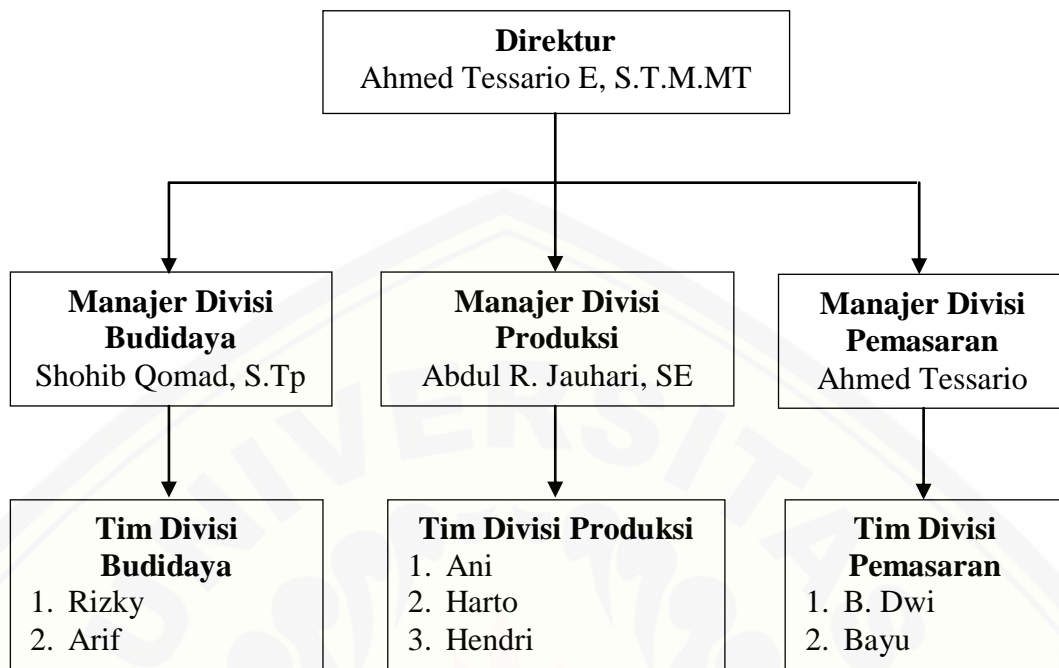
beras merah akibat semakin meningkatnya permintaan pasar maka menuntut CV Sirtanio Organik Indonesia untuk merubah status usaha menjadi PT Tahun 2017 CV Sirtanio Organik Indonesia telah resmi berubah menjadi PT Sirtanio Organik Indonesia. Perubahan juga didasari atas motivasi dari pemilik untuk membagi modal atas besaran persentase saham.

#### 4.2.2 Profil dan Struktur Organisasi PT Sirtanio Organik Indonesia

PT Sirtanio Organik Indonesia merupakan perusahaan beras organik yang berada di Dusun Umbulrejo Desa Sumberbaru Kecamatan Singojuruh Kabupaten Banyuwangi. PT Sirtanio Organik Indonesia sebagai perusahaan yang melakukan kegiatan pertanian organik yang terintegrasi dari hulu hingga hilir. PT Sirtanio Organik Indonesia merupakan perusahaan agribisnis pertama di wilayah se Eks-Karisedenan Besuki yang memperoleh sertifikat organik dari LeSOS (Lembaga Sertifikasi Organik Seloliman). Basis usaha yang dilakukan PT Sirtanio Organik Indonesia yaitu memproduksi beras organik, namun juga memproduksi pupuk dan agen hayati pengendali hama.

PT Sirtanio Organik Indonesia memiliki lokasi berbeda antara lokasi produksi beras, kantor utama, dan kantor pemasaran. Kantor utama PT Sirtanio Organik Indonesia berada di Dusun Umbulrejo Desa Sumberbaru Kecamatan Singojuruh. Lokasi tersebut merupakan tempat pertama kali Sirtanio berdiri. Kantor pemasaran produk beras organik yaitu berada di Genteng Regency D1, Kecamatan Genteng, Banyuwangi. Kantor pemasaran berada di Kecamatan Genteng dengan tujuan untuk mempermudah pengiriman barang ke konsumen. Lokasi yang digunakan untuk produksi beras mulai dari penjemuran dan penggilingan yaitu berada di Dusun Paeloan Desa Sumberbaru Kecamatan Singojuruh. Lokasi tersebut masih berada di satu desa dengan kantor utama.

PT Sirtanio Organik Indonesia sebagai suatu perusahaan memiliki struktur organisasi dalam pelaksanaan kegiatan usahanya. Struktur organisasi berfungsi untuk memperjelas tugas dan tanggungjawab pada masing-masing pihak yang terlibat baik pemilik maupun tenaga kerja yang ada. Struktur organisasi PT Sirtanio Organik Indonesia adalah sebagai berikut.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Sirtanio Organik Indonesia

Sumber: PT Sirtanio Organik Indonesia, 2017

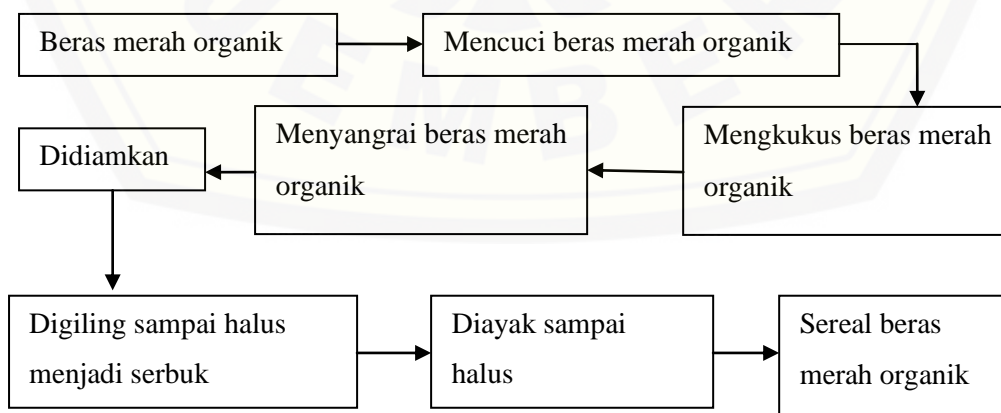
Berdasarkan gambar 4.1 struktur organisasi PT Sirtanio Organik Indonesia terbagi menjadi 3 tingkatan dari direksi, manajer divisi, dan tim divisi. PT Sirtanio Organik Indonesia merupakan perusahaan yang masih baru terbentuk menjadi sebuah PT. Dengan demikian tugas dan tanggungjawab tiap pihak masih sederhana dan masih ada pihak yang menjabat atas 2 posisi yang berbeda. Direktur memiliki tugas dan tanggungjawab yaitu memimpin perusahaan, mengawasi tugas dari tenaga kerja dan manajer, menyetujui anggaran perusahaan, dan mengevaluasi kinerja dari masing-masing divisi. Manajer budidaya dan tim budidaya memiliki tugas dan tanggungjawab dalam hal mengontrol kegiatan usahatani padi beras organik setiap beberapa waktu tertentu maupun mengontrol pertumbuhan dan perkembangan tanaman serta mencatat segala faktor produksi yang digunakan petani mitra dalam kegiatan usahatani padi beras organik. Divisi budidaya juga memiliki tugas menyeleksi lahan milik petani yang mendaftar sebagai petani mitra PT Sirtanio Organik Indonesia. Manajer divisi produksi dan tim produksi memiliki tugas dan tanggungjawab yaitu dalam hal produksi beras dimana mulai dari ketersediaan gabah kering panen hingga menjadi beras yang

siap untuk di pasarkan kepada konsumen agar tetap stabil, merencanakan produksi diwaktu yang akan datang, dan bertanggungjawab atas kegiatan pengemasan produk. Manajer divisi pemasaran dan tim pemasaran memiliki tugas dan tanggungjawab dalam hal memasarkan produk beras organik.

PT Sirtanio Organik Indonesia memiliki *core value* yang dijadikan acuan dalam pelaksanaan kegiatan pertanian organik yang dilakukan. *Core value* yang dimaksud yaitu meliputi pertama Sirtanio bermitra dengan petani untuk kesejahteraan bersama. Kedua yaitu sirtanio memberikan produk berkualitas, terpercaya, dan berkelanjutan. Ketiga yaitu Sirtanio dipercaya dan dicintai pelanggan. Keempat yaitu Sirtanio bekerja dengan integritas dan harmonis seperti keluarga. Kelima yaitu Sirtanio mempunyai performa keuangan yang prima.

#### 4.3 Kegiatan Produksi Sereal Beras Merah Organik PT Sirtanio Organik Indonesia

PT Sirtanio Organik Indonesia merupakan perusahaan yang memproduksi produk sereal beras merah organik. Sereal beras merah organik merupakan produk yang diproses secara khusus dengan menggunakan alat-alat yang sederhana. Dimana dalam proses pembuatan sereal beras merah organik memerlukan beberapa alat serta bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi. Adapun Gambar 4.2 merupakan langkah-langkah proses pembuatan sereal beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia sebagai berikut:



Gambar 4.2 Proses Pembuatan Sereal Beras Merah Organik

Sumber: PT Sirtanio Organik Indonesia ( 2017)

Berdasarkan Gambar 4.2 berikut penjelasan mengenai proses produksi sereal beras merah PT Sirtanio Organik Indonesia:

1. Menyiapkan bahan baku beras merah organik. Dimana bahan tersebut memiliki dua jenis beras merah organik yakni beras merah organik utuh dan beras merah organik yang pecah atau menir. Dalam penggunaan dua bahan baku tersebut memiliki perbandingan yakni, menggunakan 70% bahan baku beras merah organik yang utuh dan menggunakan 30% bahan baku beras merah organik yang pecah atau menir.
2. Setelah menyiapkan bahan baku sereal beras merah organik, maka langkah selanjutnya yakni mencuci beras merah organik utuh dan menir hingga bersih dari kotoran. Lalu setelah dicuci bersih dapat ditiriskan.
3. Siapkan alat yang digunakan untuk mengukus beras merah organik yang telah dicuci yakni nyalakan kompor dengan api sedang dan letakkan panci yang dapat digunakan untuk mengukus beras merah organik. Dalam proses pengukusan hanya memerlukan waktu yang sebentar yakni kurang lebih 10 menit. Tujuannya supaya kadar air pada beras merah organik dapat menurun. Kemudian tunggu beras merah yang telah dikukus hingga sedikit dingin.
4. Setelah dilakukan pengukusan, maka selanjutnya yaitu melakukan penyangraian. Penyangraian beras merah organik tersebut menggunakan wajan beras. Dimana penyangraian ini dilakukan kurang lebih 45 menit hingga beras merah organik pada wajan dapat meletup-letup.
5. Setelah kegiatan penyangraian selesai, maka tunggu hingga dingin.
6. Langkah selanjutnya yakni membawa beras merah organik yang telah disangrai ke tempat penyelepan.
7. Lalu setelah diselep, maka beras merah organik tersebut diayak hingga halus.
8. Terakhir, setelah dilakukan pengayakan maka beras merah organik telah menjadi sereal beras merah organik yang dapat dikemas ke dalam botol, dan dapat dikonsumsi dengan menyeduhnya menggunakan air panas.

## BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat di tarik adalah sebagai berikut :

1. Pendapatan dari produk sampingan yakni produk sereal beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi adalah menguntungkan. Pendapatan yang diterima dalam satu tahun produksi yakni pada tahun 2017 sebesar Rp 13.264.400.
2. Efisiensi biaya produk sampingan yakni sereal beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia adalah sebesar 2,35. Hal ini menunjukkan bahwa nilai efisiensi  $> 1$ , artinya bahwa setiap penggunaan biaya produksi sebesar Rp 1,00, maka akan memperoleh penerimaan sebesar Rp 2,35 yang berarti pendapatan yang diterima sebesar Rp 1,35 sehingga produk sereal beras merah organik efisien dalam penggunaan biaya produksi dalam satu tahun yakni tahun 2017.
3. Strategi pengembangan pada produk sampingan yakni produk sereal beras merah organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi menggunakan strategi S-O (*Strength dan Opportunity*) yaitu mempertahankan kualitas produk yang memiliki khasiat untuk kesehatan dan melakukan proses produksi yang berkelanjutan.

### 6.2 Saran

1. Meningkatkan kapasitas bahan baku dan waktu produksi agar produk yang dihasilkan bertambah, sehingga pendapatan yang diterima perusahaan akan bertambah pula.
2. Sebaiknya melakukan kegiatan promosi secara *online* maupun membuka *outlet* agar produk sereal beras merah organik dapat diterima masyarakat luas serta menambahkan varian rasa.

3. Untuk pengembangan produk sereal beras merah organik, sebaiknya PT Sirtanio Indonesia meningkatkan kualitas keorganikannya yang terdapat khasiat untuk kesehatan, dengan tidak menambahkan bahan non organik.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Antonia, Michelle. 2018. Kajian Perbandingan Tepung Beras Merah (*Oryza Nivara*) dengan Kulit Gandum (*Bran Pollard*) dan Waktu Pembekuan terhadap Karakteristik *Food Bar*. *Skripsi*. Bandung: Universitas Pasundan.
- Akhiriani, Shanti dan Nurhayati. 2016. Analisis Ekonomi Pakan Ternak Terfermentasi Berbasis Limbah Agroindustri Pisang di Kabupaten Lumajang. *Agribest*, 01(02): 122-133
- Al Arif, N.R dan E. Amalia. 2010. *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Bawiling, Evan dan Victorina Z.T. 2014. Analisis Perhitungan Harga Pokok dan Perlakuan Akutansi atas Produk Sampingan pada UD Sinar Sakti. *Jurnal EMBA*, 2(2): 745-754.
- Elizabeth, Roosganda. 2010. Pengembangan Agroindustri Bahan Pangan untuk Peningkatan Nilai Tambah melalui Transformasi Kelembagaan di Pedesaan. *IPTEK Tanmana Pangan*, 11(1): 102-112.
- Fahriyah, Nuhfil,H.AR. dan Meta, N.D.D. 2012. Analisis Efisiensi Biaya Dan Keuntungan Pada Usahatani Jagung (*Zea Mays*) di Desa Kramat, Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan, Madura. *Jurnal Agrise*. 12(03): 171-181.
- Iriyani, Newi. 2011. Sereal dengan Substitusi Bekatul Tinggi Antioksidan. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Khorniawati, Melisa. 2014. Produk Pertanian Organik di Indonesia : Tinjauan atas Preferensi Konsumen Indonesia Terhadap Produk Pertanian Organik Lokal. *Jurnal Studi Manajemen*, vol. 8(2) : 171 – 182.
- Kusumo, Rani andriani Budi., A. Chareina, A. H. Sadeli, dan G. W. Mukti. 2017. Persepsi Petani Terhadap Teknologi Budidaya Sayuran Organik di Kabupaten Bandung Barat. *Paspalum*, vol. 5(2) : 19 – 27.
- Kompas.com. (2016, February 12) . *Tiga Varietas Padi Organik Banyuwangi Resmi Terdaftar di Kementerian Pertanian*. [Serial Online]. <https://biz.kompas.com/read/2016/12/02/174807728/tiga.varietas.padi.organik.banyuwangi.resmi.terdaftar.di.kementerian.pertanian>. [Tanggal Akses : 11 Juli 2019].
- Marsudi, Hidup. 2013. Kajian Agroindutri Berbasis Masyarakat Kabupaten Karanganyar. *Riset Manajemen dan Akutansi*. 4(7): 21-44.



- Mayrowani, Henny. 2012. Pengembangan Pertanian Organik di Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, vol. 30(2) : 91 – 108.
- Mungara, Evan., D. Indradewa, dan R. Rogomulyo. 2013. Analisis Pertumbuhan dan Hasil Padi Sawah (*Oryza sativa* L.) Pada Sistem Pertanian Konvensional, Transisi Organik, dan Organik. *Vegetalika*, vol. 2(3) : 1–12.
- N., Dwi Yusuf. 2017. Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Sereal Beras Merah Organik pada Kelompok Tani Vigur Organik Di Kecamatan Kedungkandang Kota Malang. *Thesis*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Nuridin, Sabri. 2011. Analisis Penerimaan Bersih Usaha Tanaman Pada Petani Nenas di Desa Palaran Samarinda. *Jurnal Eksis*. 6(1) : 1100-1266.
- Nursalam. 2008. *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Praptiwi, A. N., Ermi Tety, Jumatri Yusri. 2015. Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Agroindustri Tape Singkong di Kota Pekanbaru,. *JOM Faperta*, 2(1): 1-11.
- Purwasasmita, Mubiar dan Alik Sutaryat. 2014. *Padi SRI Organik Indonesia*. Bandung: Penebar Swadaya.
- Purwono dan Heni Purnamawati. 2007. *Budidaya 8 Jenis Tanaman Pangan Unggul*. Depok: Penebar Swadaya.
- Pertanian Sehat. 2010. *Proyeksi Produksi dan Pasar Organik di Indonesia*. [serial online]. <https://pertaniansehat.com/?s=data+padi+organik>. [Diakses pada 2 November 2017].
- Qodarisasi, Merqurian Aristi. 2014. *Analisis Alokasi Biaya Produksi Bersama dan Perlakuan Produk Sampingan pada UD Ajung Jaya*. [Sereal Online]. [https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/63226/Merqurian %20Aristi%20Qodarisasi.pdf?sequence=1](https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/63226/Merqurian%20Aristi%20Qodarisasi.pdf?sequence=1). [Diakses pada 13 Juli 2019].
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rosary, Ebed de. 2017. Adaptif Perubahan Iklim, Padi SRI Diperkenalkan untuk Wilayah Bercurah Hujan Rendah. [Sereal Online]. <https://www.mongabay.co.id/2017/10/24/adaptif-perubahan-iklim-padi-sri-diperkenalkan-untuk-wilayah-bercurah-hujan-rendah/>. [Diakses pada 24 Juli 2019].

- Sulistiyana, Pradesi, Jangkung Handoyo Mulyo, Jamhari. 2014. Konsumsi Beras Organik pada Tingkat Rumah Tangga di Kota Yogyakarta. *Agro Ekonomi*, 24(1): 25-34.
- Sundari, M.T., 2011. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Tani Wortel di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal SEP*, 7(2) : 119-126.
- Sugiarti, A., Fuad F.M., M. Sidan M. U. 2017. Strategi Pengembangan Produk Berbasis Rumpuk Laut (*Kappaphycus Alvarezii*) (Studi Kasus: KUB Mitra Bahari di Desa Jumiang Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan Madura). Prosiding Seminar Nasional FKPT-TPI.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, Rachman. 2002. *Penerapan Pertanian Organik Pemasarakatan dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Setiawan, H. H dan Hastoni. 2008. Analisa Produk Sampingan dalam Menentukan Tingkat Pendapatan Produk Sampingan Studi kasus pada Perusahaan Tahu YUN – YI. *Jurnal Ilmiah Kesatuan*, 1(10): 1-6.
- Setyowati, Nuning. 2011. Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ketela Ungu sebagai Produk Unggulan di Kabupaten Karanganyar. *Journal UNIPDU*, 1(1): 1-7.
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Soetrisno, Fike Marta, Ariel Hidayat, Dwi Ratna. 2015. *Daya Saing Agribisnis Kopi Robusta*. Malang: Surya Pena Gemilang.
- Tamara, Angelica. 2016. Implementasi Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4(3): 395-406.
- Udayana, I Gusti Bagus. 2011. *Peran Agroindustri dalam Pembangunan Pertanian*. Bali: Singhadwala. Februari. Halaman 6.
- Wahyono, Budi. 2017. Kajian Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Produk Sereal Beras Organik (Studi Kasus di Kelompok Tani Sumber Makmur II Desa Sumber Ngepoh Kecamatan Lawang Kabupaten Malang). *Thesis*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Widiarta, Aero. 2011. Analisis Keberlanjutan Praktek Pertanian Organik di Kalangan Petani. *Skripsi*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Yanuasari, K.I., R. Hartadi dan S. Raharto. 2015. Analisis Pendapatan Dan Nilai Tambah Serta Strategi Pengembangan Agroindustri Kacang Oven Pada CV. TDS Mitra Garuda Di Kabupaten Jember. *Agritrop Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 13(2):126-136.

Yasinta, P. Yesi, Made Nuridja, Anjuman Zukhri. 2013. Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Perlakuan Produk Sampingan pada UD Sari Nadi Singaraja Tahun 2012. *E-Journal*, 1(1): 1-10.



LAMPIRAN

**Lampiran A. Identitas Responden Analisis Pendapatan, Efisiensi Biaya dan Strategi Pengembangan Produk Sampingan di PT Sirtanio Organik Indonesia**

| No | Nama                   | Umur (Tahun) | Pendidikan Terakhir | Jabatan                        | Perusahaan              | Alamat   | No Telepon     |
|----|------------------------|--------------|---------------------|--------------------------------|-------------------------|--|----------------|
| 1  | Abdul Ahmad Jauhari    | 29           | S1                  | Pemilik                        | Sertanio                | Perum Griya Pesona, Maron, Blok Pisang raja, No 8, Genteng, Banyuwangi | +6282131929686 |
| 2  | Hani Nur Liza Wati     | 23           | SMA                 | Bendahara                      | Sertanio                | JL. Darungan RT 01 RW 09, Singojuruh, Banyuwangi                       | +6282281281265 |
| 3  | Isrotik                | 49           | SD                  | Seksi Agribis                  | Sertanio                | Dusun Umbul Rejo, Singojuruh, Banyuwangi                               | -              |
| 4  | Anjana                 | 20           | SMA                 | Seksi Agribis                  | Sertanio                | Dusun Umbul Rejo, Singojuruh, Banyuwangi                               | +6285104352638 |
| 5  | Tri Vina Oktivita Sari | 28           | Diploma             | Pendamping/konsultan UMKM      | Dinas Koperasi dan UMKM | JL. KH. Asyari, No 10, Banyuwangi                                      | +6285649200208 |
| 6  | I Komang Dedi Budi S.  | 50           | S2                  | Kabid Industri                 | Dinas Perdagangan       | Perum Kalipuro Asri, Jalan Manggis A 12                                | +6281234974551 |
| 7  | Surmandi               | 55           | S2                  | Sie Binus, SDM dan Kelembagaan | Dinas Pertanian         | Desa Sumberbaru, Dusun Umbul Rejo, Banyuwangi                          | +6285257983550 |

Lampiran B. Data Penjualan Sereal Beras Merah Organik Tahun 2017

| No               | Bulan     | 2017         |               |
|------------------|-----------|--------------|---------------|
|                  |           | Kg           | Botol         |
| 1                | Januari   | 20           | 200           |
| 2                | Februari  | 22           | 220           |
| 3                | Maret     | 21           | 210           |
| 4                | April     | 16           | 160           |
| 5                | Mei       | 1            | 10            |
| 6                | Juni      | 20           | 200           |
| 7                | Juli      | 7            | 70            |
| 8                | Agustus   | 5            | 50            |
| 9                | September | 6            | 60            |
| 10               | Oktober   | 11           | 110           |
| 11               | November  | -            | -             |
| 12               | Desember  | 3            | 30            |
| <b>Total</b>     |           | <b>132</b>   | <b>1.320</b>  |
| <b>Rata-rata</b> |           | <b>11,00</b> | <b>110,00</b> |

Rata-rata penjualan dari tahun 2017 = 11 Kg/Bulan

= 110 Botol/Bulan

1 Botol Sereal = 100 Gram sereal

**Lampiran C. Data Biaya Variabel Tenaga Kerja Produk Sampingan Sereal Beras Merah PT Sirtanio Organik Indonesia**

Lampiran C.1 Data biaya variabel tenaga kerja untuk pembuatan 20 Kg sereal tiap bulan pada tahun 2017

| No.          | Jenis Kegiatan | Jumlah TK (orang) | Jumlah Hari Kerja | Biaya/produksi (Rp) |
|--------------|----------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| 1            | Penyangraian   | 1                 | 1                 | 100.000             |
| 2            | Pengemasan     | 1                 | 1                 | 100.000             |
| <b>Total</b> |                | <b>2</b>          | <b>2</b>          | <b>200.000</b>      |

Lampiran C.2 Data biaya variabel tenaga kerja untuk pembuatan sereal pada tahun 2017

| No.          | Jenis Kegiatan | Σ Upah         |               |                  |                  |
|--------------|----------------|----------------|---------------|------------------|------------------|
|              |                | 20 kg          | 1 Kg          | 100 gram (1 btl) | 1 thn (1320 btl) |
| 1            | Penyangraian   | 100.000        | 5.000         | 500              | 660.000          |
| 2            | Pengemasan     | 100.000        | 5.000         | 500              | 660.000          |
| <b>Total</b> |                | <b>200.000</b> | <b>10.000</b> | <b>1.000</b>     | <b>1.320.000</b> |

NB : Tenaga kerja penyangraian meliputi kegiatan pencucian beras, penyangraian, pendinginan dan membawa ke selep  
 Tenaga kerja pengemasan meliputi pembersihan botol, pengayakan sereal, penimbangan, serta pemasangan label  
 Tenaga kerja untuk penyangraian dan pengemasan dibayar dengan sistem borongan

**Lampiran D. Data Biaya Variabel Sarana Produksi Produk Sampingan Sereal Beras Merah PT Sirtanio Organik Indonesia**

Lampiran D.1 Data Biaya Variabel Sarana Produksi untuk Pembuatan 20 Kg Sereal pada Tahun 2017

| No.          | Jenis Bahan         | Satuan | Jumlah | Harga Satuan (Rp) | Biaya/produksi (Rp) |
|--------------|---------------------|--------|--------|-------------------|---------------------|
| 1            | Beras merah organik |        |        |                   |                     |
|              | a. Beras utuh       | Kg     | 21     | 16.000            | 336.000             |
|              | b. Beras menir      | Kg     | 9      | 6.000             | 54.000              |
| 2            | Gas                 | Buah   | 1      | 16.000            | 16.000              |
| 3            | Biaya Selep         | Kg     | 20     | 2.000             | 40.000              |
| 4            | Botol               | Buah   | 200    | 3.500             | 700.000             |
| 5            | Label               | Lembar | 200    | 400               | 80.000              |
| <b>Total</b> |                     |        |        |                   | <b>1.226.000</b>    |

Lampiran D.2 Data Biaya Variabel Sarana Produksi untuk Pembuatan 1 Kg Sereal pada Tahun 2017

| No.          | Jenis Bahan         | Satuan | Jumlah | Harga Satuan (Rp) | Biaya/produksi (Rp) |
|--------------|---------------------|--------|--------|-------------------|---------------------|
| 1            | Beras merah organik |        |        |                   |                     |
|              | a. Beras utuh       | Kg     | 1,05   | 16.000            | 16.800              |
|              | b. Beras menir      | Kg     | 0,45   | 6.000             | 2.700               |
| 2            | Gas                 | Buah   | 0,05   | 16.000            | 800                 |
| 3            | Biaya Selep         | Kg     | 1,00   | 2.000             | 2.000               |
| 4            | Botol               | Buah   | 10,00  | 3.500             | 35.000              |
| 5            | Label               | Lembar | 10,00  | 400               | 4.000               |
| <b>Total</b> |                     |        |        |                   | <b>61.300</b>       |

Lampiran D.3 Data Biaya Variabel Sarana Produksi untuk Pembuatan 1 Botol (100 Gram) Sereal pada Tahun 2017

| No.          | Jenis Bahan         | Satuan | Jumlah | Harga Satuan (Rp) | Biaya/produksi (Rp) |
|--------------|---------------------|--------|--------|-------------------|---------------------|
| 1            | Beras merah organik |        |        |                   |                     |
|              | a. Beras utuh       | Kg     | 0,105  | 16.000            | 1.680               |
|              | b. Beras menir      | Kg     | 0,045  | 6.000             | 270                 |
| 2            | Gas                 | Buah   | 0,005  | 16.000            | 80                  |
| 3            | Biaya Selep         | Kg     | 0,100  | 2.000             | 200                 |
| 4            | Botol               | Buah   | 1,000  | 3.500             | 3.500               |
| 5            | Label               | Lembar | 1,000  | 400               | 400                 |
| <b>Total</b> |                     |        |        |                   | <b>6.130</b>        |

Lampiran D.4 Data Biaya Variabel Sarana Produksi untuk Pembuatan 1.320 Botol Sereal pada Tahun 2017

| No.          | Jenis Bahan         | Satuan | Jumlah | Harga Satuan (Rp) | Biaya/produksi (Rp) |
|--------------|---------------------|--------|--------|-------------------|---------------------|
| 1            | Beras merah organik |        |        |                   |                     |
|              | a. Beras utuh       | Kg     | 139    | 16.000            | 2.217.600           |
|              | b. Beras menir      | Kg     | 59     | 6.000             | 356.400             |
| 2            | Gas                 | Buah   | 7      | 16.000            | 105.600             |
| 3            | Biaya Selep         | Kg     | 132    | 2.000             | 264.000             |
| 4            | Botol               | Buah   | 1.320  | 3.500             | 4.620.000           |
| 5            | Label               | Lembar | 1.320  | 400               | 528.000             |
| <b>Total</b> |                     |        |        |                   | <b>8.091.600</b>    |



Lampiran D.5 Data Biaya Variabel untuk Sarana Produksi pada Tahun 2017

| No. | Jenis Bahan         | Biaya Produksi/<br>20 Kg (Rp) | Biaya produksi/ 1 Kg<br>(Rp) | Biaya produksi/ 1 Btl (Rp) | Biaya produksi/1.320<br>Kg (Rp) |
|-----|---------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------|---------------------------------|
| 1   | Beras merah organik |                               |                              |                            |                                 |
|     | a. Beras utuh       | 336.000                       | 16.800                       | 1.680                      | 2.217.600                       |
|     | b. Beras menir      | 54.000                        | 2.700                        | 270                        | 356.400                         |
| 2   | Gas                 | 16.000                        | 800                          | 80                         | 105.600                         |
| 3   | Biaya Selep         | 40.000                        | 2.000                        | 200                        | 264.000                         |
| 4   | Botol               | 700.000                       | 35.000                       | 3.500                      | 4.620.000                       |
| 5   | Label               | 80.000                        | 4.000                        | 400                        | 528.000                         |
|     | <b>Total</b>        | <b>1.226.000</b>              | <b>61.300</b>                | <b>6.130</b>               | <b>8.091.600</b>                |

NB: konversi dari bahan baku (beras merah organik ) menjadi sereal beras merah organik

1,5 Kg bahan baku akan menjadi 1 kg sereal

Sehingga Perbandingannya 1,5 : 1

Lampiran E. Biaya Tetap Produk Sereal Beras Merah Organik

| No.          | Alat               | Jumlah<br>(Buah) | Harga<br>Satuan (Rp) | Tahun<br>Pembelian | Umur<br>Ekonomis |     | Biaya<br>Penyusutan/Thn<br>(Rp) | Biaya<br>Penyusutan/Bln<br>(Rp) | Biaya<br>Penyusutan/Kg<br>(Rp) | Biaya<br>Penyusutan/Btl<br>(Rp) |
|--------------|--------------------|------------------|----------------------|--------------------|------------------|-----|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
|              |                    |                  |                      |                    | Thn              | Bln |                                 |                                 |                                |                                 |
| 1            | Wajan Besar        | 1                | 220.000              | 2018               | 3                | 36  | 73.333                          | 6.111,11                        | 555,56                         | 55,56                           |
| 2            | Spatula<br>Kecil   | 1                | 22.000               | 2018               | 1                | 12  | 22.000                          | 1.833,33                        | 166,67                         | 16,67                           |
| 3            | Panci Besar        | 1                | 230.000              | 2018               | 3                | 36  | 76.667                          | 6.388,89                        | 580,81                         | 58,08                           |
| 4            | Kompor Gas         | 1                | 335.000              | 2016               | 5                | 60  | 67.000                          | 5.583,33                        | 507,58                         | 50,76                           |
| 5            | Ayak               | 1                | 100.000              | 2018               | 1                | 12  | 100.000                         | 8.333,33                        | 757,58                         | 75,76                           |
| 6            | Timbangan<br>Timba | 1                | 60.000               | 2018               | 3                | 36  | 20.000                          | 1.666,67                        | 151,52                         | 15,15                           |
| 7            | Plastik            | 1                | 65.000               | 2018               | 1                | 12  | 65.000                          | 5.416,67                        | 492,42                         | 49,24                           |
| <b>Total</b> |                    | <b>7</b>         | <b>1.032.000</b>     |                    |                  |     | <b>424.000,00</b>               | <b>35.333,33</b>                | <b>3.212,12</b>                | <b>321,21</b>                   |

**Lampiran F. Total Biaya Penjualan Sereal Beras Merah Organik**

Lampiran F.1 Data Perhitungan Biaya Penjualan Sereal Beras Merah Organik Tahun 2017

| No               | Bulan     | Penjualan  |             | Biaya Tetap (TFC)<br>(Penyusutan) | Biaya Variabel (TVC) |                      | Total Biaya (TC)<br>(Rp) |
|------------------|-----------|------------|-------------|-----------------------------------|----------------------|----------------------|--------------------------|
|                  |           | Kg         | Botol       |                                   | Tenaga Kerja (Rp)    | Sarana Produksi (Rp) |                          |
| 1                | Januari   | 20         | 200         | 64.242                            | 200.000              | 1.226.000            | 1.490.242                |
| 2                | Februari  | 22         | 220         | 70.667                            | 220.000              | 1.348.600            | 1.639.267                |
| 3                | Maret     | 21         | 210         | 67.455                            | 210.000              | 1.287.300            | 1.564.755                |
| 4                | April     | 16         | 160         | 51.394                            | 160.000              | 980.800              | 1.192.194                |
| 5                | Mei       | 1          | 10          | 3.212                             | 10.000               | 61.300               | 74.512                   |
| 6                | Juni      | 20         | 200         | 64.242                            | 200.000              | 1.226.000            | 1.490.242                |
| 7                | Juli      | 7          | 70          | 22.485                            | 70.000               | 429.100              | 521.585                  |
| 8                | Agustus   | 5          | 50          | 16.061                            | 50.000               | 306.500              | 372.561                  |
| 9                | September | 6          | 60          | 19.273                            | 60.000               | 367.800              | 447.073                  |
| 10               | Oktober   | 11         | 110         | 35.333                            | 110.000              | 674.300              | 819.633                  |
| 11               | November  | -          | -           | -                                 | -                    | -                    | -                        |
| 12               | Desember  | 3          | 30          | 9.636                             | 30.000               | 183.900              | 223.536                  |
| <b>Total</b>     |           | <b>132</b> | <b>1320</b> | <b>424.000</b>                    | <b>1.320.000</b>     | <b>8.091.600</b>     | <b>9.835.600</b>         |
| <b>Rata-rata</b> |           | <b>11</b>  | <b>110</b>  | <b>35.333</b>                     | <b>203.077</b>       | <b>1.244.862</b>     | <b>1.513.169</b>         |

Lampiran F.2 Data Perhitungan Total Biaya Penjualan Sereal Beras Merah Organik Tahun 2017

| Tahun | Total Biaya Tetap (TFC) (Rp) | Total Biaya Variabel (TVC) (Rp) | Total Biaya (TC) (Rp) |
|-------|------------------------------|---------------------------------|-----------------------|
| 2017  | 424.000                      | 9.411.600                       | 9.835.600             |

**Lampiran G. Analisis Penerimaan Penjualan Sereal Beras Merah Organik**

Lampiran G.1 Data Penerimaan Penjualan Sereal Beras Merah Organik Tahun 2017

| No               | Bulan     | Penjualan (Btl) | Harga /Btl    | Total Penerimaan (TR)<br>(Rp) |
|------------------|-----------|-----------------|---------------|-------------------------------|
| 1                | Januari   | 200             | 17.500        | 3.500.000                     |
| 2                | Februari  | 220             | 17.500        | 3.850.000                     |
| 3                | Maret     | 210             | 17.500        | 3.675.000                     |
| 4                | April     | 160             | 17.500        | 2.800.000                     |
| 5                | Mei       | 10              | 17.500        | 175.000                       |
| 6                | Juni      | 200             | 17.500        | 3.500.000                     |
| 7                | Juli      | 70              | 17.500        | 1.225.000                     |
| 8                | Agustus   | 50              | 17.500        | 875.000                       |
| 9                | September | 60              | 17.500        | 1.050.000                     |
| 10               | Oktober   | 110             | 17.500        | 1.925.000                     |
| 11               | November  | -               | 17.500        | -                             |
| 12               | Desember  | 30              | 17.500        | 525.000                       |
| <b>Total</b>     |           | <b>1.320</b>    |               | <b>23.100.000</b>             |
| <b>Rata-rata</b> |           | <b>110,00</b>   | <b>17.500</b> | <b>1.925.000</b>              |

Lampiran G.2 Data Penerimaan Penjualan Sereal Beras Merah Organik Tahun 2017

| Tahun | Total Penjualan (botol) | Harga per botol (Rp) | Total Penerimaan (TR) (Rp) |
|-------|-------------------------|----------------------|----------------------------|
| 2017  | 1.320                   | 17.500               | 23.100.000                 |

**Lampiran H. Data Pendapatan Penjualan Sereal Beras Merah Organik**

Lampiran H.1 Data Pendapatan Penjualan Sereal Beras Merah Organik Tahun 2017

| No               | Bulan     | Penerimaan (TR)<br>(Rp) | Pengeluaran (TC)<br>(Rp) | Pendapatan (Rp)   |
|------------------|-----------|-------------------------|--------------------------|-------------------|
| 1                | Januari   | 3.500.000               | 1.490.242                | 2.009.758         |
| 2                | Februari  | 3.850.000               | 1.639.267                | 2.210.733         |
| 3                | Maret     | 3.675.000               | 1.564.755                | 2.110.245         |
| 4                | April     | 2.800.000               | 1.192.194                | 1.607.806         |
| 5                | Mei       | 175.000                 | 74.512                   | 100.488           |
| 6                | Juni      | 3.500.000               | 1.490.242                | 2.009.758         |
| 7                | Juli      | 1.225.000               | 521.585                  | 703.415           |
| 8                | Agustus   | 875.000                 | 372.561                  | 502.439           |
| 9                | September | 1.050.000               | 447.073                  | 602.927           |
| 10               | Oktober   | 1.925.000               | 819.633                  | 1.105.367         |
| 11               | November  | -                       | -                        | -                 |
| 12               | Desember  | 525.000                 | 223.536                  | 301.464           |
| <b>Total</b>     |           | <b>23.100.000</b>       | <b>9.835.600</b>         | <b>13.264.400</b> |
| <b>Rata-rata</b> |           | <b>1.925.000</b>        | <b>819.633</b>           | <b>1.105.367</b>  |

Lampiran H.2 Data Pendapatan Penjualan Sereal Beras Merah Organik Tahun 2017

| Tahun | Total Penerimaan (TR)<br>(Rp) | Total Biaya (TC)<br>(Rp) | Pendapatan<br>(Rp) |
|-------|-------------------------------|--------------------------|--------------------|
| 2017  | 23.100.000                    | 9.835.600                | 13.264.400         |

**Lampiran I. Analisis Efisiensi Biaya Sereal Beras Merah Organik**

Lampiran I.1 Data Perhitungan Efisiensi Biaya Sereal Beras Merah Organik Tahun 2017

| No | Bulan            | Pendapatan (TR)<br>(Rp) | Pengeluaran (TC)<br>(Rp) | Efisiensi Biaya |
|----|------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------|
| 1  | Januari          | 3.500.000               | 1.490.242                | 2,35            |
| 2  | Februari         | 3.850.000               | 1.639.267                | 2,35            |
| 3  | Maret            | 3.675.000               | 1.564.755                | 2,35            |
| 4  | April            | 2.800.000               | 1.192.194                | 2,35            |
| 5  | Mei              | 175.000                 | 74.512                   | 2,35            |
| 6  | Juni             | 3.500.000               | 1.490.242                | 2,35            |
| 7  | Juli             | 1.225.000               | 521.585                  | 2,35            |
| 8  | Agustus          | 875.000                 | 372.561                  | 2,35            |
| 9  | September        | 1.050.000               | 447.073                  | 2,35            |
| 10 | Oktober          | 1.925.000               | 819.633                  | 2,35            |
| 11 | November         | -                       | -                        | -               |
| 12 | Desember         | 525.000                 | 223.536                  | 2,35            |
|    | <b>Total</b>     | <b>23.100.000</b>       | <b>9.835.600</b>         |                 |
|    | <b>Rata-rata</b> | <b>1.925.000</b>        | <b>819.633</b>           | <b>2,15</b>     |

Lampiran I.2 Data Perhitungan Efisiensi Biaya Sereal Beras Merah Organik Tahun 2017

| Tahun | Total Penerimaan (TR) (Rp) | Total Biaya (TC) (Rp) | Efisiensi Biaya |
|-------|----------------------------|-----------------------|-----------------|
| 2017  | 23.100.000                 | 9.853.600             | 2,35            |

**Lampiran J. Analisis SWOT Sereal Beras Merah Organik**

Lampiran J.1 Analisis Bobot Rata-Rata Faktor Kekuatan Produk Sereal Beras Merah Organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia

| No           | Faktor Kekuatan<br>( <i>Strenght</i> ) | Bobot Responden |            |            |            |            |            |            | Bobot Rata-rata |
|--------------|--|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------------|
|              |  | R1              | R2         | R3         | R4         | R5         | R6         | R7         |                 |
| 1            | Produk baru yang inovatif              | 0,12            | 0,22       | 0,11       | 0,19       | 0,14       | 0,13       | 0,10       | 0,14            |
| 2            | Pengolahan yang mudah                  | 0,15            | 0,06       | 0,11       | 0,06       | 0,07       | 0,10       | 0,15       | 0,10            |
| 3            | Harga yang bersaing                    | 0,12            | 0,11       | 0,11       | 0,13       | 0,14       | 0,13       | 0,10       | 0,12            |
| 4            | Produk bersaing                        | 0,12            | 0,11       | 0,17       | 0,13       | 0,14       | 0,13       | 0,15       | 0,13            |
| <b>Total</b> |  | <b>0,5</b>      | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b>      |

Lampiran J.2 Analisis Nilai Faktor Kekuatan Produk Sereal Beras Merah Organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia

| No           | Faktor Kekuatan<br>( <i>Strenght</i> ) | Rating Responden |          |          |          |           |           |           | Rating Rata-rata | Nilai       |
|--------------|--|------------------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|------------------|-------------|
|              |  | R1               | R2       | R3       | R4       | R5        | R6        | R7        |                  |             |
| 1            | Produk baru yang inovatif              | 3                | 4        | 2        | 3        | 4         | 4         | 2         | 3,14             | 0,45        |
| 2            | Pengolahan yang mudah                  | 4                | 1        | 2        | 1        | 2         | 3         | 3         | 2,29             | 0,23        |
| 3            | Harga yang bersaing                    | 3                | 2        | 2        | 2        | 4         | 4         | 2         | 2,71             | 0,33        |
| 4            | Produk bersaing                        | 3                | 2        | 3        | 2        | 4         | 4         | 3         | 3,00             | 0,40        |
| <b>Total</b> |  | <b>13</b>        | <b>9</b> | <b>9</b> | <b>8</b> | <b>14</b> | <b>15</b> | <b>10</b> | <b>11,14</b>     | <b>1,41</b> |

Lampiran J.3 Analisis Bobot Rata-Rata Faktor Kelemahan Produk Sereal Beras Merah Organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia

| No           | Faktor Kelemahan<br>(Weakness) | Bobot Responden |            |            |            |            |            |            | Bobot Rata-rata |
|--------------|--------------------------------|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------------|
|              |                                | R1              | R2         | R3         | R4         | R5         | R6         | R7         |                 |
| 1            | Kurangnya promosi              | 0,13            | 0,07       | 0,17       | 0,08       | 0,18       | 0,22       | 0,21       | 0,15            |
| 2            | Alat masih sederhana           | 0,13            | 0,29       | 0,22       | 0,25       | 0,18       | 0,22       | 0,14       | 0,20            |
| 3            | Sulit akses pasar              | 0,25            | 0,14       | 0,11       | 0,17       | 0,14       | 0,06       | 0,14       | 0,14            |
| <b>Total</b> |                                | <b>0,5</b>      | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b>      |

Lampiran J.4 Analisis Nilai Faktor Kelemahan Produk Sereal Beras Merah Organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia

| No           | Faktor Kelemahan<br>(Weakness) | Rating Responden |          |          |          |           |          |          | Rating Rata-rata | Nilai       |
|--------------|--------------------------------|------------------|----------|----------|----------|-----------|----------|----------|------------------|-------------|
|              |                                | R1               | R2       | R3       | R4       | R5        | R6       | R7       |                  |             |
| 1            | Kurangnya promosi              | 2                | 1        | 3        | 1        | 4         | 4        | 3        | 2,57             | 0,39        |
| 2            | Alat masih sederhana           | 2                | 4        | 4        | 3        | 4         | 4        | 2        | 3,29             | 0,67        |
| 3            | Sulit akses pasar              | 4                | 2        | 2        | 2        | 3         | 1        | 2        | 2,29             | 0,33        |
| <b>Total</b> |                                | <b>8</b>         | <b>7</b> | <b>9</b> | <b>6</b> | <b>11</b> | <b>9</b> | <b>7</b> | <b>8,14</b>      | <b>1,39</b> |



Lampiran J.5 Analisis Bobot Rata-Rata Faktor Peluang Produk Sereal Beras Merah Organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia

| No           | Faktor Peluang ( <i>Opportunity</i> )     | Bobot Responden |            |            |            |            |            |            | Bobot Rata-rata |
|--------------|---|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------------|
|              |   | R1              | R2         | R3         | R4         | R5         | R6         | R7         |                 |
| 1            | Minat Konsumen tinggi                     | 0,25            | 0,17       | 0,14       | 0,11       | 0,06       | 0,10       | 0,07       | 0,13            |
| 2            | Memiliki khasiat untuk kesehatan          | 0,13            | 0,17       | 0,14       | 0,17       | 0,22       | 0,20       | 0,21       | 0,18            |
| 3            | Produk sampingan yang memiliki nilai jual | 0,13            | 0,17       | 0,21       | 0,22       | 0,22       | 0,20       | 0,21       | 0,19            |
| <b>Total</b> |   | <b>0,5</b>      | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b>      |

Lampiran J.6 Analisis Nilai Faktor Peluang Produk Sereal Beras Merah Organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia

| No           | Faktor Peluang ( <i>Opportunity</i> )     | Rating Responden |          |          |          |          |           |          | Rating Rata-rata | Nilai       |
|--------------|---|------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|----------|------------------|-------------|
|              |   | R1               | R2       | R3       | R4       | R5       | R6        | R7       |                  |             |
| 1            | Minat Konsumen tinggi                     | 4                | 3        | 2        | 2        | 1        | 2         | 1        | 2,14             | 0,27        |
| 2            | Memiliki khasiat untuk kesehatan          | 2                | 3        | 2        | 3        | 4        | 4         | 3        | 3,00             | 0,53        |
| 3            | Produk sampingan yang memiliki nilai jual | 2                | 3        | 3        | 4        | 4        | 4         | 3        | 3,29             | 0,64        |
| <b>Total</b> |   | <b>8</b>         | <b>9</b> | <b>7</b> | <b>9</b> | <b>9</b> | <b>10</b> | <b>7</b> | <b>8,43</b>      | <b>1,45</b> |

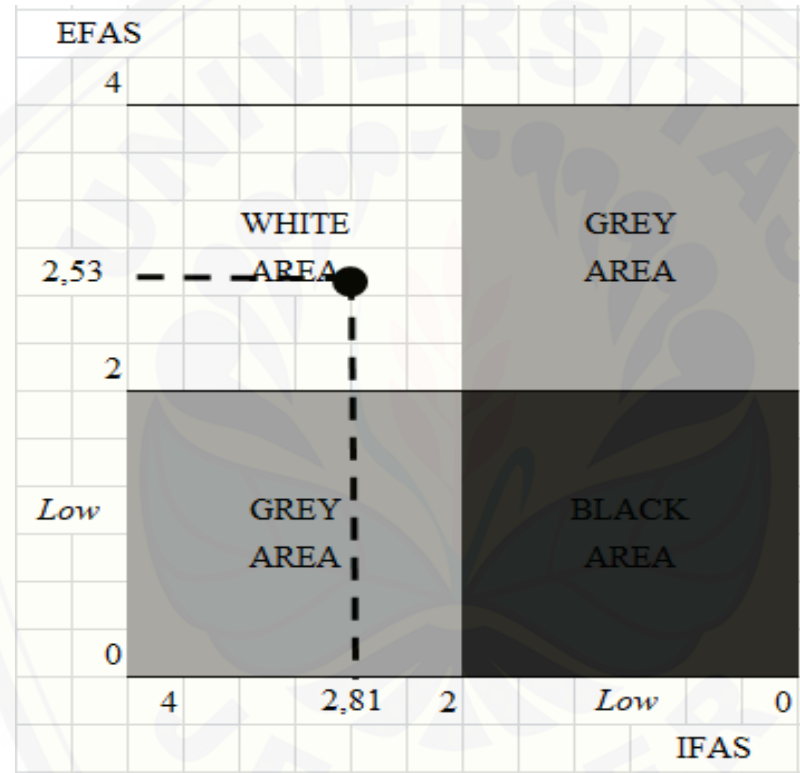
Lampiran J.7 Analisis Bobot Rata-Rata Faktor Ancaman Produk Sereal Beras Merah Organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia

| No           | Faktor Ancaman ( <i>Threat</i> ) | Bobot Responden |            |            |            |            |            |            | Bobot Rata-rata |
|--------------|----------------------------------|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------------|
|              |                                  | R1              | R2         | R3         | R4         | R5         | R6         | R7         |                 |
| 1            | Keterbatasan informasi           | 0,25            | 0,25       | 0,13       | 0,20       | 0,20       | 0,10       | 0,21       | 0,19            |
| 2            | Kualitas rasa yang kurang enak   | 0,13            | 0,08       | 0,13       | 0,10       | 0,15       | 0,30       | 0,21       | 0,16            |
| 3            | Adanya pesaing yang lebih bagus  | 0,13            | 0,17       | 0,25       | 0,20       | 0,15       | 0,10       | 0,07       | 0,15            |
| <b>Total</b> |                                  | <b>0,5</b>      | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b> | <b>0,5</b>      |

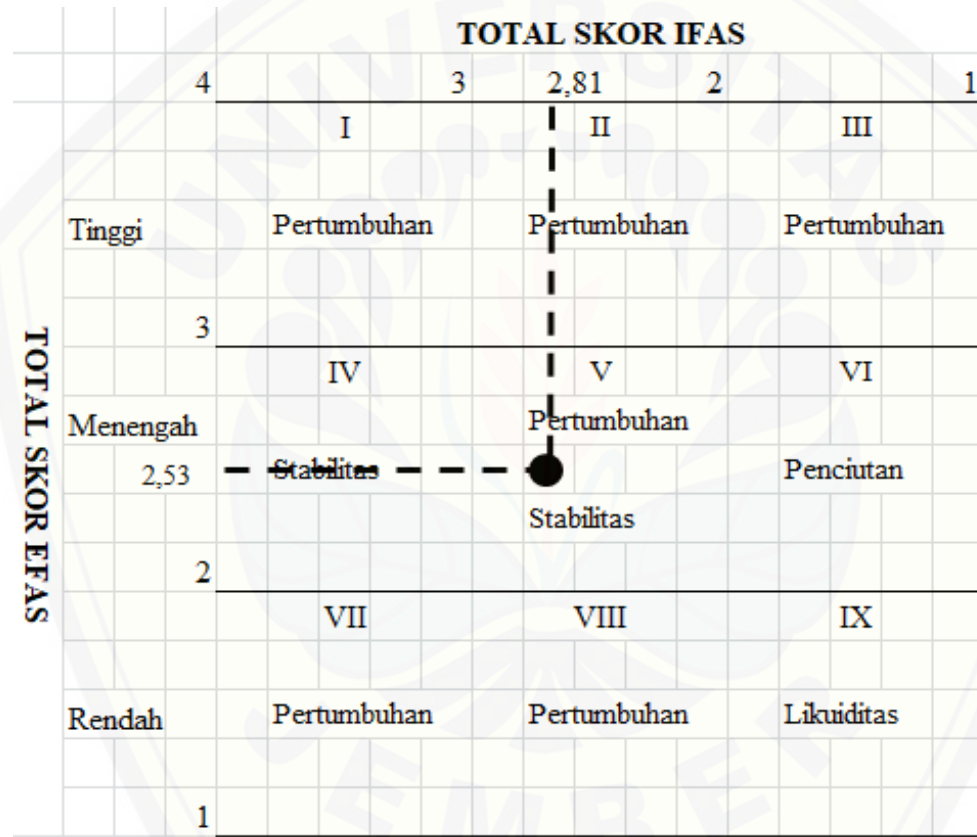
Lampiran J.8 Analisis Nilai Faktor Ancaman Produk Sereal Beras Merah Organik pada PT Sirtanio Organik Indonesia

| No           | Faktor Ancaman ( <i>Threat</i> ) | Rating Responden |          |          |          |           |          |          | Rating Rata-rata | Nilai       |
|--------------|----------------------------------|------------------|----------|----------|----------|-----------|----------|----------|------------------|-------------|
|              |                                  | R1               | R2       | R3       | R4       | R5        | R6       | R7       |                  |             |
| 1            | Keterbatasan informasi           | 4                | 3        | 1        | 2        | 4         | 1        | 3        | 2,57             | 0,49        |
| 2            | Kualitas rasa yang kurang enak   | 2                | 1        | 1        | 1        | 3         | 3        | 3        | 2,00             | 0,31        |
| 3            | Adanya pesaing yang lebih bagus  | 2                | 2        | 2        | 2        | 3         | 1        | 1        | 1,86             | 0,28        |
| <b>Total</b> |                                  | <b>8</b>         | <b>6</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>10</b> | <b>5</b> | <b>7</b> | <b>6,43</b>      | <b>1,09</b> |

Lampiran K. Matrik Posisi Kompetitif Relatif Sereal Beras Merah Organik PT Sirtanio Organik Indonesia



Lampiran L. Matrik Internal dan Eksternal Sereal Beras Merah Organik PT Sirtanio Organik Indonesia



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

**KUESIONER**

---

**Judul Penelitian** : Analisis Pendapatan Produk Sampingan Beras Organik (Studi Kasus di PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi)  
**Lokasi Penelitian** : Di PT Sirtanio Organik Indonesia Desa Sumberbaru Kecamatan Singonjuruh Kabupaten Banyuwangi

---

**Pewawancara**

Nama : Babul Zannah  
NIM : 141510601084  
Hari/Tanggal :

**Identitas Responden**

Nama :  
Umur :  
Pendidikan Terakhir :  
Pekerjaan/Jabatan :  
Alamat :  
Telepon :

Responden

( )

**A. Gambaran Umum**

1. Sejak kapan berdiri PT Sirtanio Organik Indonesia?  
Jawab: .....
2. Siapa pendiri PT Sirtanio Organik Indonesia?  
Jawab : .....
3. Apakah ada struktur organisasi PT Sirtanio organik Indonesia? Jika ada, bagaimana struktur organisasinya?  
Jawab: .....
4. Kapan PT Sirtanio Organik Indonesia mendapat sertifikasi organik?  
Jawab: .....
5. Apa saja produk yang dihasilkan pada PT Sirtanio Organik Indonesia?  
Jawab: .....
6. Sejak kapan memproduksi sereal beras merah organik?  
Jawab: .....
7. Bagaimana proses produksi sereal beras merah organik?  
Jawab: .....
8. Apakah ada kualitas khusus untuk bahan baku yang digunakan?  
Jawab: .....
9. Berapa banyak produksi yang dihasilkan?  
Jawab: .....
10. Apakah penggunaan peralatan produksi masih tradisional atau sudah menggunakan mesin modern?  
Jawab: .....
11. Berapa harga sereal beras merah organik?  
Jawab: .....
12. Produk sampingan apa saja yang dihasilkan selain sereal beras merah organik?  
Jawab: .....
13. Bagaimana kendala yang dihadapi PT Sirtanio Organik Indonesia dalam menjalankan usaha?  
Jawab: .....

14. Bagaimana cara PT Sirtanio Organik Indonesia mengatasi kendala tersebut?

Jawab: .....

**B. Produksi Sereal Beras Merah Organik**

1. Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

a. Biaya variabel untuk tenaga kerja

| No.          | Jenis Kegiatan | Jumlah TK<br>(orang) | Jumlah (Jam) | Biaya/produksi<br>(Rp) |
|--------------|----------------|----------------------|--------------|------------------------|
| 1            | Penyangraian   |                      |              |                        |
| 2            | Pengemasan     |                      |              |                        |
| <b>Total</b> |                |                      |              |                        |

b. Biaya variabel untuk saran produksi

| No.          | Jenis Bahan         | Satuan | Jumlah | Harga Satuan<br>(Rp) | Biaya/produksi<br>(Rp) |
|--------------|---------------------|--------|--------|----------------------|------------------------|
| 1            | Beras merah organik |        |        |                      |                        |
|              | a. Beras utuh       | Kg     |        |                      |                        |
|              | b. Beras menir      | Kg     |        |                      |                        |
| 2            | Gas                 | Buah   |        |                      |                        |
| 3            | Biaya Selep         | Kg     |        |                      |                        |
| 4            | Botol               | Buah   |        |                      |                        |
| 5            | Label               | Lembar |        |                      |                        |
| <b>Total</b> |                     |        |        |                      |                        |

2. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

| No.          | Alat        | Jumlah<br>(Buah) | Harga<br>Satuan<br>(Rp) | Tahun<br>Pembelian | Umur<br>Ekonomis |     | Biaya Penyusutan/bln<br>(Rp) |
|--------------|-------------|------------------|-------------------------|--------------------|------------------|-----|------------------------------|
|              |             |                  |                         |                    | Thn              | Bln |                              |
| 1            | Wajan Besar |                  |                         |                    |                  |     |                              |
|              | Spatula     |                  |                         |                    |                  |     |                              |
| 2            | Kecil       |                  |                         |                    |                  |     |                              |
| 3            | Panci Besar |                  |                         |                    |                  |     |                              |
| 4            | Kompur Gas  |                  |                         |                    |                  |     |                              |
| 5            | Ayak        |                  |                         |                    |                  |     |                              |
| 6            | Timbangan   |                  |                         |                    |                  |     |                              |
|              | Timba       |                  |                         |                    |                  |     |                              |
| 7            | Plastik     |                  |                         |                    |                  |     |                              |
| <b>Total</b> |             |                  |                         |                    |                  |     |                              |

$$3. \text{ Total Biaya (TC)} = \text{Total biaya variabel (TVC)} + \text{Total biaya tetap (TFC)}$$

$$= \dots\dots\dots$$

#### 4. Penerimaan Produk Sampingan

| Tahun | Total Penjualan<br>(Botol) | Harga/Botol<br>(Rp) | Total Penerimaan<br>(Rp) |
|-------|----------------------------|---------------------|--------------------------|
|-------|----------------------------|---------------------|--------------------------|

2017

$$\text{Penerimaan (TR)} = \text{Total Penjualan (Botol)} \times \text{Harga Sereal beras merah (Rp)}$$

$$= \dots\dots\dots$$

$$5. \text{ Pendapatan} = \text{Total penerimaan (TR)} - \text{Total biaya (TC)}$$

$$= \dots\dots\dots$$

#### 6. Efisiensi Biaya Produksi Produk Sampingan

| Tahun | Total Penerimaan (TR)<br>(Rp) | Total Pengeluaran (TC)<br>(Rp) | Efisiensi Biaya<br>(Rp) |
|-------|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------|
|-------|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------|

2017

$$\text{R/C ratio} = \text{Total penerimaan (TR)} / \text{Total pengeluaran (TC)}$$

$$= \dots\dots\dots$$

### C. Strategi Pengembangan Sereal Beras Merah Organik (Analisis SWOT)

Penilaian Faktor Internal dan Eksternal: pemberian nilai bobot masing-masing faktor dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting)

#### Kekuatan & Peluang

- 4 = Sangat Berpengaruh / Sangat Penting  
 3 = Berpengaruh / Penting  
 2 = Cukup Berpengaruh / Cukup Penting  
 1 = Kurang Berpengaruh / Kurang Penting

#### Kelemahan & Ancaman

- 1 = Sangat Berpengaruh / Sangat Penting  
 2 = Berpengaruh / Penting  
 3 = Cukup Berpengaruh / Cukup Penting  
 4 = Kurang Berpengaruh / Kurang Penting

#### a. Faktor Internal

Kekuatan (*Strength*)

| No | Strength                  | Bobot | Rating | Bobot x Rating | Keterangan |
|----|---------------------------|-------|--------|----------------|------------|
| 1. | Produk baru yang inovatif |       |        |                |            |
| 2. | Pengolahan yang mudah     |       |        |                |            |
| 3. | Harga yang bersaing       |       |        |                |            |
| 4. | Produk bersaing           |       |        |                |            |



Kelemahan (*Weakness*)

| No | <i>Weakness</i>                          | Bobot | Rating | Bobot x Rating | Keterangan |
|----|--|-------|--------|----------------|------------|
| 1. | Kurangnya promosi                        |       |        |                |            |
| 2. | Alat masih sederhana                     |       |        |                |            |
| 3. | Sulit akses pasar dalam penjualan produk |       |        |                |            |

**b. Faktor Eksternal**Peluang (*Opportunities*)

| No | <i>Opportunities</i>                      | Bobot | Rating | Bobot x Rating | Keterangan |
|----|---|-------|--------|----------------|------------|
| 1. | Minat konsumen tinggi                     |       |        |                |            |
| 2. | Memiliki khasiat untuk kesehatan          |       |        |                |            |
| 3. | Produk sampingan yang memiliki nilai jual |       |        |                |            |

Ancaman (*Threats*)

| No | <i>Threats</i>   | Bobot | Rating | Bobot x Rating | Keterangan |
|----|--|-------|--------|----------------|------------|
| 1. | Keterbatasan informasi mengenai produk sereal dari beras merah organik |       |        |                |            |
| 2. | Kualitas rasa yang kurang enak dibandingkan dengan produk lain         |       |        |                |            |
| 3. | Adanya pesaing yang lebih bagus  |       |        |                |            |

**DOKUMENTASI**



**Gambar 1. Produk Sereal Beras Merah Organik**



**Gambar 2. Foto Bersama Ketua PT Sirtanio Organik Indonesia**



**Gambar 3. Foto Bersama Bendahara PT Sirtanio Organik Indonesia**



**Gambar 4. Foto Bersama Karyawan PT Sirtanio Organik Indonesia**



**Gambar 5. Foto Bersama Responden Dinas Pertanian**



**6. Foto Bersama Responden Dinas Perdagangan**



**Gambar 6. Foto Bersama Responden Dinas Koperasi dan UMKM**

