

**ANALISIS NILAI TAMBAH DAN KELAYAKAN USAHA  
KERIPIK TALAS KHARISMA  
(Studi Kasus Pada Kharisma Jaya Food Kabupaten Malang)**

Oleh  
**HENDRA MAHENDRA**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS PERTANIAN  
MALANG  
2018**

**ANALISIS NILAI TAMBAH DAN KELAYAKAN USAHA  
KERIPIK TALAS KHARISMA  
(Studi Kasus Pada Kharisma Jaya Food Kabupaten Malang)**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS PERTANIAN  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
MALANG  
2018**

# ANALISIS NILAI TAMBAH DAN KELAYAKAN USAHA KERIPIK TALAS KHARISMA (Studi Kasus Pada Kharisma Jaya Food Kabupaten Malang)

## Value-Added Analysis and Business Feasibility Kharisma Taro Chips (Case Study at Kharisma Jaya Food Regency of Malang)

Hendra Mahendra<sup>1</sup>, Wisynu Ari Gutama<sup>2</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya Malang

E-mail : mahendra170494@gmail.com

<sup>2)</sup> Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya Malang

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the added value and financial feasibility of Kharisma taro chips business at Kharisma Jaya Food. This research uses quantitative data and purposive location selection. Data collection techniques used were interviews, observation and documentation. Data analysis used in this research is descriptive analysis, value-added analysis and business feasibility analysis. Based on value added analysis of Rp.920/Kg or 27.25 percent. Based on financial analysis consisting of NPV of Rp.146.298.664,4, Net B/C 4,1, IRR 40% and Payback Period 0,89 or 9 months, so that business is feasible and profitable.*

**Keyword :** Value-Added, Bussines Feasibility, Kharisma Taro Chips

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai tambah dan kelayakan finansial usaha keripik talas Kharisma di Kharisma Jaya Food. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan pemilihan lokasi secara *purposive*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis nilai tambah dan analisis kelayakan usaha. Berdasarkan hasil analisis nilai tambah sebesar Rp.920/Kg atau 27,25 persen. Berdasarkan analisis finansial yang terdiri dari NPV sebesar Rp.146.298.664,4, Net B/C 4,1, IRR 40% dan *Payback Period* 0,89 atau 9 bulan, sehingga usaha ini layak dan menguntungkan.

**Kata Kunci :** Nilai Tambah, Kelayakan Usaha, Keripik Talas Kharisma

### PENDAHULUAN

Umbi talas merupakan salah satu komoditi pertanian yang dimanfaatkan sebagai *input* dalam industri pengolahan makanan. Industri pengolahan makanan yang selanjutnya disebut agroindustri memiliki peran yang cukup penting bagi produk pertanian. Salah satu peran dari agroindustri adalah mendiversifikasikan produk pertanian. Hasil olahan makanan yang

terbuat dari umbi talas salah satunya yaitu keripik talas. Upaya diversifikasi oleh agroindustri terhadap umbi talas menjadi penting dilakukan terutama pada saat umbi talas melimpah, harga produk rendah dan umbi talas yang rusak atau bermutu rendah, maka pengolahan lebih lanjut merupakan suatu upaya yang tepat.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Hendra Mahendra lahir di Pontianak, Kalimantan Barat pada 17 april 1994. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan bapak Heru Budi Prihwanto dan ibu Endang Mulyani, dari tiga bersaudara yaitu Hendy Putra Pangestu, S.H dan Hany Devinta Anggraeni.

Pendidikan formal yang telah ditempuh oleh penulis adalah taman kanak-kanak Al-Mujahidin Pontianak, Kalimantan Barat pada tahun 1998-2000, pendidikan dasar di Sekolah Dasar Islamic Village Tangerang, Banten pada tahun 2000-2006 dan Sekolah Menengah Pertama Islamic Village Tangerang, Banten pada tahun 2006-2009 dan Sekolah Menengah Atas Islamic Village Tangerang, Banten pada tahun 2009-2012. Kemudian pada tahun 2012 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata-1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur melalui jalur Prestasi Non Akademik Bola Basket.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah menjadi bendahara dan pernah menjadi anggota dalam Unit Aktifitas Bola Basket Universitas Brawijaya (UABB) pada tahun 2012-2015. Penulis pernah melaksanakan kegiatan magang kerja di bagian sumber daya manusia Agrowisata Buah Naga Sabila Farm yang berlokasi di Kaliurang, Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2015.

## LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan  
**MAJELIS PENGUJI**

Penguji I

Penguji II

Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU.  
NIP. 195403051981031005

Mas Ayu Ambayoen, SP., M.Si.  
NIP. 197912162015042001

Penguji III

Wisynu Ari Gutama, SP., MMA.  
NIP. 197609142005011002

Tanggal Lulus :

**LEMBAR PERSETUJUAN**

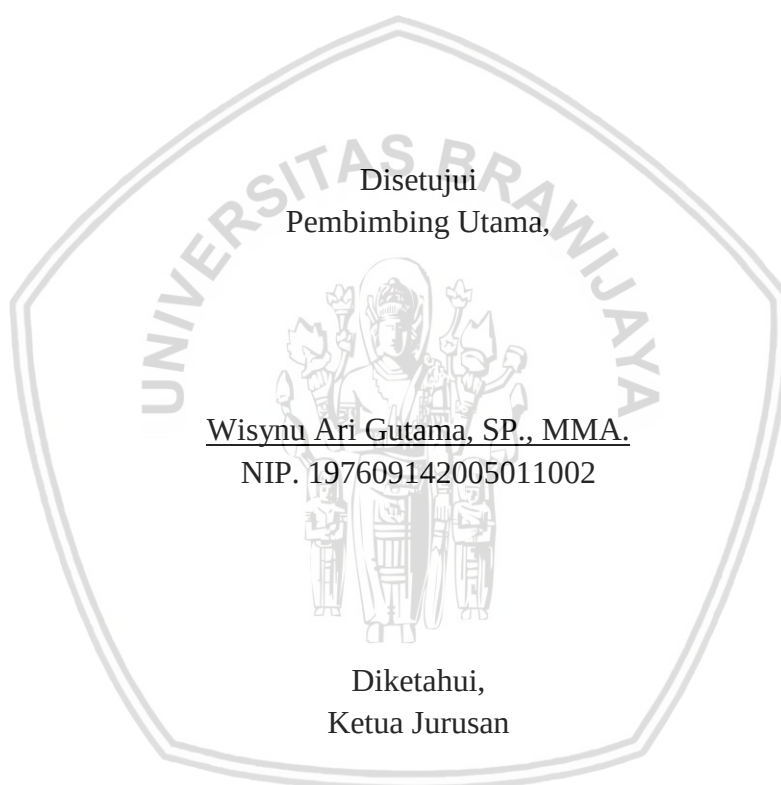
Judul Skripsi : ANALISIS NILAI TAMBAH DAN KELAYAKAN  
USAHA KERIPIK TALAS KHARISMA (Studi Kasus  
Pada Kharisma Jaya Food Kabupaten Malang)

Nama Mahasiswa : Hendra Mahendra

NIM : 125040102111006

Jurusan : Sosial Ekonomi

Program Studi : Agribisnis



M. Purnomo, SP., M.Si., Ph.D  
NIP. 197704202005011001

Tanggal Persetujuan :

## PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi bimbingan. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Mei 2018

Hendra Mahendra





## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul **“ANALISIS NILAI TAMBAH DAN KELAYAKAN USAHA KERIPIK TALAS KHARISMA (Studi Kasus Pada Kharisma Jaya Food Kabupaten Malang)”**. Diharapkan nantinya permasalahan yang terjadi dalam perusahaan dapat teratasi dengan adanya hasil penelitian yang didasari pada data-data yang konkrit dari perusahaan.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama kepada :

1. Bapak Wisynu Ari Gutama, SP, MMA. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Mangku Purnomo, SP, M.Si, Ph.D Selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya.
3. Orang tua penulis atas segala doa dan dukungan materil yang telah diberikan.
4. Pemilik dan segenap karyawan Kharisma Jaya Food.
5. Semua pihak yang secara tidak langsung telah membantu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan guna mencapai hasil hasil yang lebih baik. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Malang, Mei 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

|                                                        | Halaman     |
|--------------------------------------------------------|-------------|
| <b>RINGKASAN .....</b>                                 | <b>i</b>    |
| <b>SUMMARY .....</b>                                   | <b>iii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                             | <b>v</b>    |
| <b>RIWAYAT HIDUP .....</b>                             | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                 | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                            | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                              | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                             | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                           | <b>xi</b>   |
| <br><b>I. PENDAHULUAN</b>                              |             |
| 1.1 Latar Belakang .....                               | 1           |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                            | 4           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                            | 6           |
| <br><b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>                        |             |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                         | 7           |
| 2.2 Tinjauan Umum Umbi Talas .....                     | 9           |
| 2.3 Tinjauan Agroindustri .....                        | 10          |
| 2.4 Tinjauan Umum UMKM .....                           | 12          |
| 2.5 Tinjauan Nilai Tambah .....                        | 13          |
| 2.6 Tinjauan Biaya .....                               | 15          |
| 2.7 Tinjauan Penerimaan .....                          | 19          |
| 2.8 Kriteria Investasi .....                           | 19          |
| <br><b>III. KERANGKA TEORITIS</b>                      |             |
| 3.1 Kerangka Pemikiran .....                           | 21          |
| 3.2 Hipotesis Penelitian .....                         | 24          |
| 3.3 Batasan Masalah .....                              | 24          |
| 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel ..... | 25          |
| <br><b>IV. METODE PENELITIAN</b>                       |             |
| 4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian ..... | 30          |
| 4.2 Metode Penentuan Responden .....                   | 30          |
| 4.3 Jenis Metode Pengumpulan Data .....                | 30          |
| 4.4 Metode Pengambilan Data .....                      | 31          |
| 4.5 Metode Analisis Data .....                         | 32          |
| <br><b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                     |             |
| 5.1 Gambaran Umum Perusahaan.....                      | 36          |
| 5.2 Proses Produksi Keripik Talas Kharisma .....       | 39          |
| 5.3 Faktor Produksi Keripik Talas Kharisma .....       | 43          |
| 5.4 Analisis Nilai Tambah Keripik Talas Kharisma.....  | 46          |

|                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 5.5 Analisis Arus Uang Tunai ( <i>Cash Flow</i> ) Keripik Talas Kharisma ..... | 50        |
| 5.6 Analisis Kelayakan Finansial Usaha Keripik Talas Kharisma ...              | 53        |
| <b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>                                                 |           |
| 6.1 Kesimpulan .....                                                           | 57        |
| 6.2 Saran .....                                                                | 57        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                                                    | <b>59</b> |
| <b>LAMPIRAN</b> .....                                                          | <b>62</b> |



## DAFTAR TABEL

| Nomor | Teks                                                                                      | Halaman |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.    | Produsen Keripik Talas di Kabupaten Malang .....                                          | 2       |
| 2.    | Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami .....                                     | 32      |
| 3.    | Modal Awal yang dikeluarkan .....                                                         | 43      |
| 4.    | Bahan Baku dalam Sekali Proses Produksi Keripik Talas .....                               | 44      |
| 5.    | Upah Tenaga Kerja Borongan di Kharisma Jaya Food .....                                    | 45      |
| 6.    | Teknologi Produksi Keripik Talas di Kharisma Jaya Food .....                              | 46      |
| 7.    | <i>Output, Input</i> dan Harga Keripik Talas .....                                        | 46      |
| 8.    | Pendapatan dan Keuntungan Keripik Talas .....                                             | 47      |
| 9.    | <i>Input</i> Lain yang Digunakan dalam Proses Produksi Keripik Talas<br>.....             | 48      |
| 10.   | Balas Jasa Untuk Faktor Produksi Keripik Talas .....                                      | 49      |
| 11.   | Jumlah Produksi dan Nilai Penjualan Keripik Talas .....                                   | 51      |
| 12.   | Biaya Investasi Awal Usaha Pembuatan Keripik Talas .....                                  | 51      |
| 13.   | Biaya Produksi Keripik Talas pada Tahun 2017 .....                                        | 52      |
| 14.   | Hasil Analisis Kelayakan Finansial Kharisma Jaya Food .....                               | 53      |
| 15.   | Hasil Perhitungan <i>Break Even Point</i> (BEP) Keripik Talas<br>Kharisma Jaya Food ..... | 55      |

## DAFTAR GAMBAR

| Nomor | Teks                                                                                                                    | Halaman |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.    | Kerangka Penelitian Analisis Nilai Tambah dan Kelayakan Usaha Keripik Talas Kharisma Jaya Food Kabupaten Malang .....   | 23      |
| 2.    | Struktur Organisasi Kharisma Jaya Food.....                                                                             | 39      |
| 3.    | Tahapan Proses Produksi Keripik Talas .....                                                                             | 41      |
| 4.    | Distribusi Nilai Tambah Bagi Pendapatan Tenaga Kerja Serta Keuntungan pada Produksi Keripik Talas Kharisma Jaya Food... | 49      |
| 5.    | Kurva <i>Break Even Point</i> (BEP) Usaha Keripik Talas Kharisma Jaya Food .....                                        | 56      |



## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Umbi talas merupakan tanaman pangan yang termasuk jenis herba menahun. Bahan pangan ini memiliki nilai gizi yang cukup baik. Seperti halnya umbi-umbian yang lain, nutrisi terbanyak di dalam talas adalah karbohidrat. Komponen karbohidrat di dalam umbi talas berupa pati yang kandungannya mencapai 77.9 persen. Kandungan nutrisi lain yang cukup berarti di dalam umbi talas adalah protein. Dibandingkan singkong dan ubi jalar, kandungan umbi talas setingkat lebih tinggi. Setiap 100 gram umbi talas mengandung 1.9 gram protein, sedangkan singkong 1.2 gram dan ubi jalar 1.8 gram. Selain protein, umbi talas juga kaya akan vitamin dan mineral esensial, seperti vitamin C, kalsium, fosfor dan zat besi (Sutomo, 2016). Umbi talas dapat tumbuh hampir di seluruh wilayah Indonesia yang memiliki ketinggian 0 m hingga 2740 m di atas permukaan laut sehingga berpotensi untuk dikembangkan. Sentra produksi umbi talas di Indonesia terletak di dua kota yaitu di Bogor dan Malang. Namun produksi talas di Indonesia belum tercatat dengan pasti (Koswara, 2013).

Tingkat produksi umbi talas tergantung pada kultivar, umur umbi dan kondisi lingkungan tempat tumbuh. Pada kondisi optimal produktivitas umbi talas 30 ton/hektar (Rahmawati 2012). Umbi talas yang sudah dipanen akan mudah rusak, sehingga perlu dilakukan pengolahan lebih lanjut agar lebih awet dan tidak mudah rusak. Talas yang sudah terlanjur dipanen tidak bisa bertahan lama tanpa pengolahan dan apabila kita ingin menyimpan umbi talas selama beberapa waktu lama kita harus menjaga dari kerusakan mekanis dan diusahakan ruang penyimpanan harus tetap kering (Koeswara, 2013)

Umbi talas merupakan salah satu komoditi pertanian yang dimanfaatkan sebagai *input* dalam industri pengolahan makanan. Industri pengolahan makanan yang selanjutnya disebut agroindustri memiliki peran yang cukup penting bagi produk pertanian. Salah satu peran dari agroindustri adalah mendiversifikasikan produk pertanian. Hasil olahan makanan yang terbuat dari umbi talas salah satunya yaitu keripik talas. Upaya diversifikasi oleh agroindustri terhadap umbi talas menjadi penting dilakukan terutama pada saat umbi talas melimpah, harga produk rendah dan umbi talas yang rusak atau bermutu rendah, maka pengolahan

lebih lanjut merupakan suatu upaya yang tepat. Pada dasarnya tujuan agroindustri secara teknis yaitu merubah bahan baku menjadi mudah diangkut, diterima konsumen dan tahan lama (Rahman, 2015). Selanjutnya, diversifikasi umbi talas dalam bentuk lain yang lebih menarik tersebut secara otomatis akan memberikan nilai tambah dari umbi talas, menambah daya simpan produk, serta pemasaran yang akan lebih luas.

Sebagai sentra produksi umbi talas terbesar kedua setelah Bogor, agroindustri keripik talas di Kabupaten Malang tergolong cukup sedikit, hal tersebut diperkirakan karena kurangnya perhatian pemerintah terhadap upaya pasca panen komoditi umbi talas, ditambah minimnya pengetahuan masyarakat tentang nilai tambah dari umbi talas itu sendiri. Padahal dengan melimpahnya ketersediaan umbi talas di Kabupaten Malang seharusnya bisa membuka peluang industri kreatif untuk bergerak pada agroindustri pengolahan umbi talas. Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 1. dapat di ketahui bahwa produsen kripik talas di Kabupaten Malang pada tahun 2015 berjumlah 12 produsen.

Tabel 1. Produsen Keripik Talas di Kabupaten Malang

| No | Desa        | Nama Produk   | Kelebihan Produk                               | Produsen             |
|----|-------------|---------------|------------------------------------------------|----------------------|
| 1  | Sonowangi   | Keripik Talas | Renyah, Gurih                                  | Sutrisno             |
| 2  | Landungsari | Kripik Talas  | Renyah dengan berbagai macam rasa              | Baidi                |
| 3  | Sukoraharjo | Keripik Talas | Berbagai macam rasa, renyah dan tanpa pengawet | Masyarakat desa      |
| 4  | Ngajum      | Keripik Talas | Enak dan gurih tanpa bahan pengawet            | Masyarakat desa      |
| 5  | Kranggan    | Keripik Talas | Enak dan gurih tanpa bahan pengawet            | Rusbah Lewe Nusa     |
| 6  | Maguan      | Keripik Talas | Enak dan gurih tanpa bahan pengawet            | Kelompok Tani Wanita |
| 7  | Pagersari   | Keripik Talas | Bahan baku berkualitas                         | Siswati              |
| 8  | Waturejo    | Keripik Talas | Bahan baku cukup                               | Sukarti              |
| 9  | Pandanrejo  | Keripik Talas | Enak tanpa pengawet                            | Asiran               |
| 10 | Benjor      | Keripik Talas | Renyah dan gurih                               | PKK Desa Benjor      |
| 11 | Blayu       | Keripik Talas | Enak dan renyah                                | Pengrajin ibu-ibu    |
| 12 | Poncokusumo | Keripik Talas | Renyah dan berkualitas                         | Kharisma             |

Sumber : Bappeda Kabupaten Malang, 2015 (diolah)

Berdasarkan jumlah agroindustri produk camilan keripik talas yang terdapat di Kabupaten Malang, terdapat satu agroindustri yang menarik untuk dibahas yaitu (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) UMKM Kharisma Jaya Food. Keberadaan agroindustri yang berlokasi di Kecamatan Poncokusumo ini membantu pemerintah setempat untuk mensukseskan program (*One Village One Product*) OVOP dimana program ini menekankan pada penciptaan produk unggulan dalam satu desa. Agroindustri dengan status UMKM ini merupakan agroindustri yang berfokus pada penciptaan keripik talas sebagai produk utama. Agroindustri makanan ringan Kharisma Jaya Food memproduksi keripik talas dengan merk Kharisma. Secara resmi UMKM ini merupakan UMKM yang baru terdaftar dan memiliki Surat Izin Usaha Kecil (SIUK) pada tahun 2015.

Kharisma Jaya Food merupakan produsen keripik talas yang ada di Kabupaten Malang, hasil dari pengolahan umbi talas tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah dan menunjukkan kelayakan usaha. Pada perjalanan Kharisma Jaya Food menghadapi berbagai permasalahan diantaranya, pemanfaatan umbi talas menjadi keripik talas kiranya masih harus di tingkatkan agar mendapatkan nilai tambah yang lebih besar lagi. Produk yang di tawarkan Kharisma Jaya Food saat ini dapat dikatakan sebagai inovasi sebab produk keripik talas masih jarang di pasaran. Maka dari itu diperlukan analisis studi kelayakan mengenai Kharisma Jaya Food untuk melihat kelayakan usaha. Dengan adanya agroindustri ini mengubah umbi talas menjadi produk baru yang lebih tinggi nilai ekonomisnya setelah melalui proses pengolahan, maka akan dapat memberikan nilai tambah. Hal tersebut terjadi karena dikeluarkan biaya-biaya sehingga terbentuk harga baru yang lebih tinggi dan keuntungan lebih besar bila dibandingkan tanpa melalui proses pengolahan.

Agroindustri tempat penelitian ini dalam menjalankan usahanya belum melakukan analisis kelayakan khususnya dari segi finansial atau keuangannya untuk mengetahui kelayakan dalam menanam investasinya. Analisis kelayakan sangat di butuhkan untuk mengetahui penyebab Kharisma Jaya Food belum begitu berkembang karena pada kenyataannya agroindustri keripik talas masih sangat sedikit dan tidak memiliki banyak pesaing. Namun karena usaha agroindustri ini yang masih bersifat UMKM secara sederhana dan diantaranya keterbatasan modal



yang tersedia, maka volume produksi yang dilakukan Kharisma Jaya Food masih rendah dan berimbang terhadap penjualan keripik talas Kharisma Jaya Food yang masih tergolong sedikit sedangkan umbi talas yang tersedia di Desa Poncokusumo melimpah.

Sehubungan dengan hal itu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang menitik beratkan permasalahan pada besarnya biaya, penerimaan, dan nilai tambah yang diberikan dari pengolahan umbi talas menjadi keripik talas pada Kharisma Jaya Food di Kabupaten Malang. Hal tersebut yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian sehingga dapat mengetahui lebih lanjut mengenai nilai tambah dari umbi talas sebagai bahan baku pembuatan keripik talas di Kharisma Jaya Food, Kabupaten Malang. Usaha pengolahan umbi talas yang dijalankan diharapkan dapat memberikan keuntungan sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, agar tujuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan tercapai terlebih dahulu dilakukan sebuah studi kelayakan untuk menilai investasi yang akan ditanamkan di agroindustri tersebut layak atau tidak layak untuk dijalankan. Apabila usaha tersebut layak untuk dijalankan, maka akan memberikan keuntungan, sehingga dapat meminimalkan atau menghindari resiko kerugian keuangan yang penuh ketidakpastian di masa yang akan datang. Selain itu, resiko juga dapat dikendalikan sehingga penanaman investasi yang dilakukan pada agroindustri tersebut tidak sia-sia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi pengusaha, sebagai bahan informasi yang berhubungan dengan penerimaan, pendapatan, dan nilai tambah sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan proses produksi.

## 1.2 Perumusan Masalah

Kegiatan agroindustri dinilai dapat meningkatkan nilai tambah. Nilai yang diperoleh adalah selisih antara nilai komoditas yang mendapat perlakuan pada tahap tertentu dengan nilai yang harus dikeluarkan selama proses produksi berlangsung. Salah satu kegunaan menghitung nilai tambah adalah untuk mengukur besarnya jasa terhadap pemilik faktor produksi. Hakikat nilai tambah merupakan nilai produksi dengan bahan baku dan bahan penunjang yang dipergunakan dalam proses produksi (Rahman, 2015)

Umbi talas merupakan bagian yang masih sedikit dimanfaatkan dan mempunyai nilai ekonomis yang rendah. Nilai ekonomi umbi talas dapat ditingkatkan dengan memanfaatkannya sebagai bahan *input* agroindustri, misalnya sebagai bahan *input* pembuatan keripik talas. Pengolahan umbi talas yang efektif dapat dijadikan solusi untuk mengurangi umbi talas yang terbuang percuma. Peluang ini dapat menjadikan umbi talas dapat diolah dan dapat memberikan nilai tambah lebih tinggi dibandingkan dengan bentuk aslinya atau sebelum diolah.

Kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan akses terhadap sumber-sumber permodalan telah menjadi salah satu karakteristik dari industri kecil (Anoraga dan Sudantoko, 2002) hal ini yang terjadi pada Kharisma Jaya Food, agroindustri ini memiliki modal yang terbatas sehingga untuk meningkatkan jumlah produksi terkendala oleh modal. Manfaat yang diterima atas biaya yang dikeluarkan pada agroindustri ini belum mencapai hasil yang maksimal, karena modal awal yang harus dikeluarkan cukup besar. Walaupun bahan *input* yang digunakan yaitu umbi talas yang harganya murah tetapi setelah proses pengolahan umbi talas menjadi keripik talas, berat umbi talas mengalami penyusutan dari berat awalnya. Kharisma Jaya Food kurang mampu memproduksi keripik talas dalam jumlah yang besar dalam jangka waktu cepat sehingga permintaan pasar pun tidak dapat dipenuhi hal ini dikarenakan kurangnya modal untuk memproduksi umbi talas dalam jumlah yang besar, sedangkan bahan baku yang tersedia sangatlah besar. Kharisma Jaya Food belum memperhatikan sistem keuangan yang hanya di catat dengan sederhana. Hal itu akan membingungkan pemilik dalam mengalokasikan modal dan pengeluaran secara detail sehingga besarnya nilai tambah perubahan pengolahan dari umbi talas menjadi keripik talas tidak diketahui.

Keberadaan agroindustri keripik talas yang ada di Poncokusumo sangat sedikit hanya berjumlah 1 (Bappeda Kabupaten Malang, 2015) sedangkan bahan baku yang melimpah di Kabupaten Malang terutama di Poncokusumo ini menimbulkan pertanyaan apakah sedikitnya agroindustri pengolahan umbi talas disebabkan oleh perolehan nilai tambah dan keuntungan yang di rasa kurang oleh produsen keripik talas atau disebabkan oleh faktor lain. Hal inilah yang

mendorong peneliti ingin mengetahui tentang berapa besar nilai tambah, penerimaan dan keuntungan, serta kelayakan usaha pada proses pembuatan keripik talas. Sehingga penelitian ini penting dilakukan guna mengetahui informasi mengenai nilai tambah, penerimaan dan keuntungan maupun kelayakan pada usaha keripik talas.

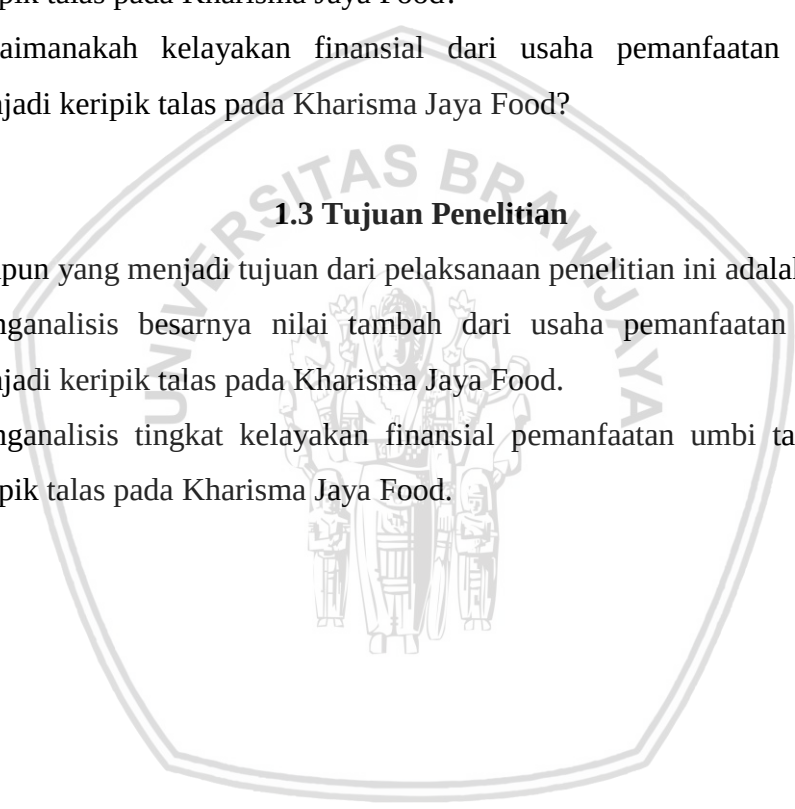
Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan pertanyaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Berapa besarnya nilai tambah dari usaha pemanfaatan umbi talas menjadi keripik talas pada Kharisma Jaya Food?
2. Bagaimanakah kelayakan finansial dari usaha pemanfaatan umbi talas menjadi keripik talas pada Kharisma Jaya Food?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis besarnya nilai tambah dari usaha pemanfaatan umbi talas menjadi keripik talas pada Kharisma Jaya Food.
2. Menganalisis tingkat kelayakan finansial pemanfaatan umbi talas menjadi keripik talas pada Kharisma Jaya Food.



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini disertakan pula penelitian terdahulu sebagai acuan yang berkaitan dengan analisis nilai tambah dan kelayakan usaha. Terdapat banyak penelitian terkait dengan analisis nilai tambah dan kelayakan usaha dengan berbagai produk. Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh Murtisari dan Murni (2014), Antara dan Damayanti (2015), Wardanu dan Uliyanti (2015), dengan hasil sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Murtisari dan Murni (2014) tentang analisis nilai tambah keripik ubi kayu di (Usaha Kecil dan Menengah) UKM Barokah Kabupaten Bone Bolango. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis keuntungan dan menganalisis efisiensi pengolahan dari usaha ubi kayu menjadi keripik ubi. Metode analisis kelayan finansial, analisis *R/C ratio*, analisis nilai tambah. Hasil memberikan keuntungan yang diterima adalah sebesar Rp.6.115.500 per lima kali proses produksi selama sebulan. Perhitungan analisis finansial pengolahan ubi kayu dalam lima kali proses produksi di wilayah penelitaian dengan besarnya nilai *R/C Ratio* > 1 yaitu 2.20 menunjukkann bahwa usaha yang dijalankan sudah efisien. pengolahan UKM keripik barokah memberikan nilai tambah bruto sebesar Rp.8.450.000, nilai tambah netto sebesar Rp.8.040.500, nilai tambah per bahan baku sebesar Rp.37.555,55/Kg, dan nilai tambah per tenaga kerja sebesar Rp.33.800/JKO.

Antara dan Damayanti (2015) melakukan penelitian tentang analisis pendapatan dan kelayakan usaha keripik ubi kayu pada industri pundi masdi Kota Palu. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui pendapatan usaha yang diperoleh dan mengetahui kelayakan usaha keripik ubi kayu. Analisis pada penelitian ini terdiri dari analisis pendapatan dan analisis kelayakn usaha. Hasil penelitian menunjukan pendapatan atau keuntungan sangat tergantung pada jumlah penerimaan dan besarnya biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Pendapatan usaha perbulan sebesar Rp.22.259.250,34 atau Rp.267.111.004 per tahun. Hasil analisis kelayakan menunjukan bahwa nilai *R/C Ratio* yang diperoleh sebesar 1,77 bahwa usaha tersebut secara ekonomi layak untuk diusahakan.

Wardanu dan Uliyanti (2015), melakukan penelitian tentang analisis nilai tambah dan kelayakan agroindustri keripik ubi kayu di Kabupaten Ketapang Kalimantan Barat. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana sistem pengolahan industri keripik ubi kayu untuk menghasilkan produknya di daerah penelitian, untuk mengetahui bagaimana nilai tambah yang diperoleh industri keripik ubi kayu, menganalisis kelayakan usaha industri keripik ubi kayu. Metode yang digunakan yaitu metode nilai tambah hayami sedangkan metode untuk kelayakan usaha menggunakan analisis *Internal Rate of Return* (IRR), *Net Present Value* (NPV), *R/C Ratio* (R/C), *Break Even Point* (BEP), *Profitability Index* (PI). Hasil analisis ekonomi menunjukkan bahwa untuk mendirikan unit pengolahan keripik ubi kayu dengan jumlah produksi 600 kg/bulan. Modal investasi Rp.32.391.868,-. Biaya produksi Rp.87.879.841,- dengan Harga Pokok Produksi (HPP) per kemasan Rp.5.385,- dan harga jual produk per kemasan Rp.8.000,-. Hasil uji kelayakan industri didapat nilai IRR 76% NPV Rp.118.522.756,- PI sebesar 5,32, *Payback Period* yaitu 1,88 dengan BEP pada tingkat produksi 45,86% dan *R/C Ratio* yaitu 1,55 dengan demikian unit produksi pengolahan keripik ubi kayu layak untuk dilakukan. Nilai tambah yang di proses dari keripik ubi kayu adalah sebesar Rp.3.340/kg. Nilai tambah ini diperoleh dari pengurangan nilai *output* dengan biaya bahan baku dan biaya bahan penunjang lainnya. Sedangkan rasio nilai tambah keripik ubi kayu adalah sebesar 61%, artinya 61 persen dari nilai *output* merupakan nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan agroindustri keripik ubi kayu dengan nilai keuntungan sebesar 65%.

Pada penelitian-penelitian terdahulu yang telah dijabarkan sebelumnya, metode hayami digunakan untuk mengetahui bagaimana nilai tambah dari suatu produk dan dalam menganalisis kelayakan usaha terdapat analisis ekonomi dan keuangan, analisis *Net Present Value* (NPV), analisis *Internal of Return* (IRR), dan analisis potensi pasar. Pada penelitian ini penggunaan metode hayami dipilih dalam menganalisis nilai tambah dengan ditambah kriteria penilaian investasi seperti NPV, IRR, *B/C Ratio*, dan *Payback Periode*. Perbedaan ketiga penelitian sebelumnya dengan penelitian kali ini adalah adanya perbedaan produk yang diteliti. Selain perbedaan produk yang diteliti, lokasi tempat dan tahun dilakukannya penelitian kali ini berbeda dengan ketiga penelitian sebelumnya.

Adanya penelitian nilai tambah dan kelayakan usaha keripik talas dari segi finansial pada penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbangan baru bagi pelaku usaha yang ingin melakukan bisnis keripik talas dari umbi talas.

## 2.2 Tinjauan Umum Umbi Talas

Talas (*Colocasia esculenta* (L) Schot), termasuk genus *Colocasia monokotiledon* dengan famili *Araceae*. Talas dibudidayakan secara luas di kawasan Asia, Pasifik, Amerika Tengah, dan Afrika. Di kepulauan Pasifik Selatan (Papua Nugini, Kepulauan Solomon, Fiji, Samoa, dan sebagainya) umbi talas merupakan salah satu tanaman pangan penting, sementara di Indonesia dan negara-negara Asia lainnya, umbi talas umumnya lebih dikenal sebagai bahan pangan untuk kudapan atau bahan sayuran. Perannya sebagai makanan pokok hanya dijumpai di beberapa daerah saja seperti Kepulauan Mentawai dan Papua (Richana, 2012)

Umbi talas dapat tumbuh di daerah beriklim tropis, subtropik, dan sedang, bahkan beberapa kultivarnya dapat beradaptasi pada tanah yang kering sampai basah dan pada dataran rendah sampai ketinggian 2700 Mdpl. Suhu untuk pertumbuhannya berkisar antara 21-27 °C dengan curah hujan optimal ialah 250 Cm per Tahun (Richana, 2012). Sebagai tanaman asli Indonesia yang telah lama dibudidayakan, tercermin pada variasi bentuk, dan warna daun, umbi, maupun bunganya, serta sifat fisikokimiawi, fisiologi dan agronominya serta rasa umbi, sifat gatal, umur panen, ketahanan hama/penyakit, toleransi terhadap kekeringan/genangan air.

Umbi talas terdiri atas tiga bagian yaitu kulit luar, korteks atau kulit dalam, dan daging. Daging umbi talas mempunyai warna yang bervariasi seperti kuning muda, kuning tua, orange, merah muda sampai ungu, atau kombinasi antara putih dengan ungu. Tanaman ini di panen umbinya setelah berumur 6-9 bulan. Di sekitar umbi induk dapat tumbuh anakan yang berbentuk sulur dengan arah ke samping. Ujung sulur akan muncul ke permukaan tanah dan tumbuh menjadi anakan talas di sekitar tanaman induknya. Banyak anakan yang tumbuh dapat mengganggu perkembangan umbi induk.



Kultivar talas banyak ragamnya, terutama di daerah-daerah yang merupakan sentra produksi talas seperti di Bogor, Malang, Kepulauan Mentawai, Lampung, Sulawesi (Selatan dan Utara), dan Papua. Menurut Rukmana (1997) (dalam Richana (2012) di Bogor dapat di temukan lima kultivar talas yaitu:

#### 1. Talas Pandan

Talas pandan mempunyai ciri berupa pohon pendek, bertangkai, daun berwarna keunguan, pangkal batang merah atau kemerahan, umbi berbentuk lonjong dan berkulit coklat. Daging umbi berwarna keunguan dan setelah di rebus berbau pandan.

#### 2. Talas Sutra

Talas sutra memiliki daun yang halus dan berwarna hijau muda, pelepah daun berwarna putih dibagian pangkalnya. Bila umbinya direbus maka akan lembek dan berwarna putih.

#### 3. Talas Ketan

Talas ketan memiliki ciri-ciri berupa batang di atas umbi yang mengecil, dengan pelepah daun berwarna hijau di sertai garis berwarna hitam, umbi pudar dan daging umbi berwarna kuning. Umbi terasa gatal jika direbus

#### 4. Talas Lampung

Talas Lampung dapat dicirikan dari daun dan pelepahnya yang berwarna kuning keunguan, dengan umbi besar berbentuk bulat. Daging umbi berwarna kuning dan terasa gatal apabila direbus. Talas ini biasa disebut talas mentega.

#### 5. Talas Bentul

Talas bantul memiliki batang yang mengecil di bagian atas umbi, pelepah berwarna hijau dengan memiliki garis hitam keunguan. Umbi berbentuk bundar dengan daging umbi berwarna kuning dan terasa gatal jika direbus.

## 2.3 Tinjauan Agroindustri

### 2.3.1 Pengertian Agroindustri

Menurut Andrianto (2014), agroindustri diartikan sebagai kegiatan industri yang terkait erat dengan kegiatan pertanian. Tarigan dalam Setyowati (2012) agroindustri merupakan kegiatan dengan ciri antara lain meningkatkan nilai tambah, menghasilkan produk yang dapat dipasarkan atau digunakan atau



dimakan, meningkatkan daya simpan, meningkatkan pendapatan dan keuntungan produsen dan sifat kegiatannya mampu menciptakan lapangan pekerjaan, memperbaiki pemerataan pendapatan dan mempunyai kapasitas yang cukup besar untuk menarik pembangunan sektor pertanian. Sedangkan menurut Rahman (2015) agroindustri merupakan suatu usaha untuk menciptakan suatu produk olahan dalam bentuk barang jadi maupun dalam bentuk barang setengah jadi yang bahan baku utamanya berasal dari sektor pertanian. Agroindustri juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan industri yang memproses bahan baku pertanian menjadi bentuk lain yang lebih menarik dan memberikan nilai tambah serta dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.

### 2.3.2 Sekala Usaha Agroindustri

Menurut pedapat Hubeis (1997) dalam Putri (2013) usaha yang menggunakan bahan baku kurang dari 50 kg/produksi termasuk ke dalam usaha sekala rumah tangga, sedangkan usaha yang menggunakan bahan baku lebih besar dari 50 kg/produksi dikategorikan sebagai usaha sekala kecil. Pada suatu kegiatan industri sekala usaha biasanya ditunjukan oleh besar kecilnya kapasitas nyata dari produksi tersebut. Kapasitas nyata dari kegiatan industri selain menunjukan besarnya *output* produksi juga memberikan gambaran mengenai besarnya *input* produksi. Menurut (Badan Pusat Statistik) BPS (2016) perusahaan industri pengolahan dibagi menjadi empat, yaitu:

1. Industri besar yaitu usaha industri pengolahan dengan jumlah pekerja lebih dari 100 orang.
2. Industri sedang yaitu usaha industri pengolahan dengan jumlah pekerja antara 20-99 orang.
3. Industri kecil yaitu usaha industri pengolahan dengan jumlah pekerja antara 5-19 orang
4. Industri rumah tangga yaitu usaha industri pengolahan dengan jumlah pekerja antara 1-4 orang.

### 2.3.3 Peranan Agroindustri

Menurut Hanani, dkk (2012), menjelaskan bahwa pada masa mendatang peranan agroindustri sangat diharapkan dapat mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran serta sekaligus menjadi penggerak industrialisasi pedesaan.

Dampak positif dari agroindustri yang tumbuh dan berkembang di daerah pedesaan adalah membuka antara satu desa dengan desa-desa lainnya atau dengan kota sehingga memberikan kesempatan kepada penduduk desa untuk memperoleh pendapatan yang seragam.

Peranan agroindustri bagi Indonesia menurut Supriyati, dkk (2006) antara lain:

1. Menciptakan nilai tambah hasil pertanian di dalam negeri.
2. Menciptakan lapangan pekerjaan, khususnya dapat menarik tenaga kerja dari sektor pertanian ke sektor industri.
3. Mampu meningkatkan pendapatan devisa.
4. Memperbaiki distribusi pendapatan.
5. Menarik pembangunan di sektor pertanian.

## **2.4 Tinjauan Umum UMKM**

### **2.4.1 Pengertian UMKM**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki berbagai definisi dari literatur dan beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Sesuai dengan undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagian di maksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha

Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagian diatur dalam undang-undang ini.

#### 2.4.2 Karakteristik UMKM di Indonesia

Sulistyastuti (2004) menyebutkan ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. *Pertama*, UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit pembentukan usaha beaar. *Kedua*, tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu. *Ketiga*, sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastuktur sebagaimana perusahaan besar. *Keempat*, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

### 2.5 Tinjauan Nilai Tambah

Nilai tambah didefinisikan sebagai pertambahan nilai yang terjadi pada sesuatu komoditas karena mengalami proses pengolahan lebih lanjut dalam suatu proses produksi. Menurut Lubis, dkk (2012), nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan, ataupun penyimpanan dalam suatu produksi. Sudiyono (2004), menyatakan besarnya nilai tambah suatu hasil pertanian kerena poses pengolahan adalah merupakan pengurangan biaya bahan baku dan *input* lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan, tidak termasuk tenaga kerja. Bisa dikatakan bahwa nilai tambah merupakan gambaran imbalan bagi tenaga kerja, modal dan manajemen. Menurut Sudiyono (2004), dari hasil perhitungan nilai tambah akan diperoleh keluaran sebagai berikut:

1. Perkiraan nilai tambah.
2. Imbalan bagi tenaga kerja
3. Imbalan bagi modal dan manajemen

Nilai tambah yang tinggi dapat digunakan sebagai informasi bagi investor, sehingga investor tersebut tertarik untuk menanamkan modal pada agroindustri tersebut. Apabila nilai tambah dari perlakuan mampu memberikan nilai tambah yang tinggi, maka akan dapat menarik investor baru untuk menanamkan modalnya serta menjadi peluang kerja baru bagi masyarakat.

Menurut Lubis, dkk (2012), kriteria pengujian nilai tambah adalah sebagai berikut:

1. Rasio nilai tambah rendah apabila rasio nilai tambah  $<15\%$ .
2. Rasio nilai tambah sedang apabila rasio nilai tambah antara  $15\%-40\%$ .
3. Rasio nilai tambah tinggi apabila rasio nilai tambah  $>40\%$

Menurut Hayami dalam Sudiyono (2004), faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah pada produksi pertanian antara lain:

1. Ketersediaan bahan baku

Penyelenggaraan suatu agroindustri akan selalu berinteraksi dengan usahatani karena terkait erat dengan penyediaan bahan baku. Bahan baku industri diharapkan ketersediaannya dapat berlangsung secara kontinyu baik dari mutu maupun jumlahnya, karena keberlangsungan suatu agroindustri sangat bergantung pada kesediaan bahan baku.

2. Teknologi pengolahan

Teknologi pengolahan memiliki peran penting dalam penyelenggaraan agroindustri karena terkait dengan upaya untuk memberikan perlakuan tertentu guna memperoleh nilai tambah yang tinggi.

3. Tenaga kerja

Tenaga kerja dalam suatu perusahaan memegang peranan penting karena terkait dengan kelangsungan proses industri. Hal ini disebabkan tenaga kerja merupakan pelaku dalam memberikan berbagai perlakuan terhadap *input* produksi sampai dihasilkan *output* dari kegiatan produksi.

4. Manajemen

Manajemen meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan, sehingga untuk menjalankan suatu manajemen dibutuhkan seorang pemimpin yang dapat mengarahkan atau memimpin sekelompok orang yang terorganisir, merencanakan, melaksanakan kegiatan, dan melakukan pengawasan.

## 2.6 Tinjauan Biaya

Biaya dalam arti luas adalah penggunaan sumber-sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk obyek atau tujuan tertentu. Misalnya biaya tenaga kerja merupakan penggunaan sumber ekonomi atau berupa tenaga kerja yang dinyatakan dalam satuan uang dengan tujuan untuk menghasilkan suatu produk (Anwar dan Asmawarni, 2013). Sedangkan menurut Ruauw, dkk (2012) biaya merupakan nilai dari barang dan jasa untuk menghasilkan produk tertentu. Biaya terdiri dari biaya tetap (*fixed costs*) dan biaya variabel (*variable costs*). Berikut penjelasan tentang biaya tetap (*fixed costs*) dan biaya variabel (*variable costs*):

1. Biaya tetap (*fixed costs*) merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pembayaran *input-input* tetap dalam proses produksi jangka pendek. Perlu dicatat bahwa penggunaan *input* tidak tergantung pada kualitas *output* yang diproduksi. Dalam jangka pendek yang termasuk biaya tetap adalah biaya untuk mesin dan peralatan dan gaji untuk tenaga kerja.
2. Biaya variabel (*variable costs*) merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pembayaran *input-input* variabel dalam proses produksi jangka pendek. Perlu dicatat bahwa penggunaan *input* variabel tergantung pada kuantitas *output* yang diproduksi dimana semakin besar kuantitas *output* yang diproduksi, pada umumnya semakin besar pula *input* variabel yang digunakan. Dalam jangka pendek, yang termasuk biaya variabel adalah biaya atau upah tenaga kerja langsung, biaya bahan penolong dan lain-lain.

### 2.6.1 Penggolongan Biaya

Penggolongan adalah proses pengelompokan atas seluruh elemen yang ada kedalam golongan-golongan tertentu, yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi biaya yang lebih dapat digunakan oleh manajemen untuk berbagai tujuan, dalam menggolongkan biaya harus disesuaikan dengan tujuan dari informasi biaya yang akan disajikan. Jika tujuan manajemen berbeda, maka diperlukan penggolongan biaya yang berbeda pula. Kebutuhan informasi ini mendorong timbulnya berbagai cara penggolongan biaya sehingga dikenal dengan konsep penggolongan biaya yang berbeda sesuai dengan tujuan yang berbeda (*different cost classifications for different purpose*). (Supriyono, 2011)

### 2.6.2 Penggolongan Biaya Sesuai Dengan Tujuan Pengambilan Keputusan

Berdasarkan tujuan pengambilan keputusan manajemen, biaya dapat dikelompokkan ke dalam :

#### 1. Biaya Relevan (*relevant cost*)

Biaya relevan merupakan biaya yang terjadi pada suatu alternatif tindakan tertentu, tetapi tidak terjadi pada alternatif tindakan lain. Biaya relevan akan mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya relevan harus dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan. Biaya relevan mempunyai ciri khusus, yaitu :

- a. Biaya relevan merupakan biaya masa yang akan datang (*future cost*), bukan biaya masa lalu.
- b. Biaya yang berbeda antara dua alternatif atau lebih yang mempengaruhi pengambilan keputusan.

#### 2. Biaya tidak Relevan (*irrelevant cost*)

Biaya tidak relevan merupakan biaya yang tidak berbeda diantara alternatif tindakan yang ada. *Irrelevant cost* tidak mempengaruhi pengambilan keputusan dan akan tetap sama jumlahnya tanpa memperhatikan alternatif yang dipilih. Oleh karena itu biaya tidak relevan tidak harus dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan. (Supriyono, 2011)

### 2.6.3 Penggolongan Biaya sesuai dengan Prilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Aktivitas atau Kegiatan atau Volume

Tujuan perencanaan dan pengendalian biaya serta pengambilan keputusan, biaya dapat digolongkan sesuai dengan tingkah lakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan yang dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu :

#### 1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan, tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu. biaya tetap per unit berbanding terbalik secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan atau kapasitas. Semakin tinggi tingkat kegiatan, maka semakin rendah biaya tetap per unit. Semakin rendah tingkat kegiatan, maka semakin tinggi biaya tetap per unit.



Dalam hubungannya dengan perilaku biaya, maka biaya tetap dapat digolongkan menjadi dua yaitu :

a. *Committed fixed cost*

*Committed fixed cost* meliputi semua biaya yang terjadi dalam rangka untuk mempertahankan kapasitas atau kemampuan organisasi dalam menjalankan kegiatan produksi, pemasaran dan administrasi. Perilaku *committed fixed cost* ini dapat diketahui dengan mengamati biaya-biaya yang tetap dikeluarkan jika seandainya perusahaan tidak melaksanakan kegiatan sama sekali dan akan kembali ke kegiatan normal (misalnya selama pemogokan buruh atau saat kekurangan bahan yang memaksa perusahaan menutup sama sekali kegiatan operasionalnya), dalam hal ini *committed fixed cost* berupa semua biaya yang tetap dikeluarkan, yang tidak dapat dikurangi untuk mempertahankan kemampuan perusahaan di dalam memenuhi tujuan jangka untuk mempertahankan kemampuan perusahaan di dalam memenuhi tujuan jangka panjangnya. Contohnya adalah biaya depresiasi, pajak bumi dan bangunan, biaya sewa dan biaya asuransi.

b. *Discretionary fixed cost*

*Discretionary fixed cost* merupakan biaya yang timbul dari keputusan dan penyediaan anggaran secara berkala yang secara langsung mencerminkan kebijaksanaan manajemen. *Discretionary fixed cost* sering juga disebut *managed* atau *programmed cost*. Biaya ini tidak mempunyai hubungan tertentu dengan volume kegiatan. Contohnya: biaya riset dan pengembangan, biaya iklan dan biaya pelatihan karyawan.

2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel (*Variable cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume kegiatan. Semakin tinggi volume kegiatan atau aktivitas, maka secara proporsional semakin tinggi pula total biaya variabel. Semakin rendah volume kegiatan atau aktivitas, maka secara proporsional semakin rendah pula total biaya variabel. Dalam hubungannya dengan perilaku biaya variabel dapat digolongkan menjadi dua:



a. *Engineered variable cost*

*Engineered variable cost* adalah biaya yang antara masukan (*input*) dan keluarannya (*output*) mempunyai hubungan erat dan nyata. Jika masukannya berubah maka keluarannya pun berubah secara proporsional. Contohnya adalah biaya bahan baku.

b. *Discretionary variable cost*

Hampir semua biaya variabel merupakan *engineered variable cost* tetapi ada beberapa biaya variabel yang bukan merupakan *engineered variable cost*, sehingga dikelompokkan kedalam *discretionary variable cost*. Hal ini disebabkan karena biaya tersebut bersifat variabel yang berubah sebanding dengan volume kegiatan (hubungan yang erat), tetapi antara masukan dan keluarannya tidak mempunyai hubungan yang nyata. Perubahan yang sebanding itu terjadi karena pengaruh dari kebijakan manajemen yang memutuskan demikian. Contoh dari *discretionary variable cost* adalah biaya promosi yang ditetapkan oleh manajemen berdasarkan presentase tertentu dari pendapatan penjualan. Apabila terjadi kenaikan volume kegiatan promosi maka secara sebanding (proporsional) akan terjadi kenaikan biaya promosi, tetapi jika manajemen menaikkan biaya promosi belum tentu akan menaikkan tingkat penjualan secara proporsional.

c. Biaya semivariabel (*Semivariable cost / Mixed cost*)

Biaya semivariabel adalah biaya yang mempunyai elemen biaya tetap dan biaya variabel didalamnya. Elemen biaya tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan elemen biaya variabel bagian dari biaya semivariabel yang dipengaruhi oleh volume kegiatan. Biaya semivariabel jumlah totalnya berubah sesuai dengan kegiatan volume kegiatan, akan tetapi tingkat perubahannya tidak proporsional atau sebanding. Semakin tinggi volume kegiatan, semakin tinggi pula jumlah biaya semivariabel, semakin rendah volume kegiatan, semakin rendah pula jumlah biaya semivariabel, tetapi perubahannya tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya biaya semivariabel adalah biaya listri, biaya telepon dan biaya air. (Supriyono, 2011).

## 2.7 Tinjauan Penerimaan

Penerimaan adalah perkalian antara produksi yang dihasilkan dengan harga jual. Secara sistematis dapat ditulis sebagai berikut :

$$TR = Q \times P$$

Dimana :

TR = Penerimaan total (*total revenue*)

Q = Jumlah produk yang dihasilkan (*quantity*)

P = Harga (*price*)

Semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan semakin tinggi harga per unit produk bersangkutan, maka penerimaan total yang diterima produsen akan semakin besar. Sebaliknya jika produk yang dihasilkan sedikit dan harganya rendah maka penerimaan total yang diterima oleh produsen semakin kecil. Penerimaan total yang diterima oleh produsen dikurangi dengan biaya total yang dikeluarkan akan memperoleh pendapatan bersih yang merupakan keuntungan yang diperoleh produsen (Sadono, 2002).

## 2.8 Kriteria Investasi

Menurut Umar (2009) studi kelayakan terhadap aspek keuangan perlu menganalisis bagaimana prakiraan aliran kas akan terjadi. Beberapa kriteria investasi yang digunakan untuk menentukan diterima atau tidaknya sesuatu usulan usaha sebagai berikut :

### 1. Net Present Value (NPV)

*Net Present Value* (NPV) dapat diartikan sebagai nilai sekarang dari arus kas yang ditimbulkan oleh investasi. Menurut Keown (2004), *Net Present Value* diartikan sebagai nilai bersih sekarang arus kas tahunan setelah pajak dikurangi dengan pengeluaran awal. Dalam menghitung NPV perlu ditentukan tingkat suku bunga yang relevan. Kriteria investasi berdasarkan NPV yaitu:

- a. NPV = 0, artinya proyek tersebut mampu memberikan tingkat pengembalian sebesar modal sosial *opportunities cost* faktor produksi normal. Dengan kata lain, proyek tersebut tidak untung maupun rugi.
- b. NPV > 0, artinya suatu proyek dinyatakan menguntungkan dan dapat dilaksanakan.

- c.  $NPV < 0$ , artinya proyek tersebut tidak menghasilkan nilai biaya yang menghasilkan nilai biaya yang dipergunakan, atau dengan kata lain proyek tersebut merugikan dan sebaiknya tidak dilaksanakan. (Husnan dan Suwarsono, 1999).

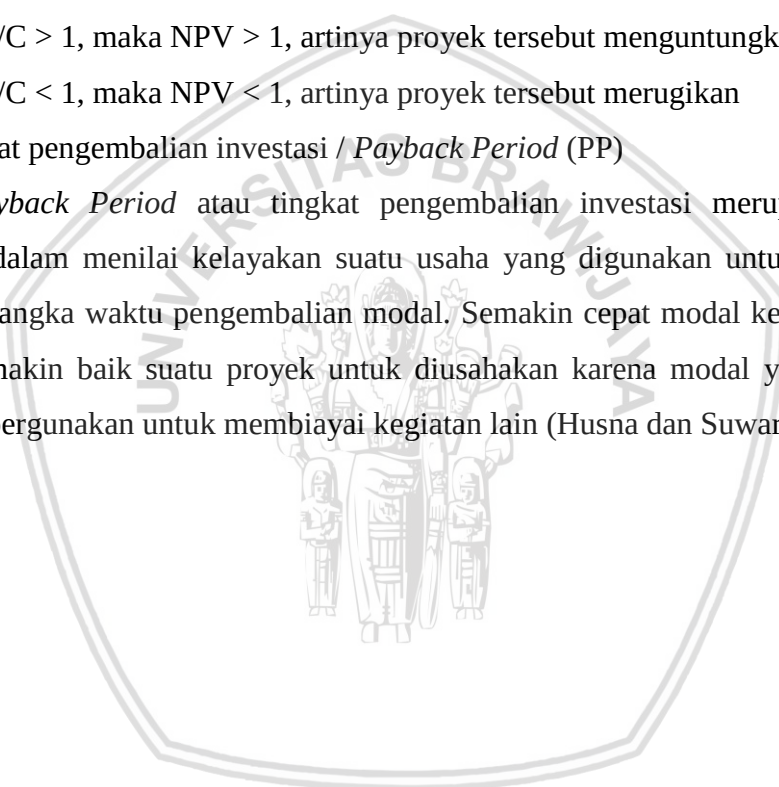
2. *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C Rasio)

*Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C Rasio) merupakan angka perbandingan antara *present value* dari *net benefit* yang positif dengan *present value* dari *net benefit* yang negatif. Kriteria investasi berdasarkan Net B/C rasio adalah:

- a.  $Net\ B/C = 1$ , maka  $NPV = 0$ , artinya proyek tidak untung maupun rugi
- b.  $Net\ B/C > 1$ , maka  $NPV > 1$ , artinya proyek tersebut menguntungkan
- c.  $Net\ B/C < 1$ , maka  $NPV < 1$ , artinya proyek tersebut merugikan

3. Tingkat pengembalian investasi / *Payback Period* (PP)

*Payback Period* atau tingkat pengembalian investasi merupakan suatu metode dalam menilai kelayakan suatu usaha yang digunakan untuk mengukur periode jangka waktu pengembalian modal. Semakin cepat modal kembali, maka akan semakin baik suatu proyek untuk diusahakan karena modal yang kembali dapat dipergunakan untuk membiayai kegiatan lain (Husna dan Suwarsono, 1999).



### III. KERANGKA TEORITIS

#### 3.1 Kerangka Pemikiran

Kabupaten Malang merupakan salah satu daerah penghasil tanaman talas yang memiliki potensi agroindustri yang berbahan baku umbi talas. Namun mengingat umbi talas memiliki nilai ekonomis yang rendah, maka diperlukan adanya suatu strategi yang dapat meningkatkan nilai tambah dari umbi talas yaitu dengan menjaga keterkaitan antara sektor pertanian dan sektor industri melalui agroindustri.

Hal ini diperkuat oleh pendapat Rahman (2015) agroindustri merupakan suatu usaha untuk menciptakan suatu produk olahan dalam bentuk barang jadi maupun dalam bentuk barang setengah jadi yang bahan baku utamanya berasal dari sektor pertanian. Agroindustri juga dapat di artikan sebagai suatu kegiatan industri yang memproses bahan baku pertanian menjadi bentuk lain yang lebih menarik dan memberikan nilai tambah serta dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.

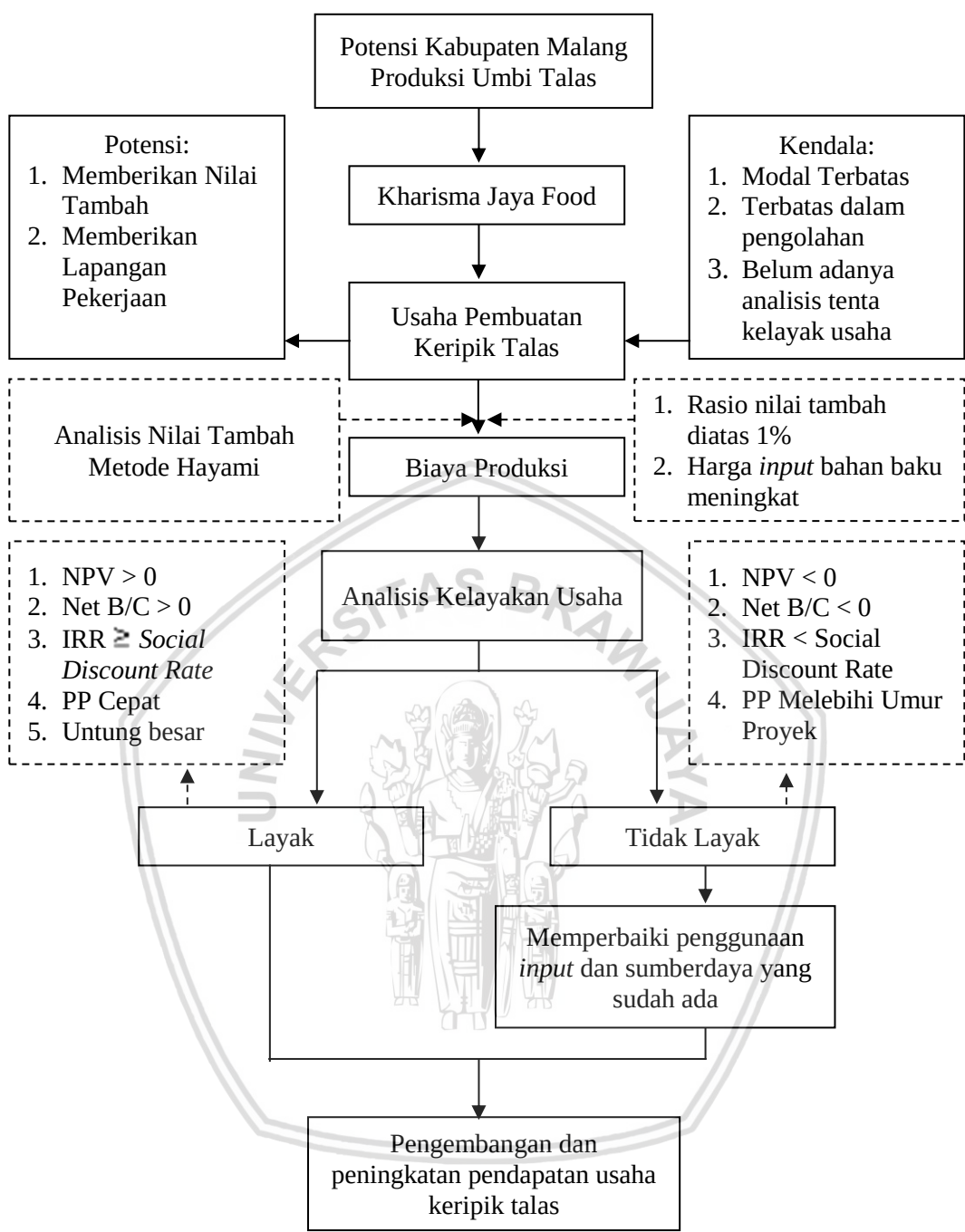
Salah satu agroindustri yang ada adalah Kharisma Jaya Food merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi keripik talas. Kharisma Jaya Food didirikan untuk mengambil peluang yang ada dipasaran dan memenuhi kebutuhan konsumen yang mengkonsumsi keripik talas. Usaha produksi keripik talas selama ini belum pernah ada yang melakukan analisis nilai tambah dan kelayakan usaha.

Tanaman talas kebanyakan hanya dianggap tanaman umbi-umbian biasa yang tidak ada manfaat dan harga ekonomisnya yang rendah. Apabila ingin menaikkan nilai ekonomis dari umbi talas itu sendiri dapat diolah menjadi keripik talas. Memang dalam pengolahannya memerlukan beberapa proses produksi, tetapi nilai ekonomisnya akan terdongkrak naik apabila dijadikan keripik talas. Potensi produk umbi talas yang sedemikian besar belum banyak dimanfaatkan oleh masyarakat karena ketidak tahuannya. Usaha pembuatan keripik talas membutuhkan faktor produksi yaitu ketersediaan *input* berupa umbi talas sebagai bahan baku utama, dan bahan penunjang produksi lainnya.

Kharisma Jaya Food merupakan agroindustri yang bergerak dalam pengolahan umbi talas menjadi keripik talas. Namun Kharisma Jaya Food belum begitu berkembang karena pada kenyataannya agroindustri keripik talas masih sangat sedikit dan seharusnya agroindustri ini bisa lebih berkembang karena tidak banyak pesaing. Namun karena usaha agroindustri ini yang masih bersifat UMKM secara sederhana dan diantaranya keterbatasan modal yang tersedia, maka volume produksi yang dilakukan Kharisma Jaya Food masih rendah dan berimbas terhadap penjualan keripik talas Kharisma Jaya Food yang masih tergolong sedikit sedangkan umbi talas yang tersedia di Desa Poncokusumo melimpah.

Analisis nilai tambah merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar imbalan bagi tenaga kerja dan keuntungan yang diperoleh pengusaha untuk setiap kilogram bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Nilai tambah yang tinggi dapat digunakan sebagai parameter untuk pengembangan suatu usaha agroindustri. Produk agroindustri yang mempunyai nilai yang tinggi menunjukkan bahwa produk tersebut layak untuk dikembangkan lebih lanjut.

Kebutuhan dan sumber dana terdiri dari modal reinvestasi dan modal kerja berupa biaya tetap dan biaya tidak tetap. Untuk mengetahui apakah perusahaan tersebut secara keuangan dapat dikatakan layak dari data biaya dan pendapatan maka dilakukan beberapa pengukuran kriteria penilaian kelayakan yaitu NPV, Net B/C, IRR, *Payback Period*, dan BEP. Kemudian dari data-data keuangan tersebut diolah dan kemudian dianalisis sehingga didapatkan hasil data yang diperlukan. Setelah mendapat hasil tentang studi kelayakan finansial pada perusahaan maka dapat disimpulkan apakah usaha tersebut layak atau tidak. Apabila usaha dikatakan layak maka usaha tersebut dapat terus dilaksanakan dan rekomendasi difokuskan kepada pengembangan perusahaan kedepan, sedangkan apabila usaha tersebut tidak layak maka perusahaan tersebut harus mengadakan evaluasi dan perbaikan dalam usaha dan adanya pengefisienan terhadap biaya yang dikeluarkan dan perlu adanya perbaikan dalam perusahaan. Untuk lebih jelas, maka kerangka pemikiran dapat diuraikan pada gambar 1.



Keterangan :

- > : Alur penelitian
- - - - -> : Alur Analisis

Gambar 1. Kerangka Penelitian Analisis Nilai Tambah dan Kelayakan Usaha Kripik Talas Kharisma Jaya Food Kabupaten Malang

### 3.2 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan dan kerangka penelitian, maka diajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga bahwa usaha pemanfaatan umbi talas menjadi keripik talas di Kharisma Jaya Food dapat memberikan nilai tambah.
2. Diduga bahwa usaha pemanfaatan umbi talas menjadi keripik talas di Kharisma Jaya Food secara finansial layak untuk dikembangkan.

### 3.3 Batasan Masalah

Untuk membatasi pokok bahasan, maka dalam penelitian ini batasan masalah yang digunakan adalah :

1. Harga *input* dan *output* diperhitungkan sesuai dengan tingkat harga yang berlaku di daerah penelitian.
2. Data yang digunakan pada analisis nilai tambah yaitu data satu kali produksi keripik talas Kharisma pada tahun 2017.
3. Data yang digunakan pada analisis kelayakan usaha yaitu data keuangan Kharisma Jaya Food pada tahun 2013-2017.
4. Tingkat suku bunga yang digunakan pada penelitian ini yaitu rata-rata tingkat suku bunga Bank Indonesia periode 2013-2017 yaitu sebesar 6,4 %.



### 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

#### 3.4.1 Nilai Tambah dengan Metode Hayami

1. *Output*  
Hasil produksi *output* yang dihasilkan usaha keripik talas dalam satuan kg/proses produksi.
2. Bahan baku  
Kuantitas bahan baku utama (umbi talas) yang digunakan dalam satuan kg/proses produksi.
3. Tenaga kerja  
Pekerja yang mengolah umbi talas menjadi keripik talas dalam satuan HOK/satu kali proses produksi.
4. Faktor konversi  
Menunjukan banyaknya keripik talas dari 1 kg/produksi dalam satuan kg
5. Koefisien tenaga kerja.  
Mengukur jumlah jam kerja yang dibutuhkan untuk mengelola 1 kg dalam satuan HOK.
6. Harga *output*  
Harga *output* untuk keripik talas dalam satuan Rp.
7. Upah rata-rata tenaga kerja  
Upah rata-rata yang diberikan kepada tenaga kerja yang mengelola keripik talas dalam satuan Rp.
8. Harga bahan baku  
Harga bahan baku umbi talas yang akan digunakan dalam satuan Rp/kg
9. Sumbangan *input* lain  
Nilai dari semua korbanan selain bahan baku umbi talas dan tenaga kerja dalam satuan Rp/kg.
10. Nilai *output*  
Merupakan perkalian faktor konversi dengan harga *output* dalam satuan Rp/kg.
11. Nilai tambah  
Merupakan nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan bahan baku umbi talas dalam satuan Rp/kg.

12. Rasio nilai tambah  
Merupakan presentase nilai tambah terhadap nilai *output* dalam satuan %.
13. Imbalan tenaga kerja  
Merupakan hasil perkalian antara koefisien tenaga kerja dan upah dalam satuan Rp/kg.
14. Bagian tenaga kerja  
Merupakan presentase dari pendapatan tenaga kerja langsung terhadap nilai tambah dalam satuan %.
15. Keuntungan  
Merupakan keuntungan yang diperoleh dari pengolahan umbi talas menjadi keripik talas dalam satuan Rp/kg.
16. Tingkat keuntungan  
Merupakan presentase dari keuntungan terhadap nilai *output* dalam satuan %.
17. Marjin  
Menunjukkan kontribusi faktor-faktor produksi selain bahan baku utama dalam menghasilkan produk keripik talas dalam satuan Rp/kg
18. Imbalan tenaga kerja  
Merupakan presentase imbalan tenaga kerja terhadap nilai marjin dalam satuan %.
19. Sumbangan *input* lain  
Merupakan presentase sumbangan *input* lain terhadap nilai marjin dalam satuan %.

#### **3.4.2 Biaya Produksi**

1. Biaya tetap
  - a. Biaya pajak bangunan  
Harga paja bumi dan bangunan yang dibayar oleh Kharisma Jaya Food dari lokasi pabrik dalam satuan Rp.
  - b. Mesin  
Banyaknya mesin yang digunakan dalam proses produksi keripik talas dalam satuan Rp.

2. Biaya variabel

a. Harga bahan baku

Harga bahan baku yang dibayar Kharisma Jaya Food, bahan baku tersebut antara lain umbi talas dalam proses produksi keripik talas dalam satuan Rp/kg/1 kali produksi.

b. Kuantitas bahan baku

Kuantitas bahan baku yang digunakan Kharisma Jaya Food dalam proses produksi keripik talas dalam satuan Rp/kg/1 kali produksi.

c. Biaya listrik

Biaya listrik yang digunakan untuk mengoperasikan peralatan atau mesin dalam proses produksi keripik talas dalam satuan Rp/tahun.

d. Upah tenaga kerja

Tingkat upah yang dibayar oleh Kharisma Jaya Food sesuai dengan tahapan proses produksi keripik talas dalam satuan HOK.

e. Kuantitas tenaga kerja

Jumlah penggunaan tenaga kerja yang dipergunakan dalam berbagai tahapan produksi keripik talas dalam satuan HOK/1 kali produksi.

f. Biaya kemasan

Biaya pengemasan produk keripik talas karisma dalam satuan Rp/pack/1 kali produksi.

g. Kuantitas kemasan

Jumlah kemasan yang dipergunakan untuk produksi keripik talas charisma dalam satuan pack/1 kali produksi.

### 3.4.3 Penerimaan Nilai Produksi

1. Harga jual

Harga jual keripik talas karisma dalam satuan Rp/pack.

2. Jumlah produksi

Jumlah produksi keripik talas karisma dalam satuan kg/1 kali produksi.

### 3.4.4 Pendapatan

1. Total penerimaan produksi keripik talas (TR)  
Banyaknya penerimaan yang didapatkan dalam satuan Rp/1 kali produksi.
2. Total biaya produksi keripik talas (TC)  
Banyaknya total biaya produksi yang dikeluarkan dalam satuan Rp/1 kali produksi.

### 3.4.5 Analisis Kriteria Investasi

1. *Net present value*
  - a. Benefit kotor produksi keripik talas tiap periode waktu ke-t ( $B_t$ )  
Pendapatan kotor yang diterima Kharisma Jaya Food dalam produksi keripik talas dalam kurun waktu 5 tahun dalam satuan Rp/tahun.
  - b. Biaya total produksi keripik talas tiap periode waktu ke-t ( $C_t$ )  
Biaya kotor yang dikeluarkan Kharisma Jaya Food dalam produksi keripik talas dalam kurun waktu 5 tahun dalam satuan Rp/tahun.
  - c. Tingkat suku bunga ( $i$ )  
Tingkat suku bank umum yang berlaku saat penelitian berlangsung dalam satuan presentase bunga bank umum per tahun.
2. *Internal rate of return*
  - a.  $NPV_1$   
Total NPV yang dihasilkan dengan nilai positif pada produksi keripik talas Kharisma Jaya Food.
  - b.  $NPV_2$   
Total NPV yang dihasilkan dengan nilai negatif pada produksi keripik talas Kharisma Jaya Food.
  - c.  $i$   
Tingkat suku bunga yang digunakan untuk mendapatkan NPV dengan nilai positif pada produksi keripik talas kharisma dalam satuan %.
  - d.  $i'$   
Tingkat suku bunga yang digunakan untuk mendapatkan NPV dengan nilai negatif pada produksi keripik talas kharisma dalam satuan %.

3. Net B/C
  - a. NPV (+)

Jumlah benefit positif yang diterima Kharisma Jaya Food dalam satuan Rp.
  - b. NPV (-)

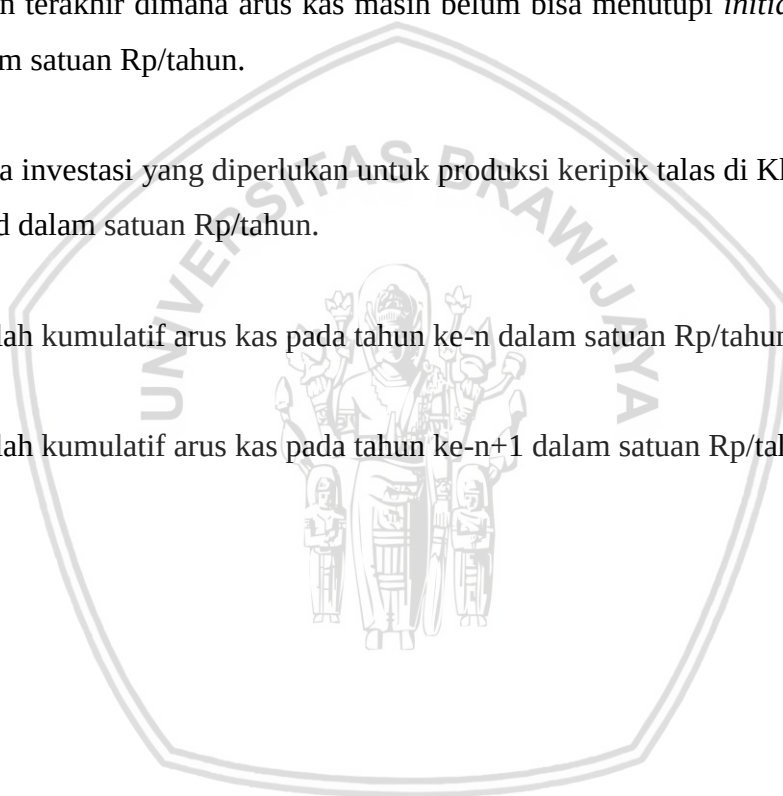
Jumlah benefit negatif yang diterima Kharisma Jaya Food dalam satuan Rp.
4. *Payback period*
  - a. n

tahun terakhir dimana arus kas masih belum bisa menutupi *initial investment* dalam satuan Rp/tahun.
  - b. a

biaya investasi yang diperlukan untuk produksi keripik talas di Kharisma Jaya Food dalam satuan Rp/tahun.
  - c. b

jumlah kumulatif arus kas pada tahun ke-n dalam satuan Rp/tahun.
  - d. c

jumlah kumulatif arus kas pada tahun ke-n+1 dalam satuan Rp/tahun.



## IV. METODE PENELITIAN

### 4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh penulis mengambil lokasi di Kharisma Jaya Food yang berada di Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *Purposive* dengan pertimbangan bahwa (1) Agroindustri keripik talas perlu untuk dikembangkan karena potensi sumber bahan baku tinggi, (2) Kharisma Jaya Food merupakan salah satu dari agroindustri pengolahan umbi talas yang ada di Kabupaten Malang, (3) lokasi ini merupakan tempat produksi keripik talas merek KHARISMA sehingga memudahkan dalam perolehan data dan peninjauan langsung ke bagian produksi untuk memantau seluruh kegiatan perusahaan dan indentifikasi lingkungan perusahaan. Penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu empat bulan pada november 2017 hingga maret 2018.

### 4.2 Metode Penentuan Responden

Metode penentuan responden perusahaan pada penelitian ini menggunakan metode *purposive* dengan mempertimbangkan kriteria tertentu terhadap objek sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menganalisis besarnya nilai tambah dan tingkat kelayakan usaha keripik talas KHARISMA pada Kharisma Jaya Food. Responden pada penelitian ini menggunakan narasumber kunci (*key informan*) yaitu seseorang atau beberapa orang yang paling banyak menguasai informasi tentang objek yang diteliti. Responden pada penelitian ini adalah pemilik Kharisma Jaya Food. Hal ini dikarenakan pemilik terlibat langsung atau dianggap mempunyai kemampuan dan paling mengerti permasalahan terkait produksi keripik talas KHARISMA pada Kharisma Jaya Food dan sesuai dengan tujuan.

### 4.3 Jenis Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa harga, jumlah produksi dan biaya-biaya yang dikeluarkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data sekunder diperoleh dari publikasi instansi-instansi yang berkaitan dengan penelitian.

#### 4.3.1 Jenis Data Menurut Sifatnya

##### 1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data berupa angka-angka dan dapat diukur, yakni data biaya produksi keripik talas, harga jual keripik talas, jumlah kuantitas produksi keripik talas, penerimaan dan keuntungan

##### 2. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kategori-kategori dan nilai-nilai yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka. Data kualitatif dibutuhkan untuk mendukung pembahasan data kuantitatif seperti uraian tentang ketersediaan dan kontinuitas umbi talas, harga dan pemasaran serta peluang pasar.

#### 4.3.2 Jenis Data Menurut Sumbernya

##### 1. Data Primer

Data yang dipergunakan untuk mendukung penelitian ini adalah data primer berupa harga-harga produk yang dihasilkan dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengoprasionalkan usaha dalam memperoleh keuntungan yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari publikasi instansi-instansi yang berkaitan dengan penelitian. Data yang diperoleh dari instansi yang terkait (BPS, Dinas Pertanian, Bappeda Kabupaten Malang, Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta instansi terkait lainnya) dari berbagai media cetak dan media online selain dari berbagai buku dan literatur yang berkaitan dengan penelitian.

#### 4.4 Metode Pengambilan Data

##### 1. Wawancara atau *interview*

Teknik wawancara pada penelitian ini menggunakan wawancara langsung yaitu wawancara dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan pemilik Kharisma Jaya Food yaitu Kharisma Nur Khakiki, SP. untuk mendapatkan informasi. Informasi tersebut berhubungan dengan data biaya dan data oprasional agroindustri keripik talas yaitu data yang berkaitan dengan profil agroindustri, biaya-biaya oprasional yang dikeluarkan selama proses produksi



keripik talas yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya bahan pendukung, biaya bahan pengemas, biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya listrik, biaya pajak, harga *output* dan data investasi awal yang digunakan dalam usaha agroindustri keripik talas KHARISMA.

## 2. Observasi

Metode observasi, yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung dengan objek yang akan diteliti sehingga didapatkan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti. Pengamatan yang dilakukan merupakan pengamatan terhadap kegiatan produksi keripik talas KHARISMA.

## 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang berupa laporan keuangan, struktur organisasi, data produksi, data biaya dan lain sebagainya. Dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip termasuk juga buku dan jurnal mengenai pendapat yang berhubungan dengan masalah penelitian. Sehingga dapat menunjang informasi yang sudah didapat dilapang sehingga deskripsi dan argumentasi yang dimunculkan akan semakin optimal.

## 4.5 Metode Analisis Data

### 4.5.1 Analisis Nilai Tambah Metode Hayami

Pengukuran nilai tambah untuk menguji hipotesis 1 dilakukan dengan metode Hayami. Kegiatan mengolah umbi talas menjadi keripik talas mengakibatkan bertambahnya nilai umbi talas tersebut. Untuk melihat peningkatan nilai tambah pengolahan bahan baku serta menaksir balas jasa yang diterima pelaku usaha, maka dilakukan perhitungan nilai tambah. Metode yang digunakan untuk menghitung besarnya nilai tambah adalah metode Hayami, dimana prosedur perhitungan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami

| No | Variabel                                                 | Notasi    |
|----|----------------------------------------------------------|-----------|
|    | <b><i>Output, Input dan Harga</i></b>                    |           |
| 1. | <i>Output</i> atau total produksi (unit/proses produksi) | a         |
| 2. | <i>Input</i> bahan baku (Kg/proses produksi)             | b         |
| 3. | <i>Input</i> tenaga kerja (HOK/proses produksi)          | c         |
| 4. | Faktor konversi                                          | d = a : b |

Tabel 2. Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami (Lanjutan)

| No                                      | Variabel                                                   | Notasi               |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>Output, Input dan Harga</b>          |                                                            |                      |
| 5.                                      | Koefisien tenaga kerja                                     | $e = c : b$          |
| 6.                                      | Harga produk (Rp/unit)                                     | $f$                  |
| 7.                                      | Upah rata – rata tenaga kerja per HOK (Rp/Kg)              | $g$                  |
| <b>Pendapatan dan Keuntungan</b>        |                                                            |                      |
| 8.                                      | Harga <i>input</i> bahan baku (Rp/Kg)                      | $h$                  |
| 9.                                      | Sumbangan <i>input</i> lain (Rp/Kg)                        | $i$                  |
| 10.                                     | Nilai produk (4) x (6)                                     | $j$                  |
| 11.                                     | a. Nilai tambah (10) – (8) – (9)                           | $k = j - h - i$      |
|                                         | b. Rasio nilai tambah [(11) : (10)] %                      | $1\% = (k : j) \%$   |
| 12.                                     | a. Pendapatan tenaga kerja (5) x (7)                       | $m = e \times g$     |
|                                         | b. Bagian tenaga kerja (dari nilai tambah) [(12) : (11)] % | $n_1\% = (m : k) \%$ |
|                                         | c. Bagian tenaga kerja (dari nilai produk) [(12) : (10)] % | $n_2\% = (m : j) \%$ |
| 13.                                     | a. Keuntungan (11a) – (12a)                                | $o = k - m$          |
|                                         | b. Tingkat keuntungan (dari nilai tambah) [(13) : (11)] %  | $p_1\% = (o : k) \%$ |
|                                         | c. Tingkat keuntungan (dari nilai produk) [(13) : (10)] %  | $p_2\% = (o : j) \%$ |
| <b>Balas jasa untuk faktor produksi</b> |                                                            |                      |
| 14.                                     | Margin (10) – (8)                                          | $q = j - h$          |
|                                         | a. Pendapatan tenaga kerja [(12) : (14)] %                 | $r\% = (m : q) \%$   |
|                                         | b. Sumbangan input lain [(9) : (14)] %                     | $s\% = (i : q) \%$   |
|                                         | c. Keuntungan perusahaan [(13) : (14)] %                   | $t\% = (o : q) \%$   |

Sumber : Hayami dalam Apriadi, 2003

#### 4.5.2 Analisis Kelayakan Finansial

1. *Net Present Value* adalah perbedaan antara nilai sekarang dari *benefit* (keuntungan) dengan nilai sekarang biaya, yang besarnya dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}$$

Keterangan :

$B_t$  = Pendapatan kotor tiap periode waktu ke- $t$  (Rp/Kg)

$C_t$  = Biaya kotor tiap periode waktu ke- $t$  (Rp/Kg)

$n$  = Umur ekonomis proyek

$i$  = Tingkat suku bunga bank umum (%)

$t$  = Periode per tahun

2. *Internal Rate of Return* dari suatu investasi adalah suatu nilai tingkat bunga yang menunjukkan bahwa nilai sekarang netto (NPV) sama dengan jumlah seluruh ongkos investasi proyek. IRR dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$IRR = I + \frac{NPV1}{NPV1 - NPV2} (i' - i)$$

Keterangan :

$i$  = Tingkat suku bunga yang menghasilkan NPV positif

$i'$  = Tingkat suku bunga yang menghasilkan NPV negative

NPV1 = NPV yang dihasilkan dengan nilai positif pada usaha keripik talas selama 2 tahun.

NPV2 = NPV yang dihasilkan dengan nilai negatif pada usaha keripik talas selama 2 tahun.

Nilai dari  $i$  merupakan tingkat suku bunga kredit bank sedangkan  $i'$  ditentukan dengan cara menetapkan nilai  $i' > i$  yang nilainya mendekati nilai NPV. Jika nilai IRR lebih besar dari tingkat suku bunga yang berlaku ( $IRR > i$ ), maka suatu perencanaan proyek dinyatakan layak untuk dilanjutkan, dan sebaliknya jika  $IRR < i$ , maka proyek ditolak.

3. Analisis Net B/C bertujuan untuk mengetahui beberapa besarnya keuntungan dibandingkan dengan pengeluaran selama umur ekonomisnya. Adapun rumus yang akan dipakai sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Net B/C} &= \frac{\sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{C_t - B_t}{(1+i)^t}} \\ &= \frac{NPV (+)}{NPV (-)} \end{aligned}$$

keterangan :

$C$  = Biaya produksi tahun ke- $t$  (Rp)

$i$  = Tingkat suku bunga yang berlaku

$t$  = Waktu proyek

proyek layak dan efisien untuk dilaksanakan jika nilai  $\text{Net B/C} \geq 1$ , yang berarti manfaat yang diperoleh lebih besar dari biaya yang dikeluarkan. Sebaliknya jika  $\text{Net B/C} < 1$ , yang berarti manfaat yang diperoleh tidak cukup untuk menutupi biaya yang dikeluarkan sehingga proyek tidak layak dan efisien untuk dilanjutkan.

4. *Payback Period* (PP) digunakan untuk melihat jangka waktu pengembalian sesuatu investasi yang dikeluarkan melalui pendapatan bersih tambahan yang diperoleh dari usaha Kharisma Jaya Food. Semakin kecil *Payback Period* menunjukkan semakin cepat jangka waktu pengembalian suatu investasi dan semakin kecil resiko yang dihadapi oleh investor. Perhitungan *Payback Period* adalah sebagai berikut :

$$\text{Payback Period (PP)} = n + (a-b)/(c-b) \times 1 \text{ tahun}$$

Keterangan :

- n = Tahun terakhir dimana jumlah arus kas masih belum bisa menutupi investasi mula – mula.  
a = Jumlah investasi mula – mula.  
b = Jumlah kumulatif arus kas pada tahun ke-n  
c = Jumlah kumulatif arus kas pada tahun ke-n+1

#### 4.5.3 Analisis Cash Flow

Aliran *cash flow* disusun untuk menunjukkan perubahan selama satu periode tertentu serta memberikan alasan mengapa perubahan kas tersebut dengan menunjukkan darimana sumber-sumber kas dan penggunaannya (Umar, 2009). Berdasrkan jenis transaksinya menurut Haming dan Basalamah (2010), kas dalam *cash flow* dibagi menjadi dua macam, yaitu :

1. Arus kas masuk (*cash inflow*), yaitu arus kas menurut jenis transaksinya yang mengakibatkan terjadinya arus penerimaan kas. *Inflow* pada agroindustri kecil keripik talas terdiri dari penerimaan penjualan.
2. Arus kas keluar (*cash outflow*), yaitu arus kas menurut jenis transaksinya yang mengakibatkan terjadinya pengeluaran dan kas.

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Gambaran Umum Perusahaan

Kharisma Jaya Food merupakan agroindustri pengolahan umbi talas menjadi keripik talas yang berlokasi di Jalan Sunan Bonang Desa Belung, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang dengan skala UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Usaha ini didirikan oleh Kharisma Nur Khakiki, SP pada tahun 2013 yang pada awalnya menjual produk keripik talas keliling kampus untuk memperkenalkan produknya. Pada tahun 2015 Kharisma Jaya Food mendapatkan modal berupa dana hibah dari LPPM UB (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Brawijaya) yang bekerja sama dengan Bank BRI (Bank Rakyat Indonesia). Kharisma Jaya Food secara resmi terdaftar sebagai UMKM di Kabupaten Malang pada 15 Desember 2015.

#### Identitas UMKM

|                   |                                                                                                                                                                 |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama UMKM         | : Kharisma Jaya Food                                                                                                                                            |
| Nama Pemilik      | : Kharisma Nur Khakiki                                                                                                                                          |
| Alamat            | : Jalan Sunan Bonang Desa Belung, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang.                                                                                      |
| Jenis Usaha       | : Produksi Keripik Talas                                                                                                                                        |
| Bentuk Perusahaan | : Perorangan                                                                                                                                                    |
| NPWP              | : 74.471.648.1-657.000                                                                                                                                          |
| SIUK              | : 518.4/18/421/421.628/2015                                                                                                                                     |
| No Telpn          | : 082140434240                                                                                                                                                  |
| Email             | : kharisma.jayafood@gmail.com                                                                                                                                   |
| Visi              | : Menjadi UMKM yang Tergolong <i>Fast Moving Enterprise</i> pada Tahun 2020 Berdasarkan Potensi Lokal dan Pengembangan Daerah.                                  |
| Misi              | : <ol style="list-style-type: none"><li>1. Menghasilkan produk lokal (keripik talas) yang konsisten dalam kualitas serta peningkatan dalam kuantitas.</li></ol> |

2. Menghasilkan produk yang efektif dan menjalankan proses produksi yang efisien dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.
3. Bekerjasama dengan berbagai pihak yang mampu menunjang perkembangan UMKM Kharisma Jaya Food.
4. Melakukan Inovasi untuk Mendapatkan Produk yang Unik dan Berbeda.

Potensi pasar untuk produk keripik talas cukup tinggi. Tingginya potensi pasar keripik talas ini terbukti dari tingginya jumlah permintaan untuk keripik talas baik di Malang maupun di luar Malang. Permintaan keripik talas ini biasanya datang dari toko oleh-oleh, travel dan beberapa koperasi yang ada di kampus. Namun, penawaran produk keripik talas masih sangat terbatas karena masih sedikit orang yang menggeluti usaha pembuatan keripik talas. Ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran produk keripik talas memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan. Dengan demikian pasar dapat menyerap seluruh jumlah keripik talas yang diproduksi oleh perusahaan.

Kharisma Jaya Food memproduksi keripik talas dengan dua varian rasa yaitu *barbeque* dan *original*. Rasa *barbeque* pada keripik talas kharisma didapat dengan cara pemberian bubuk tabur perasa *barbeque*, sedangkan pada rasa *original* keripik talas kharisma didapat dengan menambahkan garam dapur sebagai perasa asin.

Harga yang ditetapkan oleh Kharisma Jaya Food untuk setiap 225 gram adalah Rp15.000. Penentuan harga jual tersebut, berdasarkan pada biaya penggunaan bahan, upah tenaga kerja, keuntungan yang ingin didapatkan. Jumlah pembelian minimal adalah 10 pack. Strategi harga yang dilakukan oleh Kharisma Jaya Food adalah dengan tidak mengambil keuntungan yang besar dalam kegiatan usahanya sehingga perputaran modal usaha berjalan lancar dan Kharisma Jaya Food diharapkan akan bisa melakukan produksi dengan jumlah yang lebih besar jika ada permintaan lebih.

Saluran distribusi produk keripik talas pada Kharisma Jaya Food dilakukan secara langsung. Biaya kirim barang untuk luar Malang sepenuhnya ditanggung



oleh konsumen produk ini. Kharisma Jaya Food menjual hasil produksinya kepada toko oleh-oleh, travel dan beberapa koperasi yang ada di kampus. Distribusi dari perusahaan ke konsumen dilakukan sendiri oleh perusahaan. Strategi yang digunakan dalam kegiatan distribusi untuk wilayah Malang ialah Kharisma Jaya Food memberikan ongkos kirim secara gratis kepada konsumen di dalam Kota Malang dan pengiriman dilakukan secara langsung dengan menggunakan mobil pemilik Kharisma Jaya Food.

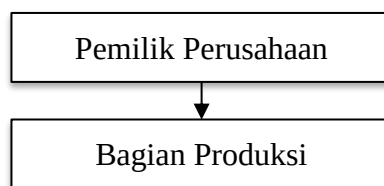
Kegiatan promosi dilakukan oleh Kharisma Jaya Food dalam rangka memasarkan produknya belum maksimal dikarenakan hanya *share* info melalui *whatsapp* dan membuat instagram produk. Didalam instagram tersebut terdapat informasi mengenai deskripsi produk kepada konsumen, bahwa produk tersebut mampu memberikan manfaat yang memadai serta mampu memuaskan kebutuhan konsumen.

Usaha pembuatan keripik talas yang dilakukan Kharisma Jaya Food dapat dikatakan turut serta membantu perekonomian masyarakat sekitar, hal tersebut tercermin dari penggunaan tenaga kerja yang berasal dari lingkungan Kharisma Jaya Food. Selain itu, limbah yang dihasilkan dari sisa produksi keripik talas tidak berdampak negatif terhadap lingkungan, karena sebagian besar bahan baku tersebut habis terpakai.

Pada dasarnya Kharisma Jaya Food belum memiliki struktur organisasi secara tertulis. Namun berdasarkan hasil wawancara maka dapat disimpulkan bahwa struktur organisasi Kharisma Jaya Food terdiri atas pemilik perusahaan dan bagian produksi. Struktur organisasi yang tertinggi Kharisma Jaya Food dipimpin oleh pemilik perusahaan. Pemilik perusahaan memiliki peran yang dominan dalam setiap aktivitas perusahaan. Pemilik dibantu bagian produksi dalam menjalankan setiap produksi yang ada di Kharisma Jaya Food. Melalui struktur organisasi ini diharapkan dapat membantu pelaksanaan pencapaian tujuan organisasi secara efektif dan efisien serta dapat mempermudah gambaran tugas, wewenang dan tanggung jawab karyawan kepada pemimpin serta agar tercapai suasana kerja yang kondusif dan dapat meningkatkan kualitas kerja karyawan.



Struktur Kharisma Jaya Food dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Struktur Organisasi Kharisma Jaya Food

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

Adapun tugas dari masing-masing pelaksana adalah sebagai berikut :

#### 1. Pemilik Perusahaan

Kharisma Jaya Food dipimpin oleh Kharisma Nur Khakiki, SP yang memiliki wewenang untuk melakukan seluruh kegiatan perusahaan terutama untuk merencanakan strategi, mengambil keputusan, mengawasi jalannya aktivitas perusahaan, menetapkan kebijakan yang berhubungan dengan pemasok serta melakukan evaluasi kegiatan diperusahaan.

#### 2. Bagian produksi

Bagian produksi bertanggung jawab terhadap jalannya produksi dari mulai persiapan bahan baku sampai pengemasan produk jadi untuk kemudian siap dipasarkan kepada konsumen.

### 5.2 Proses Produksi Keripik Talas Kharisma

Proses produksi yang dilakukan oleh usaha pengolahan umbi talas menjadi keripik talas ini merupakan kegiatan yang dimulai dari pengadaan bahan baku sampai dengan pengemasan produk jadi. Produksi keripik talas dengan bahan baku dari umbi talas diproses dengan cara digoreng menggunakan kompor dengan minyak goreng. Proses yang pertama kali dilakukan dalam memproduksi keripik talas adalah proses pengupasan, pencucian, perajangan, proses selanjutnya pengorengan, penirisan, pemberian perasa dan terakhir proses pengemasan keripik talas.

#### 5.2.1 Bahan-bahan Keripik Talas

##### 1. Bahan baku

Bahan baku utama dalam pembuatan keripik talas adalah umbi talas. Umbi talas yang digunakan merupakan umbi talas dengan jenis mbote dengan rata-rata

diameter 12 cm. Umbi talas yang diperoleh berasal dari para petani yang ada di Kecamatan Poncokusumo. Umbi talas yang dibutuhkan sebanyak 150 kg/proses produksi dengan hasil keripik talas 33,75 kg/proses produksi.

## 2. Bahan penunjang

Bahan tambahan atau bahan penunjang yang dibutuhkan dalam proses pembuatan keripik talas adalah minyak goreng, perasa original dan perasa *barbeque*. Penggunaan minyak goreng dalam proses produksi bertujuan untuk menggoreng keripik talas. Penggunaan perasa original dan perasa *barbeque* bertujuan untuk membuat keripik talas memiliki varian rasa original dan *barbeque*.

## 3. Bahan pengemas

Kemasan yang digunakan oleh Kharisma Jaya Food dalam pengemasan keripik talas menggunakan plastik *zipper lock*. plastik *zipper lock* yang digunakan berkapasitas 225 gram. Sehingga Kharisma Jaya Food hanya menjual produk keripik talas dengan jumlah minimal 225 gram.

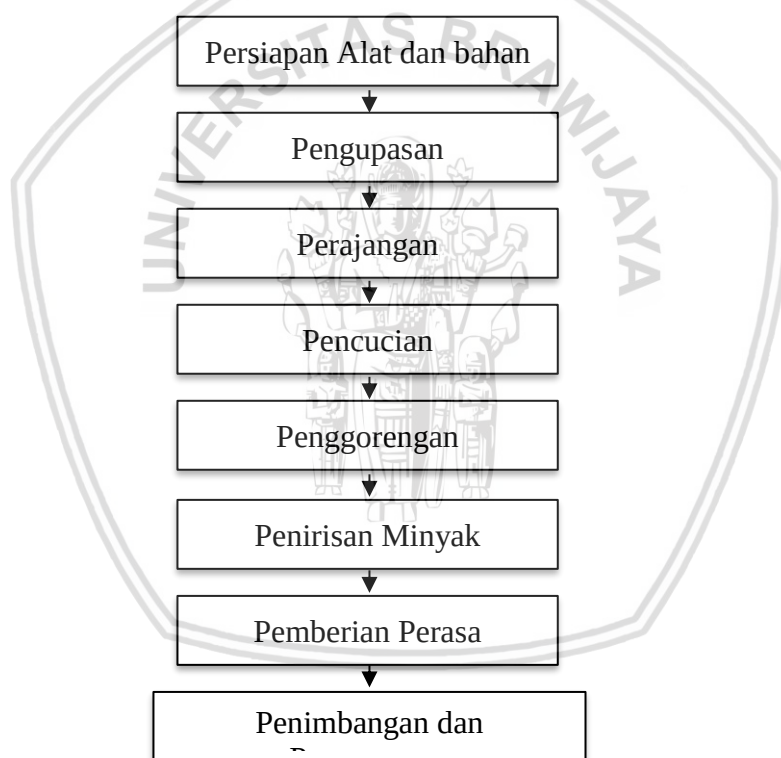
### 5.2.2 Peralatan-peralatan produksi

1. Pisau : Digunakan untuk mengupas kulit umbi talas.
2. Alat perajang : Alat untuk merajang umbi talas menjadi tipis-tipis.
3. Ember : Digunakan untuk mencuci umbi talas yang sudah dirajang.
4. Sudip : Alat penggorengan untuk membalik keripik talas yang digoreng dalam minyak.
5. Serok : Alat untuk mengambil keripik talas dari minyak dalam wajan penggorengan.
6. Kompor : Alat untuk memasak keripik talas.
7. Wajan : Wadah sebagai alat penggorengan untuk menggoreng umbi talas.
8. Ember besar : Digunakan untuk mencampur perasa pada keripik talas.
9. Timbangan digital : Digunakan untuk menimbang ukuran produk yang akan dikemas.

### 5.2.3 Proses Pembuatan Keripik Talas

Kharisma Jaya Food menghasilkan produk berupa keripik talas yang berasal dari umbi talas diproses dengan cara mengupas kulit terlebih dahulu kemudian

dirajang tipis-tipis dengan menggunakan alat perajang. Langkah selanjutnya adalah pencucian umbi talas yang telah dirajang dengan menggunakan ember besar hingga cairan asam oksalat menghilang. Ketika proses pencucian selesai dilakukan penggorengan pada wajan berisi minyak yang telah disiapkan. Setelah itu meniriskan hasil gorengan keripik untuk menghilangkan kadar minyak yang masih terdapat pada keripik talas. Kemudian memberikan perasa pada keripik yang akan dikemas. Proses terakhir adalah mengemas keripik kedalam plastik sesuai ukuran. Strategi produk yang digunakan oleh Kharisma Jaya Food selaku produsen keripik talas adalah dengan menggunakan bahan baku yang memiliki kualitas pilihan dengan kualifikasi umbi talas yang rata-rata berdiameter 12 cm. Secara sederhana proses pembuatan keripik talas dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Tahapan Proses Produksi Kripik Talas

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

Berikut adalah penjelasan dari kerangka tahapan dalam membuat kripik talas di Kharisma Jaya Food.

#### 1. Persiapan Alat dan Bahan

Proses pertama yang dilakukan dalam produksi kripik talas adalah melakukan persiapan alat-alat, bahan baku dan bahan penunjang pembuatan kripik talas.

Bahan baku yang digunakan umbi talas yang telah di sortir terlebih dahulu dan bahan penunjang yang digunakan perasa original, perasa *barbeque*, gas LPG dan minyak goreng.

## 2. Pengupasan

Pengupasan umbi talas dilakukan menggunakan pisau dengan bersih. Pengupasan umbi talas bertujuan untuk memisahkan antara kulit dari umbi talas dan memisahkan bagian umbi talas yang memiliki kualitas yang buruk.

## 3. Perajangan

Umbi talas yang telah dikupas dengan bersih lalu dirajang menggunakan alat perajang hal tersebut agar umbi talas menjadi bagian yang tipis-tipis.

## 4. Pencucian

Langkah selanjutnya merupakan pencucian umbi talas yang telah dirajang tipis-tipis dengan menggunakan ember besar hingga cairan asam oksalatnya menghilang.

## 5. Penggorengan

Ketika proses pencucian telah selesai dilakukan penggorengan pada wajan berisi minyak yang telah disiapkan. Proses penggorengan dilakukan hingga keripik talas berubah warna menjadi keemasan.

## 6. Penirisan Minyak

Setelah itu meniriskan hasil gorengan agar mengurangi kadar minyak yang masih terdapat pada keripik talas

## 7. Pemberian Perasa

Kemudian memberikan perasa original atau perasa *barbeque* pada keripik yang akan dikemas sesuai dengan perasa yang telah disediakan. Cara pemberian perasa ke keripik talas dengan menggunakan ember besar lalu diaduk keripik talas dengan perasa.

## 8. Penimbangan dan Pengemasan

Proses terakhir adalah menimbang keripik talas menggunakan timbangan digital lalu keripik talas dikemas kedalam plastic *zipper lock* dengan berat 225 gram.

### 5.3 Faktor Produksi Keripik Talas Kharisma

Faktor produksi merupakan faktor yang berpengaruh besar dalam keberhasilan suatu perusahaan dalam memproduksi keripik talas. Faktor produksi adalah sumber daya yang digunakan dalam sebuah proses produksi keripik talas. Faktor-faktor produksi tersebut yaitu modal, bahan baku, sumber daya dan teknologi.

#### 5.3.1 Modal

Modal merupakan faktor penting dalam kelancaran suatu usaha, apabila modal dikelola secara tepat maka akan meningkatkan profit perusahaan. Jumlah dana yang diperlukan untuk produksi keripik talas adalah Rp.9.839.870. dana yang tersedia tersebut digunakan untuk modal investasi peralatan pada awal tahun sebesar Rp.8.725.000 dan biaya produksi sebesar Rp.1.114.870 (Lampiran 7). Sumber dana yang digunakan adalah berasal dari modal sendiri dan Teras Usaha Mahasiswa BRI kerjasama antara (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) LPPM Universitas Brawijaya dengan BANK BRI. Kebutuhan investasi merupakan modal yang dikeluarkan pada awal periode usaha untuk pembelian sarana dan prasaran yang mendukung berjalannya usaha tersebut dan digunakan untuk memperoleh manfaat hingga secara ekonomis tidak dapat digunakan lagi. Oleh karena itu, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel. 3 Modal Awal yang dikeluarkan

| No           | Uraian                  | Jumlah | Harga Satuan (Rp) | Biaya (Rp)       |
|--------------|-------------------------|--------|-------------------|------------------|
| 1.           | Mesin Pemasrah/Perajang | 1      | 3.500.000         | 3.500.000        |
| 2.           | Kompor                  | 3      | 495.000           | 1.485.000        |
| 3.           | Regulator               | 3      | 135.000           | 405.000          |
| 4.           | Tabung Gas 3 Kg         | 6      | 125.000           | 750.000          |
| 5.           | Wajan                   | 3      | 225.000           | 675.000          |
| 6.           | Sudip                   | 3      | 45.000            | 135.000          |
| 7.           | Serok besar             | 5      | 55.000            | 275.000          |
| 8.           | Pisau                   | 10     | 22.500            | 225.000          |
| 9.           | Timbangan Digital       | 1      | 350.000           | 350.000          |
| 10.          | Ember Besar             | 10     | 45.000            | 600.000          |
| 11.          | Tong Besar              | 1      | 475.000           | 475.000          |
| <b>Total</b> |                         |        |                   | <b>8.725.000</b> |

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa total biaya investasi sebesar Rp.8.725.000. Biaya investasi terbesar yaitu untuk mesin pemasrah/perajang

sebesar Rp.3.500.000. Sedangkan investasi terendah untuk pembelian sudip sebanyak 3 buah dengan biaya sebesar Rp.135.000.

### 5.3.2 Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan keripik talas terdiri dari bahan baku utama, bahan baku penunjang dan bahan pengemas. Bahan baku utama yaitu umbi talas. Bahan baku penunjang yaitu minyak goreng, perasa original dan perasa *barbeque*. Bahan baku yang digunakan dalam satu kali proses produksi keripik talas terdapat pada Tabel 4.

Tabel. 4 Bahan Baku dalam Sekali Proses Produksi Keripik Talas

| No                          | Keterangan                          | Harga (Rp) | Jumlah | Biaya (Rp) |
|-----------------------------|-------------------------------------|------------|--------|------------|
| <b>Bahan baku utama</b>     |                                     |            |        |            |
| 1.                          | Umbi talas (Kg)                     | 1.000      | 150    | 150.000    |
| <b>Bahan baku penunjang</b> |                                     |            |        |            |
| 2.                          | Minyak goreng (Liter)               | 9.500      | 6      | 57.000     |
| 3.                          | Perasa <i>barbeque</i> (Kg)         | 22.000     | 0,5    | 11.000     |
| 4.                          | Perasa original (Kg)                | 9.500      | 0,5    | 4.750      |
| 5.                          | Gas LPG 3 Kg (Unit)                 | 17.000     | 1,5    | 25.500     |
| <b>Bahan pengemas</b>       |                                     |            |        |            |
| 6.                          | Plastik <i>zipper lock</i> (Lembar) | 800        | 150    | 120.000    |

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

Bahan baku utama proses produksi keripik talas adalah umbi talas. Umbi talas merupakan bahan baku utama pada usaha keripik talas yang diperoleh dari beberapa petani yang ada di Kecamatan Poncokusumo sebanyak 150 Kg setiap bulannya. Umbi talas diperoleh dengan harga Rp.1.000/Kg kuantitas bahan baku berupa umbi talas dalam satu kali produksi yaitu 150 Kg yang dapat menghasilkan 33,75 Kg keripik talas.

Bahan baku penunjang berupa minyak goreng, gas LPG, perasa *barbeque*, dan perasa original. Minyak goreng dan gas LPG dalam proses produksi bertujuan untuk menggoreng keripik talas. Penggunaan perasa original dan perasa *barbeque* bertujuan untuk membuat keripik talas memiliki varian rasa original dan *barbeque*. Harga minyak goreng adalah Rp.9.500/Liter, minyak goreng yang dibutuhkan dalam satu kali produksi adalah 6 Liter, sehingga dalam satu kali produksi membutuhkan biaya Rp.57.000. Harga gas LPG adalah Rp.17.000/Unit, gas LPG yang dibutuhkan dalam satu kali produksi adalah 1,5 unit, sehingga dalam satu kali produksi membutuhkan biaya Rp.25.500. Harga perasa original



adalah Rp.9.500/Kg, perasa original yang dibutuhkan dalam satu kali produksi adalah 0,5 Kg, sehingga dalam satu kali produksi membutuhkan Rp.4.750 dan harga perasa *barbeque* adalah Rp.22.000/Kg, perasa *barbeque* yang dibutuhkan dalam satu kali produksi adalah 0,5 Kg, sehingga dalam satu kali produksi membutuhkan Rp.11.000.

Bahan pengemas keripik talas yang digunakan adalah plastik *zipper lock*. Satu lembar plastik *zipper lock* mampu menyimpan 225 gram keripik talas. Dalam satu kali produksi membutuhkan 150 lembar plastik *zipper lock* dengan harga Rp.800/lembar. Sehingga dalam satu kali proses produksi membutuhkan biaya pengemasan sebesar Rp.120.000.

### 5.3.3 Sumberdaya Manusia

Keseluruhan tenaga kerja yang bekerja di Kharisma Jaya Food berjumlah 5 orang dengan sistem borongan. Semua tenaga kerja yang dipekerjakan merupakan ibu-ibu yang tinggal di sekitar Kharisma Jaya Food dan mereka bekerja di bagian produksi. Perusahaan tidak memiliki standar khusus dalam perekerutan tenaga kerja karena Kharisma Jaya Food lebih mengutamakan kemampuan kerja dan sehat jasmani rohani dari pada tingkat pendidikan. Upah tenaga kerja yang diberikan Kharisma Jaya Food terdapat pada Tabel 5.

Tabel 5. Upah Tenaga Kerja Borongan di Kharisma Jaya Food

| No | Tenaga Kerja | Upah per satu kali produksi<br>(Rp) | Jumlah | Total (Rp) |
|----|--------------|-------------------------------------|--------|------------|
| 1. | Produksi     | 20.000                              | 5      | 100.000    |

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 5. Dapat dilihat bahwa upah yang diberikan hanya kepada bagian produksi. Upah tenaga kerja borongan bagian produksi yaitu sebesar Rp.20.000/satu kali produksi sehingga perusahaan memberikan upah kepada tenaga kerja sebesar Rp.100.000/satu kali produksi

### 5.3.4 Teknologi

Teknologi merupakan salah satu faktor penting dalam proses produksi keripik talas. Teknologi dapat membantu perusahaan lebih efisien, baik dalam waktu kerja maupun sumber daya yang dimiliki. Perusahaan dalam memproduksi keripik talas sudah menggunakan teknologi yaitu alat perajang dan kompor gas, tetapi dalam pengemasan perusahaan masih menggunakan tenaga kerja manusia.



Teknologi yang digunakan dalam produksi keripik talas di Kharisma Jaya Food terdapat pada Tabel 6.

Tabel 6. Teknologi Produksi Keripik Talas di Kharisma Jaya Food.

| No | Uraian                  | Jumlah (buah) |
|----|-------------------------|---------------|
| 1. | Mesin Pemasrah/Perajang | 1             |
| 2. | Kompore Gas             | 3             |

Sumber : Data Primer, 2016 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 6. Dapat dilihat bahwa Kharisma Jaya Food dalam produksi keripik talas menggunakan teknologi. Kharisma Jaya Food memiliki teknologi yang dipergunakan sebanyak 4 unit. Satu unit mesin pemasrah/perajang digunakan untuk memotong-motong tipis umbi talas sebelum digoreng agar mendapatkan ukuran ketipisan yang diinginkan dan lebih efisien dalam waktu, tiga unit kompor gas digunakan untuk menggoreng keripik talas agar dapat matang sempurna dan lebih efisien dalam penggunaannya.

#### 5.4 Analisis Nilai Tambah Keripik Talas Kharisma

Analisis nilai tambah digunakan untuk menguji pertama dalam penelitian ini yang diduga agroindustri pengolahan umbi talas menjadi keripik talas memberikan nilai tambah yang tinggi. Nilai tambah pengolahan umbi talas di daerah penelitian, dihitung dengan menggunakan model perhitungan Hayami. Perhitungan nilai tambah dilakukan dengan melihat berbagai komponen yang mempengaruhi dalam perhitungan, antara lain sumbangan *input* lain dan harga bahan baku. Selain nilai tambah, model perhitungan Hayami juga menganalisis pendapatan tenaga kerja, keuntungan pengusaha, serta dapat melihat margin yang diperoleh dari pengolahan keripik talas tersebut.

Tabel 7. *Output*, *Input* dan Harga Keripik Talas

| Variabel                                                | Nilai  |
|---------------------------------------------------------|--------|
| <b><i>Output, Input dan Harga</i></b>                   |        |
| <i>Output</i> atau total produksi (Kg/proses produksi)  | 33,75  |
| <i>Input</i> bahan baku (Kg/proses produksi)            | 150    |
| <i>Input</i> tenaga kerja (HOK/proses produksi)         | 5      |
| Faktor Konversi                                         | 0,225  |
| Koefisien tenaga kerja                                  | 0,033  |
| Harga produk (Rp/Kg)                                    | 15.000 |
| Upah rata-rata tenaga kerja per satu kali produksi (Rp) | 20.000 |

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 7. Hasil nilai tambah keripik talas di Kharisma Jaya Food menggunakan metode Hayami dapat diketahui bahwa jumlah *output* yang dihasilkan selama satu kali produksi adalah sebesar 33,75 Kg keripik talas, dengan mengolah umbi talas sebanyak 150 Kg. Sehingga faktor konversi yang didapat adalah sebesar 0,225. Nilai konversi ini menunjukkan bahwa setiap pengolahan 1 Kg umbi talas akan menghasilkan 0,225 Kg keripik talas. Faktor konversi merupakan perbandingan penggunaan bahan baku dengan *output* yang dihasilkan (konversi antara *input* dan *output*). Harga *output* keripik talas ditempat penelitian adalah sebesar Rp.15.000/Kg. Dalam proses pembuatan keripik talas tenaga kerja yang digunakan berjumlah 5 orang. Sehingga koefisien tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi 1 Kg umbi talas yaitu sebesar 0,033. Koefisien tenaga kerja menunjukkan besarnya curahan tenaga kerja untuk setiap kilogram bahan baku. Tenaga kerja dalam agroindustri keripik talas di tempat penelitian diperlukan untuk mengerjakan berbagai kegiatan produksi seperti pengupasan, penggorengan hingga pengemasan. Dalam proses pembuatan keripik talas di tempat penelitian, sumber tenaga kerja yang digunakan berasal dari luar keluarga. Upah tenaga kerja bagian produksi yaitu sebesar Rp. 20.000/satu kali produksi. Untuk satu kali produksi dibutuhkan tenaga kerja sebanyak 5 orang. Pendapatan dan keuntungan dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Pendapatan dan Keuntungan Keripik Talas

| Variabel                                    | Nilai |
|---------------------------------------------|-------|
| <b>Pendapatan dan Keuntungan</b>            |       |
| Harga <i>input</i> bahan baku (Rp/Kg)       | 1.000 |
| Sumbangan <i>input</i> lain (Rp/Kg)         | 1.455 |
| Nilai Produk (Rp)                           | 3.375 |
| Nilai Tambah (Rp/Kg)                        | 920   |
| Rasio Nilai Tambah (%)                      | 27,25 |
| Pendapatan tenaga kerja (Rp)                | 666,6 |
| Bagian tenaga kerja (dari nilai tambah) (%) | 72,46 |
| Bagian tenaga kerja (dari nilai produk) (%) | 19,75 |
| Keuntungan (Rp/Kg)                          | 253   |
| Tingkat keuntungan (dari nilai tambah) (%)  | 27,53 |
| Tingkat keuntungan (dari nilai produk) (%)  | 7,49  |

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 8. Dapat dilihat bahwa harga *input* (bahan baku) yaitu umbi talas ditempat penelitian adalah sebesar Rp.1.000/Kg. Selain bahan baku, proses pembuatan keripik talas juga membutuhkan bahan-bahan penunjang (*input*

lain) seperti minyak goreng, gas LPG, perasa *barbeque* dan perasa original, dan bahan pengemas. Secara rinci biaya bahan penunjang (sumbangan *input* lain) pada pembuatan keripik talas dapat dilihat pada Tabel 9.

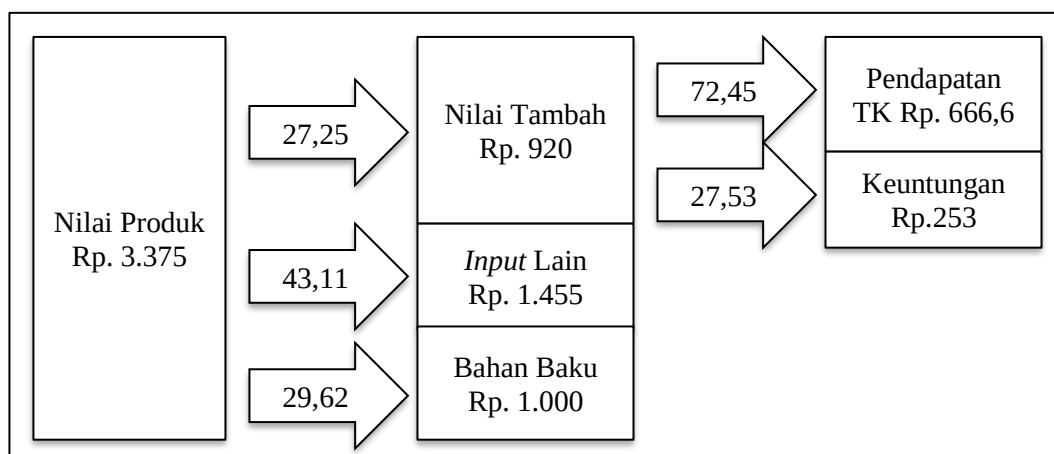
Tabel 9. *Input* Lain yang Digunakan dalam Proses Produksi Keripik Talas

| No                                         | Uraian                     | Biaya (Rp) |
|--------------------------------------------|----------------------------|------------|
| 1.                                         | Minyak goreng              | 57.000     |
| 2.                                         | Gas LPG                    | 25.500     |
| 3.                                         | Perasa <i>barbeque</i>     | 11.000     |
| 4.                                         | Perasa original            | 4.750      |
| 5.                                         | Plastik <i>zipper lock</i> | 120.000    |
| <b>Total</b>                               |                            | 218.250    |
| <b>Penggunaan Bahan Baku (Kg)</b>          |                            | 150        |
| <b>Sumbangan <i>input</i> lain (Rp/Kg)</b> |                            | 1.455      |

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

Dari Tabel 9. Dapat dilihat bahwa sumbangan *input* lain dalam produksi keripik talas yaitu sebesar Rp.1.455/Kg bahan baku. Besarnya sumbangan *input* lain diperoleh dari total biaya sumbangan *input* lain yaitu sebesar Rp.218.250 dibagi dengan penggunaan bahan baku dalam satu kali produksi sebesar 150 Kg. biaya bahan baku penunjang yang paling besar adalah plastik *zipper lock* yaitu sebesar Rp.120.000, sedangkan biaya bahan baku penunjang yang paling sedikit adalah perasa original, yaitu sebesar Rp. 4.750.

Nilai produknya adalah Rp.3.375. Nilai produk dari pengolahan umbi talas menjadi keripik talas ini diperoleh dari hasil perkalian antara faktor konversi dengan harga *output* (Rp/Kg). Keuntungan yang diperoleh dari agroindustri keripik talas dalam satu kali produksi adalah sebesar Rp.253/Kg bahan baku. Sedangkan tingkat keuntungan yang diperoleh agroindustri keripik talas adalah sebesar 27,53% dari nilai produksi, artinya setiap 1 Kg bahan baku dengan adanya nilai tambah yang diperoleh karena pengolahan yang dilakukan maka keuntungan yang diperoleh sebesar Rp.253/Kg. Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui distribusi nilai tambah bagi pendapatan tenaga kerja dan keuntungan pada produksi keripik talas per proses produksi dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Distribusi Nilai Tambah Bagi Pendapatan Tenaga Kerja Serta Keuntungan pada Produksi Keripik Talas Kharisma Jaya Food

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

Nilai tambah pada pengolahan umbi talas menjadi keripik talas adalah sebesar Rp.920/Kg. Besarnya nilai tambah ini diperoleh dari pengurangan nilai produk sebesar Rp.3.375 dengan biaya bahan baku (harga *input*) sebesar Rp.1.000/Kg dan biaya sumbangan *input* lain (biaya penunjang) sebesar Rp.1.455/Kg. Secara matematis, besarnya nilai tambah didapat dari :

$$\begin{aligned}\text{Nilai Tambah} &= \text{Rp.3.375} - (\text{Rp. 1.000} + \text{Rp. 1.455}) \\ &= \text{Rp.920/Kg}\end{aligned}$$

Besarnya nilai tambah yang didapat dari perhitungan sejalan dengan besarnya nilai tambah terhadap nilai *output*. Rasio nilai tambah ini didapat dari pembagian antara nilai tambah dengan nilai *output* yang dinyatakan dengan persen (%). Rasio nilai tambah yang diperoleh dalam pengolahan keripik talas ini adalah 27,25%. Secara matematis rasio nilai tambah pengolahan keripik talas yaitu sebagai berikut :

$$\text{Rasio Nilai Tambah} = \frac{920}{3.375} \times 100\% = 27,25\%$$

Tabel 10. Balas Jasa Untuk Faktor Produksi Keripik Talas

| Variabel                                | Nilai |
|-----------------------------------------|-------|
| <b>Balas jasa untuk faktor produksi</b> |       |
| Margin                                  | 2.375 |
| Pendapatan tenaga kerja (%)             | 28,07 |
| Sumbangan <i>input</i> lain (%)         | 61,26 |
| Keuntungan perusahaan (%)               | 10,66 |

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 10. Analisis nilai tambah metode Hayami menunjukkan besarnya nilai margin, nilai margin tersebut menunjukkan biaya yang digunakan untuk produksi keripik talas tanpa memperhitungkan biaya bahan baku utama sebesar Rp.2.375/kg. Berdasarkan nilai margin dapat diketahui presentase pendapatan tenaga kerja sebesar 28,07% dan presentase sumbangan *input* lain sebesar 61,26% sehingga imbalan yang diperoleh agroindustri Kharisma Jaya Food sebesar 10,66%.

Setelah melakukan analisis nilai tambah diatas maka dapat dilakukan pengujian nilai tambah menurut Hubeis dan Apriadi (2003), kriteria pengujian nilai tambah dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Rasio nilai tambah dikatakan rendah jika nilai rasio  $< 15\%$
2. Rasio nilai tambah dikatakan sedang jika nilai rasio  $15\%-40\%$
3. Rasio nilai tambah dikatakan tinggi jika nilai rasio  $> 40\%$

Nilai tambah yang dihasilkan dari proses pengolahan umbi talas menjadi keripik talas di Kharisma Jaya Food tergolong sedang, hal ini dikarenakan nilai tambah keripik talas sebesar Rp.920/Kg dengan rasio nilai tambah sebesar 27,25%.

### 5.5 Analisis Arus Uang Tunai (*Cash Flow*) Keripik Talas Kharisma

Aliran *cash flow* disusun untuk menunjukkan perubahan selama satu periode tertentu. aliran *cash flow* dapat memberikan alasan penyebab perubahan kas tersebut dengan menunjukkan dari mana sumber-sumber kas dan penggunaanya pada Kharisma Jaya Food. Analisis *cash flow* terdiri dari arus kas masuk (*inflow*) dan arus kas keluar (*outflow*).

#### 5.5.1 Analisis Hasil *Inflow*

Pada usaha pembuatan keripik talas dengan alat yang ada sekarang ini, arus penerimaan diperoleh dari hasil penjualan produk keripik talas. Selain itu, penerimaan juga diperoleh dari nilai sisa biaya investasi mesin pemasrah/perajang, kompor, regulator, tabung gas LPG 3 Kg, wajan, sudip, serok besar, pisau, timbangan digital, ember besar dan tong besar yang saat ini digunakan dalam proses pembuatan keripik talas. Jumlah alat yang digunakan untuk memproduksi keripik talas saat ini yaitu satu buah mesin

pemasrah/perajang, tiga buah kompor, tiga buah regulator, enam buah tabung gas 3 Kg, tiga buah wajan, tiga buah sudip, lima buah serok besar, sepuluh buah pisau, satu buah timbangan digital, sepuluh buah ember besar dan satu buah tong besar. Dalam sekali siklus produksi dapat dihasilkan keripik talas sebanyak 33,75 Kg. Pada tahun 2017 proses produksi dilakukan tiga kali dalam sebulan sehingga dalam satu tahun terdapat 36 kali produksi maka keripik talas yang dapat dihasilkan yaitu sebanyak 1.215 Kg atau setara 5.400 pack. Total penjualan keripik talas pada tiap tahun disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Jumlah Produksi dan Nilai Penjualan Keripik Talas

| Tahun | Jumlah Produksi (Pack) | Harga (Rp) | Nilai (Rp) |
|-------|------------------------|------------|------------|
| 2013  | 300                    | 15.000     | 4.500.000  |
| 2014  | 3.600                  | 15.000     | 54.000.000 |
| 2015  | 5.400                  | 15.000     | 81.000.000 |
| 2016  | 5.400                  | 15.000     | 81.000.000 |
| 2017  | 5.400                  | 15.000     | 81.000.000 |

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

### 5.5.2 Analisis Hasil *Outflow*

Arus pengeluaran terdiri dari pengeluaran untuk biaya Investasi dan biaya produksi. Biaya investasi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan pada tahun pertama proyek. Biaya produksi adalah biaya-biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi keripik talas. Rincian biaya investasi terdapat pada Tabel 12.

Tabel 12. Biaya Investasi Awal Usaha Pembuatan Keripik Talas

| No           | Uraian                  | Jumlah | Harga Satuan (Rp) | Biaya            |
|--------------|-------------------------|--------|-------------------|------------------|
| 1.           | Mesin Pemasrah/Perajang | 1      | 3.500.000         | 3.500.000        |
| 2.           | Kompor                  | 3      | 495.000           | 1.485.000        |
| 3.           | Regulator               | 3      | 135.000           | 405.000          |
| 4.           | Tabung Gas 3 Kg         | 6      | 125.000           | 750.000          |
| 5.           | Wajan                   | 3      | 225.000           | 675.000          |
| 6.           | Sudip                   | 3      | 45.000            | 135.000          |
| 7.           | Serok besar             | 5      | 55.000            | 275.000          |
| 8.           | Pisau                   | 10     | 22.500            | 225.000          |
| 9.           | Timbangan Digital       | 1      | 350.000           | 350.000          |
| 10.          | Ember Besar             | 10     | 45.000            | 450.000          |
| 11.          | Tong Besar              | 1      | 475.000           | 475.000          |
| <b>Total</b> |                         |        |                   | <b>8.725.000</b> |

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 12. Besarnya nilai investasi tersebut merupakan gambaran mengenai biaya awal usaha keripik talas. Investasi terbesar adalah pada



tahun 2013 yaitu sebesar Rp.8.725.000, hal ini dikarenakan pada awal usaha dibutuhkan pengadaan investasi peralatan. Biaya investasi terbesar yaitu untuk pembelian mesin pemasrah/perajang sebanyak satu unit sebesar Rp.3.500.000. sedangkan investasi terendah untuk pembelian sudip sebanyak 3 buah dengan biaya sebesar Rp.135.000.

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melakukan produksi keripik talas. Biaya produksi terdiri dari biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variable cost*). Biaya tetap adalah biaya yang tidak dipengaruhi oleh naik turunnya produksi yang dilakukan, biaya tetap Kharisma Jaya Food adalah pajak bumi dan bangunan. Sedangkan biaya variabel terdiri dari bahan baku, bahan penunjang, bahan pengemas dan biaya lain-lain. Secara rinci alokasi biaya produksi keripik talas dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Biaya Produksi Keripik Talas pada Tahun 2017

| No                    | Uraian                          | Nilai (Rp)        |
|-----------------------|---------------------------------|-------------------|
| <b>Biaya Tetap</b>    |                                 |                   |
| 1.                    | Pajak bumi dan bangunan         | 33.370            |
| <b>Biaya Variabel</b> |                                 |                   |
| 1.                    | Umbi talas (Rp/Kg)              | 5.400.000         |
| 2.                    | Minyak goreng (Rp/Liter)        | 2.052.000         |
| 3.                    | Perasa BBQ (Rp/Kg)              | 396.000           |
| 4.                    | Perasa original (Rp/Kg)         | 171.000           |
| 5.                    | Gas LPG 3 Kg                    | 918.000           |
| 6.                    | Plastik <i>zipper lock</i> (Rp) | 4.320.000         |
| 7.                    | Tenaga kerja                    | 3.600.000         |
| 8.                    | Listrik (Rp)                    | 360.000           |
| 9.                    | Transportasi (Rp)               | 1.800.000         |
| 10.                   | Pulsa <i>handphone</i> (Rp)     | 600.000           |
| <b>Total</b>          |                                 | <b>19.650.370</b> |

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 13. Dapat diketahui total biaya produksi pada tahun 2017 sebesar Rp.19.650.370. Total biaya tetap produksi keripik talas yaitu sebesar Rp.33.370 Dan total biaya variabel produksi keripik talas dalam satu tahun sebesar Rp.19.650.370. Biaya terbesar digunakan untuk pembelian bahan baku yaitu umbi talas sebesar Rp.5.400.000 dalam satu tahun. Jumlah kebutuhan umbi talas dalam satu tahun yaitu sebanyak 5.400Kg/Tahun dengan harga Rp. 1.000/Kg. biaya terendah yaitu perasa original sebesar Rp.171.000 dalam satu tahun dengan penggunaan perasa original sebanyak 18 Kg Dengan harga

Rp.9.500/Kg. Upah yang diberikan kepada tenaga kerja borongan bagian produksi sebesar Rp.20.000/hari. Bahan baku penolong berupa minyak goreng, gas LPG 3Kg, perasa BBQ Dan perasa original. Jumlah penggunaan minyak goreng adalah sebanyak 216 Liter/Tahun dengan harga minyak goreng Rp.9.500/Liter. Jumlah penggunaan gas LPG 3Kg adalah sebanyak 54Kg/Tahun dengan harga gas LPG 3Kg Rp.17.000. Jumlah penggunaan perasa BBQ dan perasa original adalah sebanyak 18Kg/Tahun dengan harga perasa BBQ Rp.22.000/Kg. sedangkan harga perasa original Rp.9.500/Kg. Bahan pengemas keripik talas yang digunakan adalah plastik *zipper lock*. Satu plastik *zipper lock* mampu menyimpan 225 gram keripik talas. Dalam satu tahun menghasilkan 1.215Kg keripik talas sehingga dalam satu tahun membutuhkan 5.400 Buah plastik *zipper lock* dengan harga Rp.800/buah. Sehingga dalam satu tahun membutuhkan biaya bahan pengemasan sebesar Rp.4.320.000. Biaya lain-lain terdiri dari biaya listrik, transportasi, dan pulsa *handphone*. Peralatan dan sumber air yang digunakan dalam proses produksi keripik talas menggunakan listrik sehingga terdapat biaya listrik sebesar Rp.360.000. Biaya pulsa *handphone* sebesar Rp.600.000. digunakan untuk berkomunikasi terkait dengan kegiatan produksi mulai dari pengadaan bahan baku hingga pemasaran produk keripik talas. Biaya transportasi yang dikeluarkan dalam satu tahun yaitu sebesar Rp.1.800.000. biaya transportasi untuk membeli bensin saja dikarenakan pihak Kharisma Jaya Food menggunakan mobil pribadi. Transportasi digunakan untuk mengirim keripik talas ke konsumen.

### 5.6 Analisis Kelayakan Finansial Usaha Keripik Talas Kharisma

Analisis kelayakan finansial dilihat dari kriteria nilai NPV, Net B/C, IRR, dan *Payback Periode*. Pengukuran kriteria-kriteria tersebut diukur kelayakkannya dengan tingkat suku bunga 6,4%. untuk mengetahui hasil analisis finansial agroindustri keripik talas dapat dilihat pada Tabel 14. Perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada (Lampiran 7)

Tabel 14. Hasil Analisis Kelayakan Finansial Kharisma Jaya Food

| Kriteria                                    | Hasil Analisis | Keterangan |
|---------------------------------------------|----------------|------------|
| <i>Net Present Value</i> (NPV) (Rp)         | 146.298.664,4  | Layak      |
| <i>Net Benefit and Cost Ratio</i> (Net B/C) | 4,1            | Layak      |

Tabel 14. Hasil Analisis Kelayakan Finansial Kharisma Jaya Food (Lanjutan)

| <b>Kriteria</b>                     | <b>Hasil Analisis</b> | <b>Keterangan</b> |
|-------------------------------------|-----------------------|-------------------|
| <i>Internal Rate Return (IRR) %</i> | 40                    | Layak             |
| <i>Payback Periode (Tahun)</i>      | 0,89                  | Layak             |

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

### 1. *Net Present Value (NPV)*

Berdasarkan analisis finansial di atas dapat dilihat bahwa usaha pembuatan keripik talas ini memperoleh  $NPV > 0$  yaitu sebesar 146.298.664,4 yang artinya bahwa usaha pembuatan keripik talas ini mendapatkan keuntungan selama proyek berjalan dan dikatakan layak. NPV sama dengan Rp. 146.298.664,4 Menunjukkan manfaat bersih yang diterima dari usaha pembuatan keripik talas selama umur proyek terhadap tingkat diskon (*discount rata*) yang berlaku. Dari data tersebut didapatkan nilai positif yang menunjukkan bahwa nilai arus kas masuk lebih besar daripada nilai kas keluar, sehingga usaha produksi keripik talas ini layak untuk dilanjutkan.

### 2. *Net Benefit and Cost Ratio (Net B/C)*

Net B/C atau Rasio Keuntungan/Biaya sama dengan *Profitability index (PI)* menunjukkan kemampuan menghasilkan laba per satuan nilai investasi. Hasil perhitungan untuk keripik talas menunjukkan nilai 4,1. Nilai ini berarti perbandingan penerimaan dari usaha lebih besar daripada jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memperolehnya, atau dengan kata lain usaha produksi keripik talas akan mendapatkan tambahan penerimaan Rp.4,1 dari setiap pengeluaran Rp1,00 dan karena nilai Net B/C ini lebih besar dari 1 ( $Net\ B/C > 1$ ), maka usaha keripik talas ini layak untuk dilanjutkan.

### 3. *Internal Rate Return (IRR)*

IRR yang diperoleh dari analisis finansial adalah 40 persen dimana IRR tersebut lebih besar dari *discount factor rate* yang berlaku yaitu 6,4 persen. nilai IRR tersebut menunjukkan tingkat pengembalian internal proyek sebesar 40 persen dan karena  $IRR > 6,4$  persen, maka usaha ini layak dan menguntungkan.

### 4. *Payback Period*

periode pengembalian (PP) adalah jangka waktu yang diperlukan mengembalikan modal usaha investasi, yang dihitung dari arus kas bersih. *Payback Period* pada usaha keripik talas yaitu 0,89 tahun. Informasi ini

menyatakan bahwa seluruh biaya investasi dapat dikembalikan dalam jangka waktu kurang dari 1 tahun . Hal ini berarti usaha ini sudah dapat menutupi biaya investasi awalnya sebelum umur usaha berakhir. Bila dibandingkan dengan umur usaha yakni selama 5 tahun, maka jangka waktu pengembalian modal usaha lebih cepat dari pada umur usaha sehingga usaha keripik talas ini layak untuk dikembangkan.

### 5. *Break Even Point* (BEP)

*Break Even Point* merupakan suatu titik yang menunjukkan bahwa pendapatan total yang dihasilkan oleh perusahaan sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan, sehingga perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. Analisis *Break Even Point* sangat bermanfaat untuk mengetahui informasi besarnya hasil titik impas yang dicapai, maka perusahaan dapat melakukan kebijakan, yaitu menentukan berapa jumlah produk yang harus dijual (*budget sales*), harga jualnya (*sales price*) apabila perusahaan menginginkan laba tertentu dan dapat meminimalkan kerugian yang akan terjadi. BEP unit digunakan untuk mengetahui berapa jumlah minimal yang harus terjual sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian. BEP harga digunakan untuk mengetahui jumlah penerimaan minimum yang harus diproduksi perusahaan dengan jumlah produk tertentu agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Tingkat BEP unit dan harga usaha keripik talas Kharisma Jaya Food dapat dilihat pada Tabel 15.

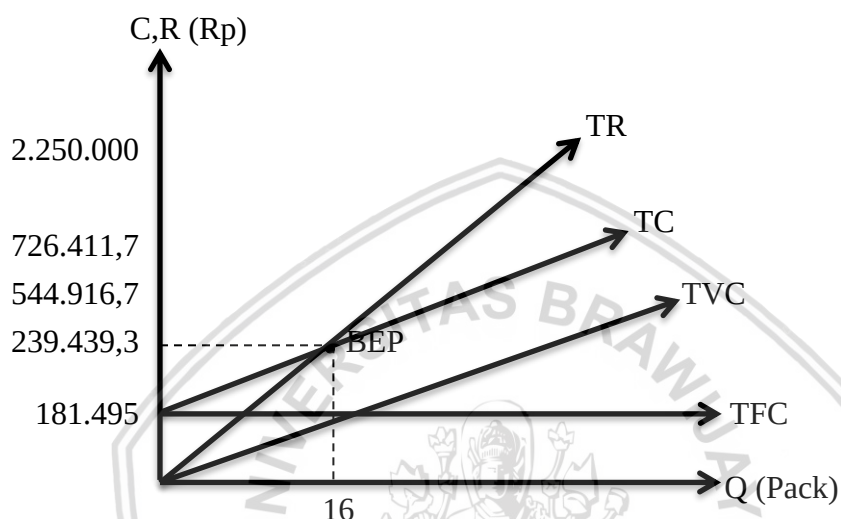
Tabel 15. Hasil Perhitungan *Break Even Point* (BEP) Keripik Talas Kharisma Jaya Food

| No. | Keterangan      | Jumlah    |
|-----|-----------------|-----------|
| 1.  | BEP Unit (Pack) | 15,96     |
| 2.  | BEP Harga (Rp)  | 239.439,3 |

Sumber : Data Primer, 2017 (Diolah)

Berdasarkan hasil analisis BEP pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai BEP unit keripik talas selama satu kali produksi sebesar 15,96 pack atau 16 pack senilai dengan Rp.239.439,3 Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila produsen mampu menjual 16 pack keripik talas seharga minimal Rp. 239.439,3 dalam satu kali produksi maka produsen telah berada pada titik impas penjualan produk keripik talas. Hasil produksi keripik talas dalam satu kali produksi sebesar 150 pack, sehingga produsen telah mampu memproduksi lebih dari titik impas

yaitu 16 pack keripik talas. Sedangkan harga keripik talas yang ditetapkan titik impas mencapai Rp.14.814 dan harga jual untuk 1 pack yang ditetapkan oleh produsen sebesar Rp.15.000 sehingga keuntungan yang ditetapkan untuk 1 pack keripik talas sebesar Rp.186 Berikut merupakan kurva BEP unit maupun harga produksi keripik talas dalam satu kali proses produksi di Kharisma Jaya Food



Gambar 5. Kurva *Break Even Point* (BEP) Usaha Keripik Talas Kharisma Jaya Food

Berdasarkan Gambar 5. menunjukkan bahwa nilai titik impas pada titik penjualan sebanyak 16 pack keripik talas dan penerimaan sebesar Rp.239.439,3 Berdasarkan kurva tersebut juga dapat diketahui bahwa total penerimaan yang mampu diperoleh usaha keripik talas dalam satu kali produksi dapat mencapai Rp.2.250.000 dengan total produksi 150 pack. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha keripik talas layak untuk dikembangkan karena penerimaan maupun volume produksi yang mampu dihasilkan jauh lebih besar dibandingkan titik impas.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian analisis nilai tambah dan kelayakan finansial pada agroindustri keripik talas di Kharisma Jaya Food Malang dapat disimpulkan :

1. Hasil yang diperoleh dari analisis nilai tambah pada agroindustri keripik talas di Kharisma Jaya Food Malang adalah sedang karena nilai tambah yang diperoleh dari setiap satu kilogram keripik talas adalah sebesar Rp.920/Kg atau sebesar 27,25 persen. Balas jasa atau imbalan untuk pemilik faktor produksi dapat dilihat dari besarnya margin, yaitu sebesar Rp. 2.375 per kilogram dengan distribusi margin untuk pemilik usaha sebesar 10,66 persen, untuk tenaga kerja sebesar 28,07 persen dan untuk sumbangan *input* lain sebesar 61,26 persen.
2. Analisis finansial diperoleh hasil *Net Present Value* bernilai positif sebesar Rp. 146.298.664,4. *Internal Rate of Return* sebesar 40% menunjukkan bahwa tingkat pengembalian lebih besar dari tingkat suku bunga bank yang ditentukan. *Net B/C ratio* sebesar 4,1 lebih dari 1 sehingga dari segi finansial usaha keripik talas layak dijalankan. *Payback Period* selama 0,89 tahun atau dalam kurun waktu 9 bulan menunjukkan bahwa seluruh biaya investasi dapat dikembalikan dengan jangka waktu pengembalian modal usaha lebih cepat dari pada umur usaha. Semua hasil perhitungan pada analisis finansial juga menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan.

### 6.2 Saran

Adapun saran yang dapat direkomendasikan dalam penelitian ini antara lain :

1. Sebaiknya perusahaan meningkatkan kegiatan pemasaran agar para konsumen lebih mengetahui produk Keripik Talas Kharisma.
2. Sebaiknya perusahaan melakukan ekspansi usaha yaitu dengan cara meningkatkan jumlah alat produksi, jumlah bahan baku dan melakukan kemitraan dengan warga setempat agar dapat meningkatkan kapasitas produksi Keripik Talas Kharisma.



3. Sebaiknya perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi untuk produk Keripik Talas Kharisma dari harga Rp.15.000/pack dengan rasio nilai tambah 27,25%, menjadi Rp.22.000/pack agar ratio nilai tambah meningkat menjadi 50,40% dengan rasio tersebut maka nilai tambah yang didapatkan perusahaan menjadi tinggi dan usaha yang dijalankan pun dapat lebih layak dari pada yang sekarang.
4. Bagi masyarakat yang tertarik pada bisnis ini harus memperhitungkan dengan matang penetapan harga jual keripik talas, agar manfaat yang diterima sebanding dengan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, Tuhana Taufiq. 2014. Pengantar Ilmu Pertanian (Agraris, Agrobisnis, Agroindustri, dan Agroteknologi). Yogyakarta: Global Pustaka Utama.
- Anoraga, Pandji dan Sudantoko Djoko. 2002. *Koprasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Antara, Made dan Damayanti, Lien. 2015. Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha Keripik Ubi Kayu pada Industri Pundi Masdi Kota palu. Jurnal Agrotekbis Vol. 3 No. 3. Diakses pada 15 September 2017.
- Anwar dan Asmawarni. 2013. Analisis Biaya Penetapan *Break Even Point* Produksi Minyak Kelapa dan Ampas pada PT. *Bireuen Coconut Oil*. Malikussaleh *Industrial Engineering Journal* Vol. 2 No. 1 2013. Diakses pada 17 September 2017.
- Apriadi, Andri. 2003. Analisis Usaha dan Nilai Tambah Pengolahan Ikan pada Industri Kerupuk Udang atau Ikan di Indramayu. IPB. Bogor.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Malang (Bappeda). 2015. Produk Unggulan Kabupaten Malang. Diakses pada 15 September 2017.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2016. Industri Besar dan Kecil. Diakses pada 17 September 2017.
- Bank Indonesia, 2017. BI Rate. <http://www.bi.go.id>. Diakses tanggal 21 Desember 2017.
- Gittinger. 1993. Analisis Ekonomi Proyek-Proyek Pertanian. Jakarta: UI-Press.
- Haming, M. dan Basalamah, S. 2010. Studi Kelayakan Investasi Proyek dan Bisnis. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hanani, Nuhfil., Ibrahim, Jabal, T., dan Aris, Soelistyo. 2012. Analisis Ketahanan Pangan di Jawa Timur. Badan Ketahanan Pangan Jawa Timur: Surabaya.
- Hubeis, Musa dalam Putri. 2013. Menuju industri kecil *profesional* di Era Globalisasi Melalui Pemberdayaan Manajemen Industri. Orasi Ilmiah. Institusi Pertanian Bogor.
- Husna, Suad dan Suwarsono. 1999. Studi Kelayakan Proyek. Edisi ke 3. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Keown, A.J. 2004, Manajemen Keuangan, Terjemahan Haryandini, edisi 9, Indeks, Jakarta.
- Koswara, S. 2013. Teknologi Pengolahan Umbi-Umbian. Bagian I: Pengolahan Umbi Talas. *Southeast Asian Food and Agriculture Science and Technology* (SEAFAST). Institut Pertanian Bogor, Bogor.

- Koswara, S. 2013. Teknologi Pengolahan Umbi-Umbian. Jakarta: USAID.
- Lubis, dkk. 2012. Analisis Nilai Tambah Usaha Pengolahan Gula Aren di Desa Suka Maju Kecamatan Sibolangit Kabupaten Deli Serdang. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatra Utara.
- Murtisari dan Murni. 2014. Analisis Nilai Tambah Keripik Ubi Kayu di UKM Barokah Kabupaten Bone Bolango. Jurnal Prespektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah Vol. 1 No. 4. Diakses pada 15 September 2017.
- Rahman, Syamsul. 2015. Analisis Nilai Tambah Agroindustri *Chips* Jagung. Skripsi. Universitas islam Makasar, Makasar.
- Rahmawati, F. 2012. Budidaya Umbi-Umbian. Jakarta: Rajawali Pustakaindo.
- Richana, N. 2012. *Araceae* dan *Dioscorea*. Manfaat Umbi – Umbian Indonesia. Nuansa, Bandung.
- Ruauw, E., Katiandagho, M., dan Suwardi, P. A. P. 2012. Analisis Keuntungan dan Nilai Tambah Agroindustri Manisan Pala UD. Putri di Kota Bitung. ASE – Vol 8 No. 1, Januari 2012.
- Sadono, Soekirno. 2002. Pengantar Teori Mikroekonomi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Setyowati, Nuning. 2012. Analisis Potensi Agroindustri Olahan Singkong di Kabupaten Bojonegoro. Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan. Vol. 1 No. 3 September 2012
- Sudiyono, 2004. Pemasaran Pertanian. Edisi Kedua. UMM Press. Malang.
- Sulistiyastuti. 2004. Kemitraan dan Model – Model Pemberdayaan. Yogyakarta: Gaya Media
- Supriyati. Setyanto A, Suryani E, Tarigan H. 2006. Analisis Peningkatan Nilai Tambah melalui Pengembangan Agroindustri. Jakarta: Litbang Departemen Pertanian.
- Supriyono. 2011. Akuntansi Biaya. Buku 1, edisi dua. Yogyakarta: BPFE.
- Sutomo, Budi. 2016. Nutrisi Umbi-umbian di Indonesia. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Umar. Husein. 2009. Studi Kelayakan Bisnis (edisi 2), Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar. Husein. 2013. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Rajawali.

Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang “Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Wardanu dan Uliyanti. 2015. Analisis Nilai Tambah dan Kelayakan Agroindustri Keripik Ubi Kayu di Kabupaten Ketapang Kalimantan Barat. Jurnal Teknologi Industri Pertanian Indonesia Vol. 07 No. 2. Diakses pada 15 September 2017.

