

**ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
AGROINDUSTRI KERUPUK SINGKONG
(Studi Kasus di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu)**

SKRIPSI

Oleh :

AULIA RAHARJA



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
MALANG
2011**

**ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
AGROINDUSTRI KERUPUK SINGKONG**
(Studi Kasus di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu)

Oleh :



AULIA RAHARJA

0710440076-44

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
MALANG
2011**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Juli 2011

Aulia Raharja
0710440076-44

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI KERUPUK SINGKONG (Studi Kasus di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu)**

Nama Mahasiswa : **AULIA RAHARJA**

NIM : **0710440076-44**

Jurusan : **SOSIAL EKONOMI PERTANIAN**

Program Studi : **AGRIBISNIS**

Menyetujui : **Dosen Pembimbing**

Utama,

Pendamping,

Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS
NIP. 19550327 198103 1 003

Riyanti Isaskar, SP., MSi
NIP. 19740413 200501 2 001

Mengetahui,
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Ketua,

Dr. Ir. Syafrial, MS
NIP. 19580529 198303 1 001

Tanggal Persetujuan:

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Dr. Ir. Nuhfil Hanani, MS
NIP. 19581128 198303 1 005

Fitria Dina Riana, SP., MP
NIP. 19750919 200312 2 003

Penguji III

Penguji IV

Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS
NIP. 19550327 198103 1 003

Rivanti Isaskar, SP., MSi
NIP. 19740413 200501 2 001

Tanggal Lulus :



*Skripsi ini kupersembahkan untuk . .
Kedua Orang tuaku Tercinta,
Kakak dan Adikku Tersayang
Thanks For The Best Love And Support . . . ☺*

RINGKASAN

AULIA RAHARJA. 0710440076-44. Analisis Usaha Dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kerupuk Singkong (Studi Kasus di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu). Dibawah Bimbingan Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS dan Riyanti Isaskar, SP, MSi.

Perkembangan perekonomian Indonesia dipengaruhi oleh sektor pertanian dan industri. Proses transformasi ekonomi dapat didorong melalui transformasi kedua sektor tersebut, dimana diperlukan suatu struktur ekonomi yang seimbang antara sektor industri yang kuat dan pemberdayaan pertanian yang potensial. Industrialisasi pertanian dapat dikembangkan melalui sektor agroindustri yang saling mendukung dalam kegiatan memperkuat perekonomian rakyat sehingga berperan dalam terciptanya kesempatan kerja, diversifikasi produk pertanian, memberikan nilai tambah dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Menurut Hanani *et al* (2003), pengembangan agroindustri sebagai langkah industrialisasi pertanian merupakan pilihan strategi yang tepat, karena tidak hanya menciptakan kondisi yang saling mendukung antara kekuatan industri maju dengan pertanian yang tangguh, tetapi juga membentuk keterpaduan sektor industri pertanian yang mampu memberikan perubahan melalui penyerapan tenaga kerja, peningkatan dan perbaikan pembagian pendapatan, peningkatan perolehan devisa negara dan mampu mendorong munculnya industri baru.

Salah satu agroindustri yang terdapat di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu adalah agroindustri kerupuk singkong yang menggunakan ubi kayu sebagai bahan baku utamanya. Agroindustri kerupuk singkong yang ada saat ini merupakan usaha turun temurun keluarga yang masih terbatas pada usaha skala kecil. Pengembangan agroindustri kerupuk singkong ini mempunyai potensi untuk dikembangkan dan mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang relatif banyak. Dalam upaya pengembangan agroindustri tersebut diperlukan peran teknologi pengolahan hasil pertanian tepat guna agar dapat mengembangkan produk olahan yang beraneka ragam dan berkualitas serta diharapkan nantinya akan memiliki daya saing produk. Kendala pengembangan industri ini berkaitan dengan kontinuitas pengadaan bahan baku yang didapatkan berasal dari luar kota batu, modal yang digunakan dalam pelaksanaan usaha ini masih berasal dari modal sendiri sehingga jumlahnya terbatas, penggunaan teknologi masih sederhana dan munculnya agroindustri-agroindustri lain.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini akan mengkaji beberapa pokok permasalahan, yaitu (1) Seberapa besar nilai tambah yang diperoleh agroindustri kerupuk singkong, (2) Seberapa besar keuntungan yang diterima agroindustri kerupuk singkong, (3) Sejauh mana tingkat efisiensi usaha pada agroindustri kerupuk singkong dapat ditingkatkan, dan (4) Strategi pengembangan apa yang tepat bagi agroindustri kerupuk singkong.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Menganalisis nilai tambah pada agroindustri kerupuk singkong, (2) Menganalisis keuntungan pada agroindustri kerupuk singkong, (3) Menganalisis tingkat efisiensi usaha pada agroindustri kerupuk singkong, dan (4) Merumuskan strategi yang tepat dalam upaya pengembangan usaha agroindustri kerupuk singkong.

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* pada sentra agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu. Metode penentuan responden digunakan metode sensus yakni sebanyak 11 agroindustri. Sedangkan responden konsumen kerupuk singkong sebagai informasi pasar dengan metode sampling aksidental sebanyak 30 orang.

Metode analisis data yang digunakan terdiri dari analisis nilai tambah, analisis biaya, penerimaan dan keuntungan, R/C ratio dan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis usaha dan strategi pengembangan agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu, maka agroindustri kerupuk singkong dari perhitungan dapat diketahui bahwa rata-rata nilai produksi yang diperoleh produsen kerupuk singkong sebesar Rp 4.478,98 per proses produksi. Rata-rata nilai tambah sebesar Rp 2.180 atau dengan rasio nilai tambah sebesar 48,67%. Imbalan tenaga kerja dari setiap kilogram ubi kayu menjadi kerupuk singkong sebesar Rp. 95,50 atau sebesar 4,48% dari nilai tambahnya. Sedangkan besarnya keuntungan rata-rata per produksi adalah Rp 2.084 per kilogram produksi atau dengan tingkat keuntungan sebesar 95,52% dari nilai tambahnya. Dalam satu kali proses produksi untuk rata-rata kapasitas bahan baku yang digunakan sebanyak 311 kg membutuhkan rata-rata total biaya sebesar Rp 906.000,00. Dari hasil penjualan, agroindustri kerupuk singkong memperoleh penerimaan sebesar Rp 1.385.400,00 dengan rata-rata keuntungan sebesar Rp 479.300,00. Hasil analisis efisiensi usaha menunjukkan bahwa nilai R/C rasio sebesar 1,495 artinya agroindustri kerupuk singkong ini telah efisien dan menguntungkan serta mempunyai prospek pengembangan usaha yang cukup baik karena nilai R/C rasio >1 .

Strategi yang dapat diterapkan agroindustri kerupuk singkong dapat diketahui dari matrik posisi dan strategi agroindustri adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Sedangkan dari matrik SWOT dapat disusun alternatif-alternatif strategi yang harus dijalankan secara bersamaan dengan menggunakan strategi SO (*Strength-Opportunities*) dimana memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi dan menangkap peluang yang ada, strategi yang dapat digunakan antara lain meningkatkan kualitas, kuantitas dan kontinuitas produk, memperluas wilayah pemasaran, meningkatkan teknologi dan inovasi produk dan mempertahankan kepercayaan pemasok bahan baku.

Dalam rangka menunjang pengembangan usaha agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu maka perlu diperhatikan beberapa hal berikut: (1) Untuk meningkatkan daya saing terhadap produk kerupuk singkong maka perlu dilakukan peningkatan kualitas produk dengan menciptakan inovasi produk, penetapan standar kualitas produk kerupuk singkong, pemberian kemasan yang menarik dan merk produk. (2) Untuk meningkatkan volume penjualan produk perlu dilakukan diversifikasi produk, meningkatkan kegiatan promosi melalui berbagai media serta memperluas wilayah pemasaran produk. (3) Diperlukan adanya peningkatan kerjasama antara produsen dan pemerintah daerah setempat agar dapat memberikan pembinaan dan penyuluhan kepada produsen untuk menumbuhkan motivasi dan inovasi serta diharapkan memberi bantuan peralatan yang lebih modern kepada produsen demi peningkatan pengembangan agroindustri kerupuk singkong.

SUMMARY

AULIA RAHARJA. 0710440076-44. Business Analysis and Development Strategy of Cassava Crackers Agroindustry (Case Study in the Mojorejo Village, Junrejo District, Batu Tourism City). Supervised by Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS and Riyanti Isaskar, SP, MSi.

The development of the Indonesian economy was influenced by agricultural sector and industrial sectors. Indonesia's economic transformation process can be driven through the business transformation of these sectors, which required a balanced economic structure between a strong industrial sector and the agricultural potential of empowerment. Industrialization of agriculture can be developed through agroindustry sector which is a mix of agricultural and industrial sectors are mutually supportive in strengthening economic activities that play a role in the employment opportunities, diversification of agricultural products, gave added value and increase incomes.

Development of agroindustry as a measure of agricultural industrialization is the right choice of strategy, because not only created conditions that mutual support between the power forward with the agriculture industry is powerful, but also form the integrity of the agricultural industry sector capable of delivering change through the absorption labor, increase and improvement of income distribution, increasing foreign exchange earnings and the state could encourage the emergence of new industries (Hanani *et al*, 2003).

One of the agroindustries located in the Mojorejo Village, Junrejo District, Batu Tourism City is the cassava crackers agroindustry that uses cassava as the main raw material. Cassava crackers agroindustry are now a family business from generation to generation that still limited to small scale businesses. Development of cassava crackers agroindustry has the potential to be developed and able to absorb labor in relatively large quantities. In an effort to develop the necessary role of processing technology for agricultural products appropriate to develop a wide range of processed product quality, and expected to be competitive product. Constraints associated with the development of this industry supply continuity and quality of raw material obtained from outside the Batu Tourism City, except that the capital used in the implementation of this business in general is still derived from their own capital so limited and use the simple technology.

Based on the above description, this study will examine some fundamental issues is: (1) How much added value gained agroindustry of cassava crackers, (2) How big is the profit was accepted by agroindustry of cassava crackers, (3) How far the level of efforts efficiency in the agroindustry of cassava crackers can be improved., and (4) What is appropriate development strategy for agroindustry of cassava crackers.

The purpose of this study is: (1) Analyzing the added value in agroindustry of cassava crackers, (2) Analyzing the profit in agroindustry of cassava crackers, (3) Analyzing the level of efforts efficiency in agroindustry of cassava crackers and (4) Formulate appropriate strategies business development in agroindustry of cassava crackers.

Determining the location of the research done on purpose (purposive) on cassava crackers agroindustry in the Mojorejo Village, Junrejo District, Batu Tourism City. The method to determine the respondents used a census method that is as much as 11 agroindustry. Meanwhile, consumer respondents cassava crackers as an information market with accidental sampling method as many as 30 people.

Data Analysis Methods used in this study consist of added value analysis, cost analysis, revenue and profitability analysis, R/C ratio analysis and SWOT analysis.

Based on the results of research on business analysis and development strategy of cassava crackers agroindustry in the Mojorejo Village, Junrejo District, Batu Tourism City, the cassava crackers agroindustry from the calculations can be seen that the average production value of the acquired producers of cassava crackers Rp 4,478.98 per production process . The average value of Rp 2,180 or the ratio of added value of 48.67%. Reward the labor of every kilogram of cassava into cassava crackers Rp. Amounting to 95.50 or 4.48% of value added. While the magnitude of the average profit per production is Rp 2,084 per kilogram of production or by a margin of 95.52% of the value added. In a single production process to an average capacity of raw materials used as much as 311 kg requires an average total cost amounting to Rp 906,000.00. Selling of cassava crackers to obtain revenue of Rp 1,385,400.00 with an average profit of Rp 479,300.00. Business efficiency analysis results show that the R/C ratio value of 1.495 means the agroindustry has been efficient and profitable and has good development prospects because of the value of R/C ratio >1 .

The strategy can be implemented by cassava crackers agroindustry can be known from the matrix position and strategy is a strategy that supports the policy of aggressive growth. While the SWOT matrix to the strategic alternatives that must be run simultaneously by using the strategy of SO (Strength-Opportunities), which harnesses the power possessed to deal with and capture the opportunities, strategies that can be used among others to improve the quality, quantity and continuity of products on the market , expand the areas of marketing, improve technology and product innovation and maintaining the trust of suppliers of raw materials.

In order to support the businesses development of agroindustry in the Mojorejo Village, Junrejo District, Batu Tourism City, is necessary to note the following points: (1) To improve the competitiveness of cassava cracker product it is necessary to improve product quality by creating innovative products, setting standards of product quality cassava crackers, providing an attractive packaging and brand products. (2) To increase the sales volume of product necessary to diversify products, improve promotional activities through various media as well as expand the area of product marketing. (3) It is necessary to increase cooperation between local producers and local governments in order to provide guidance and counseling to the manufacturer for the motivation and innovation and is expected to provide assistance to more modern equipment manufacturers for the improvement of agroindustry development of cassava crackers.

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kerupuk Singkong (Studi Kasus di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu)”**. Penulisan skripsi ini disusun sebagai persyaratan menyelesaikan studi S-1 di Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya.

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing serta memberikan petunjuk dalam pelaksanaan penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran selama penyusunan skripsi.
2. Ibu Riyanti Isaskar, SP, MSi selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak Dr.Ir. Nuhfil Hanani, MS dan Ibu Fitria Dina Riana, SP, MP selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan saran pada penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Ir. Syafrial, MS selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Brawijaya Malang.
5. Para produsen kerupuk singkong di Desa Mojorejo, Kota Wisata Batu atas informasi dan bantuan selama proses penyusunan skripsi.
6. Kedua orangtua, keluarga dan sahabat atas doa dan motivasi yang diberikan.
7. Teman-teman Agribisnis '07 dan semua pihak atas bantuan dan kebersamanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Maka, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Malang, Juli 2011

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 15 Agustus 1989 di Kota Malang, Jawa Timur. Penulis merupakan putri kedua dari tiga bersaudara, dari pasangan Budhi Setyo Raharjo dan Ninik Murtini.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri Lowokwaru 8 Malang (1995-2001), dan melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 8 Malang (2001-2004), kemudian menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 7 Malang (2004-2007). Pada tahun 2007, penulis diterima sebagai mahasiswa di Universitas Brawijaya, Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi, Program Studi Agribisnis melalui jalur SNMPTN (Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri).



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Tentang Agroindustri	9
2.2.1 Konsep Agroindustri	9
2.2.2 Peranan Agroindustri Dalam Pembangunan Pertanian	10
2.2.3 Pembangunan Agroindustri yang Berkelanjutan.....	12
2.2.4 Proposisi Pembangunan Agroindustri Yang	
Berkelanjutan	12
2.2.5 Kendala Dalam Pengembangan Agroindustri.....	14
2.2.6 Upaya Mengatasi Kendala Dalam Pengembangan	
Agroindustri	15
2.2.7 Prospek Pengembangan Agroindustri	16
2.3 Konsep Nilai Tambah	16
2.4 Konsep Biaya, Penerimaan dan Keuntungan	18
2.4.1 Biaya	18
2.4.2 Penerimaan dan Keuntungan.....	20
2.5 Konsep Efisiensi Usaha	21
2.6 Strategi Pengembangan	22
2.6.1 Pengertian Strategi	22
2.6.2 Pengembangan Strategi Agroindustri.....	24

2.7 Perumusan Strategi	25
2.7.1 Analisis SWOT	25
2.7.2 Matrik <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	26
2.7.3 Matrik <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	26
2.7.4 Matrik <i>Internal External</i> (IE)	26
2.7.5 Matrik <i>Grand Strategy</i>	30
2.7.6 Matrik SWOT	32

III. KERANGKA DAN KONSEP PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran	34
3.2 Hipotesis	39
3.3 Batasan Masalah	39
3.4 Definisi Operasional dan Pengukurdan Variabel	40

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	43
4.2 Metode Penentuan Responden	43
4.3 Metode Pengumpulan Data	44
4.4 Metode Analisis Data	44
4.4.1 Analisis Kuantitatif	45
4.4.2 Analisis Kualitatif	48

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Keadaan Umum Daerah Penelitian	56
5.1.1 Distribusi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	56
5.1.2 Distribusi Penduduk Berdasarkan Umur	57
5.1.3 Distribusi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	57
5.1.4 Distribusi Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	58
5.2 Karakteristik Responden Agroindustri Kerupuk Singkong	59
5.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	59
5.2.2 Distribusi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
5.2.3 Distribusi Penduduk Berdasarkan Jenis Usaha	61
5.2.4 Distribusi Penduduk Berdasarkan Lama Usaha	61
5.3 Karakteristik Agroindustri Kerupuk Singkong	62
5.3.1 Modal	63
5.3.2 Bahan Baku	63
5.3.3 Tenaga Kerja	64
5.3.4 Teknologi	65
5.3.5 Manajemen	66

5.3.6 Pemasaran.....	66
5.4 Proses Produksi Kerupuk Singkong.....	67
5.5 Analisis Konsumen.....	70
5.6 Analisis Nilai Tambah.....	75
5.7 Analisis Keuangan.....	78
5.7.1 Analisis Biaya	78
5.7.2 Analisis Penerimaan.....	82
5.7.3 Analisis Keuntungan	83
5.7.4 Analisis Efisiensi Usaha.....	83
5.8 Strategi Pengembangan Agroindustri.....	84
5.8.1 Analisis Lingkungan Internal Agroindustri	84
5.8.2 Analisis Lingkungan Eksternal Agroindustri.....	88
5.8.3 Analisis Matrik Urgensi	92
5.8.4 Analisis Matrik <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	93
5.8.5 Analisis Matrik <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	94
5.8.6 Analisis Matrik <i>Internal External</i> (IE).....	95
5.8.7 Analisis Matrik <i>Grand Strategy</i>	97
5.8.8 Analisis Matrik SWOT.....	99
5.9 Implementasi Strategi.....	101
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	106
6.2. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	110

DAFTAR TABEL

No.	Teks	Halaman
1.	Format Nilai Tambah Produsen Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	45
2.	Kriteria Penilaian Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman	50
3.	Matrik IFE.....	52
4.	Matrik EFE.....	53
5.	Matrik IE	54
6.	Matrik SWOT	55
7.	Distribusi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	56
8.	Distribusi Penduduk Berdasarkan Umur.....	57
9.	Distribusi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	58
10.	Distribusi Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	59
11.	Karakteristik Responden Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo Berdasarkan Umur	60
12.	Karakteristik Responden Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo Berdasarkan Tingkat Pendidikan	61
13.	Karakteristik Responden Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo Berdasarkan Jenis Usaha.....	61
14.	Karakteristik Responden Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo Berdasarkan Lama Usaha	62
15.	Gambaran Konsumen Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu Tahun 2011	70

16.	Tanggapan Konsumen Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu Tahun 2011	72
17.	Rata-Rata Nilai Tambah Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong Di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	75
18.	Rata-Rata Biaya Tetap (Penyusutan Peralatan) Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	79
19.	Rata-Rata Biaya Variabel Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	80
20.	Rata-Rata Biaya Total Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	82
21.	Rata-Rata Total Penerimaan Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	82
22.	Rata-Rata Keuntungan Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	83
23.	Rata-Rata Efisiensi Usaha Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	83
24.	Matrik IFE Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	93
25.	Matrik EFE Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	94
26.	Matrik SWOT Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	100

DAFTAR GAMBAR

No.	Teks	Halaman
1.	Mata Rantai Agribisnis	9
2.	Skema Kerangka Pemikiran Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	38
3.	Matrik Grand Strategy	54
4.	Proses Produksi Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	69
5.	Distribusi Nilai Tambah Bagi Pendapatan Tenaga Kerja dan Keuntungan Produksi Kerupuk Singkong Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	77
6.	Matrik IE Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	96
7.	Posisi Strategi Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	98

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Teks	Halaman
1.	Luas Panen, Rata-rata Produksi dan Produksi Ubi Kayu di Jawa Timur Tahun 2008	110
2.	Profil Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	111
3.	Perhitungan Biaya Tetap Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	112
4.	Perhitungan Biaya Variabel Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	118
5.	Perhitungan Keuntungan Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	124
6.	Perhitungan Efisiensi Usaha Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	125
7.	Perhitungan Nilai Tambah Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	126
8.	Matrik Urgensi Lingkungan Internal Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	128
9.	Matrik Urgensi Lingkungan Eksternal Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu	129

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian Indonesia dipengaruhi oleh sektor pertanian dan sektor industri. Proses transformasi ekonomi Indonesia dapat didorong melalui usaha transformasi kedua sektor tersebut, dimana diperlukan suatu struktur ekonomi yang seimbang antara sektor industri yang kuat dan pemberdayaan pertanian yang potensial. Industrialisasi pertanian atau pengembangan industri pertanian dapat dikembangkan melalui sektor agroindustri yang merupakan perpaduan sektor pertanian dan sektor industri yang saling mendukung dalam kegiatan memperkuat perekonomian rakyat sehingga berperan dalam hal terciptanya kesempatan kerja, diversifikasi terhadap produk pertanian, memberikan nilai tambah dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Menurut Hanani *et al* (2003), pengembangan agroindustri sebagai langkah industrialisasi pertanian merupakan pilihan strategi yang tepat, karena tidak hanya menciptakan kondisi yang saling mendukung antara kekuatan industri maju dengan pertanian yang tangguh, tetapi juga membentuk keterpaduan sektor industri pertanian yang mampu memberikan perubahan melalui penyerapan tenaga kerja, peningkatan dan perbaikan pembagian pendapatan, peningkatan perolehan devisa negara dan mampu mendorong munculnya industri baru. Sebagai salah satu penggerak pembangunan pertanian, agroindustri diharapkan dapat memainkan peranan penting dalam kegiatan pembangunan daerah, baik dalam sasaran pembangunan, pertumbuhan ekonomi maupun stabilitas nasional. Untuk mewujudkan harapan itu maka harus dilihat potensi yang ada di daerah tersebut. Oleh karena itu, pembangunan pertanian yang dikaitkan dengan pembangunan industri pertanian perlu diarahkan ke wilayah pedesaan.

Perkembangan agroindustri yang mendukung sektor pertanian saat ini mayoritas merupakan industri kecil yang mempunyai kontribusi besar terhadap penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan daerah. Agroindustri merupakan kegiatan pengolahan produk berbahan baku dasar dari produk

pertanian banyak dijumpai di daerah pedesaan, sehingga keberadaan agroindustri tidak dapat dipungkiri akan berpengaruh dalam pemerataan pertumbuhan ekonomi pedesaan. Pada akhirnya proses pengembangan agroindustri tersebut bertujuan menciptakan masyarakat yang mandiri agar dapat meningkatkan taraf hidupnya dan memanfaatkan seoptimal mungkin sumber daya alam dan sumber daya manusia yang tersedia.

Menurut Basri (2003), suatu peluang usaha akan menjadi sumber pendapatan yang memberikan tambahan penghasilan kepada masyarakat jika mampu menangkap peluang usaha yang potensial dikembangkan menjadi suatu kegiatan usaha yang nyata. Dengan demikian kemampuan masyarakat memanfaatkan peluang yang ada akan dipengaruhi oleh kemampuan masyarakat dalam menangkap peluang itu sendiri. Hal kedua adalah kemampuan mengorganisir sumber daya yang dimiliki sedemikian rupa sehingga peluang yang potensial menjadi usaha yang secara aktual dapat dioperasikan.

Sebagian besar bahan mentah agroindustri merupakan komoditas pertanian yang memiliki karakteristik mudah rusak, musiman dan voluminus sehingga perlu penanganan khusus atau pengolahan lebih lanjut. Usaha pengolahan hasil pertanian menjadi bahan makanan merupakan usaha yang mengolah bahan baku pertanian menjadi produk yang secara ekonomis memberikan nilai tambah yang cukup tinggi seperti pada pengolahan ubi kayu. Ubi kayu atau singkong merupakan salah satu sumber pangan karbohidrat alternatif terhadap beras. Komoditas ini juga dapat dikembangkan menjadi sumber devisa negara. Namun demikian, penciptaan nilai ekonomisnya perlu dikaji lebih mendalam.

Rukmana (1997) mengatakan bahwa produksi dan produktivitas ubi kayu pada petani masih rendah karena penggunaan varietas unggul belum memasyarakat dan teknik budi dayanya masih tradisional. Namun langkah yang dapat ditempuh untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan menumbuhkan pola agribisnis di daerah-daerah sentra produksi. Di samping itu, untuk memacu penganekaragaman produk dan stabilitas harga perlu ditumbuhkembangkan industri-industri pengolahan hasil yang berwawasan agroindustri berbahan baku ubi kayu.

Salah satu agroindustri yang terdapat di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu adalah agroindustri kerupuk singkong yang menggunakan ubi kayu sebagai bahan baku utamanya. Agroindustri kerupuk singkong yang ada saat ini merupakan usaha turun temurun keluarga yang masih terbatas pada usaha skala kecil. Pengembangan agroindustri kerupuk singkong ini mempunyai potensi untuk dikembangkan dan mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang relatif banyak. Dalam upaya pengembangan agroindustri tersebut diperlukan peran dari teknologi pengolahan hasil pertanian tepat guna agar dapat mengembangkan produk olahan yang beraneka ragam dan berkualitas serta diharapkan nantinya akan memiliki daya saing produk.

Kendala pengembangan industri ini berkaitan dengan kontinuitas pengadaan dan mutu bahan baku yang didapatkan berasal dari luar kota batu, selain itu modal yang digunakan dalam pelaksanaan usaha ini secara umum masih berasal dari modal sendiri sehingga jumlahnya terbatas dan penggunaan teknologi yang masih sederhana serta banyak bermuculan agroindustri-agroindustri lain.

Dalam pengolahan kerupuk singkong ini, sebagian besar bahan baku dipasok dari luar kota Batu, yaitu dari Kabupaten/Kota Malang. Menurut Dinas Pertanian Tanaman Pangan Jawa Timur, produksi ubi kayu di Jawa Timur cukup tinggi, pada tahun 2008 mencapai 1.952.563 ton. Sedangkan pada tahun 2008 Kabupaten Malang menempati peringkat ketiga dari 29 kabupaten di Jawa Timur dengan produksi 194.084 ton dan Kota Malang menempati peringkat pertama dari 9 kota di Jawa Timur dengan produksi sebesar 7.258 ton, data selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran 1. Dari besarnya produksi ubi kayu tersebut maka menjadi suatu peluang yang baik untuk mengembangkan usaha kerupuk singkong ini.

Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana peranan agroindustri ini dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi sebagai upaya untuk tetap menjaga profitabilitas agroindustri, kelangsungan usaha, nilai tambah serta peningkatan kesejahteraan masyarakat khususnya produsen dan peningkatan perekonomian masyarakat desa, sehingga agroindustri kerupuk singkong di daerah penelitian dapat berkembang secara optimal melalui strategi pengembangan usaha yang tepat.

1.2 Rumusan Masalah

Pengembangan sektor agroindustri tidak akan lepas dari analisis usaha yang nantinya menjadi acuan dalam menentukan langkah strategis yang akan diambil oleh pemegang kebijakan dan produsen di pedesaan. Beberapa yang perlu diperhatikan dalam hal ini mencakup kontribusi hasil usaha dalam meningkatkan pendapatan, faktor lingkungan internal maupun faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi perkembangan agroindustri, serta keunggulan dari produk yang dihasilkan. Salah satu agroindustri yang mempunyai keunggulan adalah agroindustri kerupuk singkong yang menggunakan ubi kayu sebagai bahan bakunya.

Desa Mojorejo merupakan salah satu daerah yang ada di Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu yang telah lama dikenal sebagai sentra industri kecil yang memproduksi kerupuk singkong sebagai usaha turun-temurun keluarga dengan jumlah produsen sebanyak 11 orang. Namun kebanyakan agroindustri kerupuk singkong yang ada masih dalam usaha skala kecil berdasarkan penggunaan tenaga kerja. Walaupun keberadaan agroindustri kerupuk singkong ini sudah lama diusahakan, namun pada kenyataannya agroindustri ini masih terbentur pada berbagai macam permasalahan baik dari dalam agroindustri maupun dari luar yang berpengaruh pada kelanjutan usaha agroindustri kerupuk singkong.

Dalam suatu agroindustri, kuantitas produksi dipengaruhi oleh tingkat teknologi dan kepemilikan modal. Tingkat teknologi dalam proses produksi tersebut akan menentukan kualitas produk serta besarnya kapasitas produksi yang dihasilkan, semakin tinggi kualitas produk yang dihasilkan maka akan meningkatkan harga jual dari produk tersebut, yang selanjutnya akan mempengaruhi tingkat keuntungan pengusaha agroindustri.

Keberadaan agroindustri kerupuk singkong memiliki peranan dalam meningkatkan pendapatan dan nilai tambah komoditas ubi kayu serta dapat membuka kesempatan kerja bagi masyarakat. Dengan melihat peranan dan potensi yang dimiliki oleh agroindustri maka pembinaan dan pengembangan usaha harus

dilakukan. Sementara itu, dalam pengembangan agroindustri kerupuk singkong tentunya terdapat beberapa kendala yang menyebabkan para produsen belum mampu memenuhi semua permintaan yang ada, kendala tersebut meliputi permodalan yang terbatas disebabkan para produsen kerupuk singkong masih menggunakan modal pribadi; Ketersediaan pasokan bahan baku yang terbatas dikarenakan di Kota Batu sangat jarang pemanfaatan areal penanaman ubi kayu yang ada, sehingga mereka memasok bahan baku dari luar kota yaitu Dampit dan Karangploso untuk memenuhi kebutuhan produksi mereka; Penggunaan teknologi sederhana terutama pada saat proses pengeringan, para produsen mengandalkan bantuan cuaca saja padahal kondisi cuaca yang tidak menentu dapat menghambat proses produksi dan produsen belum bisa meningkatkan kuantitas produksi; Daya jangkau pasar yang masih terbatas dikarenakan para produsen masih tergantung pada distributor dan kurangnya kegiatan promosi produk melalui berbagai media; Selain itu bermunculannya agroindustri-agroindustri lain di daerah sekitar merupakan kendala yang cukup penting diperhatikan karena di Kota Batu sangat banyak agroindustri yang memproduksi camilan khas atau oleh-oleh khas Kota Batu. Sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat pendapatan yang diperoleh produsen dari usaha kerupuk singkong tersebut.

Dengan adanya berbagai kemampuan yang terbatas tersebut dan biaya produksi yang cukup besar, menyebabkan kuantitas produksi yang dihasilkan juga lebih kecil dibandingkan jika modalnya dapat terpenuhi sesuai dengan kebutuhan produksi. Kapasitas produksi yang terbatas tersebut memerlukan suatu strategi dalam pengembangan usaha kerupuk singkong yang selanjutnya jika produsen dapat mengimplementasikan strategi yang tercipta dan mengevaluasi semua tindakan strategi, maka strategi-strategi tersebut akan dapat mempengaruhi besarnya penyerapan tenaga kerja akan nilai tambah kerupuk singkong, besarnya penerimaan dan keuntungan serta efisiensi usahanya.

Usaha pengembangan agroindustri kerupuk singkong yang belum maksimal dikarenakan masih banyaknya permasalahan yang dihadapi oleh para produsen yang sampai saat ini belum mampu diselesaikan. Padahal agroindustri ini sangat potensial untuk dikembangkan. Oleh karena itu, diperlukan suatu

analisis usaha dan analisis mengenai kondisi lingkungan internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan dari usaha agroindustri kerupuk singkong agar mampu menghasilkan produk yang mampu bersaing. Selain itu, diharapkan para produsen kerupuk singkong dapat mengatasi ancaman dengan memanfaatkan peluang yang ada sehingga agroindustri kerupuk singkong di daerah penelitian dapat berkembang secara optimal dan mampu memberikan pengaruh yang baik bagi masyarakat setempat. Berdasarkan kondisi tersebut, maka terdapat beberapa perumusan masalah antara lain adalah:

1. Seberapa besar nilai tambah yang diperoleh agroindustri kerupuk singkong.
2. Seberapa besar keuntungan yang diterima agroindustri kerupuk singkong.
3. Sejauh mana tingkat efisiensi usaha pada agroindustri kerupuk singkong dapat ditingkatkan.
4. Strategi pengembangan apa yang tepat bagi agroindustri kerupuk singkong.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis nilai tambah pada agroindustri kerupuk singkong.
2. Menganalisis keuntungan pada agroindustri kerupuk singkong.
3. Menganalisis tingkat efisiensi usaha pada agroindustri kerupuk singkong.
4. Merumuskan strategi yang tepat dalam upaya pengembangan usaha agroindustri kerupuk singkong.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi produsen agroindustri kerupuk singkong dalam mengembangkan usahanya.
2. Sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi pengambil kebijakan dalam pengembangan agroindustri kerupuk singkong.
3. Sebagai bahan pembanding dan informasi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang dapat dikaji serta dijadikan acuan baik secara teoritis maupun empiris yang mendukung penelitian tentang analisis usaha agroindustri diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Rusitaningrum (2002), dalam penelitiannya tentang agroindustri tapioka di Desa Pogalan menjelaskan bahwa skala usaha yang terbaik untuk dikembangkan adalah agroindustri tapioka skala kecil. Dengan menggunakan metode analisis biaya dan efisiensi usaha dapat ditarik kesimpulan pada perhitungan R/C ratio menunjukkan nilai >1 , yang berarti bahwa pengembangan agroindustri ini dianjurkan untuk skala usaha kecil karena selisih biaya kedua skala usaha yang diinvestasikan masih menghasilkan pendapatan pada skala kecil lebih besar dari pada skala rumah tangga.

Maysiswanto (2006), dalam penelitiannya tentang agroindustri konsentrat jambu biji di PT. Fajar Mekar Indah Pasuruan dengan metode analisis usaha dan efisiensi pemasaran menggunakan analisis faktor produksi, biaya tetap dan tidak tetap, penerimaan dan pendapatan serta perhitungan margin share harga dan share keuntungan menyimpulkan bahwa rata-rata total biaya produksi dalam satu kali produksi yaitu sebesar Rp. 844.847 dengan keuntungan sebesar Rp. 237.600. Untuk analisis efisiensi agroindustri konsentrat jambu biji ini menunjukkan bahwa nilai R/C rasio sebesar 1,28, yang berarti bahwa dalam agroindustri ini mempunyai prospek yang cukup baik untuk dikembangkan. Sedangkan untuk saluran pemasaran yang dipilih adalah saluran pemasaran tingkat satu dimana margin share yang ada antara produsen ke konsumen adalah sebesar Rp. 0.

Safitra (2008) dalam penelitiannya tentang ekonomi agroindustri pupuk bokashi di Desa Wonosari menjelaskan bahwa implementasi program Prima tani di Kabupaten Malang adalah pengembangan model Agribisnis Industrial Pedesaan yang memerlukan dukungan inovasi teknologi dan kelembagaan. Dengan menggunakan analisis kuantitatif berupa analisis biaya, penerimaan, keuntungan, efisiensi usaha dan uji beda rata-rata (*t-test*), maka dapat disimpulkan bahwa

keuntungan rata-rata per proses produksi per kemasan pada agroindustri pupuk bokashi skala rumah tangga dan skala usaha kecil berturut-turut adalah Rp. 957,81 dan Rp. 1.483,92, yang berarti bahwa rata-rata keuntungan agroindustri pupuk bokashi skala kecil lebih besar dibandingkan rata-rata keuntungan agroindustri pupuk bokashi skala rumah tangga dengan selang kepercayaan 95%. Adapun hasil perhitungan dari analisis R/C rasio agroindustri pupuk bokashi skala rumah tangga dan skala kecil berturut-turut adalah 1,38 dan 1,59, sehingga dapat diketahui bahwa agroindustri pupuk bokashi skala kecil lebih efisien daripada agroindustri pupuk bokashi skala rumah tangga.

Prastyaning (2008) dalam penelitiannya mengenai usaha dan efisiensi pemasaran gula merah siwalan di Desa Paciran yang menggunakan metode analisis biaya produksi, penerimaan, pendapatan, R/C ratio dan analisis deskriptif mengenai saluran dan fungsi pemasaran menyimpulkan bahwa dalam metode kuantitatif yang digunakan diperoleh hasil perhitungan keuntungan rata-rata agroindustri gula merah siwalan per proses produksi untuk skala menengah yaitu sebesar Rp. 71.560,11 lebih besar dari skala kecil yaitu sebesar Rp. 38.307,77. Proses produksi gula merah siwalan di daerah penelitian cukup efisien, dalam hal ini ditunjukkan oleh R/C rasio bernilai lebih dari satu yaitu 1,76 untuk skala kecil dan 1,82 untuk skala menengah.

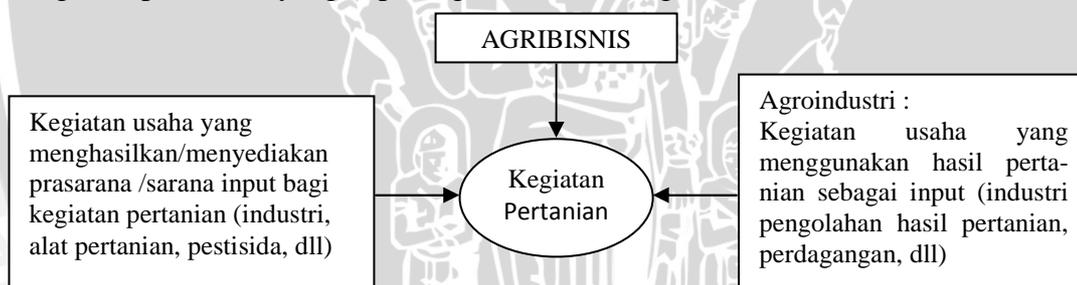
Dari beberapa kajian penelitian terdahulu tersebut dapat diketahui prospek suatu usaha dalam beberapa agroindustri di Indonesia, yang dapat dilihat dari jumlah biaya, penerimaan, keuntungan dan efisiensi usaha agroindustri tersebut. Sedangkan pada penelitian ini, hal yang ditambahkan melengkapi penelitian terdahulu adalah analisis nilai tambah dan kondisi lingkungan pada agroindustri kerupuk singkong untuk mengetahui sejauh mana kemampuan dalam keberlangsungan usaha kerupuk singkong tersebut selain itu agar agroindustri kerupuk singkong di daerah penelitian dapat terus berkembang maka perlu adanya suatu strategi pengembangan yang menganalisis tentang kondisi lingkungan agroindustri kerupuk singkong dengan menggunakan analisis SWOT, yaitu terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki sekaligus peluang dan ancaman yang dihadapi oleh agroindustri kerupuk singkong.

2.2 Tinjauan Tentang Agroindustri

2.2.1 Konsep Agroindustri

Pengertian agroindustri sebagai komponen dari sistem agribisnis, merupakan industri yang mengolah bahan baku dari hasil pertanian menjadi bahan setengah jadi atau barang jadi. Oleh karena itu agroindustri mempunyai peranan yang sangat penting karena pada umumnya mampu menghasilkan nilai tambah dari produk segar hasil pertanian.

Menurut Soekartawi (1993), konsep agroindustri merupakan bagian dari konsep agribisnis, yang sebenarnya adalah suatu konsep yang utuh, mulai dari proses produksi, mengolah hasil, pemasaran, aktivitas lainnya yang berkaitan dengan kegiatan pertanian. Sedangkan yang dimaksud konsep agribisnis adalah suatu kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas yaitu kegiatan usaha yang menunjang dan ditunjang oleh kegiatan pertanian, yang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Mata Rantai Agribisnis (Soekartawi, 1993)

Menurut Masroffie (1993), agroindustri merupakan cabang dari agribisnis yang berkaitan langsung dengan pertanian yang meliputi keterkaitan kebelakang (*backward linkage*) dan keterkaitan ke depan (*forward linkage*). Keterkaitan ke belakang karena proses produksi pertanian memerlukan produksi dan alat pertanian. Keterkaitan ke depan karena ciri-ciri produk pertanian bersifat musiman, voluminous, dan mudah rusak. Hal ini dikarenakan adanya permintaan konsumen yang semakin menuntut persyaratan kualitas, sejalan dengan peningkatan status sosial ekonominya. Maka kegiatan ini memerlukan penanganan tanpa mengubah struktur aslinya (*processing*) dan ada pula pengolahan lebih lanjut yang mengubah sifat aslinya atau sifat keduanya.

Sedangkan agroindustri menurut Lakitan (1995) adalah kegiatan-kegiatan industri yang memanfaatkan hasil-hasil pertanian segar sebagai bahan bakunya untuk diolah menjadi berbagai jenis produk olahan. Usaha pengolahan hasil akan memberikan keuntungan, antara lain:

1. Mengurangi kerugian ekonomi akibat kerusakan hasil.
2. Meningkatkan nilai ekonomi hasil pertanian.
3. Memperpanjang masa ketersediaan hasil pertanian, baik dalam bentuk segar maupun hasil olahan.
4. Meningkatkan keanekaragaman produk pertanian.
5. Mempermudah penyimpanan dan pengangkutan produk pertanian.

Untuk perencanaan agroindustri yang efektif dan berkelanjutan maka perlu diperhatikan beberapa hal berikut:

1. Aspek produksi, yaitu harus mempertimbangkan ketersediaan bahan baku terutama dari kuantitas, kualitas dan kontinuitas.
2. Aspek pasar, yaitu harus mampu menyesuaikan dengan permintaan pasar yang berkembang secara dinamis.
3. Aspek distribusi, yaitu harus memperhitungkan perkembangan pesaing atau produk substitusinya.
4. Aspek teknologi, yaitu harus mampu berkembang mengikuti perkembangan teknologi yang lebih efisien.
5. Aspek manajerial, yaitu diperlukan sumberdaya manusia yang mampu menjalankan manajemen agroindustri secara efisien.
6. Aspek sosial, yaitu harus mempertimbangkan pendayagunaan masyarakat dan merupakan sarana transfer teknologi dan bukan pesaing tenaga kerja manusia.

2.2.2 Peranan Agroindustri Dalam Pembangunan Pertanian

Sumbangan agroindustri terhadap pembangunan pertanian diwujudkan antara lain dalam bentuk peningkatan kualitas produk pertanian, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan dan pembangunan mendorong terjadinya ekspor komoditi pertanian serta meningkatkan nilai tambah bagi produk pertanian.

Menurut Soetrisno dkk (2003), agroindustri juga mempunyai peran yang strategis dimasa mendatang dengan alasan sebagai berikut:

1. Agroindustri mempunyai keterkaitan (*linkage*) yang besar baik ke hulu maupun ke hilir (*forward and backward linkage*) sehingga mampu menciptakan pengaruh multiplier yang besar terhadap kegiatan industri yang pada akhirnya mampu menarik kemajuan sektor–sektor lain.
2. Produk agroindustri memiliki nilai tambah dan pangsa pasar yang besar sehingga kemajuan yang dicapai dapat mempengaruhi pertumbuhan perekonomian nasional secara keseluruhan.
3. Produk-produk agroindustri terutama agroindustri olahan umumnya memiliki elastisitas permintaan dan pendapatan yang relatif tinggi (elastis) jika dibandingkan produk pertanian dalam bentuk segar atau bahan mentah.
4. Agroindustri mampu mentransformasikan keunggulan komparatif menjadi keunggulan bersaing (kompetitif) yang pada akhirnya akan memperkuat daya saing produk di pasar.
5. Agroindustri umumnya menggunakan bahan baku lokal (keunggulan komparatif) yang dapat diperbaharui sehingga kontinuitasnya terjamin.
6. Memiliki kemampuan untuk mentransformasikan struktur ekonomi nasional dari pertanian ke industri dengan agroindustri sebagai penggeraknya.

Pada saat ini, kemiskinan dan pengangguran dipedesaan tetap merupakan masalah penting yang harus diselesaikan. Pengangguran menurunkan daya beli masyarakat yang kemudian menghambat pertumbuhan ekonomi. Agroindustri sangat diharapkan peranannya dalam mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran sekaligus sebagai penggerak pembangunan pertanian di pedesaan. Dampak positif dari agroindustri yang tumbuh dan berkembang di daerah pedesaan adalah membuka hubungan antara satu desa dengan desa lainnya dan juga dengan kota, sehingga mampu memberikan kesempatan yang lebih variatif kepada penduduk desa untuk memperoleh pendapatan.

Pentingnya agroindustri sebagai suatu pendekatan pembangunan pertanian dilihat dari kontribusinya dalam:

1. Kegiatan agroindustri untuk meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis.

2. Menyerap banyak tenaga kerja.
3. Meningkatkan perolehan devisa.
4. Mendorong tumbuhnya industri yang lain.

Karena keunggulan agroindustri inilah maka agroindustri dapat dipakai sebagai salah satu pendekatan pembangunan bagi suatu negara yang berbasis agribisnis (Soekartawi, 2000).

2.2.3 Pembangunan Agroindustri yang Berkelanjutan

Menurut Soekartawi (2000), pembangunan agroindustri yang berkelanjutan adalah pembangunan agroindustri yang mendasarkan diri pada konsep keberlanjutan, dimana agroindustri yang dimaksudkan adalah dibangun dan dikembangkan dengan memperhatikan aspek-aspek manajemen dan konservasi sumber daya alam. Semua teknologi yang digunakan serta kelembagaan yang terlibat dalam proses pembangunan tersebut diarahkan untuk memenuhi kepentingan manusia sekarang maupun masa mendatang. Jadi teknologi yang digunakan sesuai dengan daya dukung sumber daya alam, tidak ada degradasi lingkungan, secara ekonomi menguntungkan dan secara sosial diterima oleh masyarakat.

Beberapa ciri agroindustri yang berkelanjutan (Soekartawi, 2000):

1. Produktivitas dan keuntungan dapat dipertahankan atau ditingkatkan dalam waktu yang relatif lama, sehingga memenuhi kebutuhan manusia pada masa sekarang atau masa mendatang.
2. Sumber daya alam khususnya sumber daya pertanian yang menghasilkan baku agroindustri dapat dipelihara dengan baik dan bahkan terus ditingkatkan, karena keberlanjutan agroindustri terus bergantung dari tersedianya bahan baku.
3. Dampak negatif dari adanya pemanfaatan sumber daya alam dapat diminimalkan dengan adanya agroindustri.

2.2.4 Proposisi Pembangunan Agroindustri Yang Berkelanjutan

Proposisi merupakan hubungan yang logis antara dua konsep. Proposisi tidak mempunyai format tertentu. Biasanya ia disajikan dalam bentuk suatu

kalimat pernyataan yang menunjukkan beberapa hubungan antar konsep (Singarimbun, 1995).

Menurut Soekartawi (2000), ada empat proposisi utama yaitu, pertama proposisi yang berkaitan dengan aspek produksi khususnya perlunya memperhatikan ketersediaan produk pertanian, yang dipakai sebagai bahan baku, baik dalam hal kuantitasnya, kualitas maupun kontinuitasnya. Secara kuantitas, bahan baku harus tersedia secara cukup setiap saat manakala bahan baku tersebut diperlukan. Dilihat dari sisi kualitas, maka bahan baku seyogyanya harus tersedia secara tepat. Sedangkan secara kontinuitas, maka bahan baku harus tersedia secara kontinu sepanjang tahun karena proses produksi terus berjalan tidak peduli apakah saat itu musim penghujan atau kemarau.

Proposisi yang kedua adalah proposisi yang berkaitan dengan aspek konsumsi khususnya bersamaan dengan berkembangnya dinamika permintaan pasar baik pasar individu maupun rumah tangga ataupun pasar institusi, baik pasar yang ada di dalam negeri maupun pasar luar negeri. Proposisi ini menjadi penting bersamaan dengan perubahan yang besar pada preferensi konsumen terhadap produk-produk agroindustri.

Proposisi ketiga adalah proposisi yang berkaitan dengan aspek distribusi khususnya bersamaan dengan berkembangnya dinamika para pesaing perusahaan agroindustri yang menyalurkan produksi sampai ke tangan konsumen, baik konsumen yang ada di dalam negeri maupun diluar negeri. Proposisi ini menjadi penting karena seringkali ditemukan berdirinya perusahaan agroindustri yang kurang memperhatikan kekuatan dan kelemahan para pesaingnya sehingga dengan demikian perusahaan tersebut kurang dapat berkembang seperti yang diharapkan.

Proposisi yang keempat adalah proposisi yang berkaitan dengan kondisi internal perusahaan. Proposisi ini berkaitan dengan kondisi kualitas dan peran sumberdaya manusia dalam menjalankan perusahaan, khususnya dalam bidang kemampuan manajerialnya serta tentang perlunya memperhatikan dampak dari perubahan global khususnya pengaruh informasi dan teknologi.

Bila empat proposisi ini benar dan dapat berjalan seperti yang diharapkan, maka agroindustri akan tumbuh dan berkembang sehingga akhirnya ia mampu

meningkatkan perolehan devisa, menyerap banyak tenaga kerja, meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis dan meningkatkan tumbuhnya industri yang lain.

2.2.5 Kendala Dalam Pengembangan Agroindustri

Agroindustri yang tumbuh di pedesaan mempunyai peranan penting dalam menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan rumah tangga pedesaan. Namun, beberapa diantara kegiatan agroindustri tersebut sangat rapuh. Faktor penyebab kerapuhan tersebut antara lain jangkauan hasil olahan belum terlalu luas, penanganan kualitas bahan baku yang dihasilkan, belum terpenuhinya kontinuitas hasil produksi, serta kemampuan investasi yang masih terbatas (Baharsjah, 1992).

Agroindustri pada saat ini umumnya berbentuk industri kecil yang mempunyai peluang cukup besar untuk berkembang dan mempertahankan produksi, karena banyak mengandalkan bahan baku lokal. Akan tetapi pembangunan agroindustri dihadapkan oleh berbagai tantangan atau permasalahan yang ada di dalam atau di luar negeri. Menurut Hanani dkk (2003), ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengembangan agroindustri dan merupakan kendala yang harus dihadapi, diantaranya:

- a. Modal, jumlah modal yang masih terbatas. Besar kecilnya modal menentukan kelanjutan agroindustri. Kesulitan modal ini juga disebabkan terbatasnya akses langsung produsen terhadap informasi, layanan dan fasilitas keuangan yang disediakan lembaga keuangan formal (bank) maupun non bank.
- b. Manajemen lemah secara umum sehingga perlu diperhatikan karena akan mempengaruhi proses keseluruhan dalam agroindustri.
- c. Pemasaran, mekanisme pemasaran masih lemah yang berakibat fluktuasi harga sangat besar, sebagai penyebab adanya pasar yang terbatas. Permasalahan dalam bidang pemasaran ini disebabkan karena keterbatasan berbagai faktor-faktor pendukung utama seperti informasi tentang perubahan dan peluang pasar yang ada di dalam atau diluar negeri, dana untuk pembiayaan industri, pemasaran dan promosi, dan tidak terlepas dari masalah rendahnya keahlian pengusaha.

- d. Teknologi yang dikuasai masih rendah, karena jumlah tenaga kerja yang berkualitas di sektor pertanian relatif kecil dibandingkan dengan sektor lain.
- e. Pengadaan bahan baku, bahan baku agroindustri yang berasal dari sektor pertanian bersifat musiman, jarak sumber bahan baku yang jauh mengakibatkan kerusakan dan biaya yang besar.
- f. Sulit meningkatkan daya saing akibat dari terbatasnya dana, akses informasi tentang perubahan teknologi dan pasar, kualitas SDM rendah, pengusaha-pengusaha kecil tidak melakukan inovasi terhadap produk dan proses produksinya.
- g. Masalah kewirausahaan dan etos kerja unit usaha kecil masih rendah, banyak orang yang menjadi pengusaha karena terpaksa, karena tidak mendapat pekerjaan di tempat lain atau untuk menambah pendapatan keluarga.

2.2.6 Upaya Mengatasi Kendala Dalam Pengembangan Agroindustri

Beberapa langkah kongkrit dalam upaya mengatasi permasalahan yang selama ini menghambat perkembangan agroindustri, antara lain:

- a. Penyediaan bahan baku
Dengan meningkatnya investasi dibidang agroindustri perlu diimbangi dengan peningkatan produksi bahan baku untuk menjamin suplai yang kontinyu dengan standar mutu yang sesuai.
- b. Hubungan kemitraan
Produk pertanian yang berasal dari sentra produksi harus dapat terserap oleh agroindustri. Untuk itu jasa pemasaran dan perdagangan sangat berperan untuk menjamin kelangsungan suplai bahan baku.
- c. Pengembangan teknologi
Bagi pengusaha kecil dan menengah serta pengrajin rumah tangga perlu diberikan kemampuan perbaikan teknologi untuk meningkatkan mutu produk dan diversifikasi usaha.
- d. Pengembangan sumberdaya manusia
Pengembangan sumberdaya pertanian melalui peningkatan daya nalar dan produktivitas kerjanya. Fokus usaha diarahkan pada peningkatan penguasaan

kualitas ilmu pengetahuan dan teknologi pertanian serta penguasaan kualitas keterampilan disertai pemberian pembinaan, semangat kerja, disiplin dan tanggung jawab.

2.2.7 Prospek Pengembangan Agroindustri

Agroindustri telah ditetapkan sebagai salah satu strategi utama dalam pembangunan pertanian pada saat ini dan masa mendatang. Terdapat beberapa alasan strategi yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi yang berkaitan dengan pentingnya industrialisasi sebagai salah satu strategi pembangunan (Hanani dkk, 2003), antara lain:

- a. Industrialisasi pertanian dianggap sebagai langkah paling tepat untuk keunggulan kompetitif berkaitan dengan dinamika globalisasi pasar.
- b. Industrialisasi pertanian merupakan strategi yang dianggap sesuai untuk menciptakan keseimbangan peran pertanian dalam era transformasi ekonomi nasional yang berjalan sehingga dalam jangka panjang sektor pertanian dan pedesaan tidak menjadi beban pembangunan.
- c. Aktivitas agribisnis dan agroindustri mempunyai derajat keterkaitan yang besar baik dari hulu maupun ke hilir.
- d. Melalui pengembangan agribisnis dan agroindustri di pedesaan akan meningkatkan aktifitas ekonomi di pedesaan, yang pada gilirannya akan memperbesar lapangan kerja, peningkatan pendapatan di pedesaan dan pengentaskan kemiskinan.
- e. Dengan pengembangan aktivitas agroindustri yang baik pada bahan baku setempat akan menghasilkan nilai tambah dan menghemat devisa.
- f. Aktifitas agribisnis dan agroindustri relatif lebih bersahabat dengan lingkungan.

2.3 Konsep Nilai Tambah

Industri pengolahan hasil pertanian dapat menciptakan nilai tambah yang diperoleh dari selisih antara nilai produksi yang mendapat perlakuan pada tahap tertentu dengan nilai korbanan yang digunakan selama proses produksi berlangsung. Nilai tambah menunjukkan balas jasa untuk modal, tenaga kerja dan manajemen perusahaan (Sudiyono, 2002).

Menurut Soehardjo (1991), dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen produk-produk pertanian dan produk-produk olahannya memperoleh perlakuan-perlakuan sehingga menimbulkan nilai tambah. Besarnya nilai tambah tergantung dari penggunaan teknologi yang digunakan dalam proses pengolahan dan perlakuan produk tersebut. Besarnya nilai tambah karena proses pengolahan didapat dari pengurangan biaya bahan baku dan input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan. Nilai tambah merupakan imbalan bagi tenaga kerja dan keuntungan bagi pengolah. Produk yang mempunyai nilai tambah tinggi memberikan pengertian bahwa produk tersebut layak dikembangkan dan memberikan keuntungan.

Menurut Hayami *et al* (1987) dalam Sudyono (2002) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah dapat dikategorikan menjadi 2 yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang berpengaruh adalah kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan, dan tenaga kerja. Sedangkan faktor pasar yang berpengaruh adalah harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku dan nilai input lain, selain bahan baku dan tenaga kerja.

Distribusi nilai tambah berhubungan dengan teknologi yang diterapkan dalam proses pengolahan, kualitas tenaga kerja berupa keahlian dan keterampilan serta kualitas bahan baku. Penerapan teknologi yang cenderung padat karya akan memberikan proporsi bagian terhadap tenaga kerja yang besar dari pada proporsi bagian keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan bila yang diterapkan teknologi padat modal maka besarnya proporsi bagian pengusaha lebih besar daripada proporsi bagian tenaga kerja. Besar kecilnya proporsi ini tidak berkaitan dengan imbalan yang diterima tenaga kerja. Besar kecilnya imbalan bagi tenaga kerja tergantung pada kualitas tenaga kerja itu sendiri, seperti keahlian dan kesempatan.

Besarnya nilai tambah dari proses pengolahan didapat dari pengurangan bahan baku dan input lainnya terhadap produk yang dihasilkan tidak termasuk biaya tenaga kerja. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa nilai tambah merupakan imbalan bagi tenaga kerja dan keuntungan yang diperoleh pengusaha.

Kriteria pengujian nilai tambah menurut Hubeis *dalam* Hermawatie (1998) adalah sebagai berikut:

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

Dari hasil perhitungan nilai tambah akan diperoleh keluaran sebagai berikut (Sudiyono, 2002):

1. Perkiraan nilai tambah (dalam rupiah)
2. Rasio nilai tambah terhadap nilai produk yang dihasilkan (dalam %)
3. Imbalan bagi tenaga kerja (rupiah)
4. Imbalan bagi modal dan manajemen (keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam rupiah).

2.4 Konsep Biaya, Penerimaan dan Keuntungan

2.4.1 Biaya

Biaya merupakan pengorbanan ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Ada empat unsur pokok dalam definisi biaya tersebut yaitu:

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
2. Diukur dalam satuan uang
3. Yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

Berdasarkan perilaku dalam hubungan dengan perubahan volume, kegiatan biaya dapat dibagi menjadi 2 golongan yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Adapun keterangannya yaitu:

1. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu. Biaya tetap per satuan akan berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Biaya tetap merupakan biaya untuk mempertahankan kemampuan beroperasi perusahaan pada tingkat kapasitas tertentu. Besarnya biaya

tetap dipengaruhi oleh kondisi perusahaan jangka panjang, teknologi dan metode serta strategi manajemen.

$$TFC = \sum_{i=1}^n FC$$

Keterangan:

TFC = total biaya tetap

FC = biaya tetap untuk biaya input

n = banyaknya input

Biaya yang diperhitungkan sebagai biaya tetap adalah biaya penyusutan alat. Besarnya biaya penyusutan alat dihitung dengan rumus (Mulyadi, 1992):

$$D = \frac{Pb - Ps}{t}$$

Keterangan:

D = Penyusutan alat (Rp/tahun)

Pb = Harga beli awal (Rp)

Ps = Nilai sisa (Rp)

t = Umur ekonomis

2. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya variabel per unit tetap (konstan) dengan adanya perubahan volume kegiatan (Mulyadi, 1992).

Biaya yang diperhitungkan sebagai biaya tidak tetap meliputi biaya bahan baku dan bahan penolong, dihitung dengan rumus:

$$TVC = \sum_{i=1}^n VC$$

Keterangan:

TVC = total biaya tidak tetap

VC = biaya variabel dari setiap unit

N = banyaknya input

VC = Pxi . Xi

Keterangan:

Pxi = harga input ke - i

Xi = jumlah input ke - i

3. Biaya Total

Total biaya adalah nilai seluruh yang dikeluarkan baik biaya tetap maupun variabel. Biaya total dihitung dengan rumus (Soekartawi, 1993):

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC = Biaya total (Rp)

TFC = Biaya tetap (Rp)

TVC = Biaya tidak tetap (variabel) (Rp)

2.4.2 Penerimaan dan Keuntungan

Penerimaan adalah semua pendapatan yang diterima pengusaha dalam kaitannya dengan jumlah yang dilakukannya. Penerimaan biasanya diperoleh dari jumlah produksi dikalikan harga produk dipasaran. Makin besar jumlah produksi maka makin besar pula penerimaan yang akan didapatkan.

Menurut Soekartawi (1993), penerimaan merupakan perkalian antara yang dihasilkan dengan harga jual, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR : Total penerimaan (Rp)

P : Harga produk (Rp/kg)

Q : Jumlah produksi (kg)

Analisis keuntungan merupakan selisih antara total penerimaan dengan total biaya yang digunakan. Semakin tinggi keuntungan yang didapat, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut berkembang dengan baik. Mengingat tujuan perusahaan secara umum adalah memperoleh keuntungan maksimal dengan pengorbanan sedikit mungkin. Keuntungan merupakan selisih antara penerimaan dan semua biaya, dapat dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 1993):

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π : Keuntungan (Rp)

TR : Total Penerimaan (Rp)

TC : Total biaya (Rp)

2.5 Konsep Efisiensi Usaha

Efisiensi merupakan suatu tolok ukur dan digunakan untuk berbagai keperluan. Pengertian umum dari efisiensi adalah perbandingan antara masukan dan keluaran. Apa saja yang dimasukkan dalam masukan serta bagaimana angka perbandingan yang diperoleh, akan tergantung dari penggunaan tolok ukur tersebut (Mubyarto, 1987).

Efisien atau tidaknya suatu usaha agroindustri ditentukan oleh besar kecilnya hasil dan besar kecilnya biaya yang diperlukan untuk mendapat hasil itu. Efisiensi suatu agroindustri biasa ditentukan dengan menghitung per *cost ratio* yaitu imbalan antara penerimaan usaha agroindustri dengan total biaya produksinya (Soekartawi, 1995).

Menurut Sudarsono (1992) dalam suatu perusahaan, usaha untuk meningkatkan efisiensi umumnya dihubungkan dengan biaya yang lebih kecil untuk memperoleh hasil tertentu, atau dengan biaya tertentu akan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Ini berarti, biaya pemborosan ditekan sampai sekecil mungkin dan sesuatu yang memungkinkan untuk mengurangi biaya ini dilakukan demi efisiensi. Lambannya reaksi perusahaan pada usaha peningkatan efisiensi, dapat dipengaruhi dari berbagai hal yang terdapat dalam perusahaan. Reaksi yang kelihatannya kurang seirama dengan usaha peningkatan efisiensi itu, merupakan akibat keadaan perusahaan yang terjebak dan terpaku dengan mesin dan peralatan yang ada, ketergantungan pada masukan, upaya manajemen yang statis dan hambatan pemberian keputusan yang terikat pada birokrasi organisasi yang ada. Dengan cara menghitung per *cost ratio* merupakan imbalan antara penerimaan usaha agroindustri dengan total biaya produksinya.

Efisiensi usaha dalam menghasilkan produk dipengaruhi oleh total penerimaan dan total biaya yang digunakan dalam satu kali produksi. Dimana semakin besar total penerimaan dari suatu usaha maka semakin efisien dan menguntungkan. Untuk mengetahui tingkat efisiensi, maka analisis yang digunakan adalah R/C ratio. Menurut Soekartawi (1995), bahwa R/C ratio atau return cost ratio adalah perbandingan (nisbah) antara penerimaan dengan biaya produksi.

R/C ratio dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

TR : Penerimaan total (Rp)

TC : Biaya total (Rp)

Dengan kriteria:

Bila R/C ratio > 1, maka usaha tersebut efisien dan menguntungkan.

Bila R/C ratio = 1, maka usaha tersebut impas atau tidak untung dan tidak rugi.

Bila R/C ratio < 1, maka usaha tersebut tidak efisien dan tidak menguntungkan.

2.6 Strategi Pengembangan

2.6.1 Pengertian Strategi

Pengertian strategi menurut pendapat Glueck and Jauch (1998), adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.

Strategi adalah alat mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumberdaya. Sedangkan formulasi strategis adalah proses penyusunan perencanaan jangka panjang. Terdapat tiga tipe dasar strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha (Rangkuti, 2001), yaitu:

1. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

2. Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misal apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan agresif atau

berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya.

3. Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini juga sering disebut strategi bisnis secara fungsional, karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Menurut Tjiptono (1995), setiap organisasi membutuhkan strategi manakala menghadapi situasi berikut:

1. Sumberdaya yang dimiliki terbatas

Bagi perusahaan sumberdaya merupakan alat untuk melakukan kegiatan operasional. Maka pihak perusahaan harus memiliki kemampuan dalam menyusun strategi agar tetap beroperasi meski dengan sumberdaya terbatas.

2. Ada ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing

Memiliki kemampuan bersaing bagi perusahaan menunjukkan situasi dan kondisi perusahaan tersebut tentang berbagai hal. Untuk perusahaan harus menyusun strategi yang matang, untuk mengantisipasi ketidakpastian kekuatan perusahaan bersaing dengan perusahaan lain.

3. Komitmen terhadap sumber daya yang tidak dapat diubah lagi

Kondisi ini sama dengan terbatasnya sumberdaya yang tersedia pada perusahaan. Namun sebenarnya perusahaan tersebut memiliki kemampuan untuk mempunyai sumber daya lebih besar, dengan keadaan seperti ini bagi suatu perusahaan kemampuan menyusun strategi sangat menentukan.

4. Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu

Hal ini menuntut kemampuan perusahaan untuk menyusun strategi lebih baik. Mengingat setiap keputusan yang diambil perusahaan memiliki pengaruh besar bagi kegiatan operasional perusahaan selanjutnya.

5. Ada ketidakpastian mengenai pengendalian inisiatif

Setiap elemen perusahaan tentunya memiliki fungsi-fungsi sendiri. Untuk melaksanakan fungsi tersebut, perusahaan harus mempunyai kemampuan

menyusun strategi yang dapat mengatur pelaksanaannya. Sehingga tercipta keseimbangan dalam proses pengendalian kegiatan operasional perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut menunjukkan bahwa kemampuan strategi sangat penting dalam kegiatan operasional suatu organisasi atau perusahaan. Strategi yang akan diterapkan memiliki pengaruh jangka panjang dengan kata lain dampak yang diakibatkan oleh penerapan strategi tersebut akan dirasakan pada masa yang akan datang. Sehingga seleksi strategi benar-benar diperlukan untuk menunjang kelancaran kegiatan operasional organisasi atau perusahaan selanjutnya.

2.6.2 Pengembangan Strategi Agroindustri

Untuk dapat mengembangkan agroindustri yang lebih menekankan pada penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat kecil maka perlu langkah konkrit sebagai upaya mengatasi permasalahan yang dirasakan menghambat perkembangan agroindustri. Beberapa langkah tersebut adalah:

1. Penyediaan bahan baku

Dengan meningkatnya investasi di bidang agroindustri perlu diimbangi dengan peningkatan produksi bahan baku untuk menjamin *supply* yang berkelanjutan dengan standar mutu yang sesuai.

2. Hubungan kemitraan

Produk pertanian yang berasal dari sentra produksi harus dapat terserap oleh agroindustri. Untuk itu, jasa pemasaran dan perdagangan sangat berperan untuk menjamin kelangsungan *supply* bahan baku.

3. Pengembangan teknologi

Bagi pengusaha kecil dan menengah serta pengrajin rumah tangga perlu diberikan kemampuan perbaikan teknologi untuk meningkatkan mutu produk dan diversifikasi usaha.

4. Pengembangan sumberdaya manusia

Pengembangan sumber daya pertanian melalui peningkatan daya nalar dan produktivitas kerjanya. Fokus utama diarahkan pada penguasaan kualitas keterampilan yang disertai semangat kerja, disiplin dan tanggung jawab serta peningkatan penguasaan kualitas IPTEK pertanian (Baharsyah, 1992).

2.7 Perumusan Strategi

2.7.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan dari pengembangan agroindustri. Dengan demikian perencana strategi (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisa SWOT (Rangkuti, 2005).

Menurut Siagian (1998), analisis SWOT adalah analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Kekuatan adalah termasuk didalamnya satuan-satuan bisnis antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran, misalnya kekuatan pada sumber keuangan, citra yang positif dan keunggulan kedudukan di pasar.
- b. Kelemahan adalah keterbatasan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan, misalnya kekurangan sarana dan prasarana, kemampuan manajerial yang rendah dan sebagainya.
- c. Peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi satuan bisnis, misalnya perubahan dalam kondisi persaingan, hubungan dengan pembeli dan pemasok yang akrab dan lain-lain.
- d. Ancaman adalah faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi suatu satuan bisnis, misalnya masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, perubahan teknologi yang belum dikuasai dan lain-lain.

2.7.2 Matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Matrik IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Data dan informasi aspek internal perusahaan dapat digali dari beberapa fungsional perusahaan, misalnya dari aspek manajemen, keuangan, SDM, pemasaran, sistem informasi dan operasi/produksi (Umar, 2001).

Menurut Siagian (1998), faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan organisasi mencakup; saluran distribusi yang handal, posisi kas perusahaan, lokasi yang menguntungkan, keunggulan dalam menerapkan teknologi yang canggih tetapi sekaligus tepat guna dan struktur atau tipe organisasi yang digunakan. Berbagai kelemahan dapat muncul dalam berbagai bentuk seperti kelemahan manajerial, fungsional, operasinal, struktural atau bahkan yang bersifat psikologis.

2.7.3 Matrik *External Factor Evaluation* (EFE)

Matrik EFE digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal dari agroindustri. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal yang menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, persaingan di pasar industri dimana agroindustri berada, serta data eksternal relevan lainnya. Hal ini penting karena faktor eksternal berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap agroindustri (Umar, 2001).

Menurut Siagian (1998), faktor-faktor eksternal dibagi dua yaitu lingkungan eksternal jauh dan lingkungan eksternal dekat. Lingkungan eksternal jauh meliputi faktor politik, sosial, kultur, demografi dan faktor teknologi. Lingkungan eksternal dekat meliputi kedudukan kompetitif perusahaan yang bersangkutan, profil para pelanggan, perilaku pembeli, faktor pemasok, faktor penyandang dana, dan situasi pasaran kerja sebagai faktor lingkungan.

2.7.4 Matrik *Internal-Eksternal* (IE)

Matrik IE digunakan memetakan total skor dari matrik IFE dan EFE yang dihasilkan dari matrik internal dan eksternal agroindustri. Matrik IE terdiri dari dua dimensi, yaitu total skor matrik IFE pada sumbu X dan total skor matrik EFE pada sumbu Y. Matrik IE terdiri dari 9 sel, yaitu (Pearce and Robinson, 1997):

1. Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*)

Didesain untuk mencapai pertumbuhan baik dalam penjualan, asset, profit atau kombinasi ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilakukan adalah meminimalkan biaya sehingga dapat meningkatkan profit. Cara ini merupakan strategi terpenting apabila kondisi perusahaan tersebut berada dalam pertumbuhan yang cepat dan terdapat kecenderungan pesaing untuk melakukan perang harga dalam usaha untuk meningkatkan pangsa pasar. Dengan demikian, perusahaan yang belum mencapai *critical mass* (mendapat profit dan *large scale production*) akan mengalami kekalahan, kecuali jika perusahaan dapat menfokuskan diri pada pasar tertentu yang menguntungkan.

2. Strategi Pertumbuhan Melalui Konsentrasi dan Diversifikasi

Ada dua strategi dasar yaitu konsentrasi pada satu industri atau diversifikasi ke industri lain. Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan yang memiliki kinerja baik, cenderung mengadakan konsentrasi, sedangkan perusahaan yang relatif kurang memiliki kinerja yang baik cenderung mengadakan diversifikasi agar dapat meningkatkan kinerjanya.

Perusahaan yang memiliki strategi konsentrasi, dapat tumbuh melalui integrasi horizontal maupun vertikal, baik secara internal melalui sumber dayannya sendiri atau secara eksternal dengan menggunakan sumber daya dari luar. Jika perusahaan tersebut memiliki strategi diversifikasi, dia dapat tumbuh melalui konsentrasi atau diversifikasi konglomerat, baik secara internal melalui pengembangan produk baru, maupun eksternal melalui akuisisi. Contoh strategi pertumbuhan adalah sel 1,2,5,7 dan 8.

3. Konsentrasi Melalui Integrasi Vertikal (sel 1)

Pertumbuhan konsentrasi dapat dicapai melalui integrasi vertikal dengan cara *backward integration* (mengambil alih fungsi *supplier*) atau dengan cara *forward integration* (mengambil alih fungsi distributor). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam industri yang berdaya tarik tinggi.

Perusahaan yang ingin meningkatkan posisi kompetitifnya, harus melaksanakan upaya meminimalkan biaya dari operasi yang tidak efisien untuk mengontrol kualitas serta distribusi produk. Integrasi vertikal baik melalui sumber daya internal maupun eksternal. Beberapa keuntungan dari integrasi vertikal ini adalah turunnya biaya serta meningkatnya koordinasi dan kontrol. Hal ini merupakan cara terbaik bagi perusahaan yang kuat dalam rangka meningkatkan *competitive advantage* di dalam industri yang efektif.

4. Konsentrasi Melalui Integrasi Horizontal (sel 2 dan 5)

Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun lokasi yang lain dan meningkatkan jenis produk serta jasa. Jika perusahaan dalam industri yang efektif (sel 2) tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dan profit dengan cara memanfaatkan keuntungan *economic of scale* baik diproduksi maupun pemasaran. Jika perusahaan berada dalam *moderate attractive industry*, strategi yang diterapkan adalah konsolidasi (sel 5). Tujuannya relatif lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan profit. Perusahaan yang berada di sel ini dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui *joint venture* dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.

5. Strategi *turn-around* (sel 3)

Strategi berputar atau putar haluan, yaitu dengan pengaturan kembali dana dan daya secara internal, atau membebaskan diri dari keterlibatan bisnis tertentu. Strategi ini meningkatkan peningkatan efisiensi operasional.

6. Strategi hati-hati (sel 4)

Strategi ini tepat digunakan sementara untuk memungkinkan perusahaan melalui konsolidasi sumber dayanya setelah pertumbuhan yang pesat dalam industri, yang saat ini menghadapi masa depan yang tidak dapat diatasinya.

7. Strategi tidak berubah atau stabilitas laba (sel 5)

Strategi ini dapat dijalankan apabila perusahaan beroperasi dalam industri dengan daya tarik sedang dan hanya memiliki posisi kompetitif yang rata-rata. Stabilitas relatif yang diciptakan oleh posisi kompetitif sederhana perusahaan,

di dalam industri yang menghadapi pertumbuhan kecil atau bahkan tidak ada, mendorong perusahaan untuk melanjutkan kegiatannya saat itu, dan hanya melakukan penyesuaian kecil bagi inflasi dalam tujuan penjualan dan labanya.

8. Strategi jual habis (sel 6)

Strategi yang masuk akal apabila perusahaan tidak melihat adanya cara untuk membangun beberapa kekuatan atau meratakan kelemahan-kelemahannya, dan manajemen percaya bahwa industri tersebut tetap tidak akan menarik dalam waktu dekat ini.

9. Diversifikasi Konsentris (sel 7)

Strategi pertumbuhan melalui diversifikasi umumnya dilaksanakan perusahaan yang memiliki kondisi *competitive position* sangat kuat tetapi nilai daya tarik industrinya sangat rendah. Perusahaan tersebut berusaha memanfaatkan kekuatannya untuk membuat produk baru secara efisien karena perusahaan ini sudah memiliki kemampuan manufaktur dan pemasaran yang baik.

10. Diversifikasi Konglomerat (sel 8)

Strategi pertumbuhan melalui strategi bisnis yang tidak saling berhubungan dapat dilakukan jika perusahaan menghadapi *competitive position* yang tidak begitu kuat (*average*) dan nilai daya tarik industrinya sangat rendah. Kedua faktor tersebut memaksa perusahaan itu melakukan usahanya ke dalam perusahaan lain. Tetapi pada saat perusahaan tersebut mencapai tahap matang, perusahaan yang memiliki *competitive position* rata-rata cenderung akan menurun kinerjanya. Untuk itu, strategi diversifikasi konglomerat sangat diperlukan. Tekanan strategi ini lebih pada sinergi finansial daripada *product market synergy* (seperti yang terdapat pada strategi diversifikasi konsentris).

11. Kebangkrutan atau likuidasi (sel 9)

Strategi untuk mengakhiri perusahaan dengan menjual seluruh aset perusahaan secara terpisah-pisah untuk kekayaan berwujudnya. Likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan konsekuensinya bisa menjadi strategi yang sulit secara emosional, namun demikian lebih baik menghentikan operasi daripada terus menderita kerugian uang dalam jumlah yang besar.

2.7.5 Matrik Grand Strategy

Grand Strategy Matrix telah menjadi alat yang populer bagi perumusan strategi alternatif. Dengan menggunakan matrik ini, semua perusahaan yang diteliti dapat ditempatkan pada salah satu dari empat kuadran yang ada pada matrik ini. Bentuk umum *Grand Strategy Matrix* terdiri atas dua dimensi, yaitu dimensi posisi persaingan dan dimensi pertumbuhan pasar. Menurut Rangku (2005) matrik ini terdiri dari empat kuadran yaitu:

a Kuadran I

Perusahaan-perusahaan yang terletak pada kuadran I berada pada posisi yang excellent. Perusahaan-perusahaan ini terus berkonsentrasi pada pasar saat ini dengan melaksanakan strategi yang sesuai seperti *market penetration*, *market development* dan *product development*. Bila perusahaan pada kuadran I mempunyai kelebihan sumber daya maka integrasi ke belakang, integrasi ke depan atau secara kolektif disebut sebagai strategi integrasi vertikal. Ketika perusahaan Kuadran I terlalu berpatokan pada satu produk tertentu, diversifikasi terkait kiranya dapat membantu mengurangi risiko yang berkaitan dengan lini produk yang sempit. Perusahaan-perusahaan di Kuadran I memiliki sumber daya yang memadai untuk mengambil keuntungan dari berbagai peluang eksternal yang muncul di banyak bidang. Mereka bisa mengambil risiko secara agresif jika perlu.

- **Integrasi vertikal**, yaitu mengambil alih fungsi yang semula dilakukan oleh pemasok (integrasi ke belakang) atau oleh distributor (integrasi ke depan). Untuk menjaga dan bahkan meningkatkan posisi kompetitif melalui integrasi ke belakang, perusahaan dapat bertindak untuk meminimisasi biaya akuisisi sumber daya dan operasi yang tidak efisien. Sedangkan melalui integrasi ke depan, perusahaan dapat memegang kendali atas kualitas dan distribusi produk. Efeknya perusahaan menambah kompetensinya untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang lebih besar.
- **Diversifikasi Konglomerat**, merupakan strategi perusahaan yang cocok apabila posisi kompetitif perusahaan rata-rata dan daya tarik industrinya rendah. Kedua faktor itu mendorong perusahaan untuk mengalihkan upaya-

upaya pengembangannya ke dalam industri lain. Perusahaan tersebut dapat mempertahankan tingkat penjualan dan laba yang baik dalam bisnisnya saat ini selama industri tersebut berkembang dan memiliki lebih banyak peluang daripada ancaman. Namun ketika pasarnya mencapai tahap kedewasaan atau kejenuhan, kinerja sebuah perusahaan dengan posisi kompetitif yang rata-rata mulai menurun.

b. Kuadran II

Perusahaan yang terletak pada kuadran II perlu mengevaluasi pendekatan yang mereka lakukan ke pasar secara serius. Karena perusahaan berada pada industri yang pertumbuhan pasarnya cepat, maka strategi intensif biasanya merupakan pilihan utama yang harus dipertimbangkan. Bagaimanapun juga, jika perusahaan tidak mempunyai *competitive advantage*, maka *horizontal integration* sering menjadi alternatif pilihan strategi yang dianggap terbaik. Alternatif terakhir, yaitu *divestiture* atau likuidasi dapat dipertimbangkan, divestasi dengan memberikan dana yang diperlukan untuk mengakuisisi bisnis perusahaan lain atau membeli saham-saham.

- **Turn-around** atau strategi berputar, yaitu dengan pengaturan kembali dana dan daya secara internal, atau membebaskan diri dari keterlibatan bisnis tertentu. Strategi ini meningkatkan peningkatan efisiensi operasional.

- **Likuidasi**, merupakan strategi untuk mengakhiri perusahaan dengan menjual seluruh aset perusahaan secara terpisah-pisah untuk kekayaan berwujudnya. Likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan konsekuensinya bisa menjadi strategi yang sulit secara emosional, namun demikian lebih baik menghentikan operasi daripada terus menderita kerugian uang dalam jumlah yang besar.

c. Kuadran III

Perusahaan pada kuadran III bersaing dalam pertumbuhan industri yang lambat dan memiliki posisi persaingan yang lemah. Strategi alternatifnya adalah mengganti sumber daya dari bisnis yang sekarang ini ke arah bisnis lain yang berbeda (diversifikasi). Jika tidak berhasil, maka pilihan terakhir bagi perusahaan adalah menjalankan strategi *divestiture* atau *liquidation*.

- **Pengembangan produk**, sebuah strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini.
- **Pengembangan pasar**, meliputi pengenalan produk atau jasa yang ada saat ini ke wilayah-wilayah geografis yang baru.

d. Kuadran IV

Perusahaan-perusahaan pada kuadran IV memiliki persaingan yang kuat tetapi berada dalam pertumbuhan industri yang lambat. Strategi yang dibutuhkan perusahaan adalah *integration horizontal*, atau *conglomerate diversification* dan *joint venture*.

- **Integrasi horizontal**, yaitu dengan cara memperluas kegiatan-kegiatan perusahaan ke dalam lokasi geografi yang berbeda dan atau dengan menambah rentang produk jasa yang ditawarkan kepada pasar.
- **Diversifikasi konsentrik**, umumnya dilaksanakan perusahaan yang memiliki kondisi *competitive position* sangat kuat tetapi nilai daya tarik industrinya sangat rendah. dengan berfokus pada karakteristik-karakteristik yang telah memberikan kompetensi tersendiri bagi perusahaan, maka perusahaan menggunakan kekuatan-kekuatan tersebut dalam melakukan diversifikasi.
- **Joint venture**, kegiatan bisnis kooperatif yang dibentuk oleh dua organisasi terpisah atau lebih untuk tujuan-tujuan strategis yang menciptakan kesatuan bisnis yang independen dan mengalokasi kepemilikan, tanggung jawab operasional, risiko dan imbalan financial bagi tiap-tiap anggota sambil melindungi otonomi/identitas terpisahnya. Usaha patungan memberikan cara sementara untuk menggabungkan kekuatan-kekuatan mitra kerja sehingga hasil yang bernilai bagi kedua belah pihak dapat tercapai.

2.7.6 Matrik SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi agroindustri dapat disesuaikan

dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki perusahaan. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi antara lain:

1. Strategi S - O (*Strengths-Opportunities*)

Strategi ini berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi ini dipilih bila skor EFE lebih besar dari 2 dan skor IFE lebih besar dari 2.

2. Strategi S - T (*Strength-Threats*)

Merupakan strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ini dipilih bila skor EFE lebih kecil atau sama dengan 2 dan skor IFE lebih besar daripada 2.

3. Strategi W - O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi ini dipilih bila skor EFE lebih besar dari 2 dan skor IFE lebih kecil atau sama dengan 2.

4. Strategi W - T (*Weakness-Threats*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada untuk menghindari ancaman. Strategi ini dipilih bila skor EFE lebih kecil atau sama dengan 2 dan skor IFE lebih kecil atau sama dengan 2. (Glueck, 1998).

III. KERANGKA TEORITIS

3.1 Kerangka Pemikiran

Kegiatan agroindustri diarahkan sebagai salah satu upaya dalam pengembangan pertanian yaitu dengan melakukan pengolahan hasil pertanian menjadi bahan makanan. Usaha yang mengolah bahan baku pertanian menjadi komoditi yang secara ekonomis dapat memberikan nilai tambah yang cukup tinggi. Menurut Soehardjo (1991), dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen produk-produk pertanian dan produk-produk olahannya memperoleh perlakuan-perlakuan sehingga menimbulkan nilai tambah. Besarnya nilai tambah tergantung dari penggunaan teknologi yang digunakan dalam proses pengolahan dan perlakuan produk tersebut. Produk yang memiliki nilai tambah tinggi memberikan pengertian bahwa produk tersebut layak dikembangkan dan memberikan keuntungan.

Pengembangan agroindustri yang berawal dari teknologi sederhana di pedesaan, diharapkan mampu menyerap tenaga kerja yang berasal dari petani dan sekaligus meningkatkan pendapatannya. Agroindustri lebih langsung menyentuh terhadap kepentingan banyak petani dalam kaitannya dengan peningkatan kesejahteraan petani. Mengingat jenis agroindustri yang dapat dikembangkan di pedesaan sangat banyak, maka harus diprioritaskan pada agroindustri yang memiliki dampak positif terhadap masyarakat pedesaan. Dampak positif dari agroindustri yang tumbuh dan berkembang di pedesaan adalah mampu membuka hubungan antara suatu desa dengan desa lainnya atau dengan kota sehingga memberikan kesempatan pada penduduk desa untuk memperoleh pendapatan yang makin beragam (Soehardjo, 1991).

Pengembangan agroindustri secara bertahap di pedesaan diharapkan dapat memberikan suatu pengaruh yang positif, baik secara teknis maupun ekonomi. Usaha agroindustri merupakan upaya untuk mencapai beberapa tujuan antara lain mendorong sektor pertanian untuk menciptakan struktur pertanian yang tangguh, luwes, dan efisien dalam menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan nilai

tambah suatu produk. Selain itu, dengan adanya agroindustri diharapkan mampu meningkatkan pendapatan produsen atau rumah tangga masyarakat.

Usaha agroindustri kerupuk singkong merupakan salah satu bentuk usaha yang berada di pedesaan yang sesuai dalam upaya meningkatkan nilai tambah bagi komoditas ubi kayu karena dengan memiliki karakteristik harga yang murah, produk yang mudah rusak dan voluminus sehingga perlu penanganan khusus atau pengolahan lebih lanjut menjadi produk yang secara ekonomis memberikan nilai tambah yang cukup tinggi. Dengan adanya keberadaan usaha agroindustri kerupuk singkong skala kecil di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu yang berbahan baku ubi kayu diharapkan dapat menangkap peluang usaha yang potensial dikembangkan menjadi suatu kegiatan usaha yang nyata sehingga memberikan sumber pendapatan, meningkatkan kesejahteraan produsen kerupuk singkong serta diharapkan mampu menciptakan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar.

Keadaan lapang di Desa Mojorejo menunjukkan bahwa usaha kerupuk singkong tergolong dalam industri skala kecil dimana peralatan sederhana digunakan untuk kegiatan selama proses produksi. Selain itu, modal awal yang digunakan dalam agroindustri kerupuk singkong merupakan modal pribadi produsen serta keterbatasan produsen dalam kemampuan manajerial usahanya dan banyak bermunculan agroindustri-agrindustri lain di sekitar lokasi penelitian yang menjadi pesaing agroindustri kerupuk singkong. Tingkat teknologi dan kepemilikan modal mempengaruhi kuantitas produksi dalam suatu agroindustri. Tingkat teknologi dalam proses produksi tersebut akan menentukan kualitas produk serta besarnya kapasitas produksi yang dihasilkan, semakin tinggi kualitas produk yang dihasilkan maka akan meningkatkan harga jual dari produk tersebut, yang selanjutnya akan mempengaruhi tingkat keuntungan pengusaha agroindustri. Oleh karena itu, diperlukan suatu analisis usaha untuk mengetahui sejauh mana kemampuan usaha pembuatan kerupuk singkong dalam upaya pengembangan agroindustri kerupuk singkong.

Analisis usaha yang dilakukan meliputi analisis nilai tambah, penerimaan dan keuntungan serta analisis efisiensi usaha. Dimana analisis nilai tambah

memberikan imbalan bagi tenaga kerja dan keuntungan yang diperoleh pengusaha, kemudian analisis penerimaan adalah semua pendapatan yang diterima pengusaha dalam kaitannya dengan jumlah produk yang dihasilkannya. Penerimaan diperoleh dari jumlah produksi dikalikan harga produk dipasaran. Makin besar jumlah produksi maka makin besar pula penerimaan yang akan didapatkan. Keuntungan adalah selisih antara penerimaan dan biaya, semakin tinggi keuntungan yang didapat maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut berkembang dengan baik. Sedangkan analisis efisiensi bertujuan untuk mengetahui apakah agroindustri kerupuk singkong memberikan keuntungan bagi pengusaha maupun pekerja. Menurut Pearce (1997), salah satu alat paling penting untuk menilai kekuatan suatu agroindustri dalam industrinya adalah analisis keuangan. Analisis keuangan merupakan titik awal untuk pengambilan keputusan keuangan mereka.

Dengan mengetahui analisis keuangan/usaha dan faktor-faktor yang berpengaruh pada proses pengembangan usaha baik faktor internal maupun eksternal agroindustri kerupuk singkong maka dapat dianalisis dalam suatu analisis SWOT. Dengan menggunakan analisis ini maka dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi yang dapat dirumuskan menjadi strategi yang paling tepat untuk pengembangan agroindustri kerupuk singkong selanjutnya.

Analisis SWOT dapat membantu dalam penentuan berbagai alternatif strategi yang tepat untuk memperkuat posisi perusahaan dengan cara mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal agroindustri yang secara sistematis dan menyeluruh sehingga didapat perumusan strategi pengembangan agroindustri secara tepat (Skandarini, 2007). Dalam penelitian ini, analisis SWOT akan digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari agroindustri kerupuk singkong. Kemudian diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tersebut mengenai bobot, rating dan skor dengan menggunakan matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*).

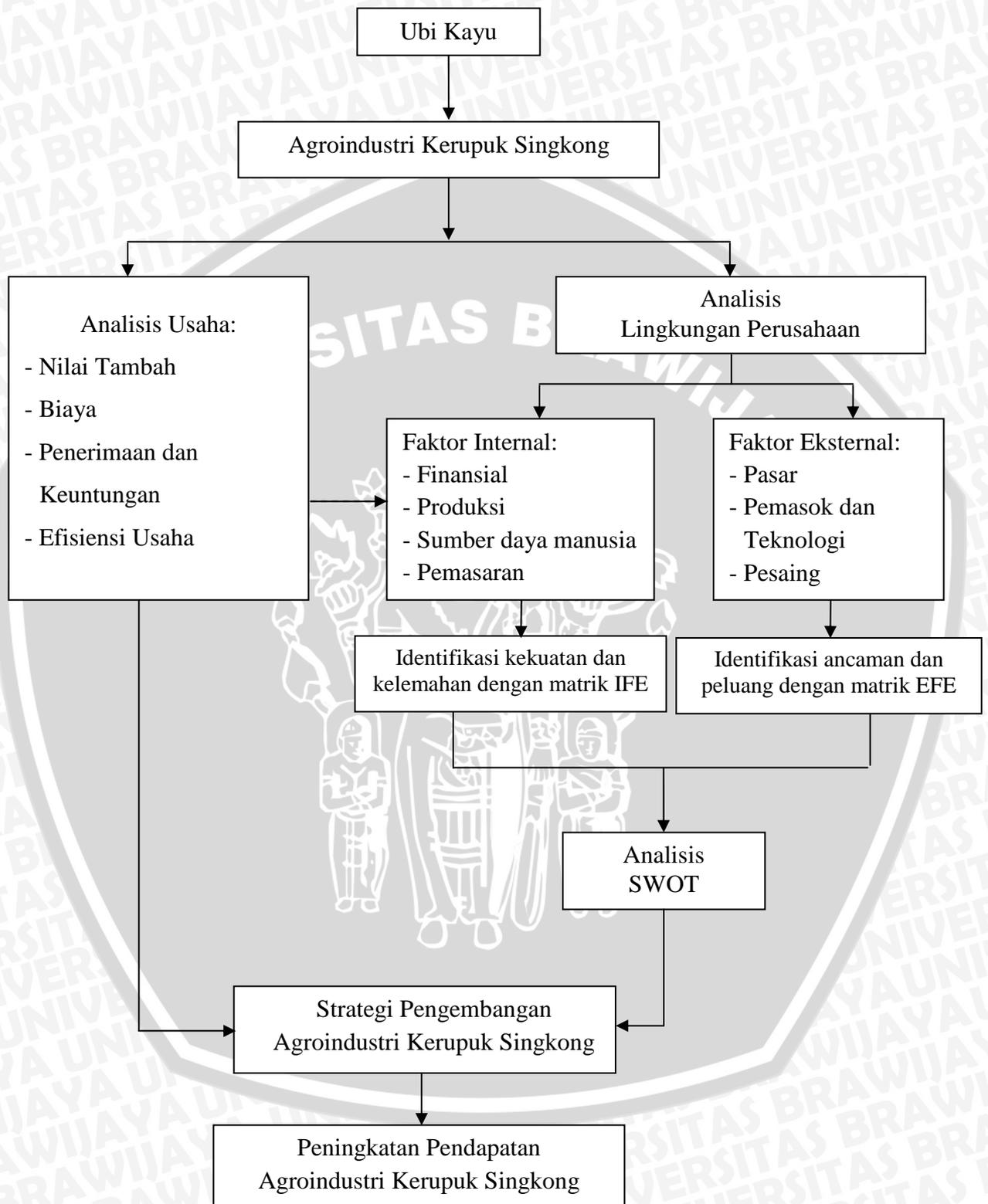
Matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*) digunakan dalam menganalisis kondisi lingkungan internal yang mencakup aspek finansial, produksi, sumber

daya manusia dan pemasaran sedangkan matrik EFE (*External Factor Evaluation*) untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal agroindustri kerupuk singkong yang mencakup aspek pasar, pesaing, pemasok dan teknologi. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha agroindustri kerupuk singkong di lokasi penelitian. Faktor ini dibagi menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dengan memperhatikan berbagai faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi lingkungan agroindustri tersebut, maka dapat diketahui strategi apa yang bisa dilakukan untuk pengembangan agroindustri. Faktor internal yang akan diteliti meliputi pengalaman usaha, kemampuan manajerial produsen, lokasi agroindustri, ketersediaan tenaga kerja, daya tahan produk, harga produk, kapasitas produksi, inovasi produk dan teknologi produksi. Sedangkan faktor eksternal meliputi, pangsa pasar, pesaing, pemasok bahan baku, konsumen, teknologi produksi serta peran pemerintah dalam usaha pengembangan agroindustri kerupuk singkong.

Faktor-faktor ini selanjutnya dianalisis dengan menggunakan matrik IE. Setelah menganalisis strategi melalui matrik IE, kemudian dilakukan analisis strategi dengan matrik *Grand Strategy*, melalui matrik ini agroindustri dapat melihat posisi mana agroindustri kerupuk singkong memungkinkan melaksanakan suatu strategi. Selanjutnya dilakukan analisis matrik SWOT untuk mengetahui hubungan antara masing-masing kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang.

Dengan diketahuinya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada agroindustri tersebut diharapkan para produsen kerupuk singkong mampu meningkatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengurangi kelemahan serta mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk mengantisipasi ancaman yang mungkin timbul sehingga dapat digunakan sebagai bahan untuk menentukan jenis dan bentuk strategi apa yang dapat digunakan untuk mengembangkan agroindustri kerupuk singkong, sehingga dengan perumusan alternatif strategi yang ada dapat membantu produsen dalam pengembangan usahanya dalam upaya meningkatkan pendapatan produsen kerupuk singkong.

Dari uraian diatas dapat dijelaskan pada gambar kerangka pemikiran di bawah ini:



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu

3.2 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga bahwa usaha agroindustri kerupuk singkong memberikan nilai tambah.
2. Diduga bahwa usaha agroindustri kerupuk singkong memiliki keuntungan.
3. Diduga bahwa agroindustri kerupuk singkong telah efisien.

3.3 Batasan Masalah

Penetapan batasan masalah sangat penting bagi suatu penelitian untuk mencegah terjadinya pembiasan dalam pembahasan penelitian. Untuk mempermudah pembahasan dalam penelitian ini maka diberikan batasan-batasan yaitu:

1. Agroindustri kerupuk singkong yang menjadi obyek penelitian adalah agroindustri kerupuk singkong skala kecil di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu.
2. Agroindustri kerupuk singkong yang dikaji lebih jauh adalah kerupuk singkong dengan rasa original.
3. Analisis usaha yang digunakan meliputi analisis nilai tambah, analisis biaya, analisis penerimaan, analisis keuntungan, analisis efisiensi usaha. Analisis usaha yang dilakukan adalah pada satu kali proses produksi kerupuk singkong..
4. Analisis SWOT yang digunakan menggunakan identifikasi lingkungan internal dan lingkungan eksternal agroindusrtri, matrik IFE, matrik EFE, matrik IE, matrik *Grand Strategy*, matrik SWOT.
5. Lingkungan internal yang dievaluasi adalah aspek finansial agroindustri kerupuk singkong, aspek produksi, aspek sumber daya manusia dan aspek pemasaran.
6. Lingkungan eksternal yang dimonitor adalah aspek pasar, aspek pesaing antar agroindustri kerupuk singkong serta aspek pemasok dan aspek teknologi.

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Agroindustri adalah kegiatan usaha dalam mengolah hasil pertanian yang memiliki kaitan erat dan langsung dengan produk pertanian primer.
2. Agroindustri kerupuk singkong adalah industri pengolahan makanan yang berbahan dasar ubi kayu.
3. Produsen kerupuk singkong adalah individu atau kelompok yang mengolah dan mengusahakan kerupuk singkong.
4. Produksi adalah output yang dihasilkan produsen kerupuk singkong (Kg).
5. Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tetap dan tidak tergantung pada jumlah produksi dalam pengolahan kerupuk singkong. Biaya tetap meliputi biaya penyusutan peralatan, dimana biaya penyusutan per tahun yang dihitung dengan cara membagi harga alat dengan umur ekonomis alat tersebut. Dalam penelitian ini alat setelah melampaui umur ekonomisnya tidak dihitung karena alat yang telah habis masa pakainya dianggap telah rusak dan tidak dijual (tidak bernilai ekonomis). (Rp/per proses produksi).
6. Biaya variabel adalah biaya yang besarnya tergantung dari jumlah output yang dihasilkan dan terlibat langsung dalam proses produksi. Biaya variabel dalam pengolahan kerupuk singkong meliputi biaya bahan baku, upah tenaga kerja, bahan penolong dan biaya lain-lain (Rp/satu kali proses produksi).
7. Biaya total adalah keseluruhan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh produsen dalam proses produksi untuk menghasilkan produk kerupuk singkong dalam satu kali proses produksi (Rp/satu kali proses produksi). Total biaya dihitung dengan menggunakan rumus: $TC = TFC + TVC$.
8. Penerimaan agroindustri kerupuk singkong adalah hasil kali antara jumlah produksi kerupuk singkong dengan harga jual kerupuk singkong (Rp/satu kali proses produksi). Untuk menghitung total penerimaan agroindustri kerupuk singkong menggunakan rumus: $TR = P \times Q$.
9. Keuntungan agroindustri kerupuk singkong adalah selisih antara total penerimaan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan selama proses produksi (Rp/satu kali proses produksi). Tingkat keuntungan: $\pi = TR - TC$.

10. Nilai tambah kerupuk singkong adalah pengurangan biaya bahan baku yang digunakan dan biaya input lainnya terhadap nilai produk kerupuk singkong, tidak termasuk biaya tenaga kerja yang digunakan (Rp/Kg/proses produksi).
11. Rasio nilai tambah adalah hasil dari nilai tambah (Rp/kg) dibagi dengan nilai jual produk.
12. Bahan baku adalah bahan-bahan utama yang digunakan untuk proses produksi kerupuk singkong (Kg).
13. Harga bahan baku adalah besarnya nilai yang harus dikeluarkan untuk pembelian bahan dalam proses produksi kerupuk singkong (Rp/Kg).
14. Faktor konversi adalah besarnya hasil produksi dibagi dengan jumlah bahan baku yang digunakan. (Kg/satu kali proses produksi).
15. Harga produk rata-rata adalah besarnya nilai jual rata-rata dari produk kerupuk singkong yang dihasilkan (Rp).
16. Tenaga kerja adalah sejumlah orang yang berperan dalam melakukan kegiatan produksi kerupuk singkong, dinyatakan dalam satuan jam/produksi.
17. Koefisien tenaga kerja adalah perbandingan besarnya jumlah tenaga kerja yang digunakan dibagi dengan bahan baku yang diperlukan dalam satu kali proses produksi.
18. Upah rata-rata adalah rata-rata biaya yang dibayarkan pada tenaga kerja (Rp).
19. Input lain adalah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku penunjang dalam proses produksi kerupuk singkong (Rp/Kg bahan baku).
20. Nilai produk adalah besarnya faktor konversi dibagi dengan harga produk rata-rata (Rp/Kg).
21. Imbalan tenaga kerja adalah besarnya upah yang diberikan kepada tenaga kerja per kilogram produksi (Rp/Kg).
22. Bagian tenaga kerja adalah prosentase dari besar imbalan tenaga kerja dibagi dengan nilai tambah.
23. Tingkat keuntungan adalah prosentase besarnya keuntungan dibagi dengan nilai tambah.
24. R/C rasio digunakan untuk mengukur efisien atau tidaknya agroindustri kerupuk singkong dengan membandingkan antara penerimaan dengan biaya

- yang dikeluarkan, jika >1 maka usaha agroindustri tersebut efisien, jika $=1$, maka usaha tersebut impas dan jika <1 maka usaha tersebut tidak efisien.
25. Lingkungan internal adalah kondisi dari dalam agroindustri kerupuk singkong yang mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam upaya pengembangannya.
 26. Lingkungan eksternal adalah kondisi dari luar yang dapat mempengaruhi kinerja agroindustri berupa peluang dan ancaman bagi pengembangan agroindustri kerupuk singkong.
 27. Kekuatan adalah kelebihan-kelebihan khusus yang dimiliki agroindustri kerupuk singkong untuk memberdayakan dirinya.
 28. Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam mengelola agroindustri kerupuk singkong.
 29. Peluang adalah keadaan dari luar agroindustri kerupuk singkong yang menguntungkan dalam memberdayakan dirinya.
 30. Ancaman adalah keadaan dari luar agroindustri yang tidak menguntungkan agroindustri kerupuk singkong dalam upaya pengembangan agroindustri.
 31. Analisis SWOT adalah analisis yang mencakup tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi agroindustri kerupuk singkong.
 32. Penentuan bobot tiap faktor yang ada diambil berdasarkan subyektifitas peneliti dengan melihat kondisi sebenarnya di agroindustri kerupuk singkong, sebab agroindustri kerupuk singkong yang ada masih berskala kecil sehingga sulit untuk meminta masing-masing produsen memberikan keputusan tentang bobot, demikian pula dengan nilai.
 33. *Internal Factor Evaluation (IFE)* adalah suatu pendekatan untuk menyusun profil kekuatan dan kelemahan agroindustri kerupuk singkong.
 34. *Eksternal Factor Evaluation (EFE)* adalah suatu pendekatan untuk menyusun profil peluang dan ancaman agroindustri kerupuk singkong.
 35. Matrik *IE (Internal Eksternal)* adalah matrik yang akan digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan agroindustri kerupuk singkong.
 36. Matrik SWOT adalah matrik yang akan digunakan untuk menyusun berbagai alternatif strategi dalam mengembangkan agroindustri kerupuk singkong.

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan maksud agar dapat dicapai tujuan penelitian. Lokasi penelitian ditentukan di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu dengan pertimbangan bahwa di tempat tersebut merupakan sentra agroindustri kerupuk singkong di Kota Wisata Batu yang sudah lama menjadi pusat mata pencaharian masyarakat setempat sehingga perlu mendapatkan pembinaan, dukungan, dari berbagai pihak serta penerapan strategi pengembangan yang tepat dalam upaya meningkatkan pendapatan produsen. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2010-Februari 2011.

4.2 Metode Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Produsen Kerupuk Singkong

Jumlah agroindustri kerupuk singkong yang masih aktif sebanyak 11 produsen, karena populasi yang diteliti sedikit maka penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sensus atau metode pencacah lengkap, yaitu metode penelitian yang datanya dikumpulkan dari seluruh populasi yang ada di daerah penelitian. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Arikunto (2002) bahwa jika jumlah populasi penelitian kurang dari 100 orang, maka sebaiknya diambil semua sebagai sampel atau responden penelitian. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan prosedur penelitian sensus.

2. Konsumen Kerupuk Singkong

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pengembangan agroindustri kerupuk singkong, maka konsumen kerupuk singkong diperlukan untuk menjadi responden dalam mengetahui informasi pasar terhadap analisis lingkungan internal dan eksternal agroindustri. Karena besarnya konsumen kerupuk singkong tidak diketahui maka digunakan metode penarikan sampling aksidental, yaitu merupakan prosedur pengambilan contoh dimana anggota

populasi yang secara kebetulan dijumpai langsung dijadikan contoh (Hidayat, 1989). Kemudian, pengambilan jumlah responden ditetapkan sebanyak 30 responden dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut mendekati jumlah distribusi normal. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Singarimbun (1989), sampel yang tergolong sampel besar yang distribusinya normal adalah sampel yang jumlahnya >30 dan diambil secara random.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari lapangan yang dikumpulkan melalui wawancara dengan responden dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait.

Data primer yang diperoleh dari kegiatan wawancara yaitu data yang diperoleh secara langsung dengan produsen dan konsumen kerupuk singkong dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya. Sedangkan observasi yaitu data yang diperoleh dari melihat dan melakukan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian.

Data sekunder digunakan untuk mendukung data primer dan diperoleh dari perpustakaan, literatur dan instansi terkait yang memiliki hubungan dengan penelitian ini. Data sekunder yang digunakan meliputi profil desa, keadaan geografis wilayah, keadaan penduduk menurut jenis kelamin, umur, dan mata pencaharian. Selain itu data sekunder diambil dari berbagai pustaka ilmiah yang mendukung penelitian ini.

4.4 Metode Analisis Data

Data-data yang didapat pada penelitian ini dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif. Analisa data kuantitatif merupakan metode analisa data yang menggunakan perhitungan terhadap data-data yang bersifat pembuktian dari masalah-masalah yang ada, dan untuk menguraikan dan melakukan perhitungan sesuai dengan tujuan penelitian sehingga memberikan gambaran realitas tentang apa yang ditemukan dari hasil penelitian yang meliputi analisis nilai tambah agroindustri kerupuk singkong, analisis biaya dan keuntungan serta analisis R/C ratio agroindustri kerupuk singkong. Sedangkan analisis data kualitatif digunakan

untuk menggambarkan keadaan lingkungan yang berhubungan dengan agroindustri kerupuk singkong di daerah penelitian. Keadaan lingkungan yang dimaksud meliputi lingkungan internal dan eksternal agroindustri kerupuk singkong. Metode analisis data yang digunakan antara lain:

4.4.1 Analisis Kuantitatif

A. Analisis Nilai Tambah

Besarnya nilai tambah karena proses pengolahan didapat dari pengurangan biaya bahan baku dan input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan, tidak termasuk biaya tenaga kerja. Dengan kata lain, nilai tambah merupakan imbalan bagi tenaga kerja dan pengolah. Adapun format yang digunakan dalam analisis nilai tambah yaitu:

Tabel 1. Format Nilai Tambah Produsen Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu

No.	Variabel	Notasi
1.	Hasil produksi (Kg/satu kali proses produksi)	A
2.	Bahan baku (Rp/satu kali proses produksi)	B
3.	Tenaga kerja (jam/satu kali proses produksi)	C
4.	Faktor konversi	$A : B = M$
5.	Koefisien tenaga kerja	$C : B = N$
6.	Harga produk rata-rata (Rp/Kg)	D
7.	Upah rata-rata (Rp/proses produksi)	E
8.	Harga bahan baku (Rp/Kg)	F
9.	Harga input komplementer (Rp/Kg)	G
10.	Nilai Produk (Rp/Kg)	$M \times D = K$
11 a	Nilai tambah (Rp/Kg)	$K - F - G = I$
b	Rasio nilai tambah (%)	$I/K \times 100\% = H\%$
12 a	Imbalan tenaga kerja (Rp/Kg)	$N \times E = P$
b	Bagian tenaga kerja (%)	$(P/I) \times 100\% = L\%$
13 a	Keuntungan (Rp/Kg)	$I - P = R$
b	Tingkat keuntungan (%)	$R/I \times 100\% = Q\%$

*Imbalan bagi modal dan manajemen (Sudiyono, 2002)

Maka dari analisis nilai tambah jika persentase keuntungan tinggi maka suatu usaha dapat dikatakan memiliki prospek yang baik, karena dalam pengelolaan modal usaha dan manajemennya telah menghasilkan keuntungan, begitu pula jika nilai tambah tinggi karena nilai produk lebih besar dari harga

bahan baku dan harga bahan komplementernya, dan juga bila imbalan tenaga kerja dan upah rata-ratanya juga akan bernilai tinggi.

B. Analisis Biaya

1. Biaya Tetap

Besarnya biaya dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$TFC = \sum_{i=1}^n FC$$

Keterangan:

TFC = total biaya tetap

FC = biaya tetap untuk biaya input

n = 12

Biaya yang diperhitungkan sebagai biaya tetap adalah biaya penyusutan alat.

Besarnya biaya penyusutan alat dihitung dengan rumus :

$$D = \frac{Pb - Ps}{t}$$

Keterangan:

D = Penyusutan alat (Rp/tahun)

Pb = Harga beli awal (Rp)

Ps = Nilai sisa (Rp)

t = Umur ekonomis

2. Biaya Variabel

Biaya yang diperhitungkan sebagai biaya tidak tetap meliputi biaya bahan baku dan bahan penolong, dihitung dengan rumus:

$$TVC = \sum_{i=1}^n VC$$

Keterangan:

TVC = total biaya tidak tetap

VC = biaya variabel dari setiap unit

n = 5

VC = Pxi . Xi

Keterangan:

Pxi = harga input ke - i

Xi = jumlah input ke - i

3. Biaya Total

Biaya total dihitung dengan rumus:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC = Biaya total (Rp)

TFC = Biaya tetap (Rp)

TVC = Biaya tidak tetap (variabel) (Rp)

C. Analisis Penerimaan dan Keuntungan

1. Analisis Penerimaan

Perhitungan penerimaan agroindustri kerupuk singkong sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Total penerimaan (Rp)

P = Harga produk (Rp/unit)

Q = Jumlah produksi (unit /satu kali proses produksi)

2. Analisis Keuntungan

Analisa keuntungan ditunjukkan melalui pengurangan antara penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan untuk satu kali produksi, dengan rumus:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π = Keuntungan (Rp)

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Total biaya (Rp)

D. Analisis Efisiensi Usaha

Efisiensi usaha dapat diukur dengan analisis R/C ratio yang merupakan perbandingan antara penerimaan dengan biaya produksi.

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

Dari perbandingan tersebut, akan dicapai kriteria efisiensi sebagai berikut:

Bila $R/C \text{ ratio} > 1$, maka usaha tersebut efisien dan menguntungkan

Bila $R/C \text{ ratio} = 1$, maka usaha tersebut impas atau tidak untung dan tidak rugi

Bila $R/C \text{ ratio} < 1$, maka usaha tersebut tidak efisien dan tidak menguntungkan

4.4.2. Analisis Kualitatif

A. Analisis SWOT

1. IFE (*Internal Factors Evaluation*)

Analisis IFE digunakan untuk menganalisis lingkungan internal yang berpengaruh sehingga dapat diidentifikasi sejauh mana kompetensi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu usaha. Tahapan kerjanya adalah :

1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agroindustri dalam aspek finansial, produksi, sumber daya manusia dan pemasaran. Kemudian mengidentifikasi faktor-faktor internal tersebut sebagai variabel-variabel dalam kekuatan atau kelemahan agroindustri.
2. Memberikan bobot pada tiap kekuatan dan kelemahan dengan menggunakan Matrik Urgensi, penentuan bobot dari tiap variabel kekuatan dan kelemahan tersebut dengan melihat variabel-variabel mana yang lebih urgen. Kriteria pembobotan didasarkan pada kontribusi yang diberikan faktor internal atau berdasarkan pengaruh faktor-faktor internal pada posisi strtaegis usaha ini.
3. Memberikan rating 1-4 pada setiap kekuatan dan kelemahan untuk mengidentifikasi seberapa efektif agroindustri merespon kekuatan dan kelemahan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan bersifat positif (kekuatan yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika kekuatannya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating kelemahan adalah kebalikannya.
4. Mengalikan bobot dengan rating untuk mendapatkan skor.
5. Menjumlahkan skor untuk mendapatkan total skor.

2. EFE (*External Factors Evaluation*)

Analisis EFE digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal yang berpengaruh sehingga dapat diidentifikasi informasi tentang peluang dan ancaman

yang dihadapi oleh pengusaha. Ada 5 langkah yang harus dilakukan dalam mengembangkan matrik EFE yaitu:

1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman yang dimiliki agroindustri.
2. Memberikan bobot pada tiap peluang dan ancaman dengan menggunakan Matrik Urgensi, penentuan bobot tiap variabel peluang dan ancaman tersebut dengan melihat variabel-variabel mana yang lebih urgen. Kriteria pembobotan didasarkan pada kontribusi yang diberikan faktor eksternal atau berdasarkan pengaruh faktor-faktor eksternal pada posisi strategis usaha ini. Pemberian bobot pada faktor-faktor tersebut dapat ditentukan oleh pihak produsen.
3. Memberikan rating 1-4 pada tiap peluang dan ancaman dalam mengidentifikasi seberapa efektif agroindustri merespon peluang dan ancaman. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating 4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating 1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Kriteria penilaian yang digunakan untuk perhitungan penilaian aspek eksternal sangat relatif sifatnya.
4. Mengalikan bobot dengan rating untuk mendapatkan skor.
5. Menjumlahkan skor untuk mendapatkan total skor.

3. Kriteria Pembobotan dan Penilaian

a. Kriteria Pembobotan

Kriteria pembobotan didasarkan pada kontribusi yang diberikan pada masing-masing faktor tersebut terhadap tujuan perusahaan atau didasarkan pada pengaruh faktor-faktor tersebut pada posisi strategis agroindustri. Bobot adalah kepentingan relatif antar variabel-variabel yang terdapat pada faktor internal dan eksternal. Dengan menggunakan Matrik Urgensi, penentuan bobot dari masing-masing variabel kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman dengan melihat variabel-variabel manakah yang lebih urgen. Pemilihan faktor yang lebih urgen dengan cara membandingkan antar poin per poin variabel antara baris dan kolom dari masing-masing faktor internal dan eksternal. Kemudian hasil poin perbandingan tersebut dijumlahkan. Poin terbanyak akan menentukan angka

untuk pembobotan. Untuk menghitung besar bobot adalah angka poin dibagi dengan jumlah keseluruhan poin faktor internal ataupun eksternal kemudian dikalikan 100%. Urutan bobot tertinggi maka merupakan faktor paling urgen. Jumlah bobot seluruh faktor internal maupun faktor eksternal yang ada di matrik IFE maupun matrik EFE harus sama dengan 1,00 atau 100 %.

b. Kriteria Penilaian

Kriteria yang digunakan untuk perhitungan penilaian tiap aspek internal maupun eksternal sangat relatif sifatnya. Pemberian nilai tersebut tidak ada rumusan baku, semua tergantung kondisi dan pengaruh perusahaan yang bersangkutan. Kriteria penilaian dijelaskan dalam tabel berikut (Rangkuti, 2005):

Tabel 2. Kriteria penilaian kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

No	Penilaian kekuatan / peluang		Penilaian kelemahan / ancaman	
	Nilai (+)	Keterangan	Nilai (-)	Keterangan
1.	4	Sangat besar	4	Kecil
2.	3	Besar	3	Cukup
3.	2	Cukup	2	Besar
4	1	Kecil	1	Sangat besar

Kriteria rating lingkungan internal dan eksternal:

1. Kekuatan dan Peluang

- +4 : Apabila agroindustri sangat tergantung pada aspek tersebut, sehingga agroindustri ini mempunyai kekuatan/peluang yang lebih pada aspek tersebut, jika dibandingkan dengan pesaing posisi agroindustri jauh lebih baik dari pesaing dimana posisi pesaing sangat lemah.
- +3 : Apabila agroindustri sangat tergantung pada aspek tersebut dan mempunyai pengaruh bagi perkembangan usaha, jika dibandingkan dengan pesaing, posisi agroindustri sedikit lebih baik dari pesaing.
- +2 : Apabila aspek ini dianggap kurang berpengaruh bagi agroindustri tetapi penting untuk dipertimbangkan.
- +1 : Apabila aspek ini dianggap tidak berpengaruh bagi agroindustri dan tidak penting untuk dipertimbangkan.

2. Kelemahan dan Ancaman

- 4 : Apabila agroindustri mempunyai kelemahan yang sangat kecil pada aspek ini dianggap tidak berpengaruh bagi agroindustri dan tidak penting untuk dipertimbangkan.
- 3 : Apabila agroindustri mempunyai kelemahan yang kecil pada aspek ini dan dianggap tidak berpengaruh bagi agroindustri tetapi tidak penting untuk dipertimbangkan.
- 2 : Apabila agroindustri mempunyai kelemahan yang tidak kecil dan tidak besar, pada aspek ini perusahaan tergantung dan mempunyai pengaruh bagi perkembangan usaha.
- 1 : Apabila agroindustri mempunyai kedudukan dan kemampuan yang sangat lemah pada aspek tersebut.

B. Matrik IFE dan Matrik EFE

1. Matrik IFE

Matrik IFE digunakan untuk menganalisis lingkungan internal yang berpengaruh sehingga dapat diidentifikasi sejauh mana kompetisi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu usaha. Langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menyusun matrik IFE adalah:

- a. Memasukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agroindustri keripik pisang (kolom 1).
- b. Memberikan bobot pada masing-masing kekuatan dan kelemahan sesuai dengan kriteria pembobotan yang telah ditentukan (kolom 2).
- c. Memberikan rating pada setiap kekuatan dan kelemahan sesuai dengan kriteria pemberian rating yang telah ditentukan (kolom 3).
- d. Untuk mendapatkan skor (kolom 4), bobot pada masing-masing kekuatan dan kelemahan (kolom 2) dikalikan dengan rating (kolom 3).
- e. Menjumlahkan skor untuk mendapatkan total skor.

Berikut ini adalah contoh penggunaan tabel matrik IFE:

Tabel 3. Matrik IFE

Faktor Internal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Skor (4)
Kekuatan			
Variabel 1	Y1	A1	Y1 x A1
Variabel 2	Y2	A2	Y2 x A2
Variabel ke n	Yn	An	Yn x An
Total Skor Kekuatan			S
Kelemahan			
Variabel 1	Y1	A1	Y1 x A1
Variabel 2	Y2	A2	Y2 x A2
Variabel ke n	Yn	An	Yn x An
Jumlah Variabel Kelemahan			W
Total Skor			S+W
Selisih skor Kekuatan dan Kelemahan			S-W

Keterangan:

Y = Bobot untuk variabel 1 sampai n.

A = Rating untuk variabel 1 sampai n (nilainya 1,2,3 atau 4).

S = Jumlah skor variabel kekuatan.

W = Jumlah skor variabel kelemahan.

2. Matrik EFE

Matrik EFE digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal yang berpengaruh sehingga dapat diidentifikasi informasi tentang peluang dan ancaman yang dihadapi oleh pengusaha. Berikut ini adalah langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menyusun matrik EFE:

1. Memasukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman yang dimiliki agroindustri keripik pisang (kolom 1).
2. Memberikan bobot pada masing-masing peluang dan ancaman sesuai dengan kriteria pembobotan yang telah ditentukan (kolom 2).
3. Memberikan rating pada setiap peluang dan ancaman sesuai dengan kriteria pemberian rating yang telah ditentukan (kolom 3).
4. Untuk mendapatkan skor (kolom 4), bobot pada masing-masing peluang dan ancaman (kolom 2) dikaliakn dengan rating (kolom 3).
5. Menjumlahkan skor untuk mendapatkan total skor.

Berikut ini adalah contoh penggunaan tabel matrik EFE:

Tabel 4. Matrik EFE

Faktor Eksternal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Skor (4)
Peluang			
Variabel 1	Y1	A1	Y1 x A1
Variabel 2	Y2	A2	Y2 x A2
Variabel ke n	Yn	An	Yn x An
Total Skor Peluang			O
Ancaman			
Variabel 1	Y1	A1	Y1 x A1
Variabel 2	Y2	A2	Y2 x A2
Variabel ke n	Yn	An	Yn x An
Total Skor Ancaman			T
Total Skor			O+T
Selisih skor Peluang dan Ancaman			O-T

Keterangan:

Y = Bobot untuk variabel 1 sampai n.

A = Rating untuk variabel 1 sampai n (nilainya 1,2,3 atau 4).

O = Jumlah skor variabel peluang.

T = Jumlah skor variabel ancaman.

C. Matriks Internal – Eksternal (IE)

Matrik IE digunakan untuk menggambarkan total skor dari matrik IFE pada sumbu X dan total skor dari matrik EFE pada sumbu Y. Menurut Rangkuti (2005) IE memiliki tiga implikasi strategi yang berbeda yaitu:

- Growth Strategy* yang merupakan pertumbuhan dari agroindustri sendiri (sel 1,2 dan 5) atau upaya diversifikasi (sel 7 dan 8).
- Stability Strategy* adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang sudah ada (sel 4).
- Retrenchment Strategy* adalah suatu usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan produsen agroindustri (sel 3,6 dan 9).

Tabel 5. Matrik IE

		Faktor Internal		
		Kuat	Rata-rata	Lemah
Faktor Eksternal	Tinggi	4,0 I <i>Growth</i> Konsentrasi melalui integrasi vertikal	3,0 II <i>Growth</i> Konsentrasi melalui integrasi horisontal	2,0 III <i>Retrenchment</i> <i>Turn around</i>
	Sedang	3,0 IV <i>Stability</i> Hati-hati	V <i>Growth</i> ----- <i>Stability</i>	VI <i>Retrenchment</i> Perusahaan terikat atau jual habis
	Rendah	2,0 VII <i>Growth</i> Diversifikasi Konsentrik	VIII <i>Growth</i> Diversifikasi Konglomerat	IX <i>Retrenchment</i> Bangkrut atau Likuidasi
		1,0		

(Rangkuti, 2005)

D. Matrik Grand Strategy

Matrik ini terdiri dari empat kuadran dengan masing-masing kuadran memiliki alternatif-alternatif strategi, berikut gambaran Matrik *Grand Strategy* menurut Siagian (1998):

		Banyak peluang lingkungan	
		II Mendukung Strategi <i>Turn-around</i>	I Mendukung Strategi Agresif
Kelemahan intern yang kritis		III Mendukung Strategi Defensif	IV Mendukung Strategi Diversifikasi
			Ancaman lingkungan besar
			Kekuatan intern yang penting

Gambar 3. Matrik *Grand Strategy* (Siagian, 1998)

E. Matriks SWOT

Matriks SWOT membantu analisis strategi untuk melakukan pencocokan antara strategi S-O (kekuatan-peluang), strategi S-T (kekuatan-ancaman), strategi W-O (kelemahan-peluang) dan strategi W-T (kelemahan-ancaman).

Tabel 6. Matrik SWOT

IFE EFE	STRENGTHS (S) Tentukan faktor kekuatan internal perusahaan	WEAKNESSES (W) Tentukan faktor kelemahan internal perusahaan
	OPPORTUNITIES (O) Tentukan faktor peluang eksternal yang ada	Strategi S - O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan faktor ancaman eksternal yang ada	Strategi S - T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W - T Ciptakan strategi yang meminimal kelemahan dan menghindari ancaman

(Umar, 2001)

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Keadaan Umum Daerah Penelitian

Desa Mojorejo merupakan wilayah di Kecamatan Junrejo yang terletak di sebelah timur Kota Wisata Batu dengan luas wilayah 175 Ha (2,081 km²) pada 7°52" - 7°53" Lintang Selatan dan 112°32" BB - 112°34" Bujur Timur dan pada ketinggian 650 m di atas permukaan laut (dpl). Suhu rata-rata harian berkisar antara 18°C - 25°C. Curah hujan rata-rata 30 mm dengan jumlah bulan hujan yaitu 5 bulan pertahun. Bentang wilayah Desa Mojorejo berbukit, warna tanah hitam, tekstur tanah lempungan, kedalaman tanah kurang lebih 0,5 m dan pada umumnya kondisinya subur.

Desa Mojorejo terbagi menjadi 2 Dusun, yaitu Dusun Kajang terdiri dari 7 Rukun Warga (RW) dan 14 Rukun Tetangga (RT), Dusun Ngandat terdiri dari 3 RW dan 10 RT. Adapun batas wilayah Desa Mojorejo adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Desa Torongrejo
- b. Sebelah Selatan : Desa Junrejo
- c. Sebelah Barat : Desa Beji
- d. Sebelah Timur : Desa Pendem dan Desa Dadaprejo

5.1.1 Distribusi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan laporan terakhir kependudukan tahun 2010, Desa Mojorejo terdiri dari 4.260 jiwa. Dari 4.260 jiwa itu tertuang dalam 1.145 keluarga yang bertempat tinggal menyebar di dua dusun di Desa Mojorejo. Rincian jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Distribusi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)
1	Laki-laki	2.146
2	Perempuan	2.114
Total		4.260

Sumber: Profil Desa Mojorejo, 2010.

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa penduduk laki-laki sejumlah 2.146 jiwa atau sebesar 50,37%, sedangkan jumlah penduduk perempuan adalah sebanyak 2.114 jiwa atau sebesar 49,63%. Perbandingan antara laki-laki dan perempuan di desa ini hampir seimbang, hanya terpaut 32 orang (0,74%) saja.

5.1.2 Distribusi Penduduk Berdasarkan Umur

Rincian jumlah penduduk berdasarkan umur seperti pada tabel berikut:

Tabel 8. Distribusi Penduduk Menurut Umur

No	Golongan Umur (tahun)	Jumlah (Jiwa)
1	0 - 5	1.044
2	5 - 9	408
3	9 - 17	845
4	17 - 25	461
5	25 - 40	781
6	40 - 60	408
7	> 60	315
Total		4.260

Sumber: Profil Desa Mojorejo, 2010.

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa jumlah penduduk terbanyak di Desa Mojorejo berumur 0-5 tahun sebesar 1.044 jiwa dengan persentase 24,51%, disusul usia 9-17 tahun sebanyak 845 jiwa atau sebesar 19,84% dan usia 25-40 tahun yaitu sebanyak 781 jiwa atau sebesar 18,33%. Namun jika diakumulasi jumlah penduduk usia produktif tetap lebih banyak. Hal ini menunjukkan bahwa di Desa Mojorejo memiliki potensi besar dalam penyediaan tenaga kerja.

5.1.3 Distribusi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan penduduk merupakan faktor yang penting untuk menggambarkan kemajuan penduduk suatu daerah yang nantinya akan mempengaruhi keberhasilan usaha penduduknya. Berdasarkan tabel dibawah ini dapat diketahui bahwa sebagian besar penduduk berpendidikan terakhir setingkat SD dan SLTA. Jumlah penduduk terbanyak memiliki tingkat pendidikan terakhir SLTA sejumlah 1.404 jiwa atau sebesar 32,96%, dan pada tingkat SD/Sederajat sejumlah 1.003 jiwa atau sebesar 23,54%, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas sumber daya manusia di Desa Mojorejo cukup rendah karena tingginya

jumlah penduduk di tingkat pendidikan SD dan SLTA. Distribusi penduduk berdasarkan tingkat pendidikan dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 9. Distribusi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Jenis Pendidikan	Jumlah (jiwa)
1	Belum tamat SD/Sederajat	596
2	SD/Sederajat	1.003
3	SLTP	859
4	SLTA	1.404
5	D-1 / D-2	18
6	D-3	63
7	S-1	226
8	S-2	6
9	Tidak / Belum Sekolah	85
Total		4.260

Sumber: Profil Desa Mojorejo, 2010.

5.1.4 Distribusi Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Jenis mata pencaharian penduduk di Desa Mojorejo beraneka ragam, diantaranya adalah sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), petani, pegawai swasta, ibu rumah tangga, pedagang, peternak, buruh dan tukang. Secara rinci pada tabel 10 dapat dilihat jenis mata pencaharian penduduk Desa Mojorejo.

Jika dilihat dari jenis pekerjaan yang ada di Desa Mojorejo dapat memberikan gambaran bahwa pertanian adalah salah satu faktor penggerak utama laju perekonomian di daerah ini. Laju pertumbuhan pertanian menjadi kunci keberhasilan pengembangan di Desa Mojorejo ini. Masyarakat di Desa Mojorejo sebagian besar merupakan petani. Hal ini bisa kita lihat bahwa 43,36% masyarakat bergerak di bidang pertanian. Masyarakat yang mencukupi kebutuhannya berdasarkan hasil pertanian adalah sebanyak 1.847 jiwa yang terdiri dari petani sebesar 835 jiwa dan buruh tani sebesar 1.012. Mereka menggarap sawah milik sendiri maupun menggarap lahan orang lain (buruh). Selain komoditas pertanian, sebagian penduduk juga bekerja di sektor industri kecil antara lain pembuatan kerajinan kayu, perkakas dapur, pembuatan pot, tukang las, dan pembuatan macam-macam keripik ataupun kerupuk.

Adapun mata pencaharian yang dilakukan oleh penduduk di Desa Mojorejo dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Distribusi Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

No	Pekerjaan	Jumlah (jiwa)
1	Petani	835
2	Pelajar/Mahasiswa	814
3	Ibu Rumah Tangga	766
4	Pedagang	409
5	Transportasi	21
6	Karyawan	144
7	Pensiunan	36
8	Guru	19
9	Dosen	3
10	Industri	21
11	Polri	7
12	TNI	15
13	Konstruksi	4
14	Perikanan	1
15	Pembantu Rumah Tangga	9
16	Perawat/dokter	8
17	Peternak	16
18	Sopir	8
19	Tukang Batu	8
20	Tukang Kayu	6
21	Buruh Tani	1.012
22	Buruh Harian Lepas	22
23	Pegawai Negeri	45
24	Belum Kerja	-
25	Lainnya	31
Total		4.260

Sumber: Profil Desa Mojorejo, 2010.

5.2 Karakteristik Responden Agroindustri Kerupuk Singkong

Responden yang diambil dalam penelitian ini terdiri dari 11 produsen kerupuk singkong berskala kecil. Karakteristik responden merupakan gambaran tentang kondisi responden yang terdiri dari beberapa aspek antara lain umur, tingkat pendidikan, jenis usaha dan lamanya usaha.

5.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur responden akan mempengaruhi kemampuan fisik dalam mengelola usaha agroindustri kerupuk singkong. Berdasarkan Tabel 11 dapat diketahui bahwa responden agroindustri kerupuk singkong terbanyak berumur antara 46 tahun sampai dengan 55 tahun yaitu sebanyak 6 orang atau sebesar 54,54%, kemudian responden berumur 36 tahun sampai dengan 45 tahun sebanyak 3 orang

atau 27,28%, yang berumur 26 sampai 35 tahun berjumlah 2 orang atau sekitar 18,18% dari total responden secara keseluruhan. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar produsen agroindustri kerupuk singkong merupakan penduduk usia kerja yang telah memiliki pengalaman di bidang usahanya, hal ini disebabkan usaha agroindustri kerupuk singkong bersifat turun temurun yang sudah lama diusahakan oleh keluarganya. Berikut ini disajikan tabel tentang responden berdasarkan umur:

Tabel 11. Karakteristik Responden Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo Berdasarkan Umur

No.	Umur (tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	$26 \leq X \leq 35$	2	18,18
2	$36 \leq X \leq 45$	3	27,28
3	$46 \leq X \leq 55$	6	54,54
Total		11	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2011.

5.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi kemampuan responden dalam mengadopsi ilmu pengetahuan dan penerapan teknologi serta kemampuan produsen berkomunikasi dalam bertukar pengalaman dan keterampilan dalam menjalankan usaha agroindustri kerupuk singkong. Pendidikan sebagai penentu kualitas sumber daya manusia yang diharapkan meningkatkan kemajuan usaha dan kesejahteraan produsen.

Tingkat pendidikan responden agroindustri kerupuk singkong di daerah penelitian cukup beragam mulai dari jenjang pendidikan SD hingga Perguruan Tinggi. Dari data Tabel 12 tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar responden agroindustri kerupuk singkong berpendidikan SLTA sebanyak 5 orang atau sebesar 45,45%, sedangkan yang berpendidikan SD dan SLTP berturut-turut sebanyak 2 dan 3 orang dan yang paling sedikit adalah produsen dengan tingkat pendidikan di perguruan tinggi yang hanya 1 orang atau sebesar 9,09%.

Pada tabel dibawah juga dapat dilihat bahwa produsen dengan pendidikan SD dan SLTP jika diakumulasikan berjumlah 45,46% dari total responden, rendahnya tingkat pendidikan tersebut disebabkan para produsen kerupuk

singkong merupakan orang-orang yang sudah berusia lanjut dimana pada zaman dahulu masih sedikit yang mengenyam pendidikan hingga jenjang tinggi maupun mereka yang merupakan keluarga tidak mampu sehingga kekurangan biaya dalam hal pendidikan. Secara rinci tingkat pendidikan responden agroindustri kerupuk singkong dapat dikelompokkan seperti pada tabel berikut:

Tabel 12. Karakteristik Responden Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	SD	2	18,18
2	SLTP	3	27,28
3	SLTA	5	45,45
4	Perguruan Tinggi	1	9,09
Total		11	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2011.

5.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Produsen kerupuk singkong di daerah penelitian menjadikan usaha agroindustri kerupuk singkong sebagai pekerjaan utama dan ada yang menjadikan sebagai pekerjaan sampingan. Secara rinci dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 13. Karakteristik Responden Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo Berdasarkan Jenis Usaha

No.	Jenis Usaha	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Pekerjaan Utama	11	100,00
2	Pekerjaan Sampingan	0	0
Total		11	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2011.

Berdasarkan data tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh produsen agroindustri kerupuk singkong menjadikan usaha ini sebagai pekerjaan utama yaitu sebanyak 11 orang dengan persentase 100%, karena menjalankan usaha turun temurun keluarga. Kehidupan mereka ditunjang dari agroindustri kerupuk singkong yang sudah sejak lama telah diusahakan.

5.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Agroindustri kerupuk singkong di daerah penelitian merupakan usaha yang telah lama diusahakan oleh penduduk setempat, bahkan usaha ini telah dilakukan secara turun-temurun. Lama usaha dapat menggambarkan pengalaman

yang dimiliki produsen kerupuk singkong sehingga berpengaruh terhadap ketrampilan dalam memproduksi. Tabel di bawah ini menjelaskan tentang lama usaha yang dilakukan oleh produsen kerupuk singkong.

Tabel 14. Karakteristik Responden Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo Berdasarkan Lama Usaha

No.	Pengalaman Usaha	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	< 10 th	4	36,36
2	$10 \leq X \leq 20$ th	7	63,64
Total		11	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa usaha agroindustri kerupuk singkong telah lama diusahakan. Produsen yang telah menjalankan usahanya antara 10 sampai 20 tahun sebanyak 7 orang atau sebesar 63,64%. Produsen yang telah menjalankan usahanya selama puluhan tahun umumnya melanjutkan usaha dari orang tua mereka, sehingga mereka sudah mempunyai pengalaman yang lebih banyak dalam proses produksi maupun dalam usaha mengembangkan agroindustri kerupuk singkong. Produsen yang menjalankan usaha agroindustri kerupuk singkong kurang dari 10 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase 36,36% dari total keseluruhan. Hal ini disebabkan mereka merasa bahwa usaha ini mampu memberikan keuntungan sehingga dapat menambah pendapatan keluarga mereka. Selain itu, ada yang mulai menjalankan usaha ini karena mereka merasa tidak ada usaha lain yang dapat dilakukan sehingga mereka mengikuti produsen kerupuk singkong lain yang telah lama menjalankan usahanya.

5.3 Karakteristik Agroindustri Kerupuk Singkong

Karakteristik agroindustri merupakan gambaran tentang kondisi agroindustri dalam menjalankan usaha agroindustri kerupuk singkong yang terdiri dari beberapa faktor produksi yang dibutuhkan agroindustri untuk memperlancar dan mendorong pengembangan usaha serta meningkatkan profit bagi produsen agroindustri kerupuk singkong. Adapun faktor-faktor produksi tersebut antara lain modal, bahan baku, tenaga kerja dan teknologi yang digunakan serta kemampuan manajemen produsen agroindustri.

5.3.1 Modal

Modal merupakan kekayaan atau bagian yang dimiliki oleh produsen kerupuk singkong. Modal dibedakan menjadi dua macam, yaitu modal tetap dan modal lancar. Modal tetap merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan tidak habis dalam sekali proses produksi, sedangkan modal lancar adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan habis dalam satu kali proses produksi. Modal sangat diperlukan dalam pengembangan usaha, besarnya modal yang dimiliki berpengaruh pada kapasitas hasil produksi kerupuk singkong. Rata-rata modal yang digunakan per proses produksi kerupuk singkong sebesar Rp 906.000,-.

Modal yang digunakan oleh produsen di daerah penelitian adalah modal sendiri. Modal yang ada digunakan untuk kegiatan produksi meliputi pembelian bahan baku, bahan penolong, biaya bahan bakar, biaya kemasan dan pengupahan tenaga kerja. Para produsen kerupuk singkong belum ada yang memanfaatkan pinjaman dari bank atau koperasi dikarenakan kurangnya informasi serta mereka takut menanggung resiko bila tidak mampu mengembalikan pinjaman dan bunganya tersebut tepat waktu. Dengan keterbatasan modal yang ada, mereka lebih memilih menggunakan uang pribadi atau meminjam ke anggota keluarga walaupun hanya cukup untuk menjalankan usahanya sehari-hari. Padahal jika produsen memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan dengan tambahan modal dari lembaga keuangan maka para produsen dapat mengembangkan usahanya lebih maju.

5.3.2 Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi kerupuk singkong dibedakan menjadi dua yaitu bahan baku dan bahan penolong. Bahan baku yang digunakan dalam proses pengolahan kerupuk singkong adalah ubi kayu, sedangkan untuk bahan penolong antara lain tepung tapioka, bawang putih, gula, garam, dan penyedap rasa. Bahan-bahan tersebut diperoleh produsen melalui pemasok yang mengantarkan langsung ke tempat produsen. Hal ini dikarenakan

sudah ada hubungan baik antara produsen dan pemasok, sehingga produsen tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi untuk mendapatkan bahan baku.

Harga ubi kayu di tingkat produsen berkisar antara Rp. 700,- sampai Rp.725,- per kg. Produsen biasanya membayar ubi kayu secara tunai. Pembayaran dilakukan pada waktu pemasok mengantarkan ubi kayu ke tempat produsen. Pemasok ubi kayu sebagian besar berasal dari luar Kota Batu, antara lain Dau-Batu, Dampit dan Karangploso. Ketiga daerah tersebut pada umumnya digunakan para produsen dalam pasokan bahan baku karena dapat memenuhi kebutuhan mereka baik secara kualitas maupun kuantitas. Produsen belum pernah merasa kesulitan dalam memasok bahan baku karena bahan baku selalu tersedia secara kontinyu. Kontinuitas bahan baku ini sangat menunjang setiap kegiatan produksi kerupuk singkong sehingga produksi dapat berjalan rutin dan membawa keuntungan untuk agroindustri kerupuk singkong tersebut.

Kapasitas penggunaan bahan baku untuk setiap produsen berbeda-beda dalam satu kali proses produksi. Kapasitas bahan baku merupakan kemampuan masing-masing produsen dalam menyediakan bahan baku ubi kayu untuk produksi kerupuk singkong. Perbedaan kapasitas penggunaan bahan baku dipengaruhi oleh modal, tenaga kerja yang dimiliki produsen dan jumlah permintaan. Untuk satu kali proses produksi, kapasitas bahan baku yang digunakan berkisar antara 120 kg-400 kg, dan dari bahan baku tersebut dihasilkan produk kerupuk singkong rata-rata sebanyak 170 kg setiap kali produksi.

5.3.3 Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang penting dan perlu diperhitungkan dalam menjalankan usaha agroindustri kerupuk singkong. Tersedianya tenaga kerja yang memadai dan berpengalaman akan mendukung kelancaran dalam proses produksi yang dilakukan. Jumlah tenaga kerja dalam agroindustri kerupuk singkong ini berjumlah antara 5 - 11 orang yang berasal dari dalam keluarga dan dari masyarakat di sekitar lokasi agroindustri. Rata-rata jam kerja pada agroindustri kerupuk singkong berkisar 7 - 11 jam tiap produksi, tergantung dari jumlah bahan baku dan tenaga kerja yang digunakan pada tiap

proses produksi. Sistem pembayaran upah yang umumnya digunakan pada agroindustri ini adalah sistem borongan. Pembayaran upah tenaga kerja berbeda-beda tiap agroindustri, rata-rata upah yang diberikan berkisar antara Rp 15.000 - Rp 35.000 tiap individu.

5.3.4 Teknologi

Teknologi merupakan salah satu faktor produksi yang penting dalam kegiatan agroindustri kerupuk singkong. Teknologi yang digunakan dalam proses produksi akan mempengaruhi kualitas dan kuantitas produk yang nantinya akan menentukan harga jual dan keuntungan yang akan diperoleh produsen. Secara umum teknologi yang digunakan oleh produsen di daerah penelitian masih sederhana. Hanya pada proses pamarutan ubi kayu dan penggilingan adonan yang sudah menggunakan teknologi mesin.

Pada proses pengeringan kerupuk singkong masih tergantung pada bantuan sinar matahari. Apabila cuaca mendung, maka proses pengeringan membutuhkan waktu lebih lama sehingga hal ini akan berpengaruh pada kualitas kerupuk singkong tersebut. Produsen belum menggunakan mesin pengering (*oven*) karena keterbatasan modal dan kualitas kerupuk singkong yang dihasilkan kurang bagus. Peralatan produksi yang digunakan oleh produsen agroindustri kerupuk singkong diperoleh dengan cara membeli di pasar atau toko peralatan rumah tangga, akan tetapi juga terdapat peralatan yang dibuat sendiri oleh produsen atau memesan pada orang lain, mengingat peralatan tersebut belum tersedia di pasar seperti pipa cetakan dan papan penjemuran. Peralatan yang digunakan antara lain mesin parut, mesin giling, pisau, baskom, dandang, cetakan, bak adonan, tong air, papan jemur dan timbangan.

Teknologi komunikasi seperti telepon umum maupun telepon rumah dan *handphone* sudah tersedia sehingga memudahkan produsen dalam berkomunikasi dan bertukar informasi. Penggunaan teknologi sudah cukup maksimal sehingga jaringan komunikasi dengan pemasok bahan baku, penyalur atau toko-toko distributor yang terdapat di dalam maupun di luar wilayah tersebut lancar.

5.3.5 Manajemen

Kemampuan manajemen yang dimiliki produsen memberikan pengaruh terhadap lamanya usaha dan perkembangan usaha yang dijalankan. Pada agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo pada umumnya produsen kerupuk singkong telah memiliki kemampuan manajerial yang cukup baik, meskipun produsen kerupuk singkong masih sederhana dalam mengolah manajemen agroindustri.

Kelemahan manajemen pada agroindustri kerupuk singkong ini misalnya belum adanya sistem pembukuan yang tercatat dan jelas, sehingga untuk pemasukan dan pengeluaran pada kegiatan produksi tidak dapat diketahui secara terperinci. Meskipun kemampuan manajerial yang dimiliki produsen masih sederhana, tetapi sampai saat ini produsen masih dapat melanjutkan usaha dan memperbesar usahanya tersebut. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan produsen dalam menentukan kapasitas produksi, jumlah tenaga kerja yang digunakan, penetapan harga jual, dan sebagainya.

5.3.6 Pemasaran

Dalam pemasaran kerupuk singkong, produsen melayani penjualan langsung ke konsumen di lokasi produksi, ke pasar lokal maupun melakukan kerjasama dengan toko pusat oleh-oleh atau pedagang grosir lain sehingga berpeluang memperluas daerah pemasarannya. Produk kerupuk singkong di daerah penelitian sebagian masih dipasarkan di daerah setempat dan beberapa daerah di luar kota Batu seperti Malang, Sidoarjo, Mojokerto, Banyuwangi dan Bali. Pangsa pasar yang masih luas memberikan peluang yang bagus bagi pengembangan agroindustri kerupuk singkong.

Kerupuk singkong yang dijual terdapat dalam dua kemasan yang berbeda yaitu kemasan plastik 200 gram dan kemasan plastik 5 kilogram. Biasanya para distributor membeli produk kerupuk singkong di lokasi produksi, mereka lebih sering membeli kemasan 5 kilogram dikarenakan mereka akan mengemas ulang produk tersebut dan melabeli produk kerupuk singkong dengan merk milik distributor sendiri.

5.4 Proses Produksi Kerupuk Singkong

Proses produksi kerupuk singkong merupakan serangkaian kegiatan produksi dalam pembuatan kerupuk singkong yang dimulai dari persiapan bahan baku hingga proses pengemasan produk. Adapun alat yang digunakan pada usaha pembuatan kerupuk singkong antara lain:

1. Pisau/Parang digunakan untuk mengupas kulit ubi kayu dan bawang putih.
2. Tong air digunakan untuk merendam ubi kayu yang telah dikupas.
3. Mesin parut digunakan untuk memarut ubi kayu.
4. Bak digunakan sebagai wadah ubi kayu yang telah diparut dan untuk tempat adonan singkong.
5. Dandang digunakan untuk mengukus adonan singkong yang telah dicampur dengan bumbu.
6. Pengaduk kayu digunakan untuk mengaduk adonan dan mengangkat adonan singkong yang telah matang.
7. Kompor/kayu bakar digunakan untuk alat mengukus adonan singkong.
8. Mesin roll atau mesin giling digunakan untuk menggiling adonan yang telah dikukus untuk menjadi lembaran-lembaran tipis dan panjang.
9. Pipa cetakan digunakan untuk mencetak lembaran-lembaran adonan yang telah digiling menjadi bentuk pipihan bulat.
10. Papan jemur merupakan alat yang terbuat dari bambu berbentuk persegi panjang yang digunakan untuk menjemur kerupuk singkong basah.
11. Timbangan duduk digunakan untuk menimbang kerupuk singkong yang sudah dikemas dalam plastik.
12. Mesin press digunakan untuk merekatkan plastik kemasan kerupuk singkong.

Berikut ini adalah proses pembuatan kerupuk singkong yaitu:

1. Pengupasan
Pengupasan dilakukan dengan cara manual yang bertujuan untuk memisahkan daging ubi kayu dari kulitnya. Pengupasan dilakukan dengan memakai pisau.
2. Pencucian dan perendaman
Pencucian ubi kayu yang sudah dikupas dilakukan secara manual yaitu dengan memasukkan ubi kayu ke dalam tong air kemudian dilakukan

pengadukan di dalam bak yang berisi air atau dengan penyemprotan langsung dengan air. Tahap ini bertujuan untuk memisahkan kotoran dan lendir yang menempel pada ubi kayu.

3. Pamarutan

Pamarutan dilakukan dengan menggunakan mesin parut. Ubi kayu yang sudah dicuci dimasukkan dalam mesin pamarut hingga bentuknya menjadi bubur ubi kayu. Kemudian bubur ubi kayu diperas untuk menghilangkan air yang terkandung dalam bubur ubi kayu tersebut.

4. Pencampuran adonan

Parutan singkong tersebut dicampur dengan tepung tapioka dan bumbu, seperti bawang putih, gula, garam, dan penyedap rasa hingga adonan merata.

5. Pengukusan adonan

Kukus adonan singkong dalam dandang selama 3-4 jam, kemudian tiriskan selama 1 hari agar adonan dingin dan mudah untuk digiling dan dicetak.

6. Penggilingan

Adonan yang telah ditiriskan siap untuk digiling di mesin roll untuk dijadikan bentuk lembaran-lembaran panjang dan tipis.

7. Pencetakan

Tumpukan lembaran-lembaran adonan dicetak bulat dengan pipa-pipa cetakan khusus.

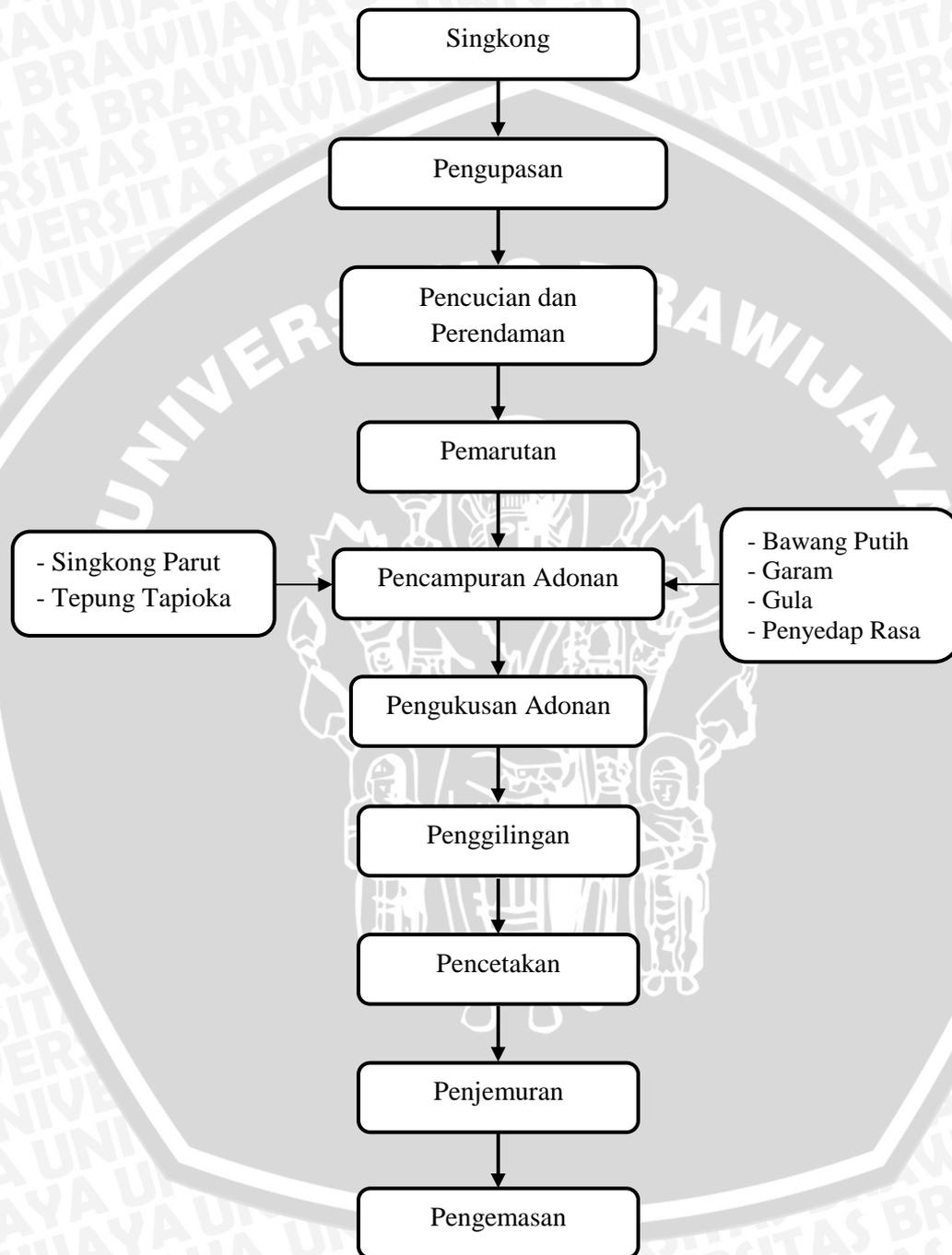
8. Pengeringan / Penjemuran

Sistem pengeringan yang dilakukan masih sederhana yaitu menggunakan energi sinar matahari. Pipihan-pipihan bulat adonan yang telah diletakkan diatas papan-papan jemur siap diletakkan di atas rak-rak bambu selama 1-2 hari karena tergantung intensitas dan lama penyinaran matahari.

9. Pengemasan

Kerupuk singkong yang telah kering tersebut sudah dapat dilakukan proses pengemasan dalam plastik 5 kg maupun plastik 200 gram dan kerupuk singkong siap dipasarkan.

Adapun tahapan dalam pengolahan ubi kayu menjadi kerupuk singkong dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4. Proses Produksi Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu

5.5 Analisis Konsumen

Analisis ini dilakukan terhadap konsumen kerupuk singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu. Tujuan dilakukan analisis konsumen adalah untuk memperoleh informasi pasar tentang kondisi konsumen kerupuk singkong. Data diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen sebanyak 30 orang responden. Hasil penelitian yang dilakukan terhadap konsumen dari kerupuk singkong dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Gambaran Konsumen Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu Tahun 2011.

Macam	Kriteria	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	14	46,7
	Perempuan	16	53,3
Usia	< 17	2	6,7
	17 - < 30	6	20
	30 - < 40	9	30
	≥ 40	13	43,3
Pekerjaan	PNS	4	13,3
	Pegawai swasta	9	30
	Wiraswasta	12	40
	Pelajar / mahasiswa	2	6,7
	Lain-lain	3	10
Penghasilan	< 200.000	0	0
	200.000 - < 500.000	2	6,7
	500.000 - < 1.000.000	11	36,7
	1.000.000 - < 2.000.000	13	43,3
	> 2.000.000	4	13,3
Lama Mengonsumsi	< 6 bulan	9	30
	6 bln - < 1 tahun	3	10
	1 tahun - < 3 tahun	2	6,7
	≥ 3 tahun	16	53,3
Pertimbangan Membeli	Merek	1	3,3
	Harga	2	6,7
	Rasa	27	90
	Kemasan	0	0
	Pelayanan	0	0

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

Pada Tabel 15 dapat diketahui bahwa konsumen kerupuk singkong hampir seimbang yaitu sebesar 46,7% berjenis kelamin laki-laki dan 53,3% sisanya berjenis kelamin perempuan. Perbedaan persentase tidak terlalu besar dari segi jenis kelamin, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan konsumsi kerupuk singkong hampir seimbang dikonsumsi baik oleh konsumen laki-laki maupun konsumen perempuan.

Pada segi usia menunjukkan bahwa besarnya persentase terdapat pada semua kategori. Dapat disimpulkan bahwa kerupuk singkong tidak hanya dikonsumsi pada beberapa kategori usia saja, melainkan produk ini dikonsumsi oleh semua kategori usia. Konsumen terbesar terdapat pada usia ≥ 40 yaitu sebesar 43,3% dimana dapat menggambarkan bahwa kategori usia tersebut merupakan konsumen paling konsumtif dibanding kategori usia lainnya.

Jenis pekerjaan dan jumlah penghasilan konsumen merupakan faktor yang penting dalam besarnya tingkat konsumsi seseorang terhadap suatu produk. Pada umumnya, semakin besar tingkat penghasilan seseorang, maka produk yang dikonsumsi akan lebih berkualitas dan berkelas. Namun, hal tersebut kurang berlaku pada kegiatan mengonsumsi kerupuk singkong, mengingat bahwa produk ini sebagai oleh-oleh dan merupakan makanan ringan. Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen kerupuk singkong yaitu 43,3% merupakan konsumen kelas menengah ke atas dengan tingkat pendapatan rata-rata per bulan diatas Rp. 1.000.000, meskipun demikian tidak menutup kemungkinan bahwa produk ini tetap digemari oleh kalangan menengah ke bawah juga. Maka dapat disimpulkan bahwa kerupuk singkong ini dapat dikonsumsi oleh seluruh kalangan masyarakat.

Kerupuk singkong sudah lama diusahakan di sentra industri ini, sehingga produk ini sudah cukup dikenal dan banyak dikonsumsi masyarakat. Dalam tabel dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen telah mengonsumsi kerupuk singkong lebih dari 3 tahun lamanya, yaitu sebesar 53,3%. Selain itu para konsumen melakukan pembelian di agroindustri kerupuk singkong ini dengan pertimbangan mutu produk terutama pada kualitas rasa yaitu sebanyak 90%.

Pada Tabel 16 menggambarkan tentang respon konsumen terhadap produk kerupuk singkong pada agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu. Hasil tanggapan konsumen terhadap variabel yang ada dapat digunakan sebagai informasi mengenai kondisi lingkungan perusahaan dalam menganalisis faktor kekuatan dan kelemahan agroindustri dan sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi untuk pengembangan agroindustri tersebut. Tanggapan konsumen kerupuk singkong dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 16. Tanggapan Konsumen Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu Tahun 2011.

No.	Uraian	Kriteria	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Rasa	Tidak enak	0	0
		Kurang enak	1	3,3
		Cukup enak	13	43,3
		Enak	16	53,3
		Sangat enak	0	0
2	Kemasan	Tidak menarik	8	26,7
		Kurang menarik	18	56,7
		Cukup menarik	4	16,7
		Menarik	0	0
		Sangat menarik	0	0
3	Ketetapan harga	Tidak mempengaruhi	15	50
		Kurang mempengaruhi	0	0
		Cukup mempengaruhi	5	16,7
		Mempengaruhi	9	30
		Sangat mempengaruhi	1	3,3
4	Harga	Sangat mahal	0	0
		Mahal	0	0
		Cukup murah	12	40
		Murah	18	60
		Sangat murah	0	0
5	Promosi	Tidak bagus	8	26,7
		Kurang bagus	13	43,3
		Cukup bagus	7	23,3
		Bagus	2	6,7
		Sangat bagus	0	0
6	Lokasi yang terjangkau	Tidak mempengaruhi	4	13,3
		Kurang mempengaruhi	0	0
		Cukup mempengaruhi	10	33,3
		Mempengaruhi	14	46,7
		Sangat mempengaruhi	2	6,7

Tabel 16. (Lanjutan)

No.	Uraian	Kriteria	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
7	Kemudahan mendapat produk	Sangat sulit	0	0
		Sulit	1	3,3
		Cukup mudah	16	53,3
		Mudah	12	40
		Sangat mudah	1	3,3
8	Merek	Tidak mempengaruhi	10	33,3
		Kurang mempengaruhi	7	23,3
		Cukup mempengaruhi	8	26,7
		Mempengaruhi	4	13,3
		Sangat mempengaruhi	1	3,3
9	Frekuensi konsumsi	Tidak tentu	12	40
		Min. 1 bln sekali	10	33,3
		Min. 2 mgg skali	8	26,7
		Seminggu 2-3 kali	0	0
		Setiap hari	0	0
10	Diversifikasi produk	Tidak tertarik	0	0
		Kurang tertarik	2	6,7
		Cukup tertarik	9	30
		Tertarik	14	46,7
		Sangat tertarik	5	16,7

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

Pada Tabel 16 diatas dapat diketahui bahwa respon konsumen kerupuk singkong dari segi rasa menyatakan bahwa kerupuk singkong memiliki rasa yang enak dengan persentase sebesar 53,3% dan sebanyak 43,3% konsumen menyatakan cukup enak. Pada tiap agroindustri, produsen memiliki kualitas rasa yang berbeda-beda dikarenakan oleh perbedaan pengolahan adonan dengan jumlah pemakaian bahan penolong yang bervariasi dalam proses produksinya.

Dari segi kemasan, 56,7% responden menilai bahwa kemasan kerupuk singkong kurang menarik. Kemasan produk yang dilakukan oleh hampir semua produsen berupa plastik putih 5 kilogram. Sedangkan 16,7% menyatakan cukup menarik dikarenakan responden tersebut membeli kerupuk singkong pada produsen dengan plastik kemasan 200 gram dan sudah terdapat label produk.

Sebesar 50% konsumen menyatakan bahwa ketetapan harga yang pada agroindustri kerupuk singkong ini tidak mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk ini dan sebanyak 60% konsumen menyatakan bahwa produk kerupuk singkong ini memiliki harga yang murah. Dengan

demikian dapat terlihat bahwa minat konsumen terhadap produk ini cukup baik karena ketetapan harga tidak begitu menjadi kendala bagi penjualan kerupuk singkong ini, meskipun harus diimbangi dengan kualitas produk yang bagus. Dari segi promosi sebanyak 43,3% menyatakan bahwa kurang bagusnya kegiatan promosi yang dilakukan agroindustri ini karena promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut dimana produsen beranggapan bahwa keberadaan agroindustri ini sudah cukup lama dijalankan dan telah dikenal masyarakat. Sebaiknya promosi dilakukan lebih baik untuk menunjang pengembangan agroindustri ini.

Desa Mojorejo menjadi lokasi agroindustri kerupuk singkong ini, lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau keberadaannya karena hanya berjarak ± 5 km dari pusat kota Batu, selain itu tersedianya sarana transportasi umum untuk keluar-masuk lokasi agroindustri sehingga memudahkan konsumen menjangkau lokasi dan memudahkan produsen dalam pemasaran produk tersebut. Sebesar 46,7% responden menyatakan bahwa lokasi mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk ini, kemudian 53,3% konsumen menyatakan bahwa produk kerupuk singkong ini cukup mudah didapatkan karena sudah tersebar di lokasi-lokasi wisata sebagai oleh-oleh bagi wisatawan.

Merek produk digunakan sebagai identitas produk. Sehingga merek produk menjadi salah satu bagian penting suatu produk untuk diketahui keberadaan produk tersebut. Sebesar 33,3% responden menganggap bahwa merek kurang mempengaruhi dalam keputusan mereka melakukan pembelian produk kerupuk singkong ini. Hal ini disebabkan sebagian besar produsen yang belum memberikan merek dagang pada produk usahanya selain itu sebagian besar responden yang diambil adalah distributor.

Diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh agroindustri ini dalam upaya pengembangan produk dan pemenuhan perubahan selera konsumen terhadap produk. Sebagian besar konsumen yaitu sebanyak 46,7% mengaku cukup tertarik bila dilakukan pendiversifikasian produk pada kerupuk singkong ini, konsumen mengharapkan adanya rasa yang bervariasi dan adanya produk siap konsumsi dari produk ini sebagai suatu inovasi baru agar produk semakin berkembang di pasaran.

5.6 Analisis Nilai Tambah

Nilai tambah merupakan selisih antara nilai produk dan biaya bahan baku ubi kayu dengan sumbangan input lainnya. Perhitungan analisis nilai tambah pada agroindustri kerupuk singkong digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai tambah yang terdapat pada 1 kg singkong yang diolah menjadi produk kerupuk singkong. Analisis ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai perkiraan nilai tambah pada agroindustri kerupuk singkong, imbalan bagi tenaga kerja, dan imbalan bagi modal yang merupakan keuntungan produsen kerupuk singkong. Untuk hasil perhitungan lengkap dapat dilihat pada Lampiran 7. Rata-rata nilai tambah yang ada pada agroindustri kerupuk singkong dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 17. Rata-Rata Nilai Tambah Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong Di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu.

	Keterangan	Nilai
A	Hasil Produksi (kg/1x produksi)	170
B	Bahan baku (kg/1x produksi)	310,91
C	Tenaga kerja (jam/produksi)	9,91
M	Faktor Konversi (A/B)	0,55
N	Koefisien Tenaga Kerja (C/B)	0,036
D	Harga Kerupuk Singkong (Rp/kg)	8.090,91
E	Upah Rerata (Rp/jam)	2.421,58
F	Harga Singkong (Rp/kg/1x produksi)	709
G	Input Lain (Rp/kg/1x produksi)	1.590
K	Nilai Produk (Rp/1x produksi) (M x D)	4.478,98
I	Nilai Tambah (Rp/kg/1x produksi) (K-F-G)	2.180
H	Rasio Nilai Tambah (%) (I / K) x 100	48,67
P	Imbalan Tenaga Kerja (Rp/1x prod) (N x E)	95,50
L	Bagian Tenaga Kerja (%) (P / I) x 100	4,48
R	Keuntungan (Rp/kg/1xprod) (I-P)	2.084
Q	Tingkat Keuntungan (%) (R / I) x 100	95,52

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 17 dapat diketahui bahwa dengan penggunaan bahan baku singkong per satu kali produksi sebanyak 310,91 kg mampu menghasilkan produk kerupuk singkong sebanyak 170 kg kerupung singkong mentah. Kemudian dengan harga jual kerupuk singkong rata-rata sebesar Rp 8.090 per kg dan faktor konversi sebesar 0,55, maka rata-rata nilai produksi yang diperoleh produsen kerupuk singkong adalah sebesar Rp Rp 4.478,98 per satu kali produksi dimana nilai produksi ini akan dialokasikan untuk bahan baku ubi kayu sebesar Rp 709 per kg dan kebutuhan input lain sebesar Rp 1.590 per kg.

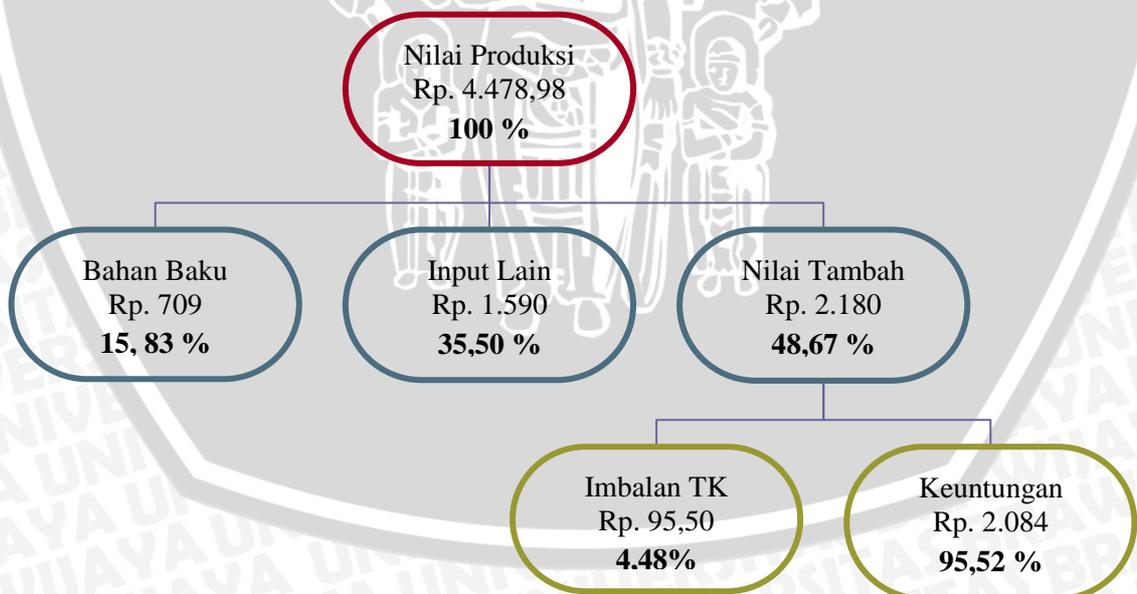
Imbalan tenaga kerja (anggota kelompok olahan) dari setiap kilogram ubi kayu menjadi kerupuk singkong ini sebesar Rp. 95,50 atau sebesar 4,48% dari nilai tambahnya, hal ini menunjukkan bahwa agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo mampu berperan dalam memberikan pendapatan bagi pekerjanya walaupun nilainya cukup rendah yakni sebesar Rp 95,50 per jam per satu kali produksi.

Besarnya curahan tenaga kerja atau koefisien tenaga kerja dan upah yang diberikan mempengaruhi besarnya imbalan tenaga kerja, dimana semakin besar koefisien tenaga kerja dan upah tenaga kerja maka semakin besar pula imbalan tenaga kerjanya. Imbalan tenaga kerja dipengaruhi oleh besar kecilnya nilai dari koefisien tenaga kerja, dimana imbalan tenaga kerja merupakan hasil perkalian dari koefisien tenaga kerja dengan upah per hari orang kerja. Koefisien tenaga kerja pada agroindustri kerupuk singkong ini adalah 0,036. Dari angka koefisien tenaga kerja yang diperoleh dapat diketahui bahwa untuk mengolah 1 kg singkong menjadi produk kerupuk singkong dibutuhkan waktu rata-rata sebanyak 0,036 jam atau setiap 100 kg singkong membutuhkan waktu kurang lebih 3,6 jam.

Sedangkan untuk penyerapan tenaga kerja, agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo ini mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 9,91 jam orang kerja setiap melakukan proses produksi kerupuk singkong. Tenaga kerja yang digunakan dalam kegiatan agroindustri kerupuk singkong terdiri dari tenaga kerja dalam keluarga dan luar keluarga. Upah tenaga kerja dalam keluarga tetap diperhitungkan untuk mengetahui efektifitas tenaga kerja serta mengetahui

besarannya imbalan tenaga kerja yang diberikan jika menggunakan tenaga kerja seluruhnya dari luar keluarga.

Besarnya nilai tambah suatu produk dipengaruhi oleh besarnya nilai produk, harga bahan baku yang dalam hal ini berupa singkong, dan sumbangan input lain. Yang termasuk biaya input lain adalah biaya variabel kecuali biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. Besarnya nilai produksi setelah dikurangi dengan harga singkong dan input lain maka diperoleh rata-rata nilai tambah sebesar Rp 2.180 atau dengan rasio nilai tambah sebesar 48,67%. Menurut Hubeis dalam Hermawatie (1998), rasio nilai tambah dapat digolongkan menjadi 3 yakni dikatakan rendah jika <15%, sedang jika berkisar 15%-40% dan tinggi jika >40%. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai tambah yang diberikan pada komoditas singkong setelah diolah menjadi produk kerupuk singkong adalah tinggi. Produk yang mempunyai nilai tambah tinggi memberikan pengertian bahwa produk tersebut layak dikembangkan dan memberikan keuntungan. Untuk lebih jelasnya, distribusi nilai tambah bagi pendapatan tenaga kerja dan keuntungan produksi kerupuk singkong dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Distribusi Nilai Tambah Bagi Pendapatan Tenaga Kerja dan Keuntungan Produksi Kerupuk Singkong Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong Di Desa Mojorejo, Kecamatan Jinrejo, Kota Wisata Batu.

Besarnya keuntungan rata-rata per produksi yang diberikan dari agroindustri kerupuk singkong adalah Rp 2.084 per kilogram produksi atau dengan tingkat keuntungan sebesar 95,52% dari nilai tambahnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo memiliki prospek yang cerah karena memiliki tingkat keuntungan bagi produsen yang tinggi serta mampu menyerap tenaga kerja meskipun imbalan bagi tenaga kerjanya masih kecil dikarenakan kemampuan biaya dan modal produsen yang terbatas.

Keuntungan yang diperoleh produse agroindustri kerupuk singkong juga dapat digunakan sebagai modal dalam mengembangkan usaha mereka ke arah lebih baik. Tingkat keuntungan yang diperoleh produsen ini cukup baik, namun dalam menilai tingkat keuntungan tersebut harus dipertimbangkan kemampuan jangka waktu investasi dan arus penerimaan. Sistem pemasaran dengan cara lain perlu dipertimbangkan oleh perusahaan agar jangka waktu pengembalian modal bisa diperpendek.

5.7 Analisis Keuangan

5.7.1 Analisis Biaya

Biaya merupakan jumlah barang dan jasa yang harus dikorbankan untuk menghasilkan suatu produk. Terdapat dua macam biaya yang harus dikeluarkan oleh produsen agroindustri kerupuk singkong dalam satu kali proses produksi yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Dalam satu bulan dihitung 8 hari kerja, sehingga dalam satu tahun terdapat 96 hari kerja atau 96 kali proses produksi karena pengrajin hanya memproduksi dua kali dalam satu minggu.

A. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang besarnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi atau biaya yang tidak habis untuk satu kali proses produksi. Biaya yang termasuk dalam kategori biaya tetap adalah biaya penyusutan peralatan yang digunakan selama proses produksi kerupuk singkong. Besarnya biaya penyusutan tergantung dari nilai awal dan nilai akhir, umur ekonomis peralatan dan jumlah peralatan yang digunakan dalam proses produksi. Peralatan

yang digunakan meliputi pisau, bak adonan, tong air, mesin parut, mesin roll, pipa cetakan, dandang, kompor, pengaduk kayu, timbangan, mesin press kemasan dan papan jemur. Sedangkan sewa tempat tidak diperhitungkan dalam biaya penyusutan karena tempat yang digunakan untuk proses produksi adalah rumah tempat tinggal produsen sendiri dan bukan merupakan tempat yang sengaja dibangun khusus untuk proses produksi kerupuk singkong tersebut. Besarnya biaya penyusutan peralatan pada agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo adalah sebagai berikut:

Tabel 18. Rata-Rata Biaya Tetap (Penyusutan Peralatan) Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu

No.	Jenis Peralatan	Biaya (Rp)
1	Pisau	121,68
2	Bak Adonan	1.141,57
3	Tong Air	1.078,59
4	Mesin Parut	174,72
5	Mesin Roll	5.238,64
6	Pipa Cetakan	144,13
7	Dandang	1.083,52
8	Kompor	469,69
9	Pengaduk Kayu	272,25
10	Timbangan	243,13
11	Mesin Press	151,28
12	Papan Jemur	8.173,53
Total		18.292,76

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa biaya penyusutan peralatan per satu kali proses produksi yang terbesar adalah papan jemur yaitu sebesar Rp 8.173,53 (\approx Rp 8.174). Hal ini disebabkan umur ekonomis yang cukup singkat dan jumlahnya yang paling banyak dibanding peralatan lainnya. Sedangkan biaya penyusutan peralatan per satu kali produksi yang terkecil adalah biaya penyusutan pisau sebesar Rp 121,68 (\approx Rp 122), hal ini disebabkan karena selain harga pisau yang relatif murah juga umur ekonomis dari pisau tersebut relatif lama.

Besarnya biaya penyusutan peralatan pada agroindustri kerupuk singkong dipengaruhi oleh jumlah peralatan, harga beli awal, harga sisa dan umur ekonomis dari masing-masing peralatan. Adapun urutan peralatan yang mempunyai umur ekonomis dari yang paling kecil sampai yang terbesar adalah pisau, pipa cetakan, mesin press, mesin parut, timbangan, pengaduk kayu, kompor, tong air, dandang, bak adonan, mesin roll dan yang terakhir adalah papan jemur.

B. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang besarnya tergantung pada besar kecilnya jumlah produksi, sehingga semakin besar jumlah produksi maka semakin besar pula biaya yang harus dikeluarkan. Biaya yang termasuk dalam biaya variabel pada agroindustri kerupuk singkong meliputi biaya pembelian bahan baku, bahan penolong, bahan bakar, bahan kemas, upah tenaga kerja. Besarnya rata-rata biaya variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 19. Rata-Rata Biaya Variabel Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu.

No.	Jenis Biaya Variabel	Jumlah (Rp)
1	Bahan Baku	221.102,3
2	Bahan Penolong	422.772,7
3	Bahan Bakar	32.590,91
4	Bahan Kemas	36.181,82
5	Upah Tenaga Kerja	175.090,9
Total Biaya Variabel		887.738,6

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 19 dapat diketahui bahwa besarnya total biaya variabel untuk satu kali proses produksi adalah Rp 887.738,6 (\approx Rp 887.700). Proporsi biaya bahan penolong menempati urutan terbesar dari total biaya variabel yaitu Rp. 422.772,7 (\approx Rp 422.800). Jumlah tersebut menunjukkan bahwa agroindustri kerupuk singkong tergantung pada ketersediaan bahan penolong yang dalam hal ini adalah tepung tapioka dan bumbu adonan. Besarnya biaya bahan penolong setiap agroindustri kerupuk singkong berbeda-beda tergantung besarnya bahan baku yang diolah.

Biaya terbesar kedua dalam pembuatan kerupuk singkong adalah biaya bahan baku yaitu sebesar Rp 221.102,3 (\approx Rp 221.100). Pada agroindustri kerupuk singkong ini besarnya biaya bahan baku yang dikeluarkan tidak sama, tergantung besar kecilnya bahan baku yang digunakan.

Tenaga kerja dalam agroindustri kerupuk singkong ini berasal dari dalam keluarga dan luar keluarga, sehingga upah tenaga kerja dalam keluarga tetap diperhitungkan untuk mengetahui efektifitas tenaga kerja. Agroindustri ini banyak menggunakan tenaga manusia dalam kegiatan produksinya, sehingga besarnya biaya tenaga kerja menempati urutan ketiga setelah biaya pembelian bahan baku. Upah tenaga kerja yang harus dikeluarkan untuk satu kali proses produksi sebesar Rp 175.090,9 (\approx Rp 175.100).

Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk kemasan kerupuk singkong adalah Rp 36.181,82 (\approx Rp 36.200). Pada agroindustri kerupuk singkong ini besarnya biaya bahan kemas yang dikeluarkan tidak sama, tergantung besar kecilnya bahan kemas yang digunakan. Sedangkan besarnya biaya pembelian bahan bakar yaitu sebesar Rp 32.590,91 (\approx Rp 32.600). Dimana biaya bahan bakar yang paling banyak adalah pembelian minyak gas ataupun kayu bakar. Minyak gas atau kayu bakar yang dibutuhkan dalam proses produksi hanya digunakan pada proses pemasakan, dan untuk biaya listrik hanya digunakan pada saat penggunaan mesin, pengambilan air. Sebenarnya air merupakan komponen bahan yang diperlukan dalam proses produksi, namun karena semua produsen menggunakan air sumur dalam proses produksi maka air menjadi tidak mempunyai nilai ekonomis sehingga tidak diperhitungkan dalam perhitungan biaya variabel.

C. Biaya Total

Biaya total produksi merupakan jumlah antara biaya tetap dan biaya variabel selama satu kali proses produksi. Berdasarkan data Tabel 20 dapat diketahui total biaya per satu kali proses produksi agroindustri kerupuk singkong sebesar Rp 906.031,4 (\approx Rp 906.000). Biaya variabel yang dikeluarkan sebesar Rp 887.738,6 (\approx Rp 887.700) dan biaya tetap sebesar Rp 18.292,76 (\approx Rp 18.300). Sehingga diketahui bahwa biaya variabel jauh lebih besar dibanding biaya tetap.

Biaya total yang dikeluarkan produsen agroindustri kerupuk singkong per proses produksi adalah sebagai berikut:

Tabel 20. Rata-Rata Biaya Total Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu.

No.	Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
1	Biaya Tetap	18.292,76
2	Biaya Variabel	887.738,6
	Total Biaya	906.031,4

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

5.7.2 Analisis Penerimaan

Penerimaan merupakan hasil perkalian antara produk yang dihasilkan dengan harga jual produk tersebut di tingkat produsen yang dinyatakan dalam satuan rupiah. Penerimaan yang diperoleh produsen agroindustri kerupuk singkong berasal dari penjualan kerupuk singkong, produsen menjual kerupuk singkong dengan harga Rp 7.600 – Rp 7.800 untuk kemasan 5 kilogram dan Rp 2000 untuk kemasan 200 gram. Besarnya penerimaan yang diterima produsen agroindustri kerupuk singkong adalah sebagai berikut:

Tabel 21. Rata-Rata Total Penerimaan Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kec. Junrejo, Kota Wisata Batu.

No	Uraian	Jumlah
1	Rata-Rata Jumlah Produksi Kerupuk Singkong (kg)	170
2	Rata-Rata Harga Jual Kerupuk Singkong (Rp/kg)	8.090,91
	Total Penerimaan	1.385.363,64

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 21 diatas dapat diketahui total penerimaan untuk satu kali proses produksi yang diterima produsen agroindustri kerupuk singkong sebesar Rp.1.385.363,64 (\approx Rp 1.385.400) dengan rata-rata produksi sebesar 170 kg dan rata-rata harga jual sebesar Rp 8.090,91 (\approx Rp 8.100).

5.7.3 Analisis Keuntungan

Keuntungan merupakan tujuan dari usaha agroindustri kerupuk singkong, karena keuntungan yang diperoleh dapat dijadikan ukuran apakah usaha ini dapat dilanjutkan atau tidak. Keuntungan yang diperoleh juga bisa digunakan sebagai modal untuk mengembangkan usaha kearah yang lebih baik. Besarnya nilai

keuntungan merupakan selisih antara total penerimaan dengan total biaya produksi selama satu kali proses produksi.

Berdasarkan Tabel 22 dapat dilihat bahwa total keuntungan yang diperoleh produsen agroindustri kerupuk singkong per satu kali proses produksi sebesar Rp 479.332,24 (\approx Rp 479.300). Dengan mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh produsen, maka dapat disimpulkan bahwa agroindustri kerupuk singkong dapat menjalankan usahanya dan diharapkan mampu mengembangkan usahanya dengan baik.

Tabel 22. Rata-Rata Keuntungan Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu.

No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Total Penerimaan	1.385.363,64
2	Total Biaya	906.031,4
	Keuntungan	479.332,24

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

5.7.4 Analisis Efisiensi Usaha

Analisis efisiensi digunakan untuk mengetahui apakah usaha agroindustri kerupuk singkong layak untuk dikembangkan atau tidak. Analisis ini dapat diketahui dengan menghitung R/C ratio yaitu membandingkan antara total penerimaan dengan total biaya dalam satu kali proses produksi. Besarnya R/C ratio agroindustri kerupuk singkong adalah sebagai berikut:

Tabel 23. Rata-Rata Efisiensi Usaha Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu.

No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Total Penerimaan	1.385.363,64
2	Total Biaya	906.031,4
3.	Efisiensi usaha (R/C ratio)	1,495

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 23 dapat diketahui bahwa tingkat efisiensi usaha agroindustri kerupuk singkong sebesar 1,495. Hal ini berarti bahwa bila produsen agroindustri kerupuk singkong menginvestasikan kekayaannya sebesar Rp.1,00 maka produsen akan memperoleh penerimaan sebesar Rp.1,495. Nilai efisiensi

atau R/C rasio yang > 1 merupakan indikasi bahwa usaha agroindustri kerupuk singkong di daerah penelitian menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

5.8 Strategi Pengembangan Agroindustri

Agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu dalam pelaksanaan usahanya dipengaruhi oleh lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan internal akan berpengaruh pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri kerupuk singkong. Sedangkan perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan eksternal juga akan berpengaruh pada peluang dan ancaman yang dihadapi agroindustri kerupuk singkong baik saat ini maupun yang akan datang. Oleh karena itu, diharapkan produsen agroindustri dapat mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi agar usahanya tetap berjalan dan berkembang. Berdasarkan hasil penelitian, dapat dirumuskan beberapa hal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi pada agroindustri kerupuk singkong.

5.8.1 Analisis Lingkungan Internal Agroindustri

Analisis lingkungan internal dapat digunakan untuk menggambarkan faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agroindustri kerupuk singkong. Dari analisis ini, dapat diketahui seberapa besar kekuatan dan kelemahan berpengaruh terhadap kelangsungan usaha ini. Adapun kekuatan dan kelemahan yang dapat teridentifikasi adalah:

A. Kekuatan

1. Pengalaman Usaha

Pengalaman usaha merupakan keahlian produsen baik secara langsung maupun tidak langsung yang dapat dilihat dari berapa lama produsen bekerja dibidang usahanya. Usaha agroindustri ini merupakan usaha turun temurun. Sebagian besar produsen agroindustri kerupuk singkong di daerah penelitian telah menjalankan usahanya lebih dari 10 tahun. Keadaan ini menunjukkan pengalaman produsen kerupuk singkong tergolong cukup lama.

Pengalaman yang dimiliki produsen akan lebih memperlancar usaha agroindustri kerupuk singkong. Namun, pengalaman saja belum cukup untuk mendukung usaha ini berkembang. Hal ini disebabkan pengalaman yang dimiliki masih bersifat tradisional sehingga perlu penyesuaian dengan perkembangan teknologi. Walaupun secara teknis usaha ini tidak memerlukan keahlian khusus, namun untuk menambah pengetahuan dan mengasah kemampuan untuk mengembangkan usaha agroindustri kerupuk singkong maka pelatihan dan penyuluhan masih diperlukan.

2. Kemampuan Manajerial Produsen

Karena pengalaman usaha yang dimilikinya, maka produsen kerupuk singkong mempunyai kemampuan manajerial walaupun masih sangat sederhana. Kemampuan manajerial yang dimiliki diantaranya penentuan jumlah bahan baku yang diproses saat hari biasa dan musim liburan atau hari raya, penentuan jumlah pembelian bahan baku dan bahan penolong, penentuan harga jual, jumlah tenaga kerja yang digunakan, dan sebagainya. Tanpa adanya kemampuan manajerial tersebut, maka produsen tidak dapat meneruskan usahanya hingga saat ini.

3. Lokasi Agroindustri Strategis

Agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo mempunyai lokasi agroindustri yang strategis, ini tentunya akan sangat memudahkan produsen dalam memasarkan hasil produksinya. Selain itu dikarenakan Kota Batu menjadi pusat lokasi wisata yang menarik, maka produsen memiliki kekuatan dalam menjual produknya sebagai oleh-oleh khas Kota Batu. Sedangkan keuntungan bagi konsumen adalah lokasi yang terjangkau sehingga mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian produk kerupuk singkong langsung ke lokasi produksinya.

4. Ketersediaan Tenaga Kerja Terampil

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting dalam usaha agroindustri kerupuk singkong. Tersedianya tenaga kerja yang banyak di daerah penelitian, memudahkan produsen dalam melaksanakan kegiatan produksinya. Selain itu, keterampilan tenaga kerja cukup menunjang jalannya

produksi kerupuk singkong dikarenakan para tenaga kerja sudah lama bergabung dengan usaha ini dan mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik.

5. Keuntungan Produksi

Keuntungan merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya yang telah dikeluarkan selama satu kali proses produksi. Setiap produsen selalu menginginkan usaha yang dilakukan menghasilkan keuntungan atau profit yang maksimal. Dari hasil perhitungan analisis keuangan, menunjukkan bahwa agroindustri kerupuk singkong menguntungkan dan layak untuk dikembangkan. Keuntungan yang diperoleh akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sebagian lagi digunakan sebagai tambahan modal untuk kegiatan produksi selanjutnya. Keuntungan yang menjanjikan menjadi alasan bagi produsen kerupuk singkong untuk tetap meneruskan usaha ini.

6. Daya Tahan Produk

Produk kerupuk singkong yang dihasilkan dapat dikatakan sebagai produk yang mempunyai daya tahan produk yang bagus. Hal ini dikarenakan produk kerupuk singkong merupakan produk setengah jadi atau kerupuk singkong mentah yang belum digoreng, sehingga konsumen dapat menyimpan produk ini dalam waktu yang cukup lama.

7. Harga Produk Terjangkau

Harga jual yang ditetapkan tiap produsen berbeda-beda, tergantung pada bahan penolong yang digunakan. Makin bervariasi dan makin baik kualitas bahan baku yang digunakan maka harga jual kerupuk singkong juga makin tinggi. Harga jual per kilogram kerupuk singkong berkisar antara Rp 7.600 - Rp 7.800. Selain itu produsen juga menyediakan kerupuk singkong dengan kemasan 200 gram, dimana harga jualnya Rp 2.000 per kemasan. Berdasarkan informasi pasar yang tercantum pada Tabel 17 menunjukkan hasil sebesar 60% konsumen menyatakan bahwa harga produk kerupuk singkong murah. Maka dapat disimpulkan bahwa harga jual tersebut sangat terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.

8. Kapasitas Produksi Tinggi

Kapasitas produksi tiap agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo tidak sama, tergantung besarnya modal dan jumlah permintaan. Makin besar

modal dan jumlah permintaan, umumnya kapasitas bahan baku yang digunakan juga makin besar. Dalam setiap kali produksi kerupuk singkong, para produsen menggunakan bahan baku yang berkisar antara 120 kg - 400 kg singkong. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kapasitas produksi yang dihasilkan oleh tiap agroindustri tergolong tinggi.

9. Inovasi Produk

Pada agroindustri kerupuk singkong ini sudah ada beberapa varian rasa yang diproduksi pada beberapa produsen. Pada umumnya keseluruhan produsen memproduksi kerupuk singkong rasa bawang (original), namun seiring dengan permintaan konsumen akan variasi produk, maka beberapa produsen mulai menambahkan rasa balado, rasa apel, dan rasa mangga yang tersedia hanya di beberapa produsen saja. Sehingga dapat dikatakan bahwa agroindustri ini telah memiliki berbagai macam varian rasa.

10. Pemasaran Luas

Dalam memasarkan produknya, selain melayani penjualan di tempat produksi, produsen juga menjual sendiri produknya dengan cara melakukan kerjasama dengan toko pusat oleh-oleh atau penyalur lain sehingga berpeluang memperluas daerah pemasaran dan menambah pangsa pasar. Selain itu juga terdapat agroindustri yang menerima pesanan ke luar kota. Dengan demikian terdapat dua saluran distribusi yang digunakan oleh produsen kerupuk singkong yakni dari produsen langsung ke konsumen dan dari produsen ke konsumen melalui penyalur.

B. Kelemahan

1. Teknologi Produksi Sederhana

Teknologi merupakan salah satu faktor produksi yang menyangkut tentang peralatan yang digunakan dalam proses produksi. Peralatan yang digunakan dalam agroindustri kerupuk singkong masih sederhana karena hanya pada proses pamarutan dan penggilingan saja yang menggunakan mesin, sedangkan untuk proses pengeringan masih mengandalkan sinar matahari. Teknologi pengeringan

yang digunakan masih tradisional sehingga saat musim hujan produsen terpaksa mengurangi jumlah produksi.

2. Administrasi Keuangan Tidak Tercatat

Kegiatan administrasi keuangan yaitu pencatatan/pembukuan mengenai penerimaan dan pengeluaran dalam suatu proses produksi. Para produsen di daerah penelitian tidak melakukan pembukuan, karena seringkali perhitungan antara kebutuhan usaha agroindustri dan kebutuhan rumah tangga masih bercampur. Mereka menganggap kegiatan pembukuan terlalu rumit dan akan menyita banyak waktu dan tenaga. Selain itu mereka juga beranggapan bahwa walaupun kegiatan pembukuan tidak dilakukan, usaha agroindustri kerupuk singkong tetap bisa dilakukan dan mendapatkan keuntungan. Padahal, manajemen keuangan cukup penting dalam kegiatan usaha untuk melihat tingkat perkembangan usaha.

3. Promosi Belum Efektif

Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan menginformasikan keberadaan suatu produk kepada pasar. Berbagai macam bentuk promosi dapat dilakukan oleh perusahaan, namun promosi yang dilakukan agroindustri kerupuk singkong hanya berupa promosi dari mulut ke mulut saja, sehingga dirasa kegiatan promosi tersebut belum efektif.

4. Merek Dagang dan Label Produk

Merek adalah nama yang digunakan pada suatu produk agar produsen dapat memperkenalkan produk yang dihasilkannya kepada pasar guna membedakan dengan produk yang lain. Sedangkan label berisi beberapa informasi deskripsi produk. Pemberian merek dan label produk juga termasuk bagian dari promosi penjualan. Pada agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo sebesar 63,6% atau 7 produsen belum memiliki merek dagang dan label produk.

5.8.2 Analisis Lingkungan Eksternal Agroindustri

Analisis lingkungan eksternal dapat digunakan untuk menggambarkan faktor-faktor apa saja yang menjadi peluang dan ancaman yang dihadapi agroindustri kerupuk singkong. Dari analisis ini, dapat diketahui seberapa besar

peluang dan ancaman berpengaruh terhadap kelangsungan usaha ini. Faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman meliputi:

A. Peluang

1. Hubungan Baik dengan Pemasok Bahan Baku

Produsen agroindustri kerupuk singkong telah menjalin hubungan baik dengan pemasok ubi kayu yang menjadi bahan baku pembuatan kerupuk singkong. Hubungan ini berkaitan dengan kerjasama dalam penyediaan bahan baku kerupuk singkong. Hubungan baik antara produsen dan pemasok disebabkan sebagian besar produsen telah lama mengusahakan kerupuk singkong, sehingga mereka sudah mempunyai pemasok tetap. Produsen tidak perlu mengambil ubi kayu dari pemasok, tetapi pemasok bahan baku mengantarkan langsung ubi kayu ke tempat produsen. Terjalinnnya hubungan baik antara produsen dan pemasok bahan baku pada agroindustri kerupuk singkong menjadi peluang dalam melancarkan usahanya dalam hal kemudahan memperoleh bahan baku.

2. Adanya Permintaan Pasar

Jumlah penduduk yang makin bertambah sejalan dengan peningkatan jumlah permintaan terhadap produk konsumsi. Keunggulan produk yang merupakan salah satu makanan khas Kota Wisata Batu sehingga kerupuk singkong diminati oleh seluruh lapisan masyarakat. Adanya permintaan pasar yang besar memberi peluang bagi agroindustri kerupuk singkong dalam mengembangkan usahanya salah satunya dengan cara meningkatkan kapasitas produksi dan varian produk.

3. Pangsa Pasar Luas

Pangsa pasar merupakan daerah yang potensial untuk pemasaran kerupuk singkong. Sebagian produk kerupuk singkong di daerah penelitian masih dipasarkan di Kota Batu dan beberapa daerah di luar kota seperti Malang, Bali, Mojokerto, Sidoarjo dan Banyuwangi. Pangsa pasar yang masih luas memberikan peluang cukup bagus bagi pengembangan agroindustri kerupuk singkong.

4. Peningkatan Kesejahteraan

Keseluruhan responden di daerah penelitian menjadikan usaha agroindustri kerupuk singkong sebagai pekerjaan utama. Berdasarkan analisis

keuangan di atas dapat diketahui bahwa usaha ini mampu memberikan keuntungan yang menjanjikan serta nilai tambah yang cukup besar. Keuntungan yang diperoleh digunakan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan mengembangkan usahanya.

5. Dukungan Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah setempat sangat mendukung adanya agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo. Dukungan pemerintah daerah berupa pembinaan dan penyuluhan bagi pengembangan agroindustri kerupuk singkong. Pembinaan dan penyuluhan yang diberikan mengenai proses produksi sampai pemasaran serta bagaimana prosedur peminjaman modal ke lembaga keuangan. Dukungan pemerintah yang diberikan kepada agroindustri kerupuk singkong ini dilakukan bersama-sama dengan lembaga pembinaan dan instansi terkait seperti Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan. Pemerintah pernah memberikan bantuan berupa mesin produksi kerupuk singkong.

Adanya dukungan pemerintah daerah mampu memberikan peluang yang cukup besar bagi agroindustri kerupuk singkong. Pembinaan dan penyuluhan yang diberikan pemerintah dan dinas terkait bisa dimanfaatkan oleh produsen agroindustri kerupuk singkong untuk pengembangan usaha.

6. Ketersediaan Tenaga Kerja yang Banyak

Masyarakat sekitar lokasi agroindustri banyak yang ibu rumah tangga, ataupun masyarakat yang tidak dapat melanjutkan sekolah karena keterbatasan biaya sehingga mereka memutuskan untuk bekerja di agroindustri ini. Tersedianya tenaga kerja dalam jumlah banyak dan murah merupakan peluang untuk pengembangan agroindustri kerupuk singkong mengingat agroindustri ini tetap memerlukan banyak tenaga kerja dalam produksinya dan tidak memerlukan tingkat pendidikan yang tinggi. Tenaga kerja yang murah juga dapat menekan biaya variabel produksi dengan demikian keuntungan yang diperoleh produsen akan lebih besar.

7. Perkembangan Teknologi

Teknologi yang berkembang pesat saat ini memungkinkan produsen untuk menggunakan mesin pengolahan dalam proses produksi kerupuk singkong.

Penggunaan mesin produksi akan berpengaruh terhadap kemajuan usaha, efisiensi waktu kerja atau peningkatan kapasitas produksi. Perkembangan teknologi media cetak dan elektronik juga dapat dimanfaatkan oleh produsen kerupuk singkong sebagai media promosi produk. Produsen dapat memanfaatkan radio lokal atau brosur-brosur sederhana untuk berpromosi sehingga produk kerupuk singkong dapat lebih dikenal masyarakat luas.

B. Ancaman

1. Pesaing

Pesatnya pertumbuhan agroindustri di beberapa daerah mengakibatkan munculnya persaingan antar agroindustri produk sejenis maupun agroindustri produk lain. Persaingan bisnis menjadi ancaman besar bagi suatu usaha karena apabila usaha tersebut tidak mampu bersaing di pasar maka usaha tersebut dapat mengalami gulung tikar. Oleh sebab itu, persaingan yang terjadi selalu diupayakan penanganannya agar mampu dijadikan produsen sebagai suatu tantangan untuk terus berkembang dan produsen harus menciptakan strategi bisnis yang tepat agar mampu bersaing.

2. Fluktuasi harga bahan baku

Ketersediaan bahan baku sangat penting dan dibutuhkan oleh produsen, maka produsen harus selalu siap akan terjadinya fluktuasi harga pada musim-musim tertentu yang dapat mengancam kemajuan agroindustri ini. Harga bahan baku yang mengalami kenaikan akan berpengaruh terhadap kemajuan usaha dan mengakibatkan pendapatan yang diterima produsen berkurang.

3. Perubahan Selera konsumen

Konsumen merupakan sasaran produsen untuk menjual hasil produksinya. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang bagus dengan harga yang rendah. Oleh karena itu, produsen kerupuk singkong selalu berusaha untuk memperbaiki kualitas produknya agar bisa diterima konsumen dengan baik. Selain itu, munculnya aneka ragam produk konsumsi di pasar membuat konsumen melakukan pemilihan secara selektif sebelum membeli produk. Konsumen yang jenuh terhadap suatu produk akan mudah melakukan perubahan dalam

berkonsumsi dikarenakan ketersediaan produk yang beragam saat ini. Oleh sebab itu para produsen harus pandai membaca selera konsumen. Untuk mencegah terjadinya perubahan pembelian ke produk lain, produsen dapat melakukan diversifikasi produk.

4. Adanya Produk Substitusi

Produk substitusi sebagai pengganti produk kerupuk singkong yang telah ada di pasaran merupakan ancaman bagi produsen. Kejenuhan konsumen terhadap konsumsi produk kerupuk singkong dan rasa penasaran konsumen terhadap produk baru akan membuat konsumen beralih mengkonsumsi produk substitusi. Peralihan konsumsi ke produk substitusi tentunya akan membuat volume penjualan kerupuk singkong mengalami penurunan.

Dari hasil analisis SWOT di atas dapat disimpulkan bahwa untuk mengembangkan kegiatan usaha pada agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu perlu adanya strategi khusus yang didasarkan pada keadaan lingkungan usaha baik internal maupun eksternal. Dengan strategi yang matang maka dapat merumuskan alternatif kebijakan pengembangan yang tersosialisasi dan dapat dilakukan bersama sehingga usaha yang diharapkan dapat segera terwujud.

5.8.3 Analisis Matrik Urgensi

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal agroindustri, maka tahap selanjutnya adalah penentuan bobot pada Matrik IFE dan EFE. Bobot adalah kepentingan relatif antar variabel-variabel yang terdapat pada faktor internal dan eksternal agroindustri. Dengan menggunakan Matrik Urgensi, penentuan bobot dari masing-masing variabel kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman dengan melihat variabel-variabel manakah yang lebih urgen. Kriteria pembobotan didasarkan pada kontribusi yang diberikan faktor internal atau berdasarkan pengaruh faktor-faktor internal pada posisi strategis usaha ini. Pemilihan faktor yang lebih urgen dengan cara membandingkan antar poin per poin variabel antara baris dan kolom dari masing-masing faktor internal dan eksternal. Kemudian hasil poin perbandingan tersebut dijumlahkan dan

diprosentase. Hasil perhitungan bobot dari analisis lingkungan internal dan eksternal agroindustri kerupuk singkong dapat dilihat pada Lampiran 8 dan 9.

5.8.4 Analisis Matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Matrik IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal agroindustri berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Penentuan skor dalam matrik IFE diperoleh dari hasil perkalian antara prosentase bobot dan rating. Nilai rating ditentukan berdasar pada kinerja variabel dan seberapa besar tingkat pengaruh faktor-faktor internal terhadap kemajuan usaha. Adapun untuk mengetahui besarnya kekuatan dan kelemahan agroindustri kerupuk singkong, digunakan matrik faktor internal seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 24. Matrik IFE Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu.

No	Faktor Internal	Bobot (%)	Rating	Skor
1	Kekuatan (S)			
A	Pengalaman Usaha	16,4	4	65,6
B	Kemampuan Manajerial Produsen	11,5	3	34,4
C	Lokasi Agroindustri Strategis	4,9	3	14,8
D	Ketersediaan Tenaga Kerja Terampil	3,3	3	9,8
E	Keuntungan Produksi	4,9	3	14,8
F	Daya Tahan Produk	1,6	3	4,9
G	Harga Produk Terjangkau	9,8	4	39,3
H	Kapasitas Produksi Tinggi	4,9	3	14,8
I	Inovasi Produk	9,8	3	29,5
J	Pemasaran Luas	8,2	3	24,6
	Sub Jumlah	75,40984	32	252,5
2	Kelemahan (W)			
K	Teknologi Produksi Sederhana	4,9	2	9,8
L	Administrasi Keuangan Tidak Tercatat	6,6	1	6,6
M	Promosi Belum Efektif	9,8	2	19,7
N	Merek Dagang dan Label Produk	3,3	1	3,3
	Sub Jumlah	24,59016	6	39,3
	Jumlah Lingkungan Internal	100	38	291,8

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

* Hasil perhitungan bobot lingkungan internal dapat dilihat pada Lampiran 8.

Berdasarkan Tabel 24, dapat dijelaskan bahwa agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo mempunyai skor total 291,8 dengan skor kekuatan sebesar 252,5 dan faktor kelemahan sebesar 39,3. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki agroindustri kerupuk singkong lebih dominan dibanding dengan kelemahan, sehingga kekuatan tersebut akan mampu menutupi kelemahan yang dimiliki. Selisih antara skor total kekuatan dan kelemahan adalah 213,1. Maka dapat disimpulkan bahwa keadaan dalam lingkungan internal agroindustri masih bisa dikendalikan. Perubahan keadaan dimana kelemahan akan menjadi lebih dominan bisa diantisipasi atau bahkan dihindari. Semua tergantung pada bagaimana kinerja produsen sebagai pengolah agroindustri kerupuk singkong memanfaatkan kekuatan yang ada untuk menutupi kelemahan yang dimiliki.

5.8.5 Analisis Matrik *External Factor Evaluation* (EFE)

Matrik EFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor eksternal agroindustri berkaitan dengan peluang dan ancaman yang dianggap penting. Penentuan skor dalam matrik EFE diperoleh dari hasil perkalian antara prosentase bobot dan rating. Nilai rating ditentukan berdasar pada kinerja variabel dan seberapa besar tingkat pengaruh faktor-faktor eksternal terhadap kemajuan usaha agroindustri.

Berdasarkan Tabel 25 dapat dilihat bahwa mempunyai total skor sebesar 264,2 dengan skor total peluang yang dimiliki oleh agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo sebesar 158,5 sedangkan skor total ancaman yang dimiliki sebesar 105,7. Selisih dari total skor peluang dan ancaman sebesar 52,8. Sehingga dapat disimpulkan bahwa agroindustri kerupuk singkong mempunyai peluang yang lebih besar daripada ancaman. Jadi produsen agroindustri kerupuk singkong harus mampu mengambil peluang yang ada untuk mengembangkan usahanya sekaligus memperkecil ancaman yang nantinya bisa menyebabkan usahanya gulung tikar. Adapun untuk mengetahui besarnya peluang dan ancaman yang dimiliki agroindustri kerupuk singkong, digunakan matrik faktor eksternal seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 25. Matrik EFE Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu.

No	Faktor Eksternal	Bobot (%)	Rating	Skor
3	Peluang (O)			
a	Hubungan Baik dengan Pemasok Bahan Baku	9,4	4	37,7
b	Adanya Permintaan Pasar	7,5	3	22,6
c	Pangsa Pasar Luas	7,5	4	30,2
d	Peningkatan Kesejahteraan	1,9	2	3,8
e	Dukungan Pemerintah Daerah	7,5	2	15,1
f	Ketersediaan Tenaga Kerja yang Banyak	3,8	3	11,3
g	Perkembangan Teknologi	9,4	4	37,7
	Sub Jumlah	47,2	22	158,5
4	Ancaman (T)			
h	Pesaing	13,2	2	26,4
i	Fluktuasi harga bahan baku	15,1	2	30,2
j	Perubahan Selera konsumen	15,1	2	30,2
k	Adanya Produk Substitusi	9,4	2	18,9
	Sub Jumlah	52,8	8	105,7
	Jumlah Lingkungan Eksternal	100	30	264,2

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

* Hasil perhitungan bobot lingkungan eksternal dapat dilihat pada Lampiran 9.

5.8.6 Analisis Matrik *Internal External* (IE)

Dari analisis faktor internal dan eksternal, total skor yang diperoleh digunakan di dalam matrik IE untuk menentukan posisi agroindustri serta merumuskan strategi pengembangannya. Matrik IE digunakan untuk mengetahui posisi agroindustri kerupuk singkong secara lebih jelas. Penilaian yang digunakan berdasarkan hasil penilaian total skor faktor internal dan eksternal dari agroindustri kerupuk singkong. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh total skor faktor internal sebesar 2,91 sedangkan total skor faktor eksternal sebesar 2,64. Berdasarkan analisis matrik internal dan eksternal, menunjukkan bahwa posisi agroindustri kerupuk singkong terletak pada sel V, yang berarti strategi yang digunakan pada agroindustri kerupuk singkong adalah strategi pertumbuhan dan strategi stabilitas (*growth and stability strategy*). Hal ini berarti agroindustri

mempunyai peluang untuk terus tumbuh berkembang. Sehingga menempatkan agroindustri kerupuk singkong sebagai berikut:

		Internal			
		Kuat	Rata-rata	Lemah	
		4,0	3,0 2,91	2,0	1,0
Eksternal	Tinggi	I	II	III	
	3,0				
	Sedang	IV	V	VI	
2,0					
Rendah	VII	VIII	IX		
1,0					

Gambar 6. Matrik IE Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu.

Strategi pertumbuhan melalui konsentrasi integrasi horizontal yaitu kegiatan memperluas usaha kerupuk singkong dengan cara meningkatkan produksinya. Sedangkan strategi stabilitas adalah strategi yang akan diterapkan oleh pengusaha tanpa merubah arah strategi yang sudah ada, kedua strategi ini diterapkan pada agroindustri kerupuk singkong dengan cara pengembangan lingkungan internal dan eksternal. Maka untuk mencapai pertumbuhan baik dalam hal penjualan dan profit atau kombinasi keduanya, dapat dicapai dengan cara berikut ini:

- a. Meningkatkan volume penjualan dan skala usaha.

Faktor pengalaman usaha (bobot 16,4% dan skor 65,6) yang cukup lama dan kemampuan manajerial (bobot 11,5% dan skor 34,4) termasuk dalam kekuatan yang dimiliki produsen, selain itu karena agroindustri juga memiliki kelemahan pada faktor promosi yang belum efektif (bobot 9,8% dan skor 19,7) menunjukkan bahwa faktor tersebut penting untuk diperhatikan, sehingga dengan kombinasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agroindustri kerupuk singkong tersebut dapat menjadi sumber strategi dalam usaha peningkatan

penjualan dan skala usaha, dimana strategi tersebut akan berpengaruh pada kegiatan yang mendukung kelancaran pada saat proses produksi hingga pemasaran produk.

b. Menambah kualitas produk atau jasa.

Faktor eksternal agroindustri yaitu peluang adanya permintaan pasar (bobot 7,5% dan skor 22,6) dan faktor ancaman pada perubahan selera konsumen (bobot 15,1% dan skor 30,2) serta banyaknya pesaing yang bermunculan (bobot 13,2% dan skor 26,4), menyebabkan para produsen harus senantiasa berusaha mengembangkan usahanya, karena jika mereka hanya bersikap statis maka tidak menutup kemungkinan pesaing akan merebut pangsa pasar produsen didaerah penelitian, baik pangsa pasar bahan baku maupun hasil produksi. Persaingan yang terjadi selalu diupayakan penanganannya agar mampu dijadikan produsen sebagai suatu tantangan untuk terus berkembang dengan berusaha memperbaiki kualitas produk agar diterima konsumen dengan baik dan menjaga kelayakitan pelanggan.

c. Meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas.

Faktor peluang yang masih luas memberikan peluang yang sangat bagus bagi pengembangan agroindustri kerupuk singkong, mengingat kebutuhan permintaan yang cenderung meningkat. Faktor ini mempunyai bobot 7,5% dan skor 30,2 yang menunjukkan bahwa faktor ini sangat berpengaruh dan perlu diperhatikan agar mampu memenuhi permintaan konsumen ditengah persaingan yang ketat, selain itu perlu dibangun terciptanya kedekatan hubungan dengan penyalur atau pembeli sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diantara mereka serta dapat mendukung tetap berjalannya kegiatan pemasaran produk yang lebih luas.

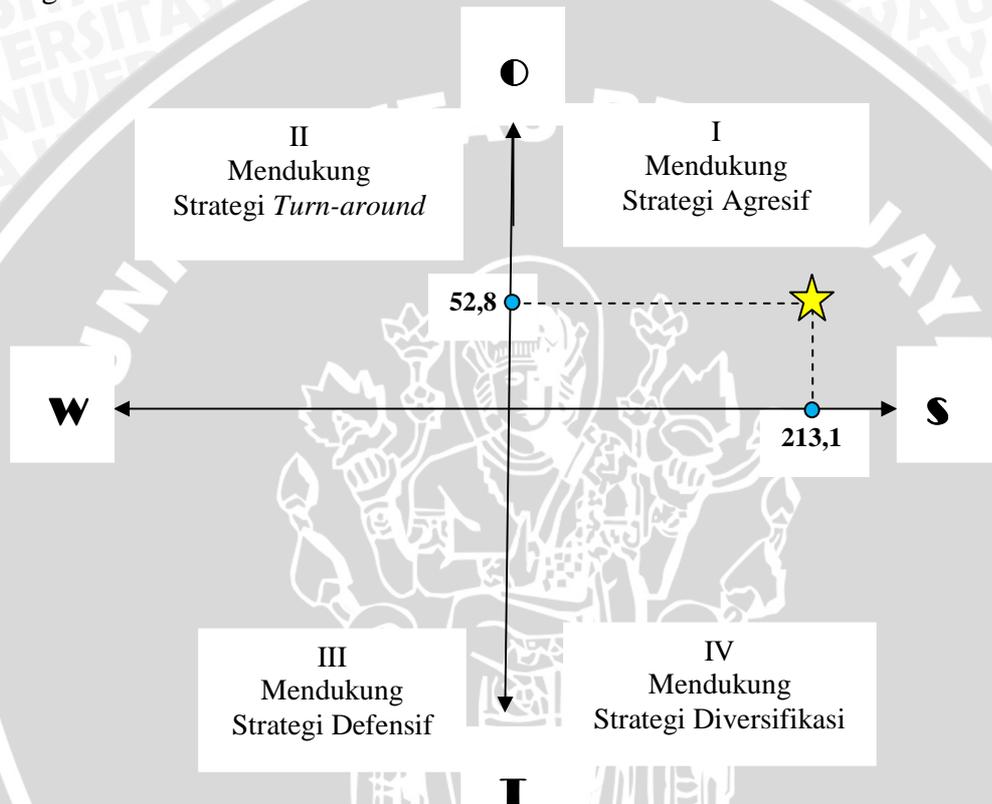
* Penjelasan lengkap tentang bobot dan skor dapat dilihat pada Tabel 24 dan Tabel 25.

5.8.7 Analisis Matrik *Grand Strategy*

Hasil analisis pada tabel matrik internal dan matrik eksternal pada agroindustri kerupuk singkong yang telah dianalisis, dapat diketahui selisih penilaian antara faktor internal dan faktor eksternal. Selisih antara faktor kekuatan dan kelemahan sebesar 213,1 dimana faktor kekuatan lebih dominan, sedangkan

selisih antara peluang dan ancaman sebesar 52,8 dimana faktor peluang lebih besar dari ancaman yang dimiliki agroindustri kerupuk singkong. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan lebih besar dari pada kelemahan sedangkan peluang yang ada masih mampu mengatasi ancaman.

Untuk lebih jelasnya posisi agroindustri kerupuk singkong dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 7. Posisi Strategi Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu.

Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa posisi agroindustri kerupuk singkong di daerah penelitian berada pada posisi kuadran I yaitu pada strategi agresif. Hal ini menunjukkan bahwa agroindustri tersebut memiliki pertumbuhan yang baik dengan menggunakan strategi integrasi vertikal dan diversifikasi konglomerat. Dimana integrasi vertikal adalah strategi mengambil alih fungsi yang semula dilakukan oleh pemasok (integrasi ke belakang) atau oleh distributor (integrasi ke depan).

Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat dalam industri yang berdaya tarik tinggi. Sedangkan diversifikasi konglomerat yaitu dengan mempertahankan tingkat penjualan dan laba yang baik dalam bisnisnya saat ini selama industri tersebut berkembang dan memiliki lebih banyak peluang daripada ancaman. Oleh karena itu, produsen harus bisa menangkap peluang yang ada dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki secara maksimal. Kelemahan dan ancaman yang dihadapi harus terus diantisipasi dan sejak dini harus lebih kreatif dan inovatif untuk mencari alternatif kebijakan dalam menghadapi kelemahan dan ancaman tersebut agar agroindustri dapat terus berkembang.

5.8.8 Analisis Matrik SWOT

Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki mampu menghadapi peluang dan ancaman yang ada pada agroindustri kerupuk singkong. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal, maka dapat disusun berbagai alternatif strategi untuk mengembangkan agroindustri kerupuk singkong.

Berdasar Tabel 26 maka strategi yang dapat digunakan oleh agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo yang sesuai dengan perhitungan total skor EFE lebih dari 2 yaitu sebesar 2,64 dan skor IFE lebih besar dari 2 yaitu sebesar 2,91 adalah strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yang dipilih. Selain itu, posisi agroindustri yang terletak di kuadran I pada matrik *Grand Strategy* adalah strategi SO (*Strengths-Opportunities*) karena pada kuadran I menggambarkan kekuatan dan peluang yang lebih besar daripada kelemahan dan ancaman dalam agroindustri, maka dengan menerapkan strategi SO (*Strengths-Opportunities*) tersebut diharapkan agroindustri kerupuk singkong dapat memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk menangkap peluang yang ada sehingga usaha ini dapat lebih berkembang.

Untuk lebih jelasnya mengenai strategi pada Matrik SWOT dapat dijelaskan seperti pada Tabel 26 berikut:

Tabel 26. Matrik SWOT Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu.

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan (S):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman Usaha 2. Kemampuan Manajerial Produsen 3. Lokasi Agroindustri Strategis 4. Tenaga Kerja Terampil 5. Keuntungan Produksi 6. Daya Tahan Produk 7. Harga Produk Terjangkau 8. Kapasitas Produksi Tinggi 9. Inovasi Produk 10. Pemasaran Luas 	<p>Kelemahan (W):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi Produksi Sederhana 2. Administrasi Keuangan Tidak Tercatat 3. Promosi Belum Efektif 4. Merek Dagang dan Label Produk
<p>Peluang (O):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan Baik dengan Pemasok Bahan Baku 2. Adanya Permintaan Pasar 3. Pangsa Pasar Luas 4. Peningkatan Kesejahteraan 5. Dukungan Pemerintah Daerah 6. Ketersediaan Tenaga Kerja yang Banyak 7. Perkembangan Teknologi 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kualitas, kuantitas dan kontinuitas produk di pasar (S1, S5, S8, S9, O1, O2, O7) • Memperluas wilayah pemasaran (S2, S10, O3, O5) • Meningkatkan teknologi dan inovasi produk (S5, S9, O5, O7) • Mempertahankan kepercayaan pemasok bahan baku (S1, O1) 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan kualitas SDM dengan mengadakan pelatihan (W2, O5, O6) • Pemakaian teknologi produksi (W1, O5, O7) • Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah daerah dalam kegiatan pelatihan dan promosi produk (W3, W4, O5) • Memperbaiki manajemen dengan mengadakan pencatatan/pembukuan (W2, O4)
<p>Ancaman (T):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing 2. Fluktuasi harga bahan baku 3. Perubahan Selera konsumen 4. Adanya Produk Substitusi 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan daya saing melalui peningkatan kualitas produk (S1, S6, S7, S9, T1, T3) • Meningkatkan inovasi produk yang beragam (S9, T3, T4) • Memperluas hubungan dengan pemasok bahan baku (S1, S2, S8, T2) • Mempertahankan pelanggan yang sudah ada (S10, T1, T3) 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan promosi (W3, T1) • Penentuan standar kualitas produk dan pemberian merek dagang (W4, T1, T3) • Melakukan diversifikasi produk (W1, T3, T4) • Meningkatkan penggunaan teknologi (W1, T4)

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

5.9 Implementasi Strategi

Berdasarkan hasil identifikasi terhadap faktor-faktor internal dan eksternal pada agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo, maka dapat disusun alternatif-alternatif strategi dengan menggunakan matrik SWOT. Alternatif-alternatif tersebut antara lain:

A. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi dan menangkap peluang yang ada. Strategi yang dapat digunakan antara lain:

1. Meningkatkan kualitas, kuantitas dan kontinuitas produk di pasar

Pangsa pasar kerupuk singkong yang masih luas membuka peluang yang besar bagi agroindustri kerupuk singkong untuk meningkatkan jumlah atau kuantitas produksinya. Peningkatan kuantitas produk kerupuk singkong dapat dilakukan dengan peningkatan jumlah bahan baku. Sedangkan peningkatan kualitas dapat dilakukan dengan pemilihan bahan baku yang berkualitas disertai dengan perbaikan teknologi pengolahan.

Upaya peningkatan kontinuitas produk kerupuk singkong tergantung pada jumlah bahan baku yang tersedia. Agar produksi dapat terus berjalan maka perlu pasokan bahan baku yang tepat dan kontinyu, mengingat bahan baku yang digunakan merupakan produk pertanian yang tidak tahan lama. Oleh karena itu perlu adanya manajemen atau pengaturan dalam penyediaan bahan baku pada agroindustri kerupuk singkong ini.

2. Memperluas wilayah pemasaran

Upaya untuk memperluas wilayah pemasaran dapat dilakukan dengan mencari daerah pasar baru melalui media informasi. Informasi juga dapat diperoleh dengan melakukan kerjasama dengan pemerintah daerah setempat dan instansi terkait yang mempunyai banyak informasi mengenai daerah yang potensial untuk pemasaran kerupuk singkong.

3. Meningkatkan teknologi dan inovasi produk

Media elektronik yang saat ini semakin canggih memberikan kemudahan dalam menyampaikan berbagai informasi. Internet merupakan media informasi

yang menggunakan perangkat elektronik, internet mudah diakses, murah, dan dapat memberikan banyak informasi. Kemudahan akses terhadap informasi diharapkan dapat memberikan rekomendasi tentang teknologi pengolahan kerupuk singkong dan inovasi pada agroindustri kerupuk singkong dalam usaha pengembangannya dan mempromosikan produknya.

4. Mempertahankan kepercayaan pemasok bahan baku

Pemasok bahan baku berfungsi menyediakan bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi, oleh karena itu, produsen harus selalu menjaga kepercayaan pemasok bahan baku misalnya dengan cara melakukan pembelian bahan baku secara langsung atau tunai, jika pembelian dilakukan dengan kredit maka diharapkan produsen bisa melunasi tepat waktu.

B. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Strategi diterapkan berdasar peluang yang dihadapi dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki. Strategi yang dapat digunakan antara lain:

1. Peningkatan kualitas SDM dengan mengadakan pelatihan

Kerjasama yang terjalin dengan pemerintah daerah dan instansi terkait berhubungan dengan kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pengawasan mengenai proses produksi dan hal-hal yang berkaitan dengan pengembangan agroindustri kerupuk singkong perlu ditingkatkan untuk menciptakan kualitas tenaga kerja yang baik dan berpotensi dalam pengembangan usaha agroindustri.

2. Pemakaian teknologi produksi

Meningkatkan intensitas kerjasama antara pemerintah dan produsen dalam hal transfer teknologi yang *up to date* untuk meningkatkan kualitas produk. Mengadakan sosialisasi mengenai teknologi dan inovasi agroindustri yang tepat sasaran serta cepat dalam penyampaian teknologi. Penggunaan teknologi yang lebih baik diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk. Pemerintah harus menyediakan informasi teknologi dan inovasi bagi agroindustri kerupuk singkong.

3. Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah daerah dalam kegiatan pelatihan, penyediaan peralatan produksi dan promosi produk

Peran pemerintah sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha agroindustri, maka seharusnya pemerintah mengadakan pelatihan, penyuluhan rutin sebagai usaha peningkatan kualitas SDM dan membantu mempromosikan produk kerupuk singkong kepada masyarakat sekitar maupun masyarakat luar agar produk dikenal luas. Selain itu, proses pengolahan ubi kayu di daerah penelitian masih menggunakan peralatan sederhana dan tergantung pada cuaca yaitu sinar matahari. Penggunaan peralatan yang lebih modern pada agroindustri kerupuk singkong dapat mempercepat proses produksi sehingga dapat dihasilkan kerupuk singkong dengan kuantitas lebih banyak dan kualitas yang baik.

4. Memperbaiki manajemen dengan mengadakan pencatatan/pembukuan

Pengaturan mengenai biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dan penerimaan dari hasil penjualan kerupuk singkong perlu dilakukan untuk mengetahui perkembangan kegiatan usaha. Selama ini, produsen hanya mengandalkan ingatan dan melakukan pencatatan yang sederhana. Belum ada pemisahan antara kebutuhan produksi dan kebutuhan sehari-hari. Maka, produsen hendaknya membuat pembukuan agar dapat diketahui secara jelas mengenai penerimaan dan pengeluaran yang berkaitan dengan agroindustri kerupuk singkong sehingga dapat dijadikan dasar kebijakan bagi perkembangan usaha.

C. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki agroindustri untuk mengatasi ancaman. Strategi yang dapat digunakan antara lain:

1. Meningkatkan daya saing melalui peningkatan kualitas produk

Upaya yang dapat dilakukan agar produsen mempunyai daya saing adalah dengan selalu berusaha meningkatkan kualitas kerupuk singkong, hal ini sebaiknya dilakukan karena adanya produk-produk substitusi yang menjadi pesaing dalam agroindustri ini. Agar kualitas produk kerupuk singkong mempunyai kualitas yang baik, maka harus menggunakan bahan baku dan bahan penolong yang berkualitas baik serta didukung oleh kemampuan sumberdaya manusia dalam penguasaan teknologi.

2. Meningkatkan inovasi produk yang beragam

Pengalaman usaha dan kemampuan manajerial produsen merupakan salah satu kekuatan yang dapat digunakan untuk melihat situasi pasar atau keinginan konsumen. Beberapa produsen telah melakukan berbagai inovasi produk dengan menciptakan varian rasa. Untuk mengatasi kejenuhan konsumen dan meningkatkan volume penjualan terhadap produk yang telah lama di pasar maka produsen kerupuk singkong dapat melakukan inovasi terhadap produk dengan menambah varian rasa yang beragam.

3. Memperluas hubungan dengan pemasok bahan baku

Pemasok bahan baku mempunyai peranan penting dalam kegiatan produksi kerupuk singkong. Selama ini produsen sudah menjalin hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku yang berasal dari dalam kota/kabupaten. Namun karena bahan baku yang tersedia tidak bisa kontinu, maka produsen harus memperluas kerjasama dengan pemasok bahan baku yang lain agar kebutuhan bahan baku dapat terpenuhi secara kontinu sehingga produksi bisa berjalan terus.

4. Mempertahankan pelanggan yang sudah ada

Pelanggan merupakan elemen yang penting bagi pemasaran produk kerupuk singkong, karena tanpa adanya pelanggan maka produk yang dihasilkan tidak akan terbeli sehingga produsen akan rugi. Selama ini, produsen kerupuk singkong sudah mempunyai pelanggan, baik yang berada di daerah sekitar produksi maupun yang berada diluar kota. Agar dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada, produsen harus berusaha memenuhi permintaan pelanggan akan produk kerupuk singkong dengan kuantitas dan kualitas yang baik.

D. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi ini bersifat defensif dengan berusaha meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman. Strategi yang dapat digunakan antara lain:

1. Meningkatkan promosi

Promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan di agroindustri kerupuk singkong ini menjadikan kegiatan promosi belum efektif. Agar produk dikenal

luas masyarakat maka produsen dapat menggunakan media promosi yang tepat misalnya melalui radio lokal, brosur, internet atau mengikuti pameran produk.

2. Penentuan standar kualitas produk dan pemberian merek dagang

Kualitas fisik dari produk yang tidak sama menjadi kelemahan dalam usaha ini, meskipun telah dilakukan sortasi terhadap produk kerupuk singkong sebelum dipasarkan, sebaiknya produsen menetapkan standar kualitas produknya untuk menjamin citra dan kualitas produk yang lebih baik agar produk memiliki daya saing yang kuat dan memberikan merk serta label pada produknya agar mudah dikenal masyarakat.

3. Melakukan diferensivikasi produk

Perubahan selera konsumen yang merasa jenuh dengan produk lama mengharuskan produsen melakukan pendiversifikasian produk kerupuk singkong yang lebih menarik dan unggul dari produk-produk substitusi yang ada, misalnya menjadikan kerupuk singkong sebagai produk siap konsumsi.

4. Meningkatkan penggunaan teknologi

Penggunaan teknologi yang lebih baik diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk dan bermanfaat dalam proses produksi karena keefektifan waktu produksi dan tenaga kerja, selain itu hasil produksi kerupuk singkong menjadi lebih seragam bentuknya. Pemerintah harus menyediakan informasi dan bantuan penyediaan teknologi dan inovasi bagi agroindustri guna meningkatkan volume produksi.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis usaha dan strategi pengembangan agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari perhitungan rata-rata nilai tambah dapat diketahui bahwa rata-rata nilai produksi yang diperoleh produsen kerupuk singkong sebesar Rp 4.478,98 per proses produksi. Besarnya nilai produksi setelah dikurangi dengan harga singkong dan input lain maka diperoleh rata-rata nilai tambah sebesar Rp 2.180 atau dengan rasio nilai tambah sebesar 48,67%. Imbalan tenaga kerja dari setiap kilogram ubi kayu menjadi kerupuk singkong sebesar Rp. 95,50 atau sebesar 4,48% dari nilai tambahnya. Sedangkan besarnya keuntungan rata-rata per produksi yang diberikan dari agroindustri kerupuk singkong adalah Rp 2.084 per kilogram produksi atau dengan tingkat keuntungan sebesar 95,52% dari nilai tambahnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo memiliki prospek yang cerah karena memberikan nilai tambah tinggi dan keuntungan bagi produsen.
2. Usaha agroindustri kerupuk singkong di daerah penelitian dalam satu kali proses produksi untuk rata-rata kapasitas bahan baku yang digunakan sebanyak 311 kg, membutuhkan rata-rata total biaya sebesar Rp 906.000 dan memperoleh penerimaan sebesar Rp 1.385.400,00 dengan total keuntungan yang diperoleh produsen agroindustri kerupuk singkong per satu kali proses produksi sebesar Rp 479.300,00.
3. Hasil analisis efisiensi usaha menunjukkan bahwa nilai R/C rasio sebesar 1,495, hal ini berarti bahwa bila produsen agroindustri kerupuk singkong menginvestasikan kekayaannya sebesar Rp.1,00 maka produsen akan memperoleh penerimaan sebesar Rp.1,495, sehingga artinya agroindustri kerupuk singkong ini telah efisien dan menguntungkan serta mempunyai prospek pengembangan usaha yang cukup baik karena nilai R/C rasio >1 .

4. Strategi yang dapat diterapkan oleh agroindustri kerupuk singkong dapat diketahui dari matrik posisi dan strategi agroindustri adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Sedangkan dari matrik SWOT dapat disusun alternatif-alternatif strategi yang harus dijalankan secara bersamaan dengan menggunakan strategi SO (*Strength-Opportunities*) dimana memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi dan menangkap peluang yang ada, strategi yang dapat digunakan antara lain meningkatkan kualitas, kuantitas dan kontinuitas produk di pasar, memperluas wilayah pemasaran, meningkatkan teknologi dan inovasi produk dan mempertahankan kepercayaan pemasok bahan baku.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam rangka menunjang pengembangan usaha agroindustri kerupuk singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu maka perlu diperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan daya saing terhadap produk kerupuk singkong maka perlu dilakukan peningkatan kualitas produk dengan menciptakan inovasi produk yang memiliki berbagai varian rasa, penetapan standar kualitas produk kerupuk singkong, pemberian kemasan yang menarik dan merk produk yang terdaftar.
2. Untuk meningkatkan volume penjualan produk kerupuk singkong perlu dilakukan diversifikasi pada produk dengan memproduksi kerupuk singkong siap konsumsi, meningkatkan kegiatan promosi melalui berbagai media serta memperluas wilayah pemasaran produk kerupuk singkong.
3. Diperlukan adanya peningkatan kerjasama antara produsen dan pemerintah daerah setempat agar dapat memberikan pembinaan dan penyuluhan kepada para produsen untuk menumbuhkan motivasi kerja dan inovasi usaha serta diharapkan pemerintah dapat memberikan bantuan modal berupa peralatan yang lebih modern kepada produsen demi peningkatan pengembangan agroindustri kerupuk singkong.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Baharsjah. 1992. *Pengembangan dan Pemanfaatan Teknologi Bagi Pedesaan Dalam Rangka Pengembangan Agroindustri dan Agribisnis*. Deptan Indonesia. Jakarta.
- Basri, Y. Z. 2003. *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pedesaan*, dalam *Usahawan Indonesia XXXII(03):49-55*.
- Glueck, William F. dan Lawrence.R. Jauch. 1998. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan Edisi Ketiga*. Alih bahasa Murad dan AR. Henry Sitanggang. Erlangga. Jakarta.
- Hanani, Nuhfil; Ibrahim, J.T; Purnomo, M. 2003. *Strategi Pengembangan Pertanian : Sebuah Pemikiran Baru*. Lappera Pustaka Utama. Jakarta.
- Hermawatie. 1998. *Agroindustri Tempe dan Peran Koperasi Dalam Pengembangannya*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Hidayat, Hamid. 1989. *Diktat Kuliah metode Penelitian Sosial*. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang
- Lakitan. 1995. *Agroindustri Hortikultura dalam Teori Budidaya dan Pasca Panen*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Masrofie.1993. *Perspektif Agribisnis Pada Pembangunan Jangka Panjang Tahap II*. Makalah Seminar Ilmiah dan Pertemuan Wilayah Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- Maysiswanto. 2006. *Analisis Usaha dan Efisiensi Pemasaran Agroindustri Konsentrat Jambu Biji di Unit Olahan Sari dan Buah PT. Fajar Mekar Pasuruan*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Mubyarto. 1987. *Politik Pertanian dan Pembangunan Pedesaan*. Sinar Harapan. Yogyakarta.
- Mulyadi. 1992. *Akuntansi Biaya*. STIE YPKN. Yogyakarta.
- Pearce, JA. Dan RB. Robinson. 1997. *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Bina Rupa Aksara. Jakarta.

- Prastyaning, Dian. 2008. *Analisis Usaha dan Efisiensi Pemasaran Gula Merah Siwalan di Kabupaten Lamongan*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rukmana, Rahmat. 1997. *Ubi Kayu, Budidaya dan Pasca Panen*. Kanisius. Yogyakarta.
- Rusitaningrum, Dewi. 2002. *Agroindustri Tapioka di Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Safitra, Buyung. 2008. *Analisis Ekonomi Agroindustri Pupuk Bokashi di Desa Wonosari, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Siagian, Sondang. 1998. *Manajemen Strategik*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES. Jakarta.
- Soehardjo. 1991. *Konsep dan Ruang Lingkup Agroindustri*. Direktorat Pendidikan Tinggi (DIKTI). Jakarta.
- Soekartawi. 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Rajawali Press. Jakarta.
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usaha Tani*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soetrisno; Suwandari; Rijanto. 2003. *Pengantar Ilmu Pertanian; Agraris, Agribisnis dan Industri*. Bayumedia Publisher. Jember.
- Sudarsono. 1992. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Rineka Cipta. Jakarta
- Sudiyono, Arman. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM. Malang.
- Tjiptono, F. 1995. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Jakarta
- Umar, Husein. 2001. *Strategic Manajemen in Action*. Gramedia. Jakarta.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Luas Panen, Rata-rata Produksi dan Produksi Ubi Kayu Jawa Timur Tahun 2008

No.	Kabupaten/Kota	Luas Panen Bersih (Ha)	Rata-rata Produksi (Kw/Ha)	Produksi (Ton)
	Kabupaten			
01.	Pacitan	9.685	172.73	167.285
02.	Ponorogo	12.677	159.50	202.203
03.	Trenggalek	6.302	195.19	123.007
04.	Tulungagung	3.492	190.53	66.532
05.	Blitar	1.714	138.00	23.654
06.	Kediri	3.102	143.21	44.423
07.	Malang	10.347	187.8	194.084
08.	Lumajang	2.156	178.85	38.560
09.	Jember	2.523	145.97	36.827
10.	Banyuwangi	2.244	175.04	39.280
11.	Bondowoso	5.049	212.62	107.351
12.	Situbondo	403	162.43	6.546
13.	Probolinggo	6.146	158.50	97.413
14.	Pasuruan	3.061	133.72	40.933
15.	Sidoarjo	1	130.00	13
16.	Mojokerto	358	136.79	4.897
17.	Jombang	1.112	124.61	13.857
18.	Nganjuk	2.016	191.04	38.514
19.	Madiun	2.257	164.17	37.053
20.	Magetan	925	206.81	19.130
21.	Ngawi	5.432	174.87	94.991
22.	Bojonegoro	2.093	185.18	38.759
23.	Tuban	11.348	183.15	207.836
24.	Lamongan	2.206	169.25	37.337
25.	Gresik	1.558	133.00	20.721
26.	Bangkalan	2.070	112.07	23.199
27.	Sampang	8.339	111.47	92.956
28.	Pamekasan	1.494	101.63	15.184
29.	Sumenep	11.368	104.68	119.004
	Kota			
01.	Kediri	13	157.69	205
02.	Blitar	-	-	-
03.	Malang	48	151.04	7258
04.	Probolinggo	7	120.00	84
05.	Pasuruan	-	-	-
06.	Mojokerto	-	-	-
07.	Madiun	-	-	-
08.	Surabaya	12	-	-
09.	Batu	-	-	-
	Jumlah	121.558	160.63	1.952.563



Lampiran 2. Profil Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu

No	Nama Produsen	Alamat	Tenaga Kerja	Jenis Pekerjaan	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Pengalaman Usaha (Tahun)
1	Titin	Jl. Mojoasri, Desa Mojorejo	9	Utama	46	SMA	12
2	Agus	Jl. Mojoasri, Desa Mojorejo	5	Utama	27	SMP	3
3	Ajis	Jl. Mojoasri, Desa Mojorejo	5	Utama	26	SMP	4
4	Zainul	Jl. Mojoasri, Desa Mojorejo	5	Utama	45	SMA	4
5	Yono	Jl. Mojoasri, Desa Mojorejo	11	Utama	47	S1	14
6	Solikin	Jl. Mojoasri, Desa Mojorejo	10	Utama	49	SMA	11
7	Mulyadi	Jl. Mojoasri, Desa Mojorejo	7	Utama	48	SD	12
8	Srianah	Jl. Mojoasri, Desa Mojorejo	9	Utama	48	SD	11
9	Suliyat	Jl. Mojoasri, Desa Mojorejo	8	Utama	51	SMP	13
10	Martono	Jl. Mojoasri, Desa Mojorejo	8	Utama	43	SMA	11
11	Marmi	Jl. Mojoasri, Desa Mojorejo	7	Utama	43	SMA	5

Lampiran 3. Perhitungan Biaya Tetap Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu

1	Peralatan	H. Beli (Rp/Unit)	H. Sisa (Rp/Unit)	U.Eko (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total (Rp)	2	Peralatan	H. Beli (Rp/Unit)	H. Sisa (Rp/Unit)	U.Eko (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total (Rp)
	Pisau	5.000	0	2	2.500	5	12.500		Pisau	5.000	0	2	2.500	4	10.000
	Bak Adonan	50.000	2.000	2	24.000	5	120.000		Bak Adonan	55.000	2.000	2	26.500	4	106.000
	Tong Air	100.000	4.000	2	48.000	2	96.000		Tong Air	105.000	4.000	2	50.500	2	101.000
	Mesin Parut	250.000	25.000	15	15.000	1	15.000		Mesin Parut	275.000	27.500	15	16.500	1	16.500
	Mesin Roll	4.000.000	400.000	15	240.000	2	480.000		Mesin Roll	4.250.000	425.000	15	255.000	2	510.000
	Pipa Cetakan	28.000	1.000	5	5.400	3	16.200		Pipa Cetakan	30.000	1.000	5	5.800	2	11.600
	Dandang	150.000	6.000	5	28.800	4	115.200		Dandang	155.000	6.000	5	29.800	3	89.400
	Kompor	0	0	0	0	0	0		Kompor	0	0	0	0	0	0
	Pengaduk kayu	25.000	0	2	12.500	2	25.000		Pengaduk kayu	25.000	0	2	12.500	2	25.000
	Timbangan	250.000	25.000	10	22.500	1	22.500		Timbangan	275.000	27.500	10	24.750	1	24.750
	Mesin press	0	0	0	0	0	0		Mesin press	0	0	0	0	0	0
	Papan	4.000	0	2	2.000	400	800.000		Papan	4.500	0	2	2.250	350	787.500
	TFC/thn						1.702.400		TFC/thn						1.681.750
	TFC/proses						17.733,33333		TFC/proses						17.518,22917

Lampiran 3 (Lanjutan)

3	Peralatan	H. Beli (Rp/Unit)	H. Sisa (Rp/Unit)	U.Eko (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total (Rp)	4	Peralatan	H. Beli (Rp/Unit)	H. Sisa (Rp/Unit)	U.Eko (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total (Rp)		
	Pisau Bak Adonan	5.000	0	2	2.500	4	10.000		Pisau Bak Adonan	5.500	0	2	2.750	4	11.000		
	Tong Air Mesin Parut	100.000	4.000	2	48.000	2	96.000		Tong Air Mesin Parut	110.000	4.000	2	53.000	2	106.000		
	Mesin Roll Pipa Cetakan	275.000	27.500	15	16.500	1	16.500		Mesin Roll Pipa Cetakan	300.000	30.000	15	18.000	1	18.000		
	Dandang	4.250.000	425.000	15	255.000	2	510.000		Dandang	4.300.000	430.000	15	258.000	2	516.000		
	Kompor Pengaduk kayu	30.000	1.000	5	5.800	2	11.600		Kompor Pengaduk kayu	30.000	1.000	5	5.800	2	11.600		
	Timbangan Mesin press	155.000	6.000	5	29.800	3	89.400		Timbangan Mesin press	155.000	6.000	5	29.800	3	89.400		
	Papan	0	0	0	0	0	0		Papan	0	0	0	0	0	0		
		25.000	0	2	12.500	2	25.000			25.000	0	2	12.500	2	25.000		
		275.000	25.000	10	25.000	1	25.000			250.000	25.000	10	22.500	1	22.500		
		0	0	0	0	0	0			0	0	0	0	0	0		
		4.500	0	2	2.250	375	843.750			4.500	0	2	2.250	350	787.500		
	TFC/thn							1.723.250		TFC/thn							1.693.000
	TFC/proses							17.950,52083		TFC/proses							17.635,41667

Lampiran 3 (Lanjutan)

5	Peralatan	H. Beli (Rp/Unit)	H. Sisa (Rp/Unit)	U.Eko (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total (Rp)	6	Peralatan	H. Beli (Rp/Unit)	H. Sisa (Rp/Unit)	U.Eko (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total (Rp)
	Pisau Bak Adonan	5.000	0	2	2.500	6	15.000		Pisau Bak Adonan	5.000	0	2	2.500	5	12.500
	Tong Air Mesin Parut	100.000	4.000	2	48.000	3	144.000		Tong Air Mesin Parut	100.000	4.000	2	48.000	2	96.000
	Mesin Roll Pipa Cetakan	300.000	30.000	15	18.000	1	18.000		Mesin Roll Pipa Cetakan	275.000	27.500	15	16.500	1	16.500
	Dandang	4.500.000	450.000	15	270.000	2	540.000		Mesin Roll Pipa Cetakan	4.250.000	425.000	15	255.000	2	510.000
	Kompom Pengaduk kayu	30.000	1.000	5	5.800	3	17.400		Dandang	28.000	1.000	5	5.400	3	16.200
	Timbangan Mesin press	155.000	6.000	5	29.800	5	149.000		Kompom Pengaduk kayu	150.000	6.000	5	28.800	4	115.200
	Papan	150.000	15.000	5	27.000	5	135.000		Timbangan Mesin press	130.000	15.000	5	23.000	4	92.000
	TFC/thn	25.000	0	2	12.500	3	37.500		Papan	25.000	0	2	12.500	2	25.000
	TFC/proses	250.000	25.000	10	22.500	1	22.500		TFC/thn	275.000	27.500	10	24.750	1	24.750
		180.000	18.000	2	81.000	1	81.000		TFC/proses	175.000	17.500	2	78.750	1	78.750
		4.000	0	2	2.000	400	800.000			4.000	0	2	2.000	375	750.000
							2.133.400								1.856.900
							22.222,91667								19.342,70833

Lampiran 3 (Lanjutan)

7	Peralatan	H. Beli (Rp/Unit)	H. Sisa (Rp/Unit)	U.Eko (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total (Rp)	8	Peralatan	H. Beli (Rp/Unit)	H. Sisa (Rp/Unit)	U.Eko (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total (Rp)
	Pisau	5.000	0	2	2.500	5	12.500		Pisau	5.000	0	2	2.500	5	12.500
	Bak								Bak						
	Adonan	55.000	2.000	2	26.500	4	106.000		Adonan	50.000	2.000	2	24.000	4	96.000
	Tong Air	100.000	4.000	2	48.000	2	96.000		Tong Air	110.000	4.000	2	53.000	2	106.000
	Mesin								Mesin						
	Parut	300.000	30.000	15	18.000	1	18.000		Parut	250.000	25.000	15	15.000	1	15.000
	Mesin Roll	4.000.000	400.000	15	240.000	2	480.000		Mesin Roll	4.000.000	400.000	15	240.000	2	480.000
	Pipa								Pipa						
	Cetakan	28.000	1.000	5	5.400	3	16.200		Cetakan	30.000	1.000	5	5.800	2	11.600
	Dandang	150.000	6.000	5	28.800	4	115.200		Dandang	150.000	6.000	5	28.800	3	86.400
	Kompor	130.000	15.000	5	23.000	4	92.000		Kompor	0	0	0	0	0	0
	Pengaduk								Pengaduk						
	kayu	25.000	0	2	12.500	2	25.000		kayu	25.000	0	2	12.500	2	25.000
	Timbangan	250.000	25.000	10	22.500	1	22.500		Timbangan	250.000	25.000	10	22.500	1	22.500
	Mesin								Mesin						
	press	0	0	0	0	0	0		press	0	0	0	0	0	0
	Papan	4.500	0	2	2.250	350	787.500		Papan	4.000	0	2	2.000	350	700.000
	TFC/thn						1.770.900		TFC/thn						1.555.000
	TFC/proses						18.446,87500		TFC/proses						16.197,91667

Lampiran 3 (Lanjutan)

9	Peralatan	H. Beli (Rp/Unit)	H. Sisa (Rp/Unit)	U.Eko (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total (Rp)	10	Peralatan	H. Beli (Rp/Unit)	H. Sisa (Rp/Unit)	U.Eko (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total (Rp)
	Pisau Bak Adonan	5.000	0	2	2.500	5	12.500		Pisau Bak Adonan	5.000	0	2	2.500	4	10.000
	Tong Air Mesin Parut	105.000	4.000	2	50.500	2	101.000		Tong Air Mesin Parut	100.000	4.000	2	48.000	2	96.000
	Mesin Roll Pipa Cetakan	250.000	25.000	15	15.000	1	15.000		Mesin Roll Pipa Cetakan	300.000	30.000	15	18.000	1	18.000
	Dandang	4.000.000	400.000	15	240.000	2	480.000		Mesin Roll Pipa Cetakan	4.250.000	425.000	15	255.000	2	510.000
	Kompор Pengaduk kayu	30.000	1.000	5	5.800	3	17.400		Dandang	28.000	1.000	5	5.400	2	10.800
	Timbangan Mesin press	155.000	6.000	5	29.800	4	119.200		Kompор Pengaduk kayu	155.000	6.000	5	29.800	3	89.400
	Papan	150.000	15.000	5	27.000	4	108.000		Timbangan Mesin press	130.000	15.000	5	23.000	3	69.000
	TFC/thn	25.000	0	2	12.500	2	25.000		Papan	25.000	0	2	12.500	2	25.000
	TFC/proses	275.000	27.500	10	24.750	1	24.750		TFC/thn	250.000	25.000	10	22.500	1	22.500
		0	0	0	0	0	0		TFC/proses	0	0	0	0	0	0
		4.000	0	2	2.000	400	800.000			4.500	0	2	2.250	350	787.500
							1.798.850								1.744.200
							18.738,02083								18.168,75000

Lampiran 3 (Lanjutan)

11	Peralatan	H. Beli (Rp/Unit)	H. Sisa (Rp/Unit)	U.Eko (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total (Rp)
	Pisau	5.000	0	2	2.500	4	10.000
	Bak						
	Adonan	55.000	2.000	2	26.500	3	79.500
	Tong Air	105.000	4.000	2	50.500	2	101.000
	Mesin						
	Parut	300.000	30.000	15	18.000	1	18.000
	Mesin Roll	4.300.000	430.000	15	258.000	2	516.000
	Pipa						
	Cetakan	30.000	1.000	5	5.800	2	11.600
	Dandang	150.000	6.000	5	28.800	3	86.400
	Kompor	0	0	0	0	0	0
	Pengaduk						
	kayu	25.000	0	2	12.500	2	25.000
	Timbangan	250.000	25.000	10	22.500	1	22.500
	Mesin						
	press	0	0	0	0	0	0
	Papan	4.500	0	2	2.250	350	787.500
	TFC/thn						1.657.500
	TFC/proses						17.265,62500

Lampiran 4. Perhitungan Biaya Variabel Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu

1	No	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Biaya	Total Biaya	2	No	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Biaya	Total Biaya		
	1 Bahan Baku							1 Bahan Baku							
		Singkong (kg)	400	700	280.000	280.000			Singkong (kg)	120	700	84.000	84.000		
	2 Input Lain							2 Input Lain							
		Tepung tapioka (kg)	100	4.900	490.000				Tepung tapioka (kg)	30	4.900	147.000			
		Bawang Putih (kg)	1,5	20.000	30.000				Bawang Putih (kg)	0,25	20.000	5.000			
		Bawang Putih Bubuk (kg)	0	0	0				Bawang Putih Bubuk (kg)	0	0	0			
		Gula (kg)	0,5	50.000	25.000				Gula (kg)	0,25	50.000	12.500			
		Garam (kg)	1	3.000	3.000				Garam (kg)	0,5	3.000	1.500			
		Penyedap Rasa (kg)	0,5	20.000	10.000				Penyedap Rasa (kg)	0,25	20.000	5.000			
		Minyak Gas (tabung)	0	0	0				Minyak Gas (tabung)	0	0	0			
		Kayu Bakar (ikat)	5	5.000	25.000				Kayu Bakar (ikat)	2	5.000	10.000			
		Kemasan+merk	1	43.000	43.000				Kemasan	1	10.000	10.000			
		Listrik	1	14.000	14.000				Listrik	1	6.000	6.000			
		Total Sumbangan Input Lain				640.000			Total Sumbangan Input Lain				197.000		
	3 Tenaga Kerja							3 Tenaga Kerja							
		Operasional	4	35.000	140.000				Operasional	3	30.000	90.000			
		Pembungkus	5	15.000	75.000				Pembungkus	2	13.500	27.000			
		Total Upah Tenaga Kerja				215.000			Total Upah Tenaga Kerja				117.000		
	TVC						1.135.000		TVC						398.000

Lampiran 4 (Lanjutan)

3	No Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Biaya	Total Biaya
	1 Bahan Baku				
	Singkong (kg)	130	700	91.000	91.000
	2 Input Lain				
	Tepung tapioka (kg)	30	4.900	147.000	
	Bawang Putih (kg)	0,25	20.000	5.000	
	Bawang Putih Bubuk (kg)	0	0	0	
	Gula (kg)	0,25	50.000	12.500	
	Garam (kg)	0,5	3.000	1.500	
	Penyedap Rasa (kg)	0,25	20.000	5.000	
	Minyak Gas (tabung)	0	0	0	
	Kayu Bakar (ikat)	2	5.000	10.000	
	Kemasan	1	11.000	11.000	
	Listrik	1	7.000	7.000	
	Total Sumbangan Input Lain				199.000
	3 Tenaga Kerja				
	Operasional	3	30.000	90.000	
	Pembungkus	2	13.500	27.000	
	Total Upah Tenaga Kerja				117.000
	TVC				407.000

4	No Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Biaya	Total Biaya
	1 Bahan Baku				
	Singkong (kg)	120	700	84.000	84.000
	2 Input Lain				
	Tepung tapioka (kg)	30	4.900	147.000	
	Bawang Putih (kg)	0,25	20.000	5.000	
	Bawang Putih Bubuk (kg)	0	0	0	
	Gula (kg)	0,25	50.000	12.500	
	Garam (kg)	0,5	3.000	1.500	
	Penyedap Rasa (kg)	0,25	20.000	5.000	
	Minyak Gas (tabung)	0	0	0	
	Kayu Bakar (ikat)	2	5.000	10.000	
	Kemasan	1	10.000	10.000	
	Listrik	1	7.000	7.000	
	Total Sumbangan Input Lain				198.000
	3 Tenaga Kerja				
	Operasional	3	30.000	90.000	
	Pembungkus	2	13.500	27.000	
	Total Upah Tenaga Kerja				117.000
	TVC				399.000

Lampiran 4 (Lanjutan)

5	No	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Biaya	Total Biaya	6	No	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Biaya	Total Biaya
	1	Bahan Baku						1	Bahan Baku				
		Singkong (kg)	400	725	290.000	290.000			Singkong (kg)	350	725	253.750	253.750
	2	Input Lain						2	Input Lain				
		Tepung tapioka (kg)	75	5.000	375.000				Tepung tapioka (kg)	75	4.900	367.500	
		Bawang Putih (kg)	0	0	0				Bawang Putih (kg)	1,5	20.000	30.000	
		Bawang Putih Bubuk (kg)	0,5	48.000	24.000				Bawang Putih Bubuk (kg)	0	0	0	
		Gula (kg)	4	12.000	48.000				Gula (kg)	4	12.000	48.000	
		Garam (kg)	3	3.000	9.000				Garam (kg)	3	3.000	9.000	
		Penyedap Rasa (kg)	0,5	20.000	10.000				Penyedap Rasa (kg)	0,5	20.000	10.000	
		Minyak Gas (tabung)	2	13.000	26.000				Minyak Gas (tabung)	2	13.000	26.000	
		Kayu Bakar (ikat)	0	0	0				Kayu Bakar (ikat)	0	0	0	
		Kemasan+merk	1	80.000	80.000				Kemasan+merk	1	75.000	75.000	
		Listrik	1	15.000	15.000				Listrik	1	14.000	14.000	
		Total Sumbangan Input Lain				587.000			Total Sumbangan Input Lain				579.500
	3	Tenaga Kerja						3	Tenaga Kerja				
		Operasional	4	35.000	140.000				Operasional	4	35.000	140.000	
		Pembungkus	7	15.000	105.000				Pembungkus	6	15.000	90.000	
		Total Upah Tenaga Kerja				245.000			Total Upah Tenaga Kerja				230.000
		TVC				1.122.000			TVC				1.063.250

Lampiran 4 (Lanjutan)

7	No	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Biaya	Total Biaya	8	No	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Biaya	Total Biaya
	1	Bahan Baku						1	Bahan Baku				
		Singkong (kg)	400	700	280.000	280.000			Singkong (kg)	375	725	271.875	271.875
	2	Input Lain						2	Input Lain				
		Tepung tapioka (kg)	90	4.900	441.000				Tepung tapioka (kg)	75	4.900	367.500	
		Bawang Putih (kg)	1,5	20.000	30.000				Bawang Putih (kg)	1,5	20.000	30.000	
		Bawang Putih Bubuk (kg)	0	0	0				Bawang Putih Bubuk (kg)	0	0	0	
		Gula (kg)	4	12.000	48.000				Gula (kg)	3,5	12.000	42.000	
		Garam (kg)	3	3.000	9.000				Garam (kg)	2	3.000	6.000	
		Penyedap Rasa (kg)	0,5	20.000	10.000				Penyedap Rasa (kg)	0,5	20.000	10.000	
		Minyak Gas (tabung)	2	13.000	26.000				Minyak Gas (tabung)	0	0	0	
		Kayu Bakar (ikat)	0	0	0				Kayu Bakar (ikat)	5	4.500	22.500	
		Kemasan	1	33.000	33.000				Kemasan	1	30.000	30.000	
		Listrik	1	13.000	13.000				Listrik	1	13.000	13.000	
		Total Sumbangan Input Lain				610.000			Total Sumbangan Input Lain				521.000
	3	Tenaga Kerja						3	Tenaga Kerja				
		Operasional	3	35.000	105.000				Operasional	4	33.000	132.000	
		Pembungkus	4	15.000	60.000				Pembungkus	5	15.000	75.000	
		Total Upah Tenaga Kerja				165.000			Total Upah Tenaga Kerja				207.000
		TVC				1.055.000			TVC				999.875

Lampiran 4 (Lanjutan)

9	No	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Biaya	Total Biaya	10	No	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Biaya	Total Biaya
	1	Bahan Baku						1	Bahan Baku				
		Singkong (kg)	400	725	290.000	290.000			Singkong (kg)	375	700	262.500	262.500
	2	Input Lain						2	Input Lain				
		Tepung tapioka (kg)	80	4.900	392.000				Tepung tapioka (kg)	100	4.900	490.000	
		Bawang Putih (kg)	1,5	20.000	30.000				Bawang Putih (kg)	1,5	20.000	30.000	
		Bawang Putih Bubuk (kg)	0	0	0				Bawang Putih Bubuk (kg)	0	0	0	
		Gula (kg)	4	12.000	48.000				Gula (kg)	4	12.000	48.000	
		Garam (kg)	3	3.000	9.000				Garam (kg)	2,5	3.000	7.500	
		Penyedap Rasa (kg)	0,5	20.000	10.000				Penyedap Rasa (kg)	0,5	20.000	10.000	
		Minyak Gas (tabung)	2	13.000	26.000				Minyak Gas (tabung)	2	13.000	26.000	
		Kayu Bakar (ikat)	0	0	0				Kayu Bakar (ikat)	0	0	0	
		Kemasan+merk	1	43.000	43.000				Kemasan	1	30.000	30.000	
		Listrik	1	15.000	15.000				Listrik	1	14.000	14.000	
		Total Sumbangan Input Lain				573.000			Total Sumbangan Input Lain				655.500
	3	Tenaga Kerja						3	Tenaga Kerja				
		Operasional	3	35.000	105.000				Operasional	3	33.000	99.000	
		Pembungkus	5	15.000	75.000				Pembungkus	5	15.000	75.000	
		Total Upah Tenaga Kerja				180.000			Total Upah Tenaga Kerja				174.000
		TVC				1.043.000			TVC				1.092.000

Lampiran 4 (Lanjutan)

11	No	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Biaya	Total Biaya
	1	Bahan Baku				
		Singkong (kg)	350	700	245.000	245.000
	2	Input Lain				
		Tepung tapioka (kg)	100	4.900	490.000	
		Bawang Putih (kg)	1,5	20.000	30.000	
		Bawang Putih Bubuk (kg)	0	0	0	
		Gula (kg)	3,5	12.000	42.000	
		Garam (kg)	3	3.000	9.000	
		Penyedap Rasa (kg)	0,5	20.000	10.000	
		Minyak Gas (tabung)	0	0	0	
		Kayu Bakar (ikat)	4	5.000	20.000	
		Kemasan	1	33.000	33.000	
		Listrik	1	13.000	13.000	
		Total Sumbangan Input Lain				647.000
	3	Tenaga Kerja				
		Operasional	3	33.000	99.000	
		Pembungkus	4	15.000	60.000	
		Total Upah Tenaga Kerja				159.000
		TVC				1.051.000

Lampiran 5. Perhitungan Keuntungan Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu

Responden	Jumlah (kg)	Harga Produk (Rp)	TR (Rp)	TFC (Rp)	TVC (Rp)	TC (Rp)	Keuntungan (Rp)
1	225	7.600	1.710.000	17.733,3333	1.135.000	1.152.733,33	557.266,667
2	70	7.800	546.000	17.518,2292	398.000	415.518,229	130.481,771
3	75	7.800	585.000	17.950,5208	407.000	424.950,521	160.049,479
4	70	7.800	546.000	17.635,4167	399.000	416.635,417	129.364,583
5	210	10.000	2.100.000	22.222,9167	1.122.000	1.144.222,92	955.777,083
6	200	10.000	2.000.000	19.342,7083	1.063.250	1.082.592,71	917.407,292
7	210	7.600	1.596.000	18.446,875	1.055.000	1.073.446,88	522.553,125
8	200	7.600	1.520.000	16.197,9167	999.875	1.016.072,92	503.927,083
9	210	7.600	1.596.000	18.738,0208	1.043.000	1.061.738,02	534.261,979
10	200	7.600	1.520.000	18.168,75	1.092.000	1.110.168,75	40.983,25
11	200	7.600	1.520.000	17.265,625	1.051.000	1.068.265,63	451.734,375
Total	1.870	89.000	15.239.000	201.220,313	9.765.125	9.966.345,31	5.272.654,69
Rata-rata	170	8.090,90909	1.385.363,636	18.292,7557	887.738,636	906.031,392	479.332,244

Lampiran 6. Perhitungan Efisiensi Usaha Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu

Responden	Total Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	R/C rasio (Rp)
1	1.710.000	1.152.733,33	1,48343069
2	546.000	415.518,229	1,31402177
3	585.000	424.950,521	1,37663086
4	546.000	416.635,417	1,31049829
5	2.100.000	1.144.222,92	1,83530671
6	2.000.000	1.082.592,71	1,84741684
7	1.596.000	1.073.446,88	1,48679924
8	1.520.000	1.016.072,92	1,49595563
9	1.596.000	1.061.738,02	1,50319567
10	1.520.000	1.110.168,75	1,36916122
11	1.520.000	1.068.265,63	1,42286709
Total	15.239.000	9.966.345,31	16,445284
Rata-rata	1.385.363,64	906.031,392	1,49502582

Lampiran 7. Perhitungan Nilai Tambah Per Proses Produksi Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu

Responden	Hasil Produksi (kg/prod)	Bahan Baku (kg/prod)	Tenaga Kerja (jam/prod)	Faktor Konversi	Koefisien TK	Harga Produk (Rp/kg)	Upah Rerata (Rp/jam)	Harga BB (Rp/kg)	Sumbangan Input Lain (Rp/kg)
	a	b	c	m (a/b)	n (c/b)	d	e	f	g
1	225	400	11	0,5625	0,0275	7.600	2.171,717	700	1.600
2	70	120	7	0,583333333	0,058333333	7.800	3.343	700	1.642
3	75	130	7	0,576923077	0,053846154	7.800	3.342,857	700	1.531
4	70	120	7	0,583333333	0,058333333	7.800	3.342,857	700	1.650
5	210	400	11	0,525	0,0275	10.000	2.024,7934	725	1.468
6	200	350	11	0,571428571	0,031428571	10.000	2.090,909	725	1.656
7	210	400	11	0,525	0,0275	7.600	2.142,857	700	1.525
8	200	375	11	0,533333333	0,029333333	7.600	2.090,909	725	1.389
9	210	400	11	0,525	0,0275	7.600	2.045,4545	725	1.433
10	200	375	11	0,533333333	0,029333333	7.600	1.977,2727	700	1.748
11	200	350	11	0,571428571	0,031428571	7.600	2.064,9351	700	1.848,571429
Total	1.870	3.420	109	6,090613553	0,40203663	89.000	26.637,420	7.800	17.489
Rata-rata	170	310,9090909	9,90909091	0,553692141	0,036548785	8.090,909091	2.421,584	709	1.590

Lampiran 7 (Lanjutan)

Nilai Produk (Rp/kg)	Nilai Tambah (Rp/kg)	Rasio Nilai Tambah (%)	Imbalan TK (Rp/kg)	Bagian TK (%)	Keuntungan (Rp/kg)	Tingkat Keuntungan (%)
k (m x d)	l (k-g-f)	h (l/k %)	p (n x e)	q (p/l %)	r (l-p)	s (r/l %)
4.275	1.975	46,198830	59,72222222	3,023909986	1.915	96,97609001
4.550	2.208	48,534799	195	8.830188679	2.013	91,16981132
4.500	2.269	50,427350	180	7,93220339	2.089	92,06779661
4.550	2.200	48,351648	195	8,863636364	2.005	91,13636364
5.250	3.058	58,238095	55,68181818	1,821155133	3.002	98,17884487
5.714,285714	3.334	58,3375	65,71428571	1,971287765	3.268	98,02871223
3.990	1.765	44,235589	58,92857143	3,338729259	1.706	96,66127074
4.053,333333	1.939	47,837171	61,33333333	3,163142513	1.878	96,83685749
3.990	1.833	45,92732	56,25	3,06957708	1.776	96,93042292
4.053,333333	1.605	39,605263	58	3,612956811	1.547	96,38704319
4.342,857143	1.794	41,315789	64,89795918	3,616924477	1.729	96,38307552
49.268,80952	23.980	529,009354	1.050,52819	49,24371146	22.929	1.050,756289
4.478,982684	2.180	48,671795	95,50256273	4,476701042	2.084	95,52329896

Lampiran 8. Matrik Urgensi Lingkungan Internal Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu

No	Faktor Internal	Faktor Yang Lebih Urgen													Σ	Bobot (%)
		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m		
1	Kekuatan (S)															
a	Pengalaman Usaha		b	a	a	a	a	a	a	i	j	a	a	a	a	10
b	Kemampuan Manajerial Produsen	b		b	d	b	f	b	b	i	b	b	l	m	n	7
c	Lokasi Agroindustri Strategis	c	c		d	e	f	g	h	i	c	k	l	m	n	3
d	Ketersediaan Tenaga Kerja Terampil	a	b	d		e	d	g	h	i	j	k	l	m	n	2
e	Keuntungan Produksi	a	b	e	d		e	e	h	i	j	k	l	m	n	3
f	Daya Tahan Produk	a	b	f	d	e		g	h	i	j	k	l	m	n	1
g	Harga Produk Terjangkau	a	b	g	d	g	g		g	g	j	k	g	m	n	6
h	Kapasitas Produksi Tinggi	a	b	h	d	h	h	g		i	j	k	l	m	n	3
i	Inovasi Produk	a	b	i	d	i	i	i	i		j	k	i	m	n	6
j	Pemasaran Luas	a	b	j	j	j	j	g	j	i		k	l	m	n	5
2	Kelemahan (W)															
k	Teknologi Produksi Sederhana	a	b	c	d	k	f	k	k	i	j		l	m	n	3
l	Administrasi Keuangan Tidak Tercatat	a	b	l	d	l	l	g	l	i	j	k		m	n	4
m	Promosi Belum Efektif	a	b	m	d	m	m	g	m	i	j	m	m		n	6
n	Merek Dagang dan Label Produk	a	b	c	d	n	n	g	h	i	j	k	l	m		2
Jumlah															61	100

* Contoh Perhitungan Bobot

Misal: Pengalaman usaha (a) = $(\sum(a) / \sum \text{total}) \times 100\%$
 $= (10 / 61) \times 100\% = 16,4 \%$

Lampiran 9. Matrik Urgensi Lingkungan Eksternal Pada Agroindustri Kerupuk Singkong di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu

No	Faktor Eksternal	Faktor Yang Lebih Urgen											Σ	Bobot (%)
		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k		
1	Peluang (O)													
a	Hubungan Baik dengan Pemasok Bahan Baku		a	a	a	a	a	g	h	i	j	k	5	9,4
b	Adanya Permintaan Pasar	a		b	b	b	b	g	h	i	j	k	4	7,5
c	Pangsa Pasar Luas	a	c		d	c	c	g	h	i	j	c	4	7,5
d	Peningkatan Kesejahteraan	a	b	c		d	f	g	h	i	j	k	1	1,9
e	Dukungan Pemerintah Daerah	a	b	c	e		e	g	e	i	e	k	4	7,5
f	Ketersediaan Tenaga Kerja yang Banyak	f	b	c	d	f		g	h	i	j	k	2	3,8
g	Perkembangan Teknologi	a	g	c	g	g	g		h	i	j	g	5	9,4
2	Ancaman (T)													
h	Pesaing	h	h	c	h	h	h	g		i	h	h	7	13,2
i	Fluktuasi harga bahan baku	i	i	i	i	i	i	i	h		j	i	8	15,1
j	Perubahan Selera konsumen	j	b	c	j	j	j	j	j	j		j	8	15,1
k	Adanya Produk Substitusi	k	b	c	k	k	k	g	h	k	j		5	9,4
Jumlah												53	100	

* Contoh Perhitungan Bobot

$$\begin{aligned} \text{Misal: Pesaing (h)} &= \left(\frac{\sum(h)}{\sum \text{total}} \right) \times 100\% \\ &= \left(\frac{7}{53} \right) \times 100\% = 13,2\% \end{aligned}$$