

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA AGROINDUSTRI BERAS SIGER
(Studi Kasus pada Agroindustri Tunas Baru
di Kelurahan Pinang Jaya Kemiling Kota Bandar Lampung)**

(SKRIPSI)

Oleh

WINDI ARIESTA



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

DEVELOPMENT STRATEGY OF SIGER RICE AGROINDUSTRY
(A Case Study at Siger Rice Tunas Baru Agroindustry
in Pinang Jaya Village, Kemiling District, Bandar Lampung Town)

By

Windi Ariesta

ABSTRACT

This research aims to analyze internal and external conditions of siger rice agroindustry, its income, its development strategies, and consumers' knowledge and the decision making process on siger rice products. This research used a case study method at Tunas Baru Agroindustry. Respondents are the owner of the agroindustry and consumers of siger rice chosen using snowball method. Data were analyzed using a qualitative descriptive analysis (i.e SWOT and knowledge and decision making process) and a quantitative descriptive analysis (i.e income analysis). The results showed that (1) the main strength of the agroindustry is the good quality of siger rice while the main weakness is the limitation of working capital, (2) monthly average incomes Rp141,992.06 and R/C values are more than one, meaning the agroindustry is profitable, (3) the main opportunity of the agroindustry is the ownership of production machines while the main threat is limited control and guidance from government, (4) consumers have information and knowledge about the characteristics of siger rice and go through the five steps of the decision making process namely need recognition, information seeking, evaluation of alternatives, purchase process, and post purchase evaluation, (5) The main priority strategy for developing the agroindustry is increasing the capital of agroindustry from own fund and from government institutions.

Keyword : agroindustry, development strategy, siger rice

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA AGROINDUSTRI BERAS SIGER
(Studi Kasus pada Agroindustri Tunas Baru
di Kelurahan Pinang Jaya Kemiling Kota Bandar Lampung)

Oleh

Windi Ariesta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal agroindustri, pendapatan dan strategi pengembangan agroindustri, dan pengetahuan dan proses pengambilan keputusan konsumen terhadap produk beras siger. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus di Agroindustri Tunas Baru. Responden penelitian adalah pemilik agroindustri dan konsumen beras siger yang dipilih secara *snowball*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif (SWOT, pengetahuan dan proses pengambilan keputusan konsumen) serta analisis deskriptif kuantitatif (analisis pendapatan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kekuatan utama agroindustri adalah kualitas beras siger yang baik sedangkan kelemahan utama agroindustri adalah keterbatasan modal kerja, (2) pendapatan rata-rata usaha perbulan adalah sebesar Rp141.992,06 dengan nilai R/C lebih dari satu yang berarti agroindustri menguntungkan, (3) peluang utama agroindustri adalah kepemilikan alat mesin produksi sedangkan ancaman utama agroindustri adalah kurangnya pengawasan dan pembinaan dari pemerintah (4) konsumen sudah memiliki pengetahuan dan informasi mengenai karakteristik produk dan seluruh konsumen melakukan lima tahap proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, proses pembelian dan evaluasi pasca pembelian (5) strategi prioritas utama untuk pengembangan agroindustri adalah meningkatkan modal kerja agar dapat memenuhi tingginya permintaan produk beras siger yang dapat diperoleh dari dana pribadi maupun bantuan dari pemerintah.

Kata Kunci : agroindustri, beras siger, strategi pengembangan

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA AGROINDUSTRI BERAS SIGER
(Studi Kasus pada Agroindustri Tunas Baru
Di Kelurahan Pinang Jaya Kemiling Kota Bandar Lampung)**

Oleh

WINDI ARIESTA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

Judul Skripsi : **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
AGROINDUSTRI BERAS SIGER
(Studi Kasus pada Agroindustri
Tunas Baru di Kelurahan Pinang Jaya
Kemiling Kota Bandar Lampung)**

Nama Mahasiswa : **Windi Ariesta**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1214131109**

Jurusan/ Program Studi : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**



Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana L, M.Si.
NIP 19620918 198803 2 001

Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S.
NIP 19600822 198603 2 001

2. Ketua Jurusan/Program Studi

Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.
NIP 19630203 198902 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Ir. Dyah Aring Heplana L, M.Si.

Anggota : Dr. Ir. Wuryaningsih D.S, M.S.

**Penguji
Bukan Pembimbing : Dr. Ir. R. Hanung Ismono, M.P.**

2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
NIP 19611020 198603 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 3 Mei 2016



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Bandung tanggal 1 April 1995, dari pasangan bapak Dawaji dan ibu Desi Yulianti.

Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara.

Penulis menyelesaikan studi tingkat Taman Kanak-Kanak (TK) di TK Tawekal Bandung pada tahun 2000, tingkat Sekolah Dasar (SD) di SDN 2 Way

Halim Permai Bandar Lampung pada tahun 2006, tingkat pertama (SLTP) di SMP Negeri 1 Bandar Lampung pada tahun 2009, dan tingkat atas (SLTA) di SMA Negeri 1 Bandar Lampung tahun 2012. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2012 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) tertulis.

Selama di perguruan tinggi, penulis pernah menjadi Asisten Dosen mata kuliah Dasar-Dasar Akuntansi pada semester ganjil tahun ajaran 2014/2015 dan 2015/2016, mata kuliah Ekonomi Mikro pada semester ganjil tahun ajaran 2014/2015 dan 2015/2016, mata kuliah Bahasa Inggris pada semester ganjil tahun ajaran 2014/2015, mata kuliah Kewirausahaan pada semester genap tahun ajaran 2014/2015, mata kuliah *English For Agribusiness* (EFA) pada semester ganjil tahun ajaran 2015/2016, mata kuliah Koperasi pada semester genap tahun ajaran

2015/2016 dan mata kuliah Manajemen Sumberdaya Manusia pada semester genap tahun ajaran 2015/2016.

Pada tahun 2015, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik di Desa Aji Jaya KNPI Kecamatan Gedung Aji Kabupaten Tulang Bawang dan Praktik Umum (PU) selama 30 hari kerja efektif di Perum BULOG Divisi Regional Lampung.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah menjadi Mahasiswa Berprestasi II tingkat jurusan Agribisnis. Penulis pernah menjadi surveyor pemantauan harga di Bank Indonesia selama empat bulan pada bulan Januari – April 2016. Penulis pernah menjadi fasilitator “Sarapan Sehat” yang diselenggarakan oleh Kementerian Kesehatan bersama PT.Mayora dan anggota Bidang Kewirausahaan Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian tahun 2012 – 2016.

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdullilahi robbil 'alamin, segala puji dan syukur hanya kepada Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Baginda Muhammad Rasulullah SAW, yang telah memberikan teladan dan mengubah zaman kegelapan menjadi zaman yang terang benderang.

Dalam penyelesaian skripsi yang berjudul **“Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Beras Siger (Studi Kasus: Agroindustri Tunas Baru Kelurahan Pinang Jaya Kemiling Kota Bandar Lampung)”**, banyak pihak yang telah memberikan sumbangsih, bantuan, nasehat, serta saran-saran yang membangun. Oleh karena itu, dengan rendah hati penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga nilainya kepada :

1. Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si., selaku dosen pembimbing utama, yang telah memberikan semangat, bimbingan, masukan, arahan, dan nasihat hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Dr.Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S., selaku dosen pembimbing anggota yang telah memberikan semangat, bimbingan, masukan, arahan, dan nasihat hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Dr. Ir. R. Hanung Ismono, M.P. sebagai dosen penguji skripsi ini, atas masukan, arahan, dan nasihat yang telah diberikan.
4. Dr. Ir. Tubagus Hasanuddin, M.S., selaku dosen pembimbing akademik atas arahan, nasehat dan motivasi yang telah diberikan.
5. Orangtuaku tercinta, Ayahanda Dawaji dan Ibunda Desi Yulianti, serta kedua adikku tersayang, Rangga Aditia dan Kania Lestari atas semua limpahan kasih sayang, dukungan, doa, dan bantuan yang telah diberikan hingga tercapainya gelar Sarjana Pertanian ini.
6. Dr. Ir. F. E. Prasmatiwi, M.S., selaku Ketua Jurusan Agribisnis, atas arahan, bantuan, dan nasehat yang telah diberikan.
7. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
8. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswi di Universitas Lampung.
9. Karyawan-karyawati di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Mba Ayi, Mba Fitri, Mba Iin, Mas Boim, Mas Sukardi dan Mas Bukhari, atas semua bantuan yang telah diberikan.
10. Ibu Sunartuti selaku pemilik dan ketua KWT Tunas Baru atas arahan dan informasi yang telah diberikan.
11. Seseorang yang senantiasa menemani, Muhammad Danang Widjanarko atas doa, masukan, bantuan, dukungan dan semangat yang telah diberikan.
12. Sahabat-sahabatku seperjuangan semasa kuliah: Sheila Fathia A, Tri Uli Jalika, Tiara Kartika, Vani Sintiya, Ega N.P Hernanda, Yessi Febrina dan Syafri Alfizar atas masukan, saran, dan semangat yang telah diberikan.

13. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2012: Parastry, Adel, Mukti, Susi, Ririn, Macipa, Puspa, Ghesa, Rahma, Agnes, Ni Made, Yunai, Desi, Ening, Santi, Agung, Tri, Yudhi, Shandy, Fauzi, Muher dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
14. Sahabat-sahabat kepompongu: Gaby dan Rima, atas semangat, dukungan dan doa yang telah diberikan selama ini.
15. Sahabat-sahabat waferku: Eja, Destia, Feronica, Rizca, Ari, Gery, Rini dan Chita, atas semangatnya.
16. Yunda Agribisnis: Yunda Clara, Yunda Niken, Yunda Intan, Yunda Dian, Yunda Eni, Yunda Dita, Yunda Haliana, Yunda Elvanny, Yunda Ayu dll, atas bantuan, saran, semangat, dan motivasinya.
17. Adik-adik Agribisnis 2013 dan 2014: Bazai, Biha, Suci, Uwan, Citra, Mansi, Ayu Maya, Dilla, Fira, Shintia, Rayssa, Romidah, Oci, Shofi, Viona, Vania, Mamat, Yazid, Ryan, Ayu, Dwi, Yances, Alvita dll atas semangat dan dukungannya.
18. Semua pihak yang telah membantu demi terselesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Akhirnya, penulis meminta maaf jika ada kesalahan dan kepada Allah SWT penulis mohon ampun.

Bandar Lampung, 3 Mei 2016
Penulis,

Windi Ariesta

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka.....	11
1. Beras Siger.....	11
2. Proses Pembuatan Beras Siger.....	14
3. Agribisnis dan Agroindustri.....	17
4. Sistem Agribisnis Ubi Kayu.....	19
5. Strategi Pengembangan.....	22
6. Analisis Lingkungan Internal.....	27
7. Analisis Lingkungan Eksternal.....	29
8. Konsep Pendapatan.....	34
9. Pengetahuan Konsumen.....	36
10. Proses Pengambilan Keputusan.....	42
11. Hasil Penelitian Terdahulu.....	43
B. Kerangka Pemikiran.....	50
III. METODOLOGI	
A. Metode Penelitian.....	54

B. Konsep dan Definisi Operasional.....	54
C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Penelitian.....	60
D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	62
E. Metode Analisis Data.....	63
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Letak Geografis Kota Bandar Lampung.....	76
B. Letak Geografis Kecamatan Kemiling.....	77
C. Kondisi Perekonomian Kecamatan Kemiling.....	80
D. Kondisi Pangan Kecamatan Kemiling.....	82
E. Latar Belakang Pendirian Agroindustri Tunas Baru.....	85
F. Tata Letak Layout Agroindustri Tunas Baru.....	88
G. Struktur Organisasi Agroindustri Tunas Baru.....	89
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Keadaan Umum Responden Agroindustri Tunas Baru.....	92
B. Kondisi Internal Agroindustri Tunas Baru.....	93
C. Kondisi Eksternal Agroindustri Tunas Baru.....	119
D. Strategi Pengembangan Agroindustri Tunas Baru.....	152
E. Strategi Prioritas Agroindustri Tunas Baru.....	154
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	158
B. Saran.....	159
DAFTAR PUSTAKA.....	161
LAMPIRAN.....	165

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penduduk Pulau Sumatera menurut provinsi 1980, 1990, 2000 dan 2010.....	2
2. Luas lahan, produksi, dan produktivitas padi di Provinsi Lampung (2010-2012)	3
3. Jumlah produksi dan produktivitas ubi kayu di Sumatera (2010-2012)	5
4. Perbandingan komposisi gizi beras siger, tiwul dan nasi (per 100 g).	13
5. Hasil penelitian terdahulu.....	44
6. Daftar agroindustri beras siger aktif di Provinsi Lampung.....	61
7. Kerangka matrik faktor strategi internal untuk kekuatan (<i>strengths</i>)..	71
8. Kerangka matrik faktor strategi internal untuk kelemahan (<i>weakness</i>)	72
9. Kerangka matrik faktor strategi eksternal untuk peluang (<i>opportunity</i>)	73
10. Kerangka matrik faktor strategi eksternal untuk ancaman (<i>threats</i>)...	74
11. Sebaran kepadatan penduduk untuk masing-masing kelurahan di Kecamatan Kemiling, tahun 2014.....	79
12. Jenis dan jumlah usaha yang ada di Kecamatan Kemiling.....	81
13. Penggunaan lahan pertanian menurut kecamatan di Kota Bandar Lampung tahun 2014 (ha)	83
14. Analisis pendapatan beras siger (Mei-November 2015)	101
15. Tenaga kerja pada agroindustri.....	108

16. Kerangka matrik faktor strategi internal untuk kekuatan (<i>strength</i>)...	117
17. Kerangka matrik faktor strategi internal untuk kelemahan (<i>weakness</i>)	118
18. Karakteristik responden agroindustri.....	124
19. Pengetahuan produk oleh konsumen.....	127
20. Pengetahuan pembelian konsumen	130
21. Pengetahuan pemakaian konsumen	132
22. Variabel pengenalan kebutuhan dalam proses pengambilan keputusan konsumen beras siger.....	134
23. Variabel pencarian informasi dalam proses pengambilan keputusan konsumen beras siger.....	136
24. Variabel evaluasi alternatif dalam proses pengambilan keputusan konsumen beras siger.....	139
25. Variabel proses pembelian dalam proses pengambilan keputusan konsumen beras siger.....	141
26. Variabel evaluasi pasca pembelian dalam proses pengambilan keputusan konsumen beras siger.....	145
27. Kerangka matrik faktor strategi eksternal untuk peluang (<i>opportunities</i>).....	150
28. Kerangka matrik faktor strategi eksternal untuk ancaman (<i>threats</i>)....	151
29. Pembobotan untuk diagram SWOT faktor internal dan eksternal agroindustri.....	152
30. Identitas responden agroindustri.....	166
31. Biaya investasi dan depresiasi peralatan agroindustri.....	166
32. Biaya sarana produksi di agroindustri.....	167
33. Biaya produksi agroindustri.....	167
34. Biaya produksi agroindustri (klasifikasi produksi).....	168
35. Tenaga kerja pada agroindustri (satu kali produksi).....	168
36. Tenaga kerja pada agroindustri (Produksi Rendah).....	169
37. Tenaga kerja pada agroindustri (Produksi Sedang).....	170
38. Tenaga kerja pada agroindustri (Produksi Tinggi).....	171
39. Penerimaan Aagroindustri.....	171

40. Penerimaan agroindustri berdasarkan jumlah produksi.....	172
41. Identitas konsumen produk beras siger.....	172
42. Proses pengambilan keputusan konsumen produk beras siger.....	173
43. Hasil evaluasi pembobotan faktor internal (Kekuatan).....	175
44. Hasil evaluasi pembobotan faktor internal (Kelemahan).....	176
45. Hasil evaluasi pembobotan faktor eksternal (Peluang).....	176
46. Hasil evaluasi pembobotan faktor eksternal (Ancaman).....	177
47. Kerangka matrik faktor strategi internal untuk kekuatan (<i>strength</i>)...	177
48. Kerangka matrik faktor strategi internal untuk kelemahan (<i>weakness</i>).....	178
49. Kerangka matrik faktor strategi eksternal untuk peluang (<i>opportunities</i>).....	178
50. Kerangka matrik faktor strategi eksternal untuk ancaman (<i>threats</i>)...	179
51. Penyusunan strategi bagi agroindustri (S><O).....	180
52. Penyusunan strategi bagi agroindustri (S><T).....	181
53. Penyusunan strategi bagi agroindustri (W><O).....	183
54. Penyusunan strategi bagi agroindustri (W><T).....	184
55. Strategi prioritas agroindustri.....	186

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Penduduk Provinsi Lampung menurut hasil sensus 1980, 1990, 2000 dan 2010.....	2
2. Bagan alir produksi beras siger.....	17
3. Sistem agribisnis.....	18
4. Diagram analisis SWOT.....	25
5. Bagan alir strategi pengembangan usaha bagi Agroindustri Tunas Baru.....	53
6. Bentuk matriks SWOT.....	75
7. Tata letak / <i>layout</i> agroindustri Tunas Baru.....	89
8. Struktur organisasi agroindustri bersama KWT Tunas Baru.....	90
9. Struktur organisasi agroindustri yang dijalankan secara individu.....	91
10. Ubi kayu yang digunakan untuk memproduksi beras siger)	94
11. Tempat pengeringan ubi kayu.....	95
12. Ubi kayu yang telah berbentuk granul.....	95
13. Produk beras siger Tunas Baru.....	95
14. Tampah yang digunakan untuk kegiatan produksi.....	96
15. Bak dan ember yang digunakan untuk kegiatan produksi.....	96
16. Ayakan yang digunakan untuk kegiatan produksi.....	97
17. Mesin rajang yang digunakan untuk kegiatan produksi.....	97
18. Mesin giling yang digunakan untuk kegiatan produksi.....	97
19. Mesin <i>granule</i> yang digunakan untuk kegiatan produksi.....	98
20. Lemari penyimpanan peralatan produksi.....	98

21. Pendapatan usaha agroindustri tahun 2015.....	102
22. Lokasi usaha agroindustri.....	111
23. Kondisi infrastruktur menuju agroindustri.....	112
24. Diagram SWOT faktor internal dan eksternal agroindustri.....	153

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

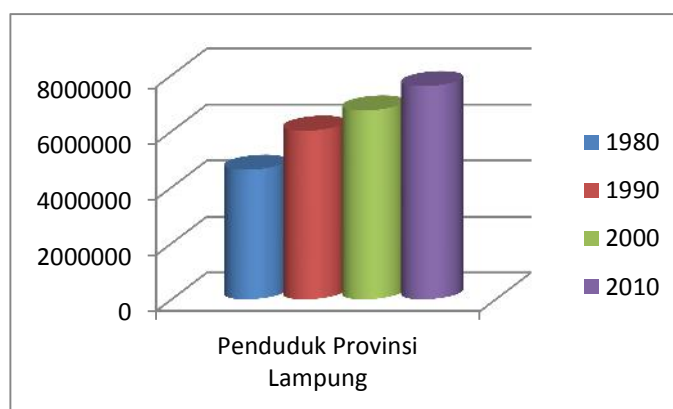
Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat laju pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi dibandingkan dengan negara-negara berkembang lainnya di dunia. Dampak dari tingginya laju pertumbuhan penduduk di Negara Indonesia adalah tidak sebandingnya pertumbuhan penduduk dengan ketersediaan bahan makanan. Hal tersebut sesuai dengan teori Malthus yang mengungkapkan bahwa pertumbuhan penduduk adalah berdasarkan deret ukur sedangkan produktivitas bahan makanan berdasarkan deret hitung (Mantra, 1987).

Tingginya laju pertumbuhan penduduk di Indonesia saat ini tidak hanya sebatas di Pulau Jawa saja namun, juga di beberapa pulau lainnya di Negara Indonesia, salah satunya adalah Pulau Sumatera. Beberapa provinsi di Pulau Sumatera juga mengalami peningkatan laju pertumbuhan penduduk yang signifikan. Data peningkatan laju pertumbuhan penduduk di Pulau Sumatera pada umumnya dan Provinsi Lampung pada khususnya dapat dilihat pada Tabel 1 dan Gambar 1. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa selama periode 1980-2010 terjadi peningkatan jumlah penduduk yang tinggi bahkan hingga dua kali lipat dari sebelumnya.

Tabel 1. Penduduk Pulau Sumatera menurut provinsi 1980, 1990, 2000 dan 2010

Provinsi	Penduduk			
	1980	1990	2000	2010
Aceh	2611271	3416156	3930905	4494410
Sumatera Utara	8360894	10256027	11649655	12982204
Sumatera Barat	3406816	4000207	4248931	4846909
Riau	2168535	3303976	4957627	5538367
Jambi	1445994	2020568	2413846	3092265
Sumatera Selatan	4629801	6313074	6899675	7450394
Bengkulu	768064	1179122	1567432	1715518
Lampung	4624785	6017573	6741439	7608405
Kepulauan Bangka Belitung	-	-	900197	1223296
Kepulauan Riau	-	-	-	1679163
Pulau Sumatera	28016160	36506703	43309707	50630931

Sumber : Sensus Penduduk 1980, 1990, 2000 (Badan Pusat Statistik Nasional, 2010)



Gambar 1. Penduduk Provinsi Lampung menurut hasil sensus 1980, 1990, 2000 dan 2010

Provinsi Lampung merupakan provinsi ke dua dengan tingkat laju pertumbuhan penduduk tertinggi di Pulau Sumatera setelah Provinsi Sumatera Utara. Pada Gambar 1 terlihat jelas pada setiap sepuluh tahunnya penduduk Provinsi Lampung terus menerus mengalami peningkatan yang signifikan. Peningkatan laju pertumbuhan penduduk di Provinsi Lampung

sejak tahun 1980–2010 adalah sebesar 12% - 30%. Sebesar 30 persen peningkatan laju pertumbuhan penduduk terjadi pada tahun 1980 ke tahun 1990 hal ini disebabkan pada kurun waktu tersebut terjadi perpindahan penduduk (transmigrasi) besar-besaran dari Pulau Jawa menuju Pulau Sumatera dan Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi yang turut mengalami dampak perpindahan penduduk tersebut . Peningkatan jumlah penduduk terendah terjadi pada tahun 1990-2000 yaitu sebesar 13 persen.

Tingginya laju pertumbuhan penduduk di Provinsi Lampung tentunya turut berdampak pada meningkatnya kebutuhan konsumsi beras masyarakat di Provinsi Lampung. Ketergantungan konsumsi masyarakat terhadap beras tentunya harus sebanding dengan ketersediaan lahan dan produktivitas padi pada lahan yang tersebar di Provinsi Lampung, agar permintaan beras masyarakat tersebut terpenuhi. Data mengenai produksi dan produktivitas padi di Provinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Produksi dan produktivitas padi di Provinsi Lampung (2010-2015)

Tahun	Produksi (ton)	Produktivitas (kuintal/hektar)
2010	2.807.676	47,54
2011	2.940.795	48,45
2012	3.101.455	48,32
2013	3.207.002	50,26
2014	3.320.064	51,18
2015	3.641.895	51,49

Sumber: Badan Pusat Statistik Nasional (2015a)

Data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa produksi padi per tahun di Provinsi Lampung terus menerus mengalami peningkatan namun, peningkatan produksi padi pada tahun 2010-2015 masih belum mampu memenuhi

kebutuhan beras masyarakat Provinsi Lampung. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan laju pertumbuhan penduduk yang tinggi pada tahun 2010-2015 dan adanya pelaku curang yang secara sengaja menimbun hasil produksi padi yang kemudian dijadikan beras lalu di distribusikan ke provinsi lain dengan alasan untuk memperoleh harga yang lebih tinggi.

Oleh karena itu, ketergantungan masyarakat terhadap beras, pandangan masyarakat yang menganggap beras adalah sumber energi utama dalam tubuh perlu dihapuskan dengan mencari alternatif pangan pengganti beras. Hal inilah yang sedang digalakkan oleh Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung untuk mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap beras dengan cara melakukan pendidikan dan pelatihan untuk petani tanaman pangan terkait pentingnya pengolahan lebih lanjut untuk produk pangan yang berguna untuk menciptakan nilai tambah serta sebagai bentuk diversifikasi produk pangan. Kegiatan tersebut dilaksanakan atas dasar potensi yang dimiliki oleh Provinsi Lampung. Provinsi Lampung merupakan provinsi penghasil tanaman singkong atau ubi kayu nomor satu di Indonesia. Data mengenai jumlah produksi dan produktivitas ubi kayu di Sumatera disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa Provinsi Lampung memiliki potensi pemanfaatan tanaman singkong atau ubi kayu yang dapat dijadikan sebagai produk alternatif pangan pengganti beras sehingga dapat mengurangi ketergantungan terhadap beras.

Tabel 3. Jumlah produksi dan produktivitas ubi kayu di Sumatera (2013-2015)

Provinsi	Ubi Kayu					
	Produksi (ton)			Produktivitas (kuintal/hektar)		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Aceh	34.738	31.621	29.106	127.48	130.02	130.87
Sumatera Utara	1.518.221	1.383.346	1.619.495	322.06	328.88	338.54
Sumatera Barat	218.830	217.962	208.386	397.66	386.18	391.85
Riau	103.070	117.287	103.599	266.81	290.46	289.54
Jambi	33.291	35.550	43.433	146.4	156.75	215.23
Sumatera Selatan	165.250	220.014	217.206	175.85	201.29	247.27
Bengkulu	62.193	78.853	80.309	127.94	175.38	224.77
Lampung	8.329.201	8.034.016	7.384.099	261.84	263.87	264.45
Kep.Bangka Belitung	14.203	19.759	35.001	178.65	185.7	246.14
Kep. Riau	8.530	8.979	9.157	119.3	124.19	129.34

Sumber: Badan Pusat Statistik Nasional (2015b)

Hal ini telah dibuktikan dengan diciptakannya salah satu bentuk diversifikasi produk pangan yang berbahan baku ubi kayu yaitu beras siger. Beras siger merupakan makanan tradisional yang berbentuk butiran-butiran seperti beras dengan usia simpan hingga satu tahun. Beras siger berwarna kuning kecoklatan yang diperoleh dari proses pengeringan ubi kayu menjadi gaplek. Beras siger dibuat menyerupai beras agar psikologi masyarakat saat mengonsumsi beras siger sama dengan saat mengonsumsi nasi (Halim dalam Novia, 2012).

Keberadaan agroindustri beras siger di Provinsi Lampung ini bukan hanya sebagai bentuk diversifikasi produk pangan serta solusi dalam memecahkan masalah tingginya permintaan beras akibat ketergantungan masyarakat terhadap beras saja, namun juga merupakan salah satu bentuk implementasi

penerapan pembentukan dan pengelolaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Lampung. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berdasarkan UU No.20 Tahun 2008 adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana mestinya. Hingga saat ini keberadaan UMKM di Indonesia masih tergolong rendah, ini diakibatkan oleh beberapa kendala atau masalah yang mengakar pada perjalanan keberlangsungan UMKM tersebut yaitu keterbatasan modal, ketidakberanian masyarakat atau pengusaha dalam mengambil risiko serta kesulitan masyarakat atau pengusaha dalam menangkap potensi dan peluang usaha yang dapat dimanfaatkan di wilayahnya.

Jika melihat masalah UMKM di Indonesia, sebenarnya masyarakat di Provinsi Lampung dapat memanfaatkan potensi sebagai provinsi penghasil utama ubi kayu di Indonesia. Pemanfaatan hasil produksi pangan ubi kayu tersebut pun dapat dijadikan beraneka ragam olahan produk yang salah satunya adalah beras siger. Oleh karena itu, tanpa perlu takut untuk berinovasi dan mengambil risiko semestinya masyarakat Lampung mampu memanfaatkan peluang usaha agroindustri beras siger ini untuk dikembangkan secara berkelanjutan.

Jenis beras siger yang diproduksi pada berbagai agroindustri di Provinsi Lampung antara lain adalah beras siger putih, hitam dan kuning. Beras siger putih merupakan beras siger dengan kualitas yang jauh lebih baik dibandingkan beras siger jenis lainnya. Namun, belum banyak agroindustri

yang mampu memproduksi beras siger putih tersebut. Agroindustri yang mampu memproduksi beras siger putih adalah Agroindustri Tunas Baru. Namun, pada pelaksanaannya kegiatan produksi beras siger putih ini tidak selalu berjalan mulus sesuai dengan rencana, terdapat beberapa kendala yang terjadi baik itu kendala internal yang berasal dari dalam usaha dan kendala eksternal yaitu kendala yang berasal dari luar lingkup usaha. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah dengan topik strategi pengembangan usaha bagi agroindustri beras siger putih di Provinsi Lampung.

B. Rumusan Masalah

Agroindustri beras siger di Provinsi Lampung yang telah benar-benar memproduksi beras siger secara berkelanjutan berada di Kabupaten Tulang Bawang, Tulang Bawang Barat, Lampung Selatan, Tanggamus, Metro dan Bandar Lampung. Namun, diantara agroindustri beras siger di kabupaten-kabupaten tersebut agroindustri beras siger yang memproduksi beras siger (singkong segar) secara rutin serta menghasilkan produk beras siger berwarna putih yang mirip dengan beras padi adalah agroindustri beras siger yang berada di Kelurahan Pinang Jaya Kemiling Kota Bandar Lampung yang bernama Agroindustri Tunas Baru. Agroindustri beras siger ini dijalankan oleh ibu-ibu rumah tangga yang bergabung dalam Kelompok Wanita Tani (KWT) bernama KWT Tunas Baru untuk bersama-sama memproduksi beras siger putih. Produksi beras siger oleh KWT ini dilaksanakan secara berkala di setiap minggunya. Agroindustri Tunas Baru memperoleh bantuan berupa

alat mesin produksi yang diberikan oleh Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung pada tahun 2011 sehingga agroindustri ini mampu menghasilkan produk beras siger putih dengan waktu produksi yang lebih cepat serta kualitas produk yang lebih baik dibandingkan produk beras siger dari agroindustri lainnya. Oleh sebab itu, Agroindustri Tunas Baru dipilih menjadi lokasi penelitian karena memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi lebih baik lagi melalui strategi pengembangan yang nantinya akan dihasilkan dari penelitian ini.

Pada perkembangannya agroindustri beras siger ini mengalami kendala yang berasal dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal adalah lingkungan dari dalam agroindustri beras siger berupa variabel-variabel yang merupakan kekuatan dan kelemahan agroindustri beras siger sedangkan, lingkungan eksternal adalah lingkungan dari luar agroindustri beras siger berupa variabel-variabel yang merupakan peluang dan ancaman bagi agroindustri beras siger. Berdasarkan penjabaran masalah di atas dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana kondisi lingkungan internal agroindustri beras siger ?
2. Bagaimana perkembangan pendapatan agroindustri beras siger ?
3. Bagaimana kondisi lingkungan eksternal agroindustri beras siger ?
4. Bagaimana pengetahuan dan proses pengambilan keputusan konsumen yang muncul terhadap produk beras siger dari agroindustri beras siger ?
5. Bagaimana strategi yang cocok untuk pengembangan usaha agroindustri beras siger ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi kondisi lingkungan internal agroindustri beras siger.
2. Menganalisis pendapatan agroindustri beras siger sebagai salah satu komponen faktor internal yang digunakan untuk identifikasi kekuatan dan kelemahan agroindustri.
3. Mengidentifikasi kondisi lingkungan eksternal agroindustri beras siger.
4. Mengidentifikasi pengetahuan dan proses pengambilan keputusan konsumen terhadap produk beras siger dari agroindustri beras siger sebagai salah satu komponen faktor eksternal yang digunakan untuk identifikasi peluang dan ancaman agroindustri.
5. Menyusun strategi pengembangan usaha agroindustri beras siger.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Manfaat bagi agroindustri dan masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan berbagai pilihan alternatif strategi usaha yang dapat diterapkan guna meningkatkan pengembangan usaha agroindustri serta mengatasi berbagai masalah internal maupun eksternal agroindustri. Selain itu, bagi masyarakat penelitian ini dapat memberikan informasi serta penambahan pengetahuan bagi masyarakat mengenai alternatif produk olahan pangan non beras serta bagi masyarakat yang hendak ataupun sedang melaksanakan usaha agroindustri beras siger atau

agroindustri produk olahan pangan sejenis dalam menentukan strategi pengembangan usaha.

b. Manfaat bagi pemerintah

Penelitian ini dapat membantu dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam menentukan kebijakan terkait yang sesuai bagi para agroindustri produk olahan pangan non beras sejenis pada umumnya dan agroindustri beras siger pada khususnya.

c. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber informasi dan referensi serta masukan bagi penelitian yang sejenis selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Beras Siger

Beras siger merupakan bahan makanan yang sedang dikembangkan di Provinsi Lampung sebagai alternatif pengganti beras. Beras siger adalah makanan tradisional yang berasal dari ubi kayu yang mengalami pengolahan sehingga berbentuk butiran-butiran seperti beras. Ukuran butiran beras siger dibuat menyerupai ukuran beras pada umumnya. Hal ini dimaksudkan agar psikologi masyarakat saat mengonsumsi beras siger sama dengan saat mengonsumsi nasi (Halim dalam Novia, 2013).

Tekstur kepulenan beras siger hampir menyerupai kepulenan nasi, bahkan lebih kenyal dibandingkan nasi. Rasanya pun tidak jauh berbeda dari nasi. Hanya saja karena berasal dari ubi kayu maka beras siger mempunyai cita rasa yang sangat unik, sehingga saat mengonsumsi beras siger ada rasa khas ubi kayu yang sedikit tersisa. Beras siger berwarna kuning kecoklatan. Warna kuning kecoklatan diperoleh dari hasil proses pengeringan ubi kayu menjadi gaplek karena gaplek merupakan bahan dasar pembuatan beras siger (Rachmawati, 2010).

Beras siger merupakan produk kering dengan usia simpan yang cukup lama (hingga satu tahun). Cara penyajian beras siger sama seperti nasi yaitu hanya perlu dikukus selama 15-20 menit. Beras siger dikonsumsi sebagai makanan pokok pengganti beras serta digunakan sebagai makanan cadangan oleh sebagian masyarakat. Rasa beras siger tidak jauh berbeda dari nasi, namun beras siger memiliki cara tersendiri. Saat mengonsumsi beras siger terdapat rasa khas ubi kayu yang masih tersisa (Rachmawati, 2010).

Pada dunia medis, beras siger disarankan untuk dikonsumsi oleh penderita diabetes atau darah tinggi. Hal tersebut dikarenakan rendahnya kandungan gula dan kolesterol beras siger. Selain penderita diabetes dan darah tinggi, sebagian masyarakat juga mengonsumsi beras siger sebagai makanan pokok pengganti beras. Beras siger hampir sama dengan tiwul instan yang telah dikembangkan di Pulau Jawa, khususnya di daerah Gunung Kidul. Harga beras siger dan tiwul instan juga tidak jauh berbeda, yaitu mulai dari Rp7.000,00 sampai dengan Rp17.500,00 per kilogram. Proses pengolahan beras siger berbeda dengan tiwul instan. Beras siger tidak diberi tambahan tepung tempe sehingga kandungan protein beras siger lebih rendah dibandingkan tiwul instan. Perbandingan kandungan nutrisi beras siger, tiwul instan dan nasi dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 menunjukkan bahwa beras siger memiliki kandungan energi, lemak, karbohidrat, kalsium dan fosfor yang lebih tinggi dibandingkan nasi. Tiwul instan yang diberi tambahan tepung tempe memiliki kandungan protein yang lebih tinggi dibandingkan beras siger dan nasi. Penambahan tepung tempe

sangat berpengaruh terhadap kandungan protein tiwul instan. Penambahan tepung tempe juga dapat dilakukan dalam proses pembuatan beras siger agar diperoleh panganan yang tidak hanya kaya akan karbohidrat tetapi juga kaya akan protein.

Tabel 4. Perbandingan komposisi gizi beras siger, tiwul dan nasi (per 100 g)

Komposisi Gizi	Beras Siger	Tiwul Instan	Nasi
Energi (kkal)	363,0	0,0	178,0
Protein (g)	1,1	5,0	2,1
Lemak (g)	0,5	1,4 – 5,0	0,1
Karbohidrat (g)	88,2	76,4-80,0	40,6
Kalsium (mg)	84,0	0,0	5,0
Fosfor (mg)	125,0	0,0	22,0
Besi (mg)	1,0	20,0	1,0
Vitamin A (SI)	0,0	0,0	0,0
Vitamin B (mg)	0,0	0,0	0,0
Vitamin C (mg)	0,0	0,0	0,0

Sumber: Departemen Kesehatan (1996) dan Suyatno (2010).

Selama perkembangannya warna beras siger di Provinsi Lampung ini beraneka ragam sesuai dengan hasil produksi pada agroindustri beras siger yang tersebar di Provinsi Lampung. Warna beras siger ini terdiri dari beras siger berwarna hitam, kuning kecoklatan dan putih. Keanekaragaman warna beras siger ini umumnya disebabkan oleh perbedaan perlakuan pada alur kegiatan produksi di setiap agroindustri beras siger.

Beras siger yang berwarna hitam dan kuning kecoklatan umumnya dikenal masyarakat dengan sebutan tiwul instan. Tidak ada spesifikasi khusus yang membedakan beras siger dengan tiwul instan karena, perbedaannya hanyalah terletak pada kegiatan alur produksi dan penggunaan sarana produksi yang sedikit berbeda. Oleh karena itu, umumnya beberapa pemilik agroindustri

beras siger tidak menyalahkan pandangan konsumen (masyarakat) yang mencap produk beras siger mereka dengan sebutan tiwul instan. Namun, ada pula pemilik agroindustri beras siger yang memberikan pemahaman bagi konsumen mengenai letak perbedaan beras siger dengan tiwul instan.

Agroindustri Tunas Baru merupakan salah satu agroindustri yang melaksanakan kegiatan tersebut. Hal ini dilakukan agar konsumen tidak salah kaprah mengenai perbedaan keduanya karena produk beras siger pada Agroindustri Tunas Baru memang jelas berbeda dengan produk tiwul instan. Perbedaan tersebut terletak baik pada kegiatan alur produksi, penggunaan sarana produksi hingga rasa dari produk beras siger tersebut yang berbeda dengan produk tiwul instan yang telah lebih dulu beredar di pasar.

2. Proses Pembuatan Beras Siger

Beras siger merupakan beras yang berbahan baku ubi kayu. Beras siger berbentuk butiran seperti beras pada umumnya, yang diharapkan dapat menjadi alternatif pengganti beras. Proses pembuatan beras siger menurut Halim dalam Novia (2012) adalah sebagai berikut.

a. Pengupasan dan pencucian

Pengupasan ubi kayu dilakukan secara manual menggunakan pisau dengan cara menyayat kulit ubi kayu secara membujur sepanjang umbi. Setelah disayat, bagian kulit ubi kayu dikelupas dari bagian utama umbi.

b. Pengirisan dalam bentuk chips

Pengirisan dalam bentuk chips dilakukan agar dalam proses pengeringan ubi kayu tersebut dapat lebih cepat kering. Pengirisan dilakukan dengan

cara memotong atau mencacah ubi kayu menjadi ukuran yang lebih kecil.

Pemotongan atau pencacahan dilakukan dengan menggunakan golok ataupun mesin pemotong. Proses ini akan menghasilkan gaplek chips yang berdiameter kurang dari 1 cm dengan ukuran panjang kurang dari 5 cm.

c. Pengerinan

Setelah ubi kayu benar-benar bersih dari kulitnya, dijemur dengan terik matahari atau mesin pengering. Penjemuran dilakukan 3-4 hari dengan kondisi panas yang stabil, jika kondisi panas tidak stabil dapat memakan waktu lebih lama lagi. Pada tahap pengerinan ini agar tetap menjaga warna ubi kayu tetap putih bersih selama proses pengerinan ubi kayu disirami air sedikit demi sedikit agar tidak tumbuh jamur pada daging ubi kayu.

d. Perendaman

Perendaman adalah proses selanjutnya setelah ubi kayu menjadi kering. Perendaman ini dilakukan menggunakan garam agar zat asam yang terkandung di dalam ubi kayu dapat dipecahkan. Proses perendaman dilakukan selama kurang lebih 2 hari.

e. Pengerinan

Pengerinan dilakukan kembali dengan tujuan untuk mengeringkan ubi kayu yang telah direndam, proses pengerinan pada tahap ini umumnya hanya sebentar yaitu selama satu hari.

f. Penggilingan

Ubi Kayu yang telah kering selanjutnya digiling dengan mesin penggiling hingga halus sehingga menghasilkan tepung ubi kayu.

g. Pembentukan butiran

Tepung ubi kayu tersebut selanjutnya akan dibuat butiran, pembuatan ini dapat menggunakan alat tradisional berupa tampah dan alat modern menggunakan mesin granul. Dalam pembentukan butiran, dapat ditambahkan tepung jika hasil gilingan dianggap terlalu lembek.

h. Pengeringan lanjutan

Setelah berupa butiran seperti beras, maka dilakukan pengeringan kembali untuk mengurangi kadar air yang masih terkandung. Pengeringan yang kedua ini tidak memakan waktu yang lama hanya sekitar 2-3 jam.

i. Pengukusan dan pendinginan

Butiran yang telah setengah kering lalu ditempatkan di kukusan untuk kemudian dikukus hingga matang. Kematangan butiran ditandai dengan perubahan warna yang sebelumnya berwarna putih menjadi kuning kecoklatan. Setelah dikukus, butiran-butiran akan mengalami penggumpalan sehingga perlu di dinginkan terlebih dahulu agar kemudian dapat dibentuk menjadi butiran-butiran kembali.

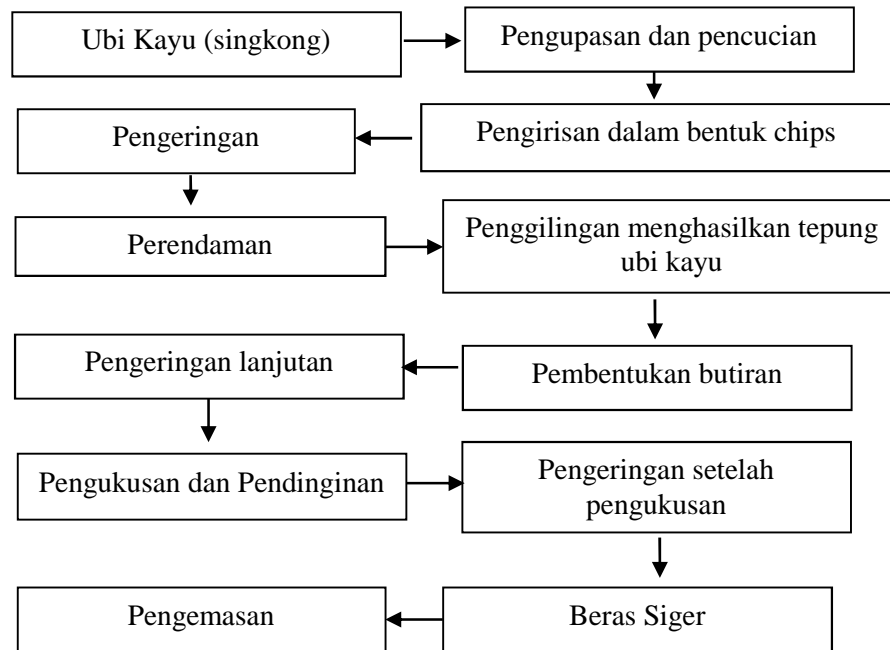
j. Pengeringan setelah pengukusan

Pengeringan kali ini dimaksudkan untuk mengeringkan butiran agar nantinya beras siger mempunyai daya simpan yang lama yaitu berkisar 2 sampai 4 tahun masa penyimpanan.

k. Pengemasan

Setelah menjadi beras siger, beras siger dapat dimasukkan ke dalam kemasan untuk dijual kepada masyarakat. Pengemasan haruslah rapi agar para konsumen tertarik untuk membeli.

Ringkasan tahapan pembuatan beras siger di atas selengkapnya dijelaskan pada Gambar 2.

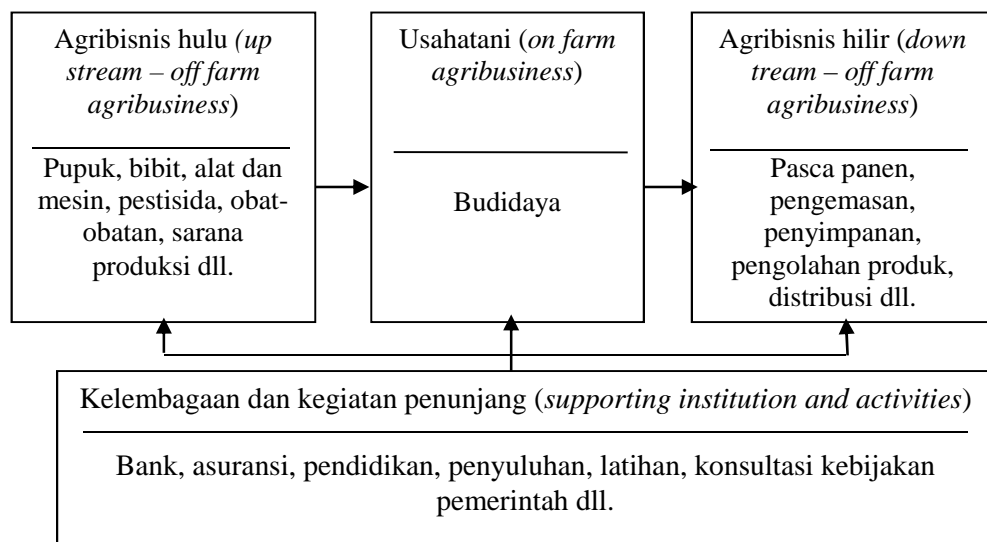


Gambar 2. Bagan alir produksi beras siger (Halim dalam Novia, 2012)

3. Agribisnis dan Agroindustri

Agribisnis merupakan salah satu terminologi yang paling sering diungkapkan dewasa ini. Namun, demikian pengertian agribisnis sendiri masih rancu dan seringkali berbeda. Pengertian agribisnis yang diacu adalah pengertian yang diturunkan dari definisi yang disusun oleh Drillon 1974 yang menjelaskan agribisnis adalah penjumlahan total dari seluruh kegiatan yang menyangkut manufaktur dan distribusi dari sarana produksi pertanian, kegiatan yang dilakukan usahatani, serta penyimpanan, pengolahan dan distribusi produk pertanian dan produk-produk lain yang dihasilkan dari produk pertanian. Sebagai suatu sistem yang mencakup segala kegiatan yang berhubungan

dengan pengusahaan tumbuhan dan hewan (komoditas pertanian, peternakan, perikanan dan kehutanan) yang berorientasi pasar (bukan hanya untuk pemenuhan kebutuhan pengusaha sendiri) dan perolehan nilai tambah, agribisnis membawa pemahaman konseptual yang mendasar (Abdul, 2001). Agribisnis merupakan konsep dari suatu sistem yang integratif yang terdiri dari beberapa subsistem yang dapat dijelaskan pada Gambar 3.



Gambar 3. Sistem agribisnis (Abdul, 2001)

Hubungan antara satu subsistem dengan subsistem yang lain sangat erat dan saling tergantung sehingga gangguan pada salah satu subsistem dapat menyebabkan terganggunya keseluruhan subsistem. Pemahaman hubungan-hubungan ini (*backward linkage, forward linkage*) dan peranan lembaga penunjangnya (bank, koperasi, peraturan pemerintah, angkutan, pasar dan lain-lain) sangat penting. Demikian pula dengan siapa pelaku dalam tiap subsistem (*inside linkage, outside linkage*) dan teknologi yang digunakan (mekanis, biologis, kimia, padat modal, atau padat karya).

Agroindustri merupakan subsistem agribisnis yang memproses dan mentransformasikan bahan-bahan hasil pertanian, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan menjadi barang-barang setengah jadi ataupun barang-barang jadi yang langsung dapat dikonsumsi. Dalam kerangka pembangunan pertanian, agroindustri merupakan penggerak utama perkembangan sektor pertanian, dalam masa yang akan datang posisi pertanian akan menjadi sektor andalan dalam pembangunan nasional sehingga peranan agroindustri akan semakin besar. Sebagai penggerak utama perkembangan sektor pertanian, diharapkan agroindustri dapat memainkan peranan penting dalam kegiatan pembangunan daerah baik dalam pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi maupun stabilitas nasional sehingga mampu mewujudkan sektor pertanian yang tangguh, maju dan efisien melalui pengembangan agroindustri.

Agroindustri mampu meningkatkan devisa negara, mampu meningkatkan perekonomian dan menyerap tenaga kerja bagi pelaku agribisnis dan mampu mendorong munculnya industri lain. Ciri penting dari agroindustri adalah kegiatannya tidak tergantung pada mesin, memiliki manajemen usaha yang modern. Skala usaha yang optimal dan efisien serta mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi (Soekartawi, 2000).

4. Sistem Agribisnis Ubi Kayu

Ubi kayu (*Manihot esculenta grant*) atau yang lebih sering disebut singkong merupakan salah satu bahan makanan yang utama, tidak saja di Indonesia tetapi juga di dunia. Di Indonesia, ubi kayu merupakan makanan pokok ke

tiga setelah padi-padian dan jagung. Sedangkan untuk konsumsi penduduk dunia, khususnya penduduk negara-negara tropis, tiap tahun diproduksi sekitar 300 juta ton ubi kayu (Rukmana, 1997 dalam Simanjuntak, 2002). Pada kesempatan kali ini peneliti akan mencoba untuk menjabarkan sistem agribisnis ubi kayu berdasarkan subsistem-subsistem dalam agribisnis sebagai berikut.

a. Subsistem pengadaan sarana produksi

Pada subsistem ini membahas mengenai berbagai sarana produksi yang diperlukan dan dibutuhkan dalam membudidayakan atau melaksanakan kegiatan usahatani ubi kayu. Pengadaan sarana produksi yang baik dan sesuai tentunya akan berdampak pada hasil produksi dari usahatani ubi kayu yang optimal. Sarana produksi yang dibutuhkan dalam budidaya tanaman ubi kayu adalah bibit / benih unggul, pupuk organik, pestisida dan obat-obatan yang sesuai dengan komoditas ubi kayu yang dibudidayakan.

b. Subsistem usahatani (*on farm*) komoditas ubi kayu

Untuk dapat tumbuh maksimal, ubi kayu memerlukan curah hujan 150-200 mm pada umur 1-3 bulan, 250-300 mm pada umur 4-7 bulan, dan 100-150 mm pada fase menjelang dan saat panen. Suhu udara minimal bagi tumbuhnya ketela pohon/ubi kayu sekitar 10⁰C. Bila suhunya di bawah 10⁰C menyebabkan pertumbuhan tanaman sedikit terhambat, menjadi kerdil karena pertumbuhan bunga yang kurang sempurna. Kelembaban udara optimal untuk tanaman ketela pohon/ubi kayu antara 60-65%. Sinar matahari yang dibutuhkan bagi tanaman ketela pohon /ubi kayu sekitar 10 jam / hari terutama untuk kesuburan daun dan perkembangan umbinya.

Tahapan dalam membudidayakan tanaman ubi kayu adalah dimulai dari penyiapan bibit, persiapan lahan, pembukaan dan pembersihan lahan, pembentukan bedengan, pengapuran, penanaman, penyulaman, penyiangan, pembubunan dan perempelan / pemangkasan, pemupukan, pengairan dan penyiraman hingga panen (Rukmana, 2002).

c. Subsistem pengolahan

Pada kegiatan usahatani ubi kayu tidak semua petani yang membudidayakan tanaman ubi kayu melakukan pengolahan lebih lanjut pasca panen terhadap hasil produksi ubi kayunya. Subsistem pengolahan ini sebenarnya merupakan kegiatan tingkat lanjut setelah kegiatan usahatani dilakukan, dengan dilaksanakannya pengolahan akan mampu memberikan nilai tambah terhadap suatu produk begitu juga pada komoditas ubi kayu. Hingga saat ini, telah banyak bentuk pengolahan terhadap komoditas ubi kayu yang dapat dimanfaatkan bukan hanya dagingnya saja, namun juga pemanfaatan atas daun, batang serta kulit dari ubi kayu itu sendiri yaitu pengolahan ubi kayu menjadi keripik, tepung tapioka, biogas dan biomassa, serta hingga menjadi beras siger.

d. Subsistem pemasaran

Selain melaksanakan kegiatan pengolahan, kegiatan pemasaran yang baik dalam memasarkan komoditas ubi kayu juga merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan atau memperoleh nilai tambah dari hasil produksi komoditas ubi kayu tersebut. Kegiatan pemasaran ini dapat berupa pendistribusian produk, penyimpanan produk saat musim panen dan

menjualnya kembali saat harga yang tercipta di pasar terhadap produk pertanian tersebut telah relatif stabil dan lain sebagainya.

e. Jasa layanan pendukung

Jasa layanan pendukung merupakan pihak yang turut berkontribusi terhadap pelaksanaan kegiatan usaha, karena dengan adanya berbagai bantuan dari jasa layanan pendukung dapat turut meningkatkan keuntungan usaha produksi ubi kayu. Jasa layanan pendukung ini dapat berupa bank yang meminjamkan modal usaha, lembaga penelitian, asuransi, transportasi, teknologi, lembaga pendidikan dan lain sebagainya.

5. Strategi Pengembangan

Strategi merupakan cara untuk mencapai sasaran jangka panjang untuk mencapai tujuan perusahaan, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi bisnis dapat termasuk perluasan geografis, diversifikasi, pengembangan produk, penetrasi pasar dan menciptakan keunggulan bersaing (David, 2003). Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.

Strategi pertumbuhan (*growth strategy*) sering dikatakan sebagai strategi pengembangan perusahaan. Pedoman strategi ini dapat berupa pengambilan kembali kegiatan bisnis yang pernah dilepas, konsolidasi, penetrasi pasar, pengembangan produk, pengembangan pasar dan diversifikasi. Pada metode-

metode yang digunakan, terdapat tiga komponen dalam strategi

pengembangan menurut David (2003) yaitu :

- a. Pengembangan internal, pada kegiatan ini lebih memusatkan kepada kompetensi perusahaan.
- b. Akuisisi, kegiatan ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan cakupan kegiatan baru atau masuk kepada kegiatan lain lewat perusahaan lain.
- c. Pengembangan bersama (*joint development*) dan analisis strategik (*strategic alliance*)

Guna menganalisis penentuan strategi menjadi jelas, ada sembilan macam matriks yang dapat digunakan yakni sebagai berikut.

- a. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)
- b. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)
- c. Matriks *Competitive Profile* (CP)
- d. Matriks SWOT
- e. Matriks *Strategic Position and Action Evaluation* (SPACE)
- f. Matriks *Internal-External* (IE)
- g. Matriks *Boston Consulting Group* (BCG)
- h. Matriks *Grand Strategy*
- i. Matriks *Quantitative Strategies Planning* (QSP) (David, 2003).

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) namun,

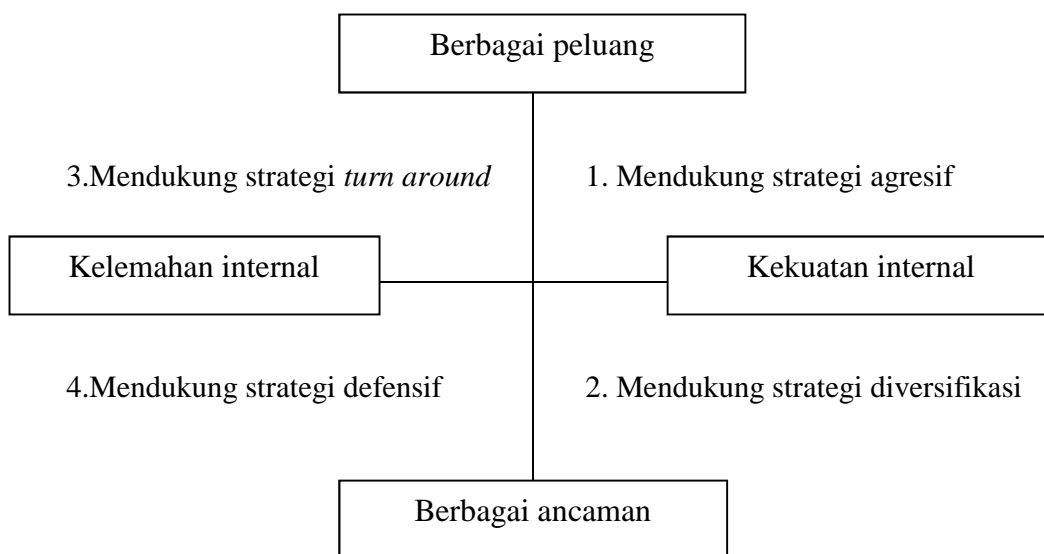
secara bersamaan meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengambilan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Maka perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2000).

Kinerja suatu perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan yang mempengaruhi kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar perusahaan / agroindustri yang mempengaruhi kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Ke dua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strength* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi suatu bisnis. Penggunaan bentuk analisis lingkungan internal dan eksternal meliputi langkah-langkah antara lain sebagai berikut.

- 1) Mendaftarkan item-item EFAS dan IFAS yang paling penting dalam kolom faktor strategis.
- 2) Meninjau bobot yang diberikan untuk faktor-faktor dalam tabel EFAS dan IFAS mencapai 1,00.
- 3) Memasukkan hasil tersebut pada kolom peringkat, peringkat yang diberikan manajemen perusahaan terhadap setiap faktor dari tabel EFAS dan IFAS.

- 4) Mengalikan bobot dengan peringkat untuk menghasilkan jumlah pada kolom skor berbobot.

Menurut Gaspersz (2012), hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, kemudian dipetakan ke dalam kuadran SWOT yang dapat diterangkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram analisis SWOT

Keterangan gambar adalah sebagai berikut.

- a) Kuadran 1 merupakan situasi yang sangat menguntungkan, perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).
- b) Kuadran 2 meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan

adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang.

- c) Kuadran 3 dimana perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar tetapi di lain pihak, perusahaan menghadapi beberapa kendala / kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan hingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- d) Kuadran 4 merupakan situasi yang tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Melakukan strategi dilakukan proses penyusunan strategi yang didasarkan pada tiga fase sebagai berikut.

1.) Penilaian keperluan penyusunan strategi

Sebelum strategi disusun, perlu dipertanyakan apakah penyusunan strategi perlu dilakukan atau tidak. Kaitannya yaitu apakah strategi yang akan dilakukan memang sesuai dengan tuntutan perubahan di lingkungan ataukah sebaliknya lebih baik mempertahankan strategi yang ada.

2.) Analisis situasi

Berdasarkan analisis situasi ini perusahaan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari perusahaan. Analisis ini biasanya dikenal dengan analisis SWOT. Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan dan kelemahan berhubungan dengan faktor internal dari perusahaan sedangkan peluang dan ancaman berdasarkan faktor eksternal perusahaan.

3.) Pemilihan strategi

Setelah dilakukan analisis terhadap faktor internal dan juga faktor eksternal maka dilakukan pemilihan strategi dari analisis tersebut manakah yang paling baik digunakan (Tisnawati, 2005).

6. Analisis Lingkungan Internal

Menurut Kotler (2009), pengidentifikasian faktor internal dapat memberikan gambaran kondisi suatu perusahaan, yaitu faktor kekuatan dan kelemahan. Perusahaan menghindari ancaman yang berasal dari faktor eksternal melalui kekuatan yang dimilikinya dari faktor internal, sedangkan kelemahan dari faktor internal dapat diminimalkan dengan melihat peluang dan faktor eksternal.

Menurut Solihin (2012), terdapat beberapa alat analisis yang dapat digunakan untuk melakukan analisis lingkungan internal perusahaan. Beberapa alat analisis lingkungan internal perusahaan yang dapat digunakan perusahaan mencakup analisis rantai nilai industri (*industry value chain analysis*) dan analisis rantai nilai korporasi (*corporate value chain analysis*).

a. Analisis rantai nilai industri

Analisis rantai nilai industri (*industry value chain analysis*) sangat berguna untuk menilai apakah perusahaan saat ini sudah berada pada jalur rantai nilai yang tepat dalam suatu industri. Perusahaan saat ini tidak bisa lagi berjalan secara individual untuk dapat meraih keunggulan kompetitif, melainkan harus bergabung dengan rangkaian rantai nilai dari perusahaan lainnya. Masing-masing perusahaan yang tergabung dalam satu rantai

nilai harus dapat memberikan kontribusi yang menguntungkan bagi rantai nilai selanjutnya.

Analisis rantai nilai industri digunakan untuk memastikan bahwa perusahaan berada di jalur rantai nilai yang kompetitif dibandingkan pesaingnya. Hal ini dapat dilihat dari biaya dan margin yang terjadi dalam jalur rantai nilai industri dimana perusahaan berada bila dibandingkan dengan biaya dan margin yang terjadi untuk perusahaan lainnya dalam industri yang sama.

b. Analisis rantai nilai korporasi

Adapun untuk melakukan analisis terhadap kemampuan sumber daya internal organisasi yang terdiri dari berbagai fungsi organisasi seperti fungsi pemasaran, keuangan, produksi, riset dan pengembangan, serta fungsi lainnya yang ada di dalam perusahaan, dimana keseluruhan kemampuan fungsi-fungsi perusahaan tersebut bermuara pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan margin, maka perusahaan harus melakukan analisis rantai nilai korporasi.

Berdasarkan penjabaran tersebut, pada penelitian ini alat analisis lingkungan internal yang digunakan adalah analisis rantai nilai korporasi (*corporate value chain analysis*). Penggunaan analisis rantai nilai korporasi atas pertimbangan bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi lingkungan internal agroindustri melalui kemampuan sumber daya internalnya. Selain itu fungsi-fungsi organisasi yang ada

pada analisis rantai nilai korporasi juga dianggap sesuai dengan keadaan agroindustri yang diteliti.

7. Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal perusahaan merupakan lingkungan yang berada di luar kontrol perusahaan. Analisis eksternal mengidentifikasi peluang dan ancaman yang menjadi landasan strategi perusahaan. Menurut Barney dan Hesterly (2008) dalam Solihin (2012), terdapat dua jenis alat analisis yang dapat digunakan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal perusahaan. Kedua alat analisis tersebut adalah analisis struktur industri yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai peluang usaha, dan analisis *five forces* yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal perusahaan.

Selain kedua alat analisis tersebut, perusahaan dapat menggunakan analisis STEEPLE. Analisis STEEPLE lebih ditujukan untuk menganalisis lingkungan umum perusahaan, dimana perubahan lingkungan umum perusahaan dapat menciptakan sejumlah peluang maupun ancaman bagi perusahaan. Berikut adalah penjabaran lebih lanjut mengenai ketiga alat analisis lingkungan eksternal tersebut.

a. Analisis struktur industri

Struktur industri terbentuk dari perpaduan berbagai karakteristik industri yang ada di dalamnya. Kendati terdapat banyak cara pengelompokkan struktur industri, tetapi dari berbagai cara pengelompokkan struktur

industri tersebut terdapat empat kategori generic struktur industri, yaitu *fragmented industry*, *emerging industry*, *mature industry*, dan *declining industry*. Melalui pemahaman terhadap struktur industri dimana perusahaan berada, maka perusahaan dapat mengidentifikasi strategi mana yang dapat diterapkan oleh perusahaan agar dapat memaksimalkan peluang untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang berasal dari karakteristik masing-masing struktur industri.

b. Analisis *Five Forces*

Model *Five Forces* dapat digunakan untuk mengidentifikasi adanya ancaman yang berasal dari lima kekuatan di dalam suatu industri. Potensi ancaman dari kelima kekuatan dalam industri tersebut yaitu sebagai berikut.

1) Ancaman masuknya pesaing potensial (*Threats of Potential New Entrants*)

Perusahaan akan memperoleh ancaman akibat masuknya perusahaan potensial yang dapat menjadi pesaing bagi perusahaan atau adanya potensi pesaing dari perusahaan yang saat ini belum menjadi pesaing perusahaan tetapi memiliki sumber daya yang memungkinkan mereka memasuki suatu industri.

2) Daya tawar pemasok (*Bargaining Power of Supplier*)

Pemasok dapat menjadi ancaman bagi perusahaan yang selama ini memperoleh input dari pemasok bila ketergantungan perusahaan kepada salah satu pemasok menjadi semakin besar dari waktu ke waktu.

3) Persaingan antar perusahaan dalam satu industri (*Rivalry Among Existing Firms*)

Tingkat persaingan yang terjadi di antara perusahaan dalam satu industri dapat memberikan ancaman bagi perusahaan karena tingkat persaingan antar perusahaan yang tinggi dapat menurunkan pangsa pasar yang diperoleh perusahaan selama ini, terutama apabila produk yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan yang ada dalam satu industri tersebut dipersepsikan relative sama oleh konsumen. Hal ini dapat menimbulkan terjadinya perilaku konsumen yang sering beralih dari produk yang satu ke produk lainnya karena konsumen memiliki loyalitas terhadap produk yang relatif rendah.

4) Ancaman dari produk substitusi (*Threats of Substitute Products*)

Persaingan tidak hanya datang dari produk sejenis melainkan dapat pula berasal dari produk yang tidak sejenis tetapi dapat memuaskan kebutuhan yang sama. Produk seperti itu disebut sebagai produk substitusi.

5) Daya tawar pembeli (*Bargaining Power of Buyer*).

Pembeli dapat menjadi ancaman bagi perusahaan terutama bila penjualan produk perusahaan hanya terkonsentrasi kepada sejumlah kecil pembeli. Dalam keadaan seperti ini, pembeli akan memiliki posisi tawar yang lebih tinggi dibanding perusahaan, sehingga pembeli dapat menetapkan syarat-syarat perdagangan yang lebih menguntungkan pembeli seperti permintaan harga yang murah, permintaan potongan harga, permintaan tambahan pelayanan, jangka waktu pembayaran yang

lebih panjang dan lain sebagainya, dimana semua hal tersebut merupakan biaya bagi perusahaan.

c. Analisis STEEPL

Analisis STEEPL merupakan analisis terhadap lingkungan umum perusahaan untuk mengidentifikasi sejumlah ancaman dan peluang yang diakibatkan oleh perubahan lingkungan umum perusahaan. Analisis STEEPL mencakup analisa terhadap lingkungan *social/demographic, technological, economics, environmental, political, legal, dan ethical*.

1) *Social/Demographic*

Perubahan struktur sosial dan demografi dapat memberikan peluang maupun ancaman bagi perusahaan. Menurut Siagian (2004), Berbagai interaksi yang terjadi antara perusahaan dan kelompok masyarakat perlu disadari oleh para pengambil keputusan strategis. Berbagai faktor seperti keyakinan, sistem nilai yang dianut, opini, sikap dan gaya hidup harus dikenal secara tepat, untuk menunjang keputusan strategi yang akan diterapkan.

2) *Technological*

Saat ini ilmu pengetahuan dan teknologi terus berkembang dengan pesat. Perkembangan yang amat pesat itu berakibat pada lahirnya berbagai ilmu yang baru, beranekaragam temuan dan terobosan baru yang terjadi dalam bidang teknologi. Oleh karena itu setiap pengambil keputusan strategis perlu memahami perkembangan teknologi yang sudah, sedang, dan akan terjadi karena dengan begitu ia akan mengetahui teknologi yang mana yang baik untuk diterapkan di usahanya (Siagian, 2004).

3) *Economics*

Perekonomian berkaitan dengan bagaimana suatu bangsa memproduksi, mendistribusikan dan mengonsumsi berbagai barang dan jasa. Suatu perusahaan perlu memperhatikan sejauh mana perekonomian dapat mempengaruhi perusahaan atau organisasi dari segi upah tenaga kerja, inflasi, perpajakan, pengangguran dan harga barang yang dikelola (Siagian, 2004)

4) *Environmental*

Munculnya isu-isu lingkungan hidup yang semakin intens saat ini telah memunculkan sejumlah ancaman dan peluang bagi perusahaan. Ancaman yang timbul dari masalah lingkungan hidup adalah adanya kecenderungan agar perusahaan memperhatikan dampak operasi perusahaan tidak hanya terhadap ekonomi dan sosial melainkan juga harus memperhatikan dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan. Pemanasan global yang terjadi saat ini memunculkan pula sejumlah peluang bagi perusahaan.

5) *Political*

Situasi politik sangat terkait dengan keberlangsungan perusahaan untuk jangka panjang. Situasi politik yang kondusif memberikan kenyamanan bagi para organisasi atau pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan usahanya. Suatu organisasi atau perusahaan perlu memperhatikan pengaruh atau kontribusi politik berupa kebijakan pemerintah yang dapat berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap perkembangan organisasi atau perusahaannya.

6) *Legal*

Faktor lain yang diperhitungkan perusahaan pada saat melakukan aktivitas bisnis adalah adanya kepastian hukum yang dapat melindungi kegiatan bisnis.

7) *Ethical*

Pelanggaran etika yang dilakukan oleh perusahaan dapat memberikan dampak kerugian baik bagi pihak lain maupun perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan penjabaran tersebut, pada penelitian ini alat analisis lingkungan eksternal yang digunakan adalah analisis *five forces* dan analisis STEEPLE. Penggunaan kedua alat analisis tersebut mengacu pada beberapa penelitian terdahulu yang menggabungkan dua alat analisis tersebut dengan pertimbangan bahwa fungsi-fungsi yang terdapat di kedua alat analisis tersebut sesuai dengan tujuan penelitian.

8. Konsep Pendapatan

Konsep pendapatan ini merupakan salah satu komponen internal yang digunakan pada penelitian ini untuk memperoleh indikator internal yang menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada agroindustri beras siger. Besarnya pendapatan yang akan diperoleh dari suatu kegiatan usahatani tergantung dari beberapa faktor yang mempengaruhinya, seperti luas lahan, tingkat produksi, intensitas, pertanaman dan efisiensi penggunaan tenaga kerja (Hermanto, 1993). Dalam melakukan kegiatan usahatani, petani berharap dapat meningkatkan pendapatannya sehingga kebutuhan hidup sehari-hari dapat terpenuhi. Harga dan produktivitas merupakan sumber dari

faktor ketidakpastian, sehingga bila harga dan produksi berubah, maka pendapatan yang diterima petani juga akan berubah (Soekartawi, 1994).

Pada analisis pendapatan usahatani terdapat dua unsur yang digunakan yaitu unsur penerimaan dan unsur pengeluaran usahatani tersebut. Penerimaan adalah hasil perkalian jumlah produk total dengan satuan harga jual, sedangkan pengeluaran atau biaya adalah nilai penggunaan sarana produksi dan lain-lain yang dikeluarkan pada proses produksi tersebut. Biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam usahatani. Biaya usahatani dibedakan menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi yang akan dihasilkan, sedangkan biaya tidak tetap adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh volume produksi (Soekartawi, 1995). Secara matematis pendapatan usahatani dapat ditulis sebagai :

$$= Y \cdot P_y - \sum X_i \cdot P_{x_i} - BTT$$

Dimana :

Y = pendapatan (Rp)

Y = hasil produksi (kg)

P_y = harga hasil produksi (Rp)

X_i = faktor produksi ($i = 1, 2, 3, \dots, n$)

P_{x_i} = harga faktor produksi ke- i (Rp)

BTT = biaya tetap total (Rp)

Untuk mengetahui suatu usaha menguntungkan atau tidak secara ekonomi dapat dianalisis dengan menggunakan nisbah atau perbandingan antara

penerimaan dengan biaya (*Revenue Cost Ratio R/C*). Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R/C = TR / TC$$

Dimana :

R/C = nisbah penerimaan dan biaya

TR = *total revenue* atau penerimaan total (Rp)

TC = *total cost* atau biaya total (Rp)

Kriteria pengambilan keputusan adalah :

- a.) Jika $R/C > 1$, maka suatu usaha mengalami keuntungan, karena penerimaan lebih besar dari biaya.
- b.) Jika $R/C < 1$, maka suatu usaha mengalami kerugian, karena penerimaan lebih kecil dari biaya.
- c.) Jika $R/C = 1$, maka suatu usaha mengalami impas, karena penerimaan sama dengan biaya (Soekartawi, 2000).

9. Pengetahuan Konsumen

Mowen dan Minor (2008) mendefinisikannya sebagai “*The amount of experience with and information about particular products or services a person has*“. Atau pengetahuan adalah sejumlah pengalaman dengan berbagai macam informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki.

Sedangkan Engel et al. (1994) : “*at a general level, knowledge can be defined as the information stored within memory. The subset of total information relevant to consumers functioning in the marketplace is called consumer knowledge*” atau secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai

informasi yang tersimpan dalam ingatan. Himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar disebut pengetahuan konsumen. Berdasarkan kepada dua definisi tersebut dapat diartikan bahwa pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Engel et al. (1994) membagi pengetahuan konsumen ke dalam tiga jenis pengetahuan, yaitu :

1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk merupakan gabungan dari banyak jenis informasi yang berbeda. Pengetahuan produk meliputi :

- a) Kesadaran akan kategori dan merek produk di dalam kategori produk
- b) Terminologi produk atribut atau ciri produk
- c) Kepercayaan tentang kategori produk secara umum dan mengenai merek spesifik

Peter dan Olson (2006) juga membagi pengetahuan menjadi tiga jenis pengetahuan produk yaitu :

a) Produk Sebagai Perangkat Ciri (*Products as Bundles of Attributes*)

Keputusan tentang ciri produk adalah elemen penting dalam strategi pemasaran. Seorang konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik/ciri atau atribut dari produk tersebut. Peter dan Olson (2006) menyebutkan bahwa konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk yang berbeda. Pengetahuan

ini meliputi kelas produk (*Product class*), bentuk produk (*Product form*), merek (*brand*) dan model/fitur (*model/features*). Berdasarkan sudut pandang proses kognitif, kita dapat mempertanyakan apakah konsumen memang memiliki pengetahuan tentang semua ciri tersebut dalam ingatannya dan apakah konsumen memang mengaktifkan serta menggunakan pengetahuan tersebut ketika berpikir tentang suatu produk atau merek. Pemasar perlu mengetahui ciri produk mana yang paling penting bagi konsumen, apa arti ciri tersebut bagi konsumen dan bagaimana menggunakan pengetahuan tersebut dalam proses kognitif seperti pemahaman dan pengambilan keputusan.

b) Produk Sebagai Perangkat Manfaat (*Products as Bundles of Benefits*)

Jenis pengetahuan produk yang ke dua adalah pengetahuan tentang manfaat produk. Konsumen mengonsumsi sayuran dan buah-buahan karena mengetahui manfaat produk tersebut bagi kesehatan tubuhnya. Manfaat yang dirasakan konsumen setelah mengonsumsi sayuran dan buah-buahan adalah memperlancar proses metabolisme tubuh. Pada sisi lain, pemasar juga menyadari bahwa konsumen sering berpikir tentang produk dan merek dalam konteks konsekuensinya, bukan ciri-cirinya. Konsekuensi adalah apa yang terjadi pada konsumen ketika suatu produk dibeli dan digunakan atau dikonsumsi. Konsumen dapat memiliki pengetahuan tentang dua jenis konsekuensi produk yaitu konsekuensi fungsional dan konsekuensi psikososial. Konsekuensi fungsional (*Functional*

consequences) adalah dampak tak nyata dari penggunaan suatu produk yang dialami konsumen. Konsekuensi psikososial (*Psychosocial consequences*) mengacu pada dampak psikologis dan sosial dari penggunaan suatu produk konsumen. Psikologis penggunaan produk adalah dampak internal pribadi seperti bagaimana suatu produk membuat anda merasakannya.

c) Produk Sebagai Pemuas Nilai (*Products as Values Satisfiers*)

Konsumen juga memiliki pengetahuan tentang nilai pribadi dan simbolis yang dapat dipenuhi atau dipuaskan oleh suatu produk atau merek. Nilai juga melibatkan afeksi sehubungan dengan kebutuhan atau tujuan tersebut perasaan dan emosi yang menyertai keberhasilan. Ada beberapa cara untuk mengklasifikasikan nilai, yaitu :

- 1.) Nilai instrumental (*Instrumental values*) adalah pola perilaku atau cara bertindak yang diinginkan (bersenang-senang, bertindak independen, menunjukkan kepercayaan diri).
- 2.) Nilai terminal (*Terminal values*) adalah status keberadaan yang diinginkan, status psikologis yang luas (bahagia, damai, berhasil).
- 3.) Nilai instrumental dan terminal (tujuan atau kebutuhan) mewakili konsekuensi terluas dan paling personal yang ingin dicapai seseorang dalam hidupnya.

2) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan Pembelian (*Purchase knowledge*) mencakupi bermacam potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan perolehan produk. Dimensi dasar dari pengetahuan pembelian

melibatkan informasi berkenaan dengan keputusan tentang di mana produk tersebut harus dibeli dan kapan pembelian harus terjadi.

a) Di mana Membeli

Masalah mendasar yang harus diselesaikan oleh konsumen selama pengambilan keputusan adalah di mana mereka harus membeli suatu produk. Banyak produk dapat diperoleh melalui saluran yang sangat berbeda, karena saluran yang ada mungkin terdiri dari banyak pesaing, konsumen harus memutuskan lebih jauh mana saluran yang harus dikunjungi. Keputusan di mana membeli ditentukan sebagian besar oleh pengetahuan pembelian. Pengetahuan pembelian mencakup informasi yang dimiliki konsumen mengenai lokasi produk di mana pengetahuan ini dapat mempengaruhi perilaku pembelian.

b) Kapan Membeli

Kepercayaan konsumen mengenai kapan membeli adalah satu lagi komponen yang relevan dari pengetahuan pembelian. Konsumen yang mengetahui bahwa suatu produk secara tradisional dijual selama waktu tertentu mungkin menunda pembelian hingga waktu seperti ini tiba. Pengetahuan mengenai kapan harus membeli dapat menjadi faktor penentu yang sangat penting dari perilaku pembelian untuk inovasi baru. Banyak konsumen tidak akan langsung membeli produk baru karena mereka percaya bahwa harga mungkin turun dengan berlalunya waktu.

3) Pengetahuan Pemakaian

Pengetahuan pemakaian (*Usage knowledge*) mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan untuk menggunakan produk tersebut.

Pengetahuan pemakaian konsumen penting karena beberapa alasan.

Pertama, konsumen tentu saja lebih kecil kemungkinannya membeli suatu produk bila mereka tidak memiliki informasi yang cukup mengenai bagaimana menggunakan produk tersebut.

Upaya pemasaran yang dirancang untuk mendidik konsumen tentang bagaimana menggunakan produk pun dibutuhkan. Penghalang serupa bagi pembelian terjadi bila konsumen memiliki informasi yang tidak lengkap mengenai cara-cara yang berbeda atau situasi di mana suatu produk dapat digunakan. Walaupun pengetahuan pemakaian yang tidak memadai tidak mencegah terjadinya pembelian produk, hal ini tetap saja memiliki efek yang merugikan pada kepuasan konsumen. Produk yang digunakan secara salah mungkin tidak bekerja dengan benar sehingga menyebabkan pelanggan merasa tidak puas.

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut dengan benar. Kesalahan yang dilakukan oleh konsumen dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan

produk tidak berfungsi dengan baik. Hal ini akan menyebabkan konsumen kecewa, padahal kesalahan terletak pada diri konsumen. Produsen tidak menginginkan konsumen menghadapi hal tersebut, karena itu produsen sangat berkepentingan untuk memberitahu konsumen bagaimana cara menggunakan produknya dengan benar.

10. Proses Pengambilan Keputusan

Salah satu keputusan yang penting diambil konsumen dan harus mendapat perhatian yang besar dari para pemasar adalah keputusan pembelian konsumen. Keputusan menurut Schiffman dan Kanuk (2004) adalah *"selection of an option from two or more alternative choices"*. Menurut Kotler dan Keller (2009) untuk sampai kepada keputusan pembelian konsumen akan melewati 5 tahap yaitu :

a. Pengenalan kebutuhan

Merupakan tahap di mana pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dengan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan tersebut dapat dipicu oleh rangsangan internal seperti lapar dan haus yang bila mencapai titik tertentu akan menjadi sebuah dorongan dan rangsangan eksternal. Misalnya ketika melewati toko kue yang merangsang rasa lapar.

b. Pencarian informasi

Setelah tergerak oleh stimuli, konsumen berusaha mencari informasi lebih banyak tentang hal yang dikenalnya sebagai kebutuhannya. Konsumen memperoleh informasi dari sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga,

dan kenalan), komersial (iklan, tenaga penjual, perantara, kemasan), publik (media massa, organisasi pembuat peringkat) dan eksperimental (penanganan pemeriksaan, penggunaan produk).

c. Evaluasi alternatif

Merupakan tahapan di mana konsumen memperoleh informasi tentang suatu objek dan membuat penilaian akhir. Pada tahap ini konsumen menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih berdasarkan besarnya kesesuaian antara manfaat yang diinginkan dengan yang bisa diberikan oleh pilihan produk yang tersedia.

d. Keputusan pembelian

Merupakan tahapan dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian atau pertukaran antara uang atau janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu benda.

e. Perilaku pasca pembelian

Merupakan tahapan di mana konsumen akan mengalami dua kemungkinan yaitu kepuasan dan ketidakpuasan terhadap pilihan yang diambilnya.

11. Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang dicantumkan yaitu penelitian terkait produk olahan ubi kayu, khususnya beras siger atau yang lebih dikenal dengan nama tiwul atau produk olahan pangan sejenis dan penelitian terdahulu yang menggunakan alat analisis sejenis dengan penelitian yang hendak dilaksanakan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil penelitian terdahulu

No	Judul / Peneliti / Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil / kesimpulan
1	Analisis Nilai Tambah Dan Kelayakan Pengembangan Agroindustri Beras Siger di Kelurahan Pinang Jaya, Kota Bandar Lampung dan Desa Pancasila, Kabupaten Lampung Selatan (Novia, 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis nilai tambah dan pendapatan agroindustri beras siger. 2. Menganalisis kelayakan pengembangan agroindustri beras siger. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Analisis nilai tambah 3. Analisis biaya dan penerimaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubi kayu yang diolah menjadi beras siger dalam satu kali proses produksi (tujuh hari) pada agroindustri SU di Kota Bandar Lampung memberikan nilai tambah sebesar Rp3.065,38/kg bahan baku (2,04 kali harga bahan baku) dengan nilai R/C lebih dari satu dan pendapatan sebesar Rp100.805,00/proses produksi, sedangkan agroindustri beras siger SS di Kabupaten Lampung Selatan memberikan nilai tambah sebesar Rp1.508,04/kg bahan baku (1,68 kali harga bahan baku) dengan nilai R/C lebih dari satu dan pendapatan sebesar Rp326.393,75/proses produksi. 2. Agroindustri beras siger SU dan SS menguntungkan dan layak untuk dikembangkan, namun masih mengalami kendala pemasaran dan penggunaan teknologi produksi sehingga kapasitas produksi beras siger belum dapat ditingkatkan.
2	Pola Konsumsi dan Atribut-Atribut Beras Siger yang Diinginkan Konsumen Rumah Tangga di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan (Wanda, 2013).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pola konsumsi rumah tangga dalam mengonsumsi beras siger. 2. Mengidentifikasi atribut-atribut beras siger yang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pola konsumsi 2. Analisis konjoin 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beras siger dikonsumsi sebanyak 1-5 kali per minggu. Pengonsumsiannya perhari perkeluarga adalah 1kg. 2. Atribut beras siger yang paling menjadi pertimbangan diurutkan dari yang paling penting adalah warna, kekenyalan, aroma,

		menjadi pertimbangan konsumen dan kombinasi atribut beras siger yang disukai konsumen.		harga dan kemasan. Kombinasi atribut yang disukai konsumen adalah harga murah yaitu kurang dari sama dengan Rp7.000,00/kg, warna coklat tua, kenyal beraroma kuat dan curah.
3	Strategi Pengembangan Beras Merah Organik di Desa Lubuk Bayas, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai (Suryani, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal beras merah. 2. Menyusun strategi pengembangan usaha bagi beras merah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Analisis SWOT 	Strategi pengembangan beras merah organik di daerah penelitian berada pada strategi <i>turn around</i> (strategi WO) yaitu memperbanyak produsen beras merah organik di daerah penelitian dengan memanfaatkan peluang yang tersedia dan memanfaatkan kerjasama yang ada untuk melengkapi penggunaan teknologi yang digunakan untuk produksi beras merah organik di daerah penelitian.
4	Potensi, Kendala dan Peluang Pengembangan Agroindustri Berbasis Pangan Lokal (Supriadi, 2005)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi potensi dan kendala pengembangan agroindustri berbasis pangan lokal 2. Menyusun strategi pengembangan usaha bagi agroindustri berbasis pangan lokal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Analisis SWOT 	Diagram analisis SWOT agroindustri ini berada pada kuadran III yang berarti posisi / situasi ini tidak begitu buruk, karena masih terbuka peluang untuk pengembangan usaha walaupun masih terdapat kelemahan internal. Strategi yang harus dilakukan oleh pemerintah pada posisi ini adalah membuka peluang pasar seluas-luasnya sampai kepada ekspor dan menekan impor serta memberikan akses kredit usaha kepada pelaku agroindustri.
5	Strategi Pengembangan Agroindustri Mocaf Di Kota Singkawang (Anastasia, 2015).	1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal dan faktor eksternal kunci yang berpengaruh terhadap pengembangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Analisis SWOT 3. Matriks QSPM 	Urutan prioritas strategi pengembangan agroindustri mocaf di Kota Singkawang adalah 1) optimalisasi penerapan teknologi pengolahan untuk menjamin mutu produk, 2) peningkatan efektivitas kegiatan promosi dan sosialisasi mocaf ke masyarakat, 3)

		agroindustri mocaf di Kota Singkawang			
		2. Menyusun alternatif strategi pengembangan agroindustri mocaf di Kota Singkawang,			
		3. Menentukan strategi terbaik pengembangan agroindustri mocaf di Kota Singkawang.			peningkatan produktivitas dan produksi ubi kayu untuk mengatasi persaingan dengan industri lain dan menjamin kontinuitas ketersediaan bahan baku, 4) memperbaiki manajemen usaha dan menetapkan cara promosi yang tepat untuk meningkatkan penjualan, optimalisasi penerapan teknologi untuk meningkatkan produksi mocaf, 5) peningkatan kemampuan SDM melalui pelatihan serta pemberdayaan SDM yang dimiliki untuk meningkatkan produksi dan kualitas mocaf, 6) pengembangan produksi <i>starter</i> , 7) pengawasan.
6	Analisis Pendapatan dan Strategi Pengembangan Budidaya Rumput Laut di Pulau Pahawang Kecamatan Punduh Pidada Kabupaten Pesawaran (Putri, 2014).	1. Menganalisis pendapatan pembudidaya rumput laut 2. Menyusun strategi pengembangan usaha budidaya rumput laut	1. Analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif 2. Analisis SWOT		Berdasarkan hasil perhitungan R/C rasio dan analisis diagram I-E bahwa, budidaya rumput laut di Pulau Pahawang layak untuk diusahakan dan dikembangkan. Pendapatan rata-rata usaha budidaya rumput laut yang diterima selama 40 hari adalah sebesar Rp2.011.000 untuk luas 1.230 m ² dan Rp482.833 untuk luas 300 m ² . Strategi prioritas tertinggi yang dapat digunakan dalam pengembangan dan keberlanjutan usaha budidaya rumput laut di Pulau Pahawang, yaitu 1) mengadakan pelatihan tentang budidaya, penanganan penyakit dan pengolahan produk turunan untuk meningkatkan keterampilan pembudidaya sehingga mampu berinovasi dalam menghasilkan produk untuk meningkatkan minat konsumen di dalam

				provinsi, 2) memanfaatkan lahan budidaya yang masih luas untuk menghasilkan rumput laut dalam jumlah besar agar mampu memperluas jaringan pemasaran.
7	Analisis Pendapatan dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Ubi Kayu di Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur (Muhammad, 2014).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui pendapatan usahatani ubi kayu 2. Mengetahui pendapatan rumah tangga petani ubi kayu 3. Mengetahui tingkat kesejahteraan rumah tangga petani ubi kayu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Analisis statistik 	Pendapatan rumah tangga pada petani ubikayu di Kecamatan Sukadana Lampung Timur bersumber dari pendapatan usahatani (<i>on farm</i>), kegiatan pertanian di luar on farm (<i>of farm</i>) dan aktivitas di luar kegiatan pertanian (<i>non farm</i>). Rata-rata pendapatan rumah tangga petani ubikayu sebesar Rp27.126.481,25/tahun.
8	Analisis Pendapatan, Nilai Tambah, dan Kelayakan Finansial Agroindustri Keripik di Bandar Lampung (Fransido, 2011).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis kelayakan pengembangan agroindustri keripik di Bandar Lampung. 2. Menganalisis nilai tambah dan pendapatan agroindustri keripik di Bandar Lampung. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis kualitatif (deskriptif) 2. analisis kuantitatif (statistik) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agroindustri keripik di Bandar Lampung menguntungkan dengan nilai R/C lebih dari 1 serta memiliki nilai tambah. 2. Agroindustri keripik di Bandar Lampung secara finansial layak untuk dikembangkan pada tingkat suku bunga yang berlaku, yaitu 14%. 3. Agroindustri keripik ini merupakan unit usaha yang tidak stabil apabila terjadi kenaikan biaya produksi 10,99%, dan penurunan penerimaan 7,60%.
9	Analisis Proses Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur (Nurmalina, 2007).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengkaji karakteristik konsumen beras 2. Menganalisis proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen dalam pembelian beras 3. Menganalisis preferensi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> 3. Analisis Kepentingan-Kinerja (<i>Important and Performance</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbedaan dalam proses pengambilan keputusan terdapat pada pertimbangan utama dalam mengkonsumsi beras, frekuensi dan ukuran pembelian, serta tempat membeli beras. Konsumsi beras kelas atas mempertimbangkan kualitas, ketersediaan, pelayanan dan kenyamanan di tempat pembelian. 2. CSI dari ketiga kelas sosial berkisar

		konsumen terhadap beras dikaitkan dengan atribut-atribut beras	<i>Analysis)</i>	67,86-77,05 termasuk kategori puas. Atribut yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen namun kinerjanya belum memuaskan adalah atribut yang berada pada kuadran I. Semakin tinggi kelas sosial, atribut yang termasuk dalam kuadran ini semakin sedikit. Ini menandakan semakin tinggi kelas sosial, kepuasan yang diperoleh dari beras yang dikonsumsi semakin tinggi. Hal ini terjadi karena beras yang dikonsumsi oleh konsumen dengan kelas sosial yang tinggi adalah beras yang lebih berkualitas dibandingkan dengan yang dikonsumsi oleh konsumsi kelas bawah.
	4.	Menganalisis kepuasan konsumen terhadap beras dikaitkan dengan atribut- atribut beras.		
10	Pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (studi kasus nasabah pada bank muamalat cabang makassar) (Almuhram, 2014).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk melihat sejauh mana pengaruh pengetahuan konsumen (pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian) terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Makassar. 2. Untuk menganalisis variabel dari pengetahuan konsumen yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Makassar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis regresi linear berganda 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk (X_1), pengetahuan pembelian (X_2) dan pengetahuan pemakaian (X_3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Muamalat cabang Makassar. 2. Berdasarkan hasil pengujian regresi maka dapat diketahui bahwa variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah adalah variabel pengetahuan pembelian (X_2) karena memiliki nilai koefisien regresi yang terbesar serta memiliki nilai probabilitas yang terkecil dari variabel lainnya

Hasil penelitian terdahulu tidaklah semata-mata digunakan sebagai acuan penulisan hasil dan pembahasan penelitian ini. Hal ini dibuktikan dari terdapatnya persamaan dan perbedaan penelitian yang hendak dilaksanakan dengan penelitian terdahulu. Persamaan penelitian ini dengan kesepuluh penelitian terdahulu yang tercantum pada Tabel 5 adalah hanya sebatas pada persamaan penggunaan alat analisis penelitian yaitu analisis SWOT, analisis pendapatan dan perilaku konsumen dalam mengonsumsi suatu produk. Kesamaan dengan hasil penelitian terdahulu hanya dijadikan sebagai referensi dan salah satu acuan pada penelitian ini.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian ini komponen internal dan eksternal yang digunakan bukanlah hanya sebatas komponen internal dan eksternal yang akan menghasilkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang disajikan secara deskriptif. Hal tersebut terbukti dari penggunaan aspek pendapatan pada komponen internal yang akan digunakan untuk menganalisis pendapatan pada Agroindustri Tunas Baru dan konsumen pada komponen eksternal untuk mengukur pengetahuan konsumen dan proses pengambilan keputusan pembelian dan konsumsi produk beras siger. Aspek pendapatan dan konsumen pada beberapa penelitian terdahulu bukanlah sebagai satu kesatuan dengan strategi pengembangan.

Pada penelitian ini pendapatan dan konsumen berada di dalam komponen internal dan eksternal sehingga indikator kekuatan dan kelemahan yang muncul dari pendapatan dan indikator peluang dan ancaman yang muncul

dari konsumen akan bersama-sama berpengaruh terhadap strategi pengembangan dan strategi prioritas yang akan dihasilkan dari penelitian ini.

Selain itu, perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dalam penentuan bobot setiap komponen baik komponen internal maupun eksternal. Pada penelitian ini, penentuan bobot komponen adalah dengan menggunakan tabel catur untuk menentukan derajat kepentingan relatif setiap komponen sehingga perolehan bobot untuk setiap komponen akan lebih objektif.

Berbeda halnya dengan penelitian terdahulu yang biasanya menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menentukan bobot komponen internal dan eksternal penelitian.

Tidak hanya itu, komoditas yang diteliti juga merupakan salah satu perbedaan penelitian ini dengan kesepuluh penelitian terdahulu yang dicantumkan pada Tabel 5. Penelitian terkait strategi pengembangan produk beras siger merupakan penelitian yang pertama kali dilakukan sehingga belum ada pembandingan dengan penelitian-penelitian lain. Oleh karena itu, dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat membantu menciptakan strategi pengembangan yang cocok untuk meningkatkan perkembangan agroindustri beras siger.

B. Kerangka Pemikiran

Agroindustri beras siger merupakan salah satu bentuk agroindustri yang memiliki peranan dalam menggerakkan potensi sumber daya hasil pertanian yaitu melalui diversifikasi produk dengan memanfaatkan komoditas ubi kayu

menjadi makanan pokok pengganti beras. Selain itu, dengan keberadaan beras siger saat ini juga turut berkontribusi terhadap peningkatan jumlah UMKM di Indonesia sehingga dapat pula berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga dan nantinya akan berdampak pada peningkatan pembangunan ekonomi Negara Indonesia. Penelitian agroindustri beras siger ini dilakukan pada agroindustri yang terdapat di Provinsi Lampung khususnya di daerah Kemiling Kota Bandar Lampung yaitu Agroindustri Tunas Baru yang kemudian akan disusun strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan pada agroindustri beras siger tersebut.

Sebelum memperoleh strategi pengembangan usaha yang cocok bagi agroindustri beras siger perlu dilakukan terlebih dahulu analisis lingkungan agroindustri baik analisis lingkungan internal maupun eksternalnya. Penentuan komponen internal untuk memperoleh kekuatan dan kelemahan, dan komponen eksternal untuk memperoleh peluang dan ancaman pada penelitian ini mengacu pada teori yang diungkapkan oleh Porter dalam Umar (2005) seperti yang telah dijelaskan pada bahasan sebelumnya, serta beberapa penelitian terdahulu sejenis dan turut disesuaikan dengan kondisi agroindustri saat dilaksanakan kegiatan pra survei penelitian.

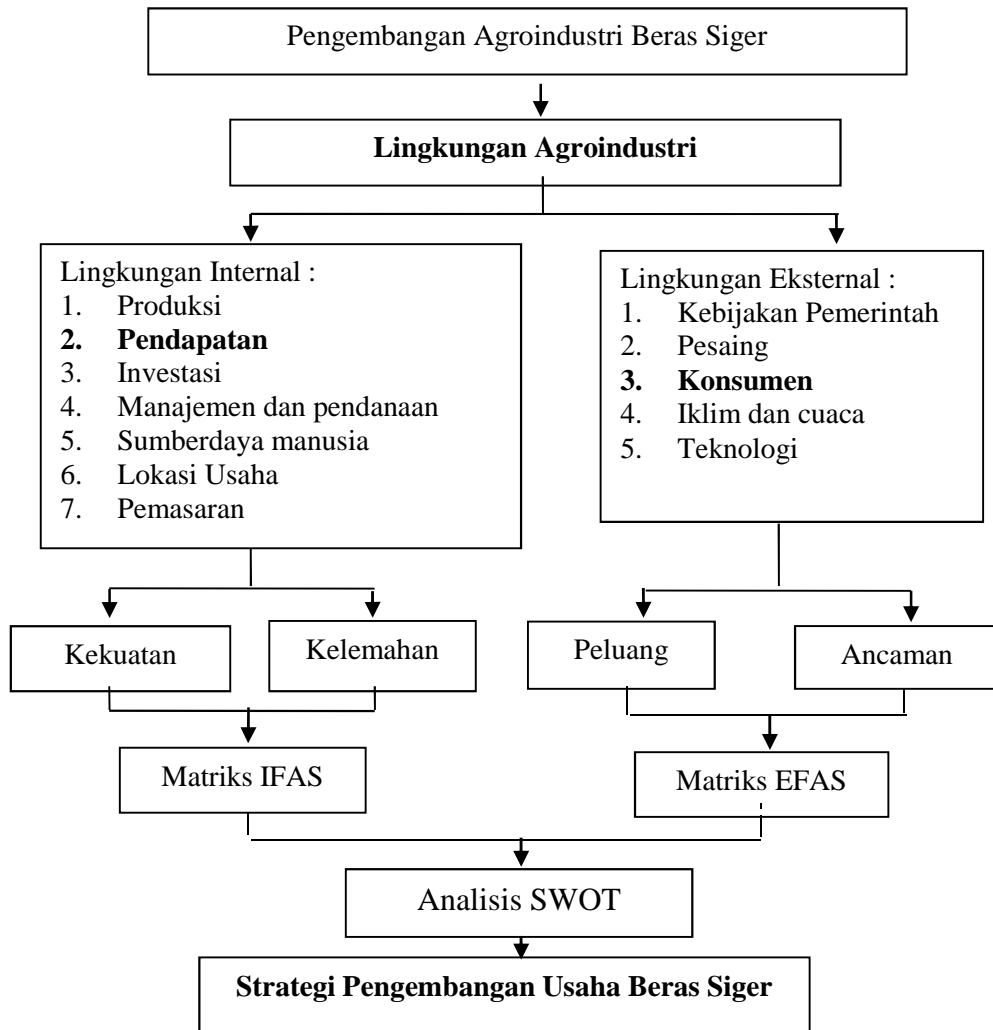
Penelitian Supriadi (2005) menggunakan empat komponen internal yaitu sumberdaya manusia, sumberdaya alam, kelembagaan dan usaha atau kegiatan sedangkan, komponen eksternalnya adalah kebijakan pemerintah, geografis, teknologi serta sosial ekonomi dan budaya. Anastasia (2015) menggunakan lima komponen internal yaitu produksi, manajemen dan

pendanaan, sumberdaya manusia, pemasaran dan lokasi usaha sedangkan, komponen eksternalnya adalah kebijakan pemerintah, pesaing dan ekonomi sosial budaya. Penelitian Putri (2014) mengenai menggunakan lima komponen internal yaitu produksi, manajemen dan pendanaan, sumberdaya manusia, investasi dan lokasi usaha sedangkan, komponen eksternalnya adalah sosial ekonomi budaya dan lingkungan, pasar, pesaing, IPTEK serta iklim dan cuaca.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu terpilihlah beberapa komponen internal dan eksternal pada penelitian ini. Analisis lingkungan internalnya meliputi produksi, pendapatan, investasi, manajemen dan pendanaan, sumberdaya manusia, lokasi usaha dan pemasaran. Sedangkan, analisis lingkungan eksternal meliputi kebijakan pemerintah, pesaing, konsumen, iklim dan cuaca serta teknologi. Berdasarkan lingkungan internal tersebut akan diketahui kelemahan dan kekuatan sedangkan, pada lingkungan eksternal akan diketahui peluang dan ancaman di agroindustri beras siger. Pendapatan dan konsumen merupakan salah satu komponen internal dan eksternal penelitian yang dijadikan sebagai tujuan tersendiri.

Variabel internal dan eksternal tersebut akan diringkas dan dijabarkan dalam matriks *Internal Strategic Factor Analysis Summary* (IFAS) matriks ini digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan matriks *Eksternal Strategic Factor Analysis Summary* (EFAS) digunakan untuk mengidentifikasi faktor eksternal selanjutnya, dari hasil ke dua matriks tersebut akan dimasukkan ke dalam diagram SWOT. Setelah melakukan

beberapa tahap diatas maka akan diperoleh strategi pengembangan usaha yang cocok untuk agroindustri beras siger. Kerangka pemikiran (bagan alir) penelitian secara grafis dapat dilihat pada pada Gambar 5.



Gambar 5. Bagan alir strategi pengembangan usaha bagi Agroindustri Tunas Baru

III. METODOLOGI

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus.

Pada penelitian ini akan menghasilkan strategi pengembangan usaha hanya dapat berlaku pada Agroindustri Tunas Baru. Metode studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang terinci tentang seseorang (individu) atau sesuatu unit sosial selama kurun waktu tertentu. Penelitian studi kasus adalah penelitian terhadap fenomena dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tidak tampak dengan tegas.

Penelitian studi kasus melakukan analisis dari berbagai sudut pandang (*multi perspectival analysis*) artinya peneliti tidak saja memperhatikan suara dan perspektif dari aktor saja, tetapi juga kelompok dari aktor-aktor yang relevan dan interaksi antara mereka (Aziz, 2003).

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar ini mencakup pengertian yang digunakan untuk menunjang dan menciptakan data akurat yang akan dianalisis sehubungan dengan tujuan penelitian.

Agroindustri adalah suatu industri yang mentransformasikan hasil pertanian (ubi kayu) menjadi produk industri (beras siger) dalam rangka meningkatkan nilai tambahnya, dengan demikian merupakan suatu sistem terintegrasi yang melibatkan sumberdaya hasil pertanian, manusia, ilmu, teknologi, uang dan informasi.

Beras siger adalah makanan tradisional yang berbentuk butiran-butiran seperti beras dengan usia simpan dua hingga empat tahun. Beras siger yang berwarna putih mirip dengan beras diperoleh dari penggunaan bahan baku ubi kayu (singkong seger) dan proses pengeringan yang diberi air sedikit demi sedikit sehingga menjaga kondisi ubi kayu agar tidak timbul jamur pada daging ubi kayu.

Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai.

Strategi pengembangan merupakan suatu rencana yang akan menentukan tindakan-tindakan pada masa yang akan datang dengan maksud untuk meningkatkan kualitas kerja dan kemampuan teknis sehingga akan tercapai tujuan dari usaha agroindustri beras siger yang optimal.

Lingkungan internal agroindustri beras siger merupakan sumberdaya dan sarana yang ada dalam agroindustri yang secara langsung dapat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan usahanya. Lingkungan internal

mencakup aspek produksi, pendapatan, manajemen dan pendanaan, sumberdaya manusia, investasi, lokasi usaha dan pemasaran.

Lingkungan eksternal agroindustri beras siger adalah sumberdaya dan sarana yang berada di luar usaha agroindustri yang secara langsung dapat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan usaha itu sendiri. Lingkungan eksternal yang digunakan mencakup aspek kebijakan pemerintah, pesaing, konsumen, teknologi serta iklim dan cuaca.

Kekuatan adalah sumberdaya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau yang ingin dilayani oleh agroindustri.

Kelemahan adalah keterbatasan dalam sumberdaya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif agroindustri.

Produksi adalah suatu proses mengubah ubi kayu (singkong segar) menjadi beras siger sehingga mampu menciptakan nilai tambah bagi barang tersebut dan menghasilkan keuntungan bagi agroindustri. Diukur dengan melihat kegiatan produksi, sarana produksi serta hambatan kegiatan produksi yang dilaksanakan pada agroindustri.

Pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima oleh agroindustri sebagai hasil penjualan produknya dan telah dikurangi oleh biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk beras siger. Diukur dengan menggunakan analisis pendapatan agroindustri selama satu tahun terakhir dan dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

Investasi adalah kegiatan menyiapkan dan mengeluarkan sejumlah uang yang digunakan untuk membeli sejumlah aset yang berkaitan dengan kegiatan operasional. Diukur dengan melihat ketersediaan serta penggunaan berbagai jenis investasi pada agroindustri.

Manajemen dan pendanaan adalah perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan, pelaksanaan dan pengawasan setiap kegiatan operasional beserta seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pendanaan di agroindustri. Diukur dengan melihat penerapan fungsi manajemen yang telah berjalan pada agroindustri.

Sumberdaya manusia adalah individu yang bekerja dan menjadi anggota yang berperan serta dalam setiap kegiatan operasional yang dilaksanakan di agroindustri. Diukur dengan melihat ketersediaan dan keterampilan sumberdaya manusia yang berada di agroindustri.

Lokasi usaha adalah tempat yang digunakan untuk melaksanakan seluruh kegiatan operasional produksi. Diukur dengan melihat strategis atau tidaknya lokasi usaha terhadap sumber bahan baku, tenaga kerja dan konsumen usaha agroindustri.

Pemasaran adalah kegiatan memberikan informasi dan mempromosikan produk beras siger guna memperoleh keuntungan usaha yang dilaksanakan oleh agroindustri. Diukur dengan melihat kegiatan pemasaran produk yang berjalan serta melalui penerapan *promotion mix* pada agroindustri.

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan agroindustri beras siger.

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan agroindustri beras siger.

Kebijakan pemerintah adalah keputusan yang dibuat secara sistematis oleh pemerintah dengan maksud dan tujuan tertentu yang menyangkut kepentingan umum khususnya yang terkait dengan agroindustri. Diukur dengan melihat berbagai kebijakan pemerintah yang berpengaruh baik secara langsung dan tidak langsung terhadap kegiatan operasional pada agroindustri.

Pesaing adalah pelaku usaha sejenis yang melaksanakan kegiatan produksi beras siger selain Agroindustri Tunas Baru. Diukur dengan melihat keberadaan pesaing usaha sejenis dan pengaruhnya terhadap agroindustri.

Konsumen adalah setiap orang yang membeli dan mengonsumsi produk beras siger dari agroindustri. Diukur dengan melihat pengetahuan dan proses pengambilan keputusan konsumen yang muncul sebelum hingga pasca pembelian dan konsumsi produk beras siger.

Iklm dan cuaca adalah salah satu instrumen alam yang dapat mempengaruhi kegiatan operasional produksi beras siger. Diukur dengan melihat pengaruh perubahan iklim dan cuaca terhadap agroindustri.

Teknologi adalah keseluruhan sarana yang digunakan dan berguna untuk mempermudah pelaksanaan kegiatan operasional khususnya penyediaan

output yaitu beras siger. Diukur dengan melihat penerapan teknologi dan pengaruhnya terhadap agroindustri.

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai produk beras siger, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk beras siger tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Diukur dengan melihat bagaimana pengetahuan konsumen berupa pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian produk beras siger.

Proses pengambilan keputusan adalah keputusan penting yang diambil konsumen setelah menyeleksi dan memilih dua atau lebih pilihan alternatif produk beras siger sebelum dilakukan pembelian dan konsumsi. Diukur dengan melihat bagaimana tahapan proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian produk beras siger pada agroindustri.

Pengenalan kebutuhan adalah tahap di mana pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya untuk membeli dan mengonsumsi beras siger. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dengan keadaan yang diinginkannya.

Pencarian informasi merupakan tahap setelah tergerak oleh stimuli, konsumen berusaha mencari informasi lebih banyak tentang produk beras siger sebagai kebutuhannya yang harus dipenuhi.

Evaluasi alternatif merupakan tahap di mana konsumen telah menyempitkan pilihan produk beras siger hingga alternatif yang dipilih berdasarkan besarnya kesesuaian antara manfaat yang diinginkan dengan yang dapat diberikan oleh pilihan produk beras siger yang tersedia.

Keputusan pembelian merupakan tahapan di mana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian atau pertukaran antara uang atau janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan beras siger.

Perilaku pasca pembelian merupakan tahapan di mana konsumen akan mengalami dua kemungkinan yaitu kepuasan dan ketidakpuasan terhadap pilihan yang diambilnya pasca mengonsumsi beras siger.

C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Agroindustri Tunas Baru yang terletak di Kelurahan Pinang Jaya, Kemiling Kota Bandar Lampung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agroindustri beras siger tersebut merupakan agroindustri beras siger yang memproduksi beras siger dengan bahan baku yang benar-benar berasal dari ubi kayu (singkong segar) dan menghasilkan warna beras siger putih mirip dengan beras padi sesuai dengan pengertian beras siger. Tidak hanya itu,

agroindustri ini juga merupakan salah satu agroindustri yang memperoleh bantuan berupa alat mesin produksi dari Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung sehingga alat mesin tersebut dapat membantu mempercepat waktu produksi serta mampu menghasilkan produk beras siger yang berkualitas baik. Agroindustri Tunas Baru juga merupakan salah satu jenis agroindustri yang aktif melaksanakan kegiatan produksi dan memasarkan produknya setiap minggu. Secara lengkap daftar agroindustri beras siger di Provinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Daftar agroindustri beras siger aktif di Provinsi Lampung

No	Nama Pemilik	Alamat	Kapasitas produksi/minggu (kg)	No.Telp	Keterangan
1	Sunartuti	Kelurahan Pinang Jaya, Kemiling Tanjung Karang Barat B.Lampung	20-25	085369031833	Siger putih
2	Mualim (KWT)	Desa Margosari, Pagelaran Utara Pringsewu	15 -35	081541415135	Siger Putih (analog)
3	Umi	Wonokerto, Sekampung Lampung Timur	50		Siger Kuning
4	Ida Handayani	Penawartama, Tulang Bawang	100-200	082176401108	Siger Kuning
5	Asmirah	Margorejo, Metro Selatan	25-40		Siger Kuning
6	Maryati	Lebung Nala, Lampung Selatan	15-30		Siger Kuning

Sumber : Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung (2015)

Responden dalam penelitian ini adalah berbagai pihak yang memiliki kontribusi besar dalam bergeraknya usaha agroindustri beras siger yaitu pemilik, karyawan usaha dan masyarakat sekitar selaku konsumen beras siger. Pengumpulan data penelitian yaitu dengan menggunakan kuesioner

dan wawancara langsung dengan tujuan agar mendapatkan data sesuai dengan fakta yang sebenarnya serta pertanyaan yang diajukan lebih terstruktur dan mencakup berbagai hal yang dapat menunjang penelitian.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah agroindustri dan konsumen. Teknik penarikan sampel untuk agroindustri adalah *purposive* yaitu secara sengaja memilih Agroindustri Tunas Baru yang memproduksi beras siger sebagai sampel penelitian dengan berbagai pertimbangan yang telah dijelaskan sebelumnya. Berbeda halnya dengan agroindustri, teknik penarikan sampel untuk konsumen adalah *snowballing* yaitu penentuan sampel dengan penelusuran sampel melalui informasi yang diperoleh dari sampel sebelumnya. Batasan khusus untuk konsumen yang digunakan sebagai sampel adalah seluruh konsumen akhir yang mengonsumsi produk beras siger dari Agroindustri Tunas Baru dan yang bersedia untuk diwawancarai. Pengumpulan data penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan Desember 2015.

D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara, pengamatan serta pencatatan langsung tentang keadaan di lapangan mengenai agroindustri beras siger yang digunakan dalam penelitian. Data sekunder diperoleh melalui analisis dokumen-dokumen atau dengan studi dokumentasi yaitu mempelajari dan mengamati dokumen / catatan tertulis atau arsip yang relevan dengan penelitian terkait melalui Badan Ketahanan Pangan Kota

Bandar Lampung, Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung, Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung dan dari data internal Agroindustri.

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua cara yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

1. Metode analisis data tujuan pertama dan ke dua

Upaya yang dilakukan untuk menjawab tujuan pertama dan ke dua yaitu mengidentifikasi faktor internal agroindustri yang dilakukan dengan menentukan beberapa variabel atau komponen faktor yang digunakan dalam penelitian dan menganalisis pendapatan agroindustri sebagai salah satu komponen faktor internal yang digunakan untuk identifikasi kekuatan dan kelemahan agroindustri. Hal yang dilakukan adalah mendaftarkan item-item faktor strategi internal (IFAS) yang paling penting dalam kolom faktor strategis. Berikut adalah beberapa komponen internal yang digunakan :

a. Produksi

Kegiatan produksi untuk menghasilkan produk merupakan kegiatan yang dikelola langsung di dalam pelaksanaan usaha. Oleh karena itu, produksi tergolong ke dalam komponen internal penelitian.

Penentuan indikator kekuatan dan kelemahan dari aspek produksi ini yaitu dengan melihat efisiensi tahapan kegiatan produksi yang dilaksanakan, bagaimana kualitas produk yang dihasilkan, serta upaya

yang diterapkan oleh agroindustri dalam mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan.

b. Pendapatan

Penentuan indikator kekuatan dan kelemahan melalui aspek analisis pendapatan yang dimiliki oleh agroindustri didasarkan pada analisis kuantitatif yaitu dengan menganalisis pendapatan usaha agar diperoleh fakta yang akurat mengenai kelemahan dan kekuatan agroindustri. Analisis pendapatan yang dilakukan adalah dengan menghitung pendapatan yang diperoleh agroindustri selama satu tahun terakhir yaitu kegiatan produksi yang telah dilaksanakan pada tahun 2015 yang dimulai dari bulan Mei sampai dengan bulan November dan kemudian merata-ratakan hasil tersebut sebagai acuan rata-rata pendapatan yang diperoleh dalam satu kali kegiatan produksi.

Analisis pendapatan yang hendak dilakukan bertujuan untuk melihat efisiensi kegiatan produksi usaha agroindustri yaitu dengan menghitung biaya produksi yang harus dikeluarkan apakah sesuai dengan penerimaan penjualan yang akan didapatkan. Dalam menganalisis pendapatan beras siger tersebut mengacu pada teori Soekartawi (1995).

$$= Y \cdot P_y - \sum X_i \cdot P_{xi} - BTT$$

Dimana :

= pendapatan (Rp)

Y = hasil produksi (kg)

P_y = harga hasil produksi (Rp)

X_i = faktor produksi ($i = 1, 2, 3, \dots, n$)

P_{xi} = harga faktor produksi ke- i (Rp)

BTT = biaya tetap total (Rp)

Untuk mengetahui suatu usaha menguntungkan atau tidak secara ekonomi dapat dianalisis dengan menggunakan nisbah atau perbandingan antara penerimaan dengan biaya (*Revenue Cost Ratio* R/C). Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$R/C = TR / TC$$

Dimana :

R/C = nisbah penerimaan dan biaya

TR = *total revenue* atau penerimaan total (Rp)

TC = *total cost* atau biaya total (Rp)

Kriteria pengambilan keputusan adalah :

- 1) Jika $R/C > 1$, maka suatu usaha mengalami keuntungan, karena penerimaan lebih besar dari biaya.
- 2) Jika $R/C < 1$, maka suatu usaha mengalami kerugian, karena penerimaan lebih kecil dari biaya.
- 3) Jika $R/C = 1$, maka suatu usaha mengalami impas, karena penerimaan sama dengan biaya (Soekartawi, 2000).

c. Manajemen dan pendanaan

Komponen ini digunakan dengan tujuan untuk melihat penerapan fungsi manajemen yang telah berlangsung pada agroindustri yang hendak diteliti, serta menganalisis perkembangan permodalan dan

ketersediaan modal usaha yang diperoleh baik dari dalam maupun dari luar usaha agroindustri.

d. Sumberdaya manusia

Penggunaan komponen sumberdaya manusia sebagai salah satu komponen internal usaha adalah untuk melihat bagaimana penggunaan dan ketersediaan karyawan dalam menunjang berjalannya usaha serta bagaimana kualitas kinerja dari pemilik maupun karyawan pada agroindustri.

e. Investasi

Investasi digunakan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan agroindustri dalam hal penyediaan sarana dan prasarana usaha dan kepemilikan aset-aset yang digunakan untuk menunjang perkembangan usaha agroindustri.

f. Lokasi usaha

Komponen lokasi usaha merupakan salah satu bagian dari kondisi internal usaha yang dapat menimbulkan kekuatan maupun kelemahan bagi agroindustri dengan melihat apakah lokasi usaha dekat dengan tiga aspek yaitu bahan baku, tenaga kerja dan konsumen serta sejauh mana lokasi usaha mudah dijangkau oleh berbagai jenis kendaraan sehingga dapat memperlancar kegiatan usaha atau dengan kata lain apakah lokasi tersebut tergolong strategis atau tidak.

g. Pemasaran

Komponen ini digunakan untuk melihat adanya kekuatan dan kelemahan yang akan timbul dari pelaksanaan 4P (*Price, Place,*

Product and Promotion) pada agroindustri, bagaimana kemampuan agroindustri dalam memperoleh informasi pasar dan hubungan agroindustri dengan berbagai pelaku saluran distribusi produk beras siger yang terlibat dalam kegiatan memasarkan produk.

2. Metode analisis data tujuan ke tiga dan ke empat

Upaya yang dilakukan untuk menjawab tujuan ke tiga dan ke empat yaitu mengidentifikasi faktor eksternal agroindustri dan mengidentifikasi pengetahuan dan proses pengambilan keputusan konsumen terhadap agroindustri sebagai salah satu komponen faktor eksternal yang digunakan untuk identifikasi peluang dan ancaman agroindustri. Tujuan tersebut dapat dijawab dengan melaksanakan analisis lingkungan eksternal agroindustri beras siger ini dilakukan dengan menentukan beberapa variabel atau komponen faktor yang digunakan dalam penelitian. Hal yang dilakukan adalah mendaftarkan item-item faktor strategi eksternal (EFAS) yang paling penting dalam kolom faktor strategis. Berikut adalah beberapa komponen eksternal yang digunakan :

a. Kebijakan pemerintah

Pada umumnya kebijakan pemerintah ini merupakan salah satu komponen eksternal yang berperan dalam memberikan kepedulian dalam bentuk bantuan baik fisik maupun non fisik, bantuan berupa penetapan harga hasil produk pertanian agroindustri yang sesuai dan tidak merugikan pihak agroindustri, pemberian kredit, kemudahan dalam memberikan izin usaha, pengadaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan usaha terkait dan lain sebagainya.

b. Pesaing

Keadaan ekonomi yang semakin terbuka akan mendorong terjadinya peningkatan jumlah pesaing usaha sejenis. Keberadaan pesaing usaha sejenis ini akan menimbulkan ancaman bagi usaha agroindustri namun juga dapat menjadi peluang bagi usaha agroindustri agar secara terus menerus meningkatkan kualitas dan kuantitas produknya.

c. Konsumen

Konsumen merupakan salah satu bagian dari komponen eksternal usaha yang dapat menimbulkan peluang maupun ancaman bagi keberlangsungan usaha. Pada penelitian ini, peneliti bermaksud untuk melihat pengetahuan konsumen mengenai produk beras siger yang dilihat dari pengetahuan yang dimiliki konsumen berupa pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian produk.

Selain itu pengukuran aspek konsumen juga dilihat melalui proses pengambilan keputusan terhadap pembelian dan konsumsi produk beras siger yang dilihat melalui lima tahapan proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, proses pembelian dan perilaku pasca pembelian.

d. Iklim dan cuaca

Komponen ini tentunya merupakan salah satu komponen eksternal yang perlu diperhatikan dalam menjalankan usaha karena iklim dan cuaca sewaktu-waktu dapat memberikan peluang usaha dalam memperoleh keuntungan optimal tetapi, di lain waktu juga dapat

memberikan ancaman bagi usaha yang berakibat pada kegagalan dan kerugian usaha.

e. Teknologi

Penggunaan komponen teknologi ini didasarkan pada kepemilikan, ketersediaan dan penerapan teknologi baik berupa alat mesin produksi, teknologi informasi dan lain sebagainya yang ada pada agroindustri.

3. Metode analisis data tujuan ke lima

Upaya untuk menjawab tujuan ke lima yaitu menyusun strategi pengembangan bagi agroindustri yang dilakukan dengan metode analisis data yaitu analisis strategi pengembangan melalui analisis SWOT.

Analisis ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengembangan agroindustri dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh suatu agroindustri, barulah selanjutnya menentukan strategi pengembangan usaha yang cocok untuk diterapkan pada agroindustri.

Berdasarkan penjelasan di atas, ditemukan beberapa variabel yang akan menentukan strategi pengembangan agroindustri. Proses penyusunan strategi pengembangan menggunakan analisis SWOT ini dilakukan melalui beberapa tahapan analisis dengan bantuan matriks evaluasi internal dan eksternal analisis SWOT seperti yang sudah dijelaskan pada tujuan pertama hingga ke empat di atas. Evaluasi internal dan eksternal analisis SWOT ini digunakan untuk mengetahui kondisi agroindustri.

Pada penelitian ini matriks evaluasi internal akan mencakup masing-masing 7 variabel terkait kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri serta pada matriks evaluasi eksternal akan mencakup masing-masing 5 variabel terkait peluang dan ancaman yang dimiliki oleh agroindustri. Pemilihan penggunaan komponen internal dan eksternal didasarkan atas penelitian-penelitian terdahulu sejenis serta dengan meninjau langsung kondisi sebenarnya pada agroindustri.

Tahapan dalam menganalisis tabel matriks evaluasi internal dan eksternal analisis SWOT diatas yaitu sebagai berikut (David dalam Prihatini, 2015).

- a. Mendaftarkan item-item faktor strategis eksternal (EFAS) dengan strategi internal (IFAS) yang paling penting dalam kolom faktor strategis.
- b. Menentukan derajat kepentingan relatif setiap faktor internal (bobot) dengan menggunakan tabel catur. Penentuan bobot faktor internal dan eksternal dilakukan dengan memberikan penilaian atau pembobotan angka pada masing-masing faktor. Penilaian angka pembobotan adalah sebagai berikut, 2 jika faktor vertikal lebih penting daripada faktor horizontal, 1 jika faktor vertikal sama pentingnya dengan faktor horizontal dan 0 jika faktor vertikal kurang penting daripada faktor horizontal.
- c. Memberikan skala rating 1 sampai 4 untuk setiap faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut mewakili kelemahan utama

(peringkat = 1), kelemahan kecil (peringkat = 2), kekuatan kecil (peringkat = 3), dan kekuatan utama (peringkat = 4).

- d. Mengalikan bobot dengan rating untuk mendapatkan skor tertimbang.
- e. Menjumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total. Nilai 1 menunjukkan bahwa kondisi internal yang sangat buruk dan nilai 4 menunjukkan kondisi internal yang sangat baik, rata-rata nilai yang dibobotkan adalah 2,5. Nilai lebih kecil dari 2,5 menunjukkan bahwa kondisi internal selama ini masih lemah. Sedangkan nilai lebih besar dari 2,5 menunjukkan kondisi internal kuat.

Maka matriks strategi analisis faktor internal dan eksternal pada penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1) Kekuatan

Komponen internal yang digunakan untuk memperoleh kekuatan agroindustri adalah produksi, pendapatan, manajemen dan pendanaan, sumberdaya manusia, investasi, lokasi usaha serta pemasaran. Kerangka matriks faktor strategi internal untuk kekuatan dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Kerangka matrik faktor strategi internal untuk kekuatan (*strengths*)

Komponen	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor	Ranking
Produksi					
Pendapatan					
Manajemen dan Pendanaan					
SDM					
Investasi					
Lokasi Usaha					
Pemasaran					

Sumber : David (2003).

Keterangan pemberian rating:

- 4 = Kekuatan yang dimiliki agroindustri sangat kuat
- 3 = Kekuatan yang dimiliki agroindustri kuat
- 2 = Kekuatan yang dimiliki agroindustri rendah
- 1 = Kekuatan yang dimiliki agroindustri sangat rendah

2) Kelemahan

Komponen internal yang digunakan untuk memperoleh kelemahan agroindustri adalah produksi, pendapatan, investasi, manajemen dan pendanaan, sumberdaya manusia, lokasi usaha serta pemasaran. Kerangka matriks faktor strategi internal untuk kelemahan dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Kerangka matrik faktor strategi internal untuk kelemahan (*weakness*)

Komponen	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor	Ranking
Produksi					
Pendapatan					
Manajemen dan Pendanaan					
SDM					
Investasi					
Lokasi Usaha					
Pemasaran					

Sumber : David (2003).

Keterangan pemberian rating :

- 4 = Kelemahan yang dimiliki agroindustri sangat mudah dipecahkan
- 3 = Kelemahan yang dimiliki agroindustri mudah dipecahkan
- 2 = Kelemahan yang dimiliki agroindustri sulit dipecahkan
- 1 = Kelemahan yang dimiliki agroindustri sangat sulit dipecahkan

3) Peluang

Komponen eksternal yang digunakan untuk memperoleh peluang agroindustri adalah kebijakan pemerintah, pesaing, konsumen, iklim dan cuaca serta teknologi. Kerangka matriks faktor strategi eksternal untuk peluang dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Kerangka matrik faktor strategi eksternal untuk peluang (*opportunity*)

Komponen	Peluang	Bobot	Rating	Skor	Ranking
Kebijakan Pemerintah					
Pesaing					
Konsumen					
Iklim dan cuaca					
Teknologi					

Sumber : David (2003).

Keterangan pemberian rating :

- 4 = Peluang yang dimiliki agroindustri sangat mudah diraih
- 3 = Peluang yang dimiliki agroindustri mudah diraih
- 2 = Peluang yang dimiliki agroindustri sulit diraih
- 1 = Peluang yang dimiliki agroindustri sangat sulit diraih

4) Ancaman

Komponen eksternal yang digunakan untuk memperoleh ancaman agroindustri adalah kebijakan pemerintah, pesaing, konsumen, iklim dan cuaca serta teknologi. Kerangka matriks faktor strategi eksternal untuk ancaman dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Kerangka matrik faktor strategi eksternal untuk ancaman (*threats*)

Komponen	Ancaman	Bobot	Rating	Skor	Ranking
Kebijakan Pemerintah					
Pesaing Konsumen					
Iklim dan cuaca Teknologi					

Sumber : David (2003).

Keterangan pemberian rating:

4 = Ancaman yang sangat mudah untuk diatasi

3 = Ancaman yang mudah diatasi

2 = Ancaman yang sulit diatasi

1 = Ancaman yang sangat sulit diatasi

*) Penentuan persentase bobot komponen faktor internal dan eksternal didasarkan data-data pendukung dan justifikasi ilmiah peneliti.

Faktor-faktor internal dan eksternal yang di dapatkan dari identifikasi yaitu faktor kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang kemudian dimasukkan ke dalam matriks SWOT untuk dianalisis. Analisis SWOT ini menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh agroindustri beras siger yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agroindustri tersebut.

Berdasarkan hasil tersebut maka matriks akan menghasilkan empat set kemungkinan strategi yaitu strategi SO, strategi ST, strategi WO dan strategi WT. Berdasarkan hasil tersebut maka akan terpilih strategi yang sesuai dengan kuadran I, II, III dan IV pada diagram analisis SWOT. Apabila penyilangan strategi tersebut tidak sesuai dengan

logika maka penyilangan strategi tersebut tidak dapat di analisis lebih lanjut. Bentuk matriks SWOT dapat dilihat pada Gambar 6.

SWOT	Strengths (S) Tentukan 5-10 faktor yang menjadi kekuatan	Weakness (W) Tentukan 5-10 faktor yang menjadi kelemahan
Opportunities (O) Tentukan 5-10 faktor yang menjadi peluang	Strategi (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan 5-10 faktor yang menjadi ancaman	Strategi (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Gambar 6. Bentuk matriks SWOT

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Letak Geografis Kota Bandar Lampung

Kota Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung yang merupakan pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan dan kebudayaan. Kota Bandar Lampung terletak di wilayah yang strategis karena merupakan daerah transit kegiatan perekonomian antara Pulau Sumatera dan Pulau Jawa, sehingga menguntungkan bagi pertumbuhan dan pengembangan kota sebagai pusat perdagangan, industri dan pariwisata.

Secara geografis Kota Bandar Lampung terletak pada $5^{\circ}20'$ sampai dengan $5^{\circ}30'$ lintang selatan dan $105^{\circ}28'$ sampai dengan $105^{\circ}37'$ bujur timur, dengan luas wilayah kota sebesar $197,22 \text{ km}^2$ dengan jumlah penduduk sebanyak 960.695 jiwa. Kota Bandar Lampung terletak pada ketinggian 0 sampai 700 m di atas permukaan laut dengan topografi yang terdiri dari :

1. Daerah pantai yaitu sekitar Teluk Betung bagian selatan dan Panjang
2. Daerah perbukitan yaitu sekitar Teluk Betung bagian Utara
3. Daerah dataran tinggi serta sedikit bergelombang terdapat di sekitar Tanjung Karang bagian barat yang dipengaruhi oleh Gunung Balau serta perbukitan Batu Serampok di bagian Timur Selatan
4. Teluk Lampung dan pulau-pulau kecil bagian selatan.

Kota Bandar Lampung merupakan sebuah kota, sekaligus Ibu Kota Provinsi Lampung yang menjadi pintu gerbang utama Pulau Sumatera dan memiliki andil penting dalam jalur transportasi darat dan aktivitas pendistribusian logistik dari Jawa menuju Sumatera maupun sebaliknya. Berdasarkan peraturan daerah Kota Bandar Lampung Nomor 4 tahun 2012 tentang penataan dan pembentukan Kecamatan dan Kelurahan, Kota Bandar Lampung terdiri 20 kecamatan dan 126 kelurahan (Badan Pusat Statistik, 2015c).

Secara administratif Kota Bandar Lampung dibatasi oleh :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Teluk Lampung.
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gedung Tataan dan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan.

B. Letak Geografis Kecamatan Kemiling

Kecamatan Kemiling memiliki luas wilayah sebesar 24,24 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 64.402 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2015d).

Kemiling merupakan kecamatan di Kota Bandar Lampung yang memiliki luas wilayah terbesar. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 4 tahun 2012, tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan

Kecamatan, wilayah Kecamatan Kemiling dibagi menjadi 9 (sembilan) kelurahan, yaitu :

1. Kelurahan Sumber Rejo
2. Kelurahan Sumber Rejo Sejahtera
3. Kelurahan Kemiling Permai
4. Kelurahan Kemiling Raya
5. Kelurahan Beringin Raya
6. Kelurahan Beringin Jaya
7. Kelurahan Pinang Jaya
8. Kelurahan Sumber Agung
9. Kelurahan Kedaung.

Kemiling berada pada ketinggian rata-rata 450 m diatas permukaan laut.

Secara topografis Kecamatan Kemiling mempunyai wilayah yang bergunung terutama bagian sebelah barat Kecamatan Kemiling mempunyai struktur tanah berwarna merah kehitaman sangat cocok untuk pembangunan pertanian terutama jenis palawija dan sayur-sayuran. Menurut data Badan Pusat Statistik (2014) sebagian besar daerah Kecamatan Kemiling adalah datar berombak (60%), berombak berbukit (25%) dan berbukit bergunung (15%). Kecamatan Kemiling termasuk wilayah beriklim tropis dengan curah hujan rata-rata 2.000 sampai dengan 3000 mm setiap tahun.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 4 Tahun 2012, tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan Kecamatan, letak geografis dan wilayah administratif Kecamatan Kemiling yaitu:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Rajabasa
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Teluk Betung Barat
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Langkapura dan Kecamatan Tanjung Karang Barat
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Pesawaran

Adapun pusat pemerintahan Kecamatan Kemiling berada di Kelurahan Beringin Jaya. Masing-masing kelurahan tersebut memiliki kepadatan penduduk yang berbeda, seperti disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Sebaran kepadatan penduduk untuk masing-masing kelurahan di Kecamatan Kemiling, tahun 2014

No	Kelurahan	Luas Daerah (km ²)	Jumlah penduduk (orang)	Kepadatan (orang/km ²)
1	Sumber Agung	4,98	3.299	663
2	Kedaung	6,52	1.301	199
3	Pinang Jaya	1,95	4.283	2.196
4	Kemiling Raya	1,98	11.866	5.993
5	Sumber Rejo	2,55	11.267	4.419
6	Kemiling Permai	1,00	12.700	12.700
7	SumberRejo Sejahtera	2,50	5.563	2.225
8	Beringin Jaya	2,41	7.992	3.316
9	Beringin Raya	1,14	6.131	5.378

Sumber : Badan Pusat Statistik (2015d)

Lokasi penelitian agroindustri beras siger bertempat di Kelurahan Pinang Jaya Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung. Berdasarkan data yang ditunjukkan pada Tabel 11 terlihat bahwa Kelurahan Pinang Jaya bukanlah kelurahan yang memiliki cakupan luas wilayah yang cukup besar namun, jumlah penduduk serta kepadatan penduduk Kelurahan Pinang Jaya dapat dikatakan cukup tinggi hal ini disebabkan lokasi Kelurahan Pinang Jaya yang

masih dekat dengan pusat Kota Bandar Lampung sehingga, kepadatan penduduk yang terjadi dan tersebar di beberapa wilayah pusat Kota Bandar Lampung banyak yang melakukan perpindahan tempat tinggal dan memilih cakupan wilayah Kelurahan Pinang Jaya sebagai salah satu lokasi sasaran perpindahan penduduk tersebut. Hal ini dibuktikan dari semakin tingginya tingkat pembangunan rumah dan gedung permanen pada cakupan luas Kelurahan Pinang Jaya.

C. Kondisi Perekonomian Kecamatan Kemiling

Kondisi perekonomian suatu wilayah dapat dicerminkan dari berbagai hal seperti potensi wilayah yang dimiliki, kondisi infrastruktur dan sarana prasarana / fasilitas yang ada hingga jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan masyarakat pada suatu wilayah. Kecamatan Kemiling berada di dalam Kota Bandar Lampung yang merupakan pusat perekonomian Provinsi Lampung. Namun, walaupun demikian tidak semua kecamatan dibawah naungan Kota Bandar Lampung yang memiliki kondisi perekonomian yang baik. Jika melihat kondisi infrastruktur dan sarana prasarana / fasilitas yang ada, Kecamatan Kemiling merupakan salah satu kecamatan di Kota Bandar Lampung yang memiliki sarana dan prasarana yang lengkap serta pembangunan infrastruktur jalan yang telah baik. Baik itu fasilitas pendidikan, kesehatan, keamanan dan lain sebagainya.

Sarana prasarana yang berkontribusi besar dalam mencerminkan kondisi perekonomian Kecamatan Kemiling adalah keberadaan pasar dan sejumlah

industri yang ada di Kecamatan Kemiling. Terdapat berbagai jenis usaha yang telah didirikan di Kecamatan Kemiling yang berkontribusi pada peningkatan perekonomian Kecamatan Kemiling. Data mengenai jenis dan jumlah usaha yang ada di Kecamatan Kemiling dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Jenis dan jumlah usaha yang ada di Kecamatan Kemiling

No	Jenis Usaha	2011	2012	2013
1.	Rumah makan	18	18	19
2.	Warung makan	51	11	12
3.	Toko/warung	1110	316	314
4.	Pasar Tradisional	3	5	5
5.	Pasar Modern	-	1	2
6.	Industri pengolahan			
	Besar / sedang	28	1	1
	Rumah tangga	342	74	85

Sumber : Badan Pusat Statistik (2015d)

Pada Tabel 12 dapat dilihat jumlah setiap usaha yang berada di Kecamatan Kemiling berfluktuasi pada setiap tahunnya. Agroindustri Tunas Baru merupakan salah satu industri pengolahan rumah tangga yang telah terdaftar sejak tahun 2011, ini artinya sejak tahun 2011 Agroindustri Tunas Baru merupakan salah satu jenis usaha yang turut berkontribusi pada perkembangan perekonomian di Kecamatan Kemiling.

Pasar merupakan tempat yang dijadikan sebagai target utama pemasaran produk dari berbagai jenis industri pengolahan baik yang berskala besar, sedang maupun rumah tangga. Keberadaan pasar di Kecamatan Kemiling adalah sebanyak 5 pasar. Namun, jumlah pasar di Kecamatan Kemiling yang cukup banyak ini pada kenyataannya tidak begitu berpengaruh terhadap pemasaran produk beras siger dari Agroindustri Tunas Baru. Hal ini

dibuktikan dari jumlah konsumen agroindustri yang merupakan masyarakat Kota Bandar Lampung namun bukan masyarakat yang berdomisili di kawasan Kecamatan Kemiling, ini artinya sasaran pasar produk beras siger bukan hanya sebatas pada pemenuhan pangan masyarakat yang berada di Kecamatan Kemiling saja. Namun, menyeluruh kepada seluruh masyarakat di Kota Bandar Lampung bahkan hingga bagi masyarakat di luar Provinsi Lampung.

D. Kondisi Pangan Kecamatan Kemiling

Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan dan pembuatan makanan atau minuman. Berdasarkan pengertian pangan tersebut dapat diketahui bahwa pangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dan merupakan salah satu kebutuhan yang sangat vital menyangkut hajat hidup manusia dan khalayak umum.

Setiap harinya manusia tentu membutuhkan pangan untuk dikonsumsi sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan. Oleh karena itu, jumlah ketersediaan pangan haruslah besar atau tinggi sesuai dengan kebutuhan manusia tersebut. Menyediakan jumlah pangan sesuai dengan kebutuhan masyarakat tentunya bukanlah hal yang mudah karena, keterbatasan jumlah pangan saat ini, kenyataan bahwa tidak semua daerah memiliki potensi untuk menghasilkan

pangan dan tidak semua daerah memiliki akses infrastruktur yang baik untuk dilakukan pengiriman pangan guna memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mengonsumsi pangan.

Kota Bandar Lampung memiliki akses infrastruktur yang baik namun, potensi untuk menghasilkan pangan tergolong rendah hal ini dikarenakan Kota Bandar Lampung merupakan pusat seluruh kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan dan kebudayaan Provinsi Lampung. Data mengenai penggunaan lahan pertanian menurut kecamatan di Kota Bandar Lampung tahun 2014 (ha) disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Penggunaan lahan pertanian menurut kecamatan di Kota Bandar Lampung tahun 2014 (ha)

Kecamatan	Sawah irigasi	Sawah tadah hujan	Pekarangan	Tegal/kebun	Tidak diusahakan
Teluk Betung Barat	25	-	7	41	2
Teluk Betung Timur	-	-	20	25	15
Teluk Betung Selatan	-	-	10	3	5
Bumi Waras	-	-	10	2	5
Panjang	-	-	110	170	110
Tanjung Karang Timur	-	-	10	-	1
Kedamaian	-	10	12	55	12
Teluk Betung Utara	-	-	-	-	-
Tanjung Karang Pusat	-	1	4	1	6
Enggal	-	-	-	-	-
Tanjung Karang Barat	-	-	2	-	-
Kemiling	-	23	13	60	73
Langkapura	-	18	95	224	-
Kedaton	-	-	-	130	25
Rajabasa	-	167	15	-	-
Tanjung Senang	385	125	9	188	30
Labuhan Ratu	-	9	66	50	120
Sukarame	-	111	622	60	80
Sukabumi	-	70	15	126	12
Wayhalim	-	-	14	49	14
2014	410	537	1.044	1.180	510
2013	410	577	1.306	1.607	443
2012	415	564	1.755	1.770	510
2011	412	571	1.909	2.172	656

Sumber : Dinas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan Kota Bandar Lampung (2014) dalam Badan Pusat Statistik (2015c).

Pada Tabel 13 terlihat bahwa wilayah Kecamatan Kemiling dapat digolongkan memiliki potensi di sektor pertanian. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) potensi dari sektor pertanian yang dimiliki Kecamatan Kemiling khususnya adalah tanaman pangan. Selama tiga tahun terakhir perkembangan produksi tanaman pangan di Kecamatan Kemiling menunjukkan penurunan. Kecamatan Kemiling terdiri dari 9 kelurahan, dan sebanyak 4 kelurahan memiliki potensi tanaman pangan ubi kayu yang cukup besar yaitu, Sumber Agung, Kedaung, Beringin Raya dan Sumber Rejo Sejahtera. Produksi ubi kayu selama dua tahun terakhir adalah stabil, dengan angka produksi mencapai 126 ton. Selain ubi kayu, beras juga merupakan tanaman pangan yang tidak kalah potensial dan menempati peringkat kedua setelah ubi kayu. Adapun penghasil komoditas padi terbesar adalah Kelurahan Kemiling Raya. Produksi padi yang dihasilkan oleh Kelurahan Kemiling Raya tahun 2013 sebesar 66 ton menyusul Kelurahan Pinang Jaya sebanyak 42 ton (Badan Pusat Statistik, 2015b).

Berdasarkan penjabaran di atas dapat diketahui bahwa Kecamatan Kemiling merupakan salah satu Kecamatan di Kota Bandar Lampung yang dapat dijadikan sebagai lokasi untuk sentra produksi tanaman pangan. Namun, walaupun demikian hasil produksi tanaman pangan tersebut tetap belum mampu memenuhi kebutuhan konsumsi pangan masyarakat Kota Bandar Lampung. Salah satu tanaman yang secara rutin dibudidayakan dan memiliki hasil produksi yang cukup tinggi adalah ubi kayu. Ubi kayu merupakan salah satu tanaman pangan yang juga memiliki manfaat bagi pengonsumsinya dengan harga jual yang tidak begitu mahal. Oleh karena itu, Kecamatan

Kemiling yang memiliki potensi lahan pertanian untuk budidaya tanaman ubi kayu dapat menggunakan potensi tersebut untuk menghasilkan produk olahan berbahan baku ubi kayu yang dapat dijadikan sebagai alternatif pangan pengganti beras untuk mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap beras dan sebagai bentuk diversifikasi produk pangan.

Bentuk kegiatan diversifikasi produk pangan ini sebenarnya sudah mulai diterapkan oleh beberapa perwakilan penduduk yang berdomisili di Kecamatan Kemiling khususnya Kelurahan Pinang Jaya sejak tahun 2011 lalu yaitu Kelompok Wanita Tani (KWT) Tunas Baru yang menggunakan ubi kayu sebagai bahan baku utama dalam menghasilkan produk olahan pangan yang diberi nama beras siger 'oyek'.

E. Latar Belakang Pendirian Agroindustri Tunas Baru

Latar belakang berdirinya Agroindustri Tunas Baru ini dimulai saat suami Ibu Sunartuti selaku ketua KWT Tunas Baru sekaligus pemilik agroindustri didiagnosa mengidap penyakit diabetes militus pada tahun 2010. Dokter mengusulkan untuk mengganti makanan utama suaminya yang sebelumnya mengonsumsi beras padi menjadi beras merah yang rendah gula namun tetap kaya akan karbohidrat. Awal mulanya ibu Sunartuti mulai membeli dan mengganti makanan suaminya menjadi beras merah namun, karena harga beras merah yang jauh lebih tinggi dibandingkan beras padi, maka Ibu Sunartuti beralih ke tiwul yaitu beras yang berasal dari ubi kayu yang juga

memiliki kandungan rendah gula dan kaya akan karbohidrat serta harga jual yang relatif sama dengan harga beras padi.

Tiwul yang biasanya dibeli di pasar adalah tiwul yang berwarna kuning kecoklatan dengan aroma yang kurang menggugah selera untuk dikonsumsi. Sebagai orang Jawa, Ibu Sunartuti telah memiliki pengetahuan sebelumnya mengenai pembuatan tiwul. Oleh karena itu, Ibu Sunartuti lebih memilih untuk membuat tiwul sendiri namun dengan melakukan beberapa inovasi pada proses pembuatannya untuk dikonsumsi oleh suaminya. Hasil inovasi tersebut menghasilkan warna tiwul yang lebih putih mirip dengan beras padi dan aroma ubi kayu yang khas menggugah selera untuk dikonsumsi. Hasil yang berbeda tersebut adalah karena Ibu Sunartuti membuat tiwul yang berbahan baku ubi kayu (singkong segar) bukan dari gaplek dan tidak diberi tambahan tepung tempe seperti tiwul yang diperjualbelikan di pasar.

Kemampuan Ibu Sunartuti dalam membuat tiwul dari ubi kayu (singkong segar) tersebut akhirnya diketahui oleh kepala desa. Kepala desa yang diberi amanat untuk membentuk Kelompok Wanita Tani (KWT) yang beranggotakan ibu-ibu rumah tangga yang memiliki minat untuk melakukan usaha, menunjuk Ibu Sunartuti untuk membentuk Kelompok Wanita Tani (KWT) yang akan diberi pelatihan dan pendidikan mengenai sosialisasi pangan oleh Badan Ketahanan Pangan (BKP) Provinsi Lampung pada tahun 2011. Saat itu terpilihlah 10 ibu rumah tangga yang sekaligus direkrut menjadi anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) yang dinamai KWT Tunas Baru.

Hasil dari mengikuti kegiatan pelatihan dan pendidikan tersebut seluruh anggota KWT Tunas Baru melakukan musyawarah untuk menjalankan usaha bersama untuk mengisi waktu luang dan untuk menambah pemasukan rumah tangga masing-masing anggota. Hasil dari musyawarah tersebut terpilihlah produk tiwul dari ubi kayu yang diberi nama oleh kelompok sebagai beras siger (singkong seger) sebagai salah satu bentuk usaha yang hendak dijalankan oleh KWT. Produk beras siger dipilih dengan alasan karena sesuai dengan kemampuan Ibu Sunartuti sebagai Ketua KWT dalam mengolah ubi kayu sebagai alternatif pangan non beras. Produk tersebut merupakan bentuk diversifikasi produk pangan untuk mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap beras padi. Alasan lain terpilihnya beras siger adalah karena kesepuluh anggota KWT tersebut bersuku Jawa sehingga hampir semua anggota juga telah memiliki kemampuan dalam membuat tiwul hanya perlu penambahan informasi karena tiwul yang dibuat oleh Ibu Sunartuti berasal dari ubi kayu bukan gaplek.

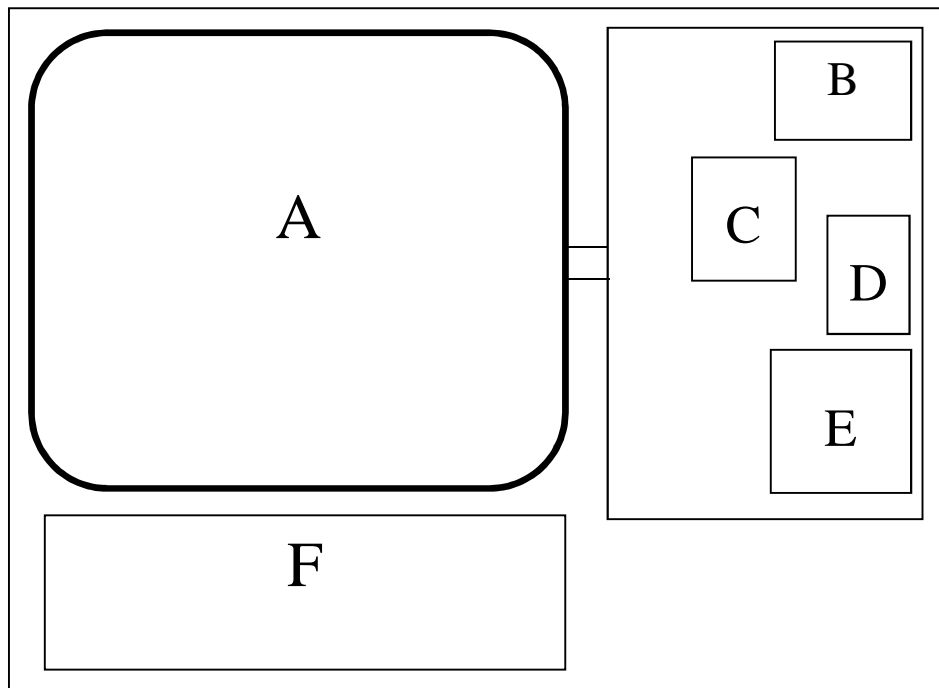
Sejak awal mula berdirinya tahun 2011 KWT Tunas Baru sudah mendapatkan perhatian dari Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung terbukti dengan diberikannya bantuan berupa alat mesin produksi untuk mempermudah kegiatan produksi beras siger dan adanya pelatihan serta pemantauan dari Penyuluh Pertanian Lapang (PPL) yang ditunjuk oleh Badan Ketahanan Pangan Kota Bandar Lampung. Semua pihak yang terlibat pada usaha agroindustri ini baik anggota KWT, PPL dan pihak BKP optimis bahwa keberadaan agroindustri ini akan mampu menarik perhatian konsumen untuk membeli dan mengonsumsi beras siger sebagai alternatif pangan pengganti

beras. Sikap optimisme tersebut dirasakan karena konsumen sasaran produk mayoritas adalah penduduk Kota Bandar Lampung dengan tingkat pendidikan yang sudah cukup tinggi sehingga diduga telah memiliki pengetahuan mengenai kandungan gizi dan manfaat bagi kesehatan yang akan diperoleh dalam mengonsumsi beras siger yaitu untuk mencegah dan mengatasi jumlah kadar gula dalam tubuh yang tinggi khususnya untuk masyarakat yang memiliki risiko atau yang telah mengidap penyakit diabetes militus.

Selama perkembangannya sejak didirikan tahun 2011, terjadi pergantian pelaksanaan kegiatan produksi di dalam agroindustri. Sejak awal tahun 2015, untuk sementara waktu kegiatan produksi yang semula dilakukan oleh KWT Tunas Baru harus dihentikan sementara akibat keterbatasan modal usaha yang dimiliki oleh para anggota KWT sehingga, kegiatan produksi sementara dipegang penuh kendalinya secara individu oleh Ketua KWT yaitu Ibu Sunartuti. Kegiatan produksi yang semula dijalankan bersama KWT dan sekarang menjadi usaha individu mengakibatkan hasil produksi beras siger menurun sehingga tidak dapat memenuhi jumlah permintaan konsumen.

F. Tata Letak / *Layout* Agroindustri Tunas Baru

Bangunan yang digunakan sebagai tempat produksi beras siger merupakan bangunan milik pribadi Ibu Sunartuti. Letak bangunan produksi ini tepat di samping bangunan tempat tinggal Ibu Sunartuti. Tata letak layout bangunan produksi beras siger Tunas Baru dapat dilihat pada Gambar 7.



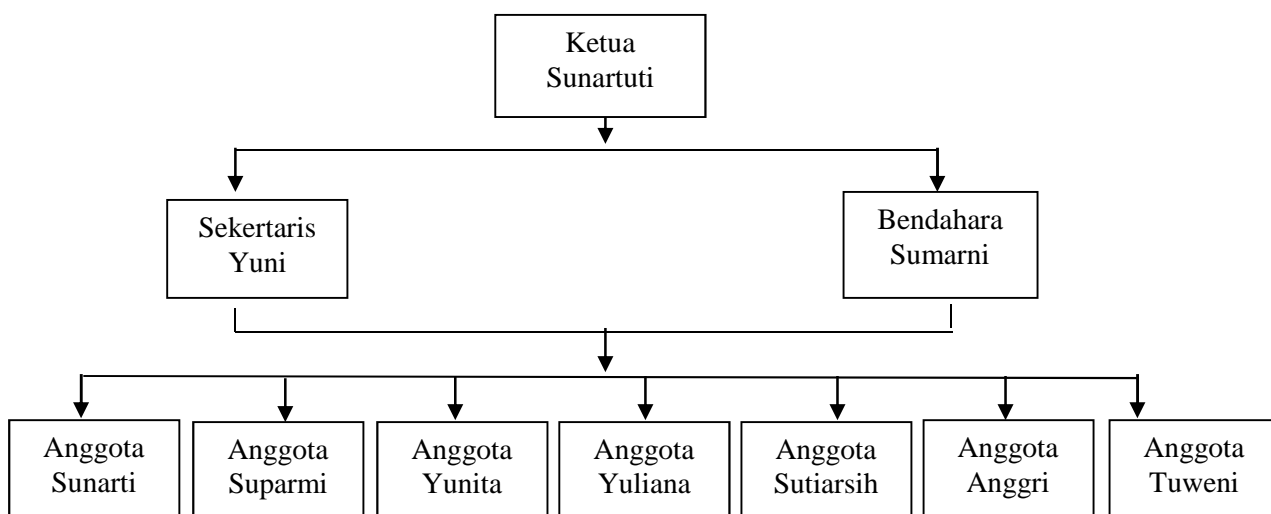
Gambar 7. Tata letak / *layout* Agroindustri Tunas Baru

Keterangan gambar :

- A : Bangunan rumah tempat tinggal Ibu Sunartuti
- B : Tempat mengupas dan mencuci ubi kayu
- C : Tempat pengolahan produk
- D : Penyimpanan peralatan produksi
- E : Alat mesin produksi
- F : Halaman depan tempat pengeringan ubi kayu

G. Struktur Organisasi Agroindustri Tunas Baru

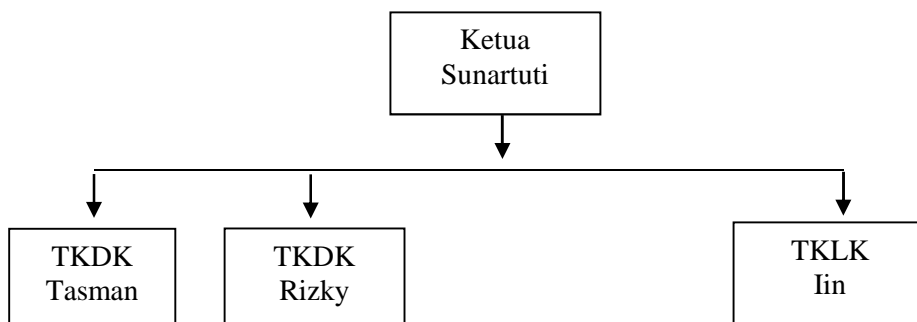
Struktur organisasi merupakan sesuatu yang penting dan harus dimiliki oleh suatu badan usaha termasuk Agroindustri Tunas Baru dengan tujuan agar pembagian kerja dan tanggung jawab para tenaga kerja lebih jelas dan teratur. Terdapatnya perubahan pelaksanaan kegiatan produksi yang mulanya oleh KWT dan saat ini dijalankan secara individu mengakibatkan terdapat perbedaan struktur organisasinya. Struktur organisasi pada agroindustri pada awal mula dijalankan oleh anggota KWT disajikan pada Gambar 8.



Gambar 8. Struktur organisasi agroindustri bersama KWT Tunas Baru

Pada saat kegiatan produksi beras siger dilakukan bersama anggota KWT Tunas Baru struktur organisasi yang dibentuk hanyalah sebatas penentuan Ketua KWT yang bertugas untuk mengatur dan mengarahkan kegiatan produksi beras siger. Penentuan Ketua KWT ini ditentukan atas dasar kemampuan lebih yang dimiliki dalam memproduksi beras siger yang berbeda dengan tiwul yang beredar di pasar. Berbeda halnya dengan Ketua KWT, penentuan sekretaris dan bendahara dimaksudkan untuk bertugas sebagai pihak yang mencatat setiap kegiatan yang berlangsung pada KWT dan mencatat segala bentuk pengeluaran kegiatan produksi dan penerimaan hasil produksi beras siger yang kemudian akan menjadi keuntungan KWT dan dibagi rata kepada seluruh anggota KWT. Keberadaan anggota pada KWT ini memang tidak memiliki tugas khusus pada kegiatan operasional KWT namun, seluruh anggota KWT memiliki tugas dan tanggung jawab dalam berkontribusi pada kegiatan produksi beras siger yang berlangsung.

Struktur organisasi pada agroindustri beras siger sejak dijalankan secara individu oleh Ketua KWT Ibu Sunartuti dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Struktur organisasi agroindustri yang dijalankan secara individu

Berbeda halnya dengan struktur organisasi agroindustri beras siger bersama dengan anggota KWT Tunas Baru, pada saat kegiatan produksi secara individu tidak ada struktur khusus yang menjelaskan perbedaan tugas dan wewenang di dalam agroindustri. Hanya terdapat pemilik yang sekaligus merupakan Ketua KWT yang bertugas merangkap dan menyeluruh dalam mengatur, mengelola, melakukan pencatatan dan merekapitulasi setiap catatan penerimaan dan pengeluaran agroindustri. Pihak lain yang berkontribusi adalah tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga yang tugasnya hanya membantu dalam mempermudah kegiatan produksi beras siger dan sebagai pengganti atas tenaga yang telah diberikan setiap tenaga kerja baik dari dalam keluarga dan dari luar keluarga diberikan upah sesuai dengan pekerjaan yang dikerjakan.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh pada penelitian ini adalah :

1. Kekuatan utama agroindustri ini adalah kualitas beras siger yang sangat baik dibandingkan dengan agroindustri beras siger lain sejenis karena produknya yang sangat mirip menyerupai beras padi. Kelemahan utama pada agroindustri adalah keterbatasan modal kerja (dana operasional produksi) sehingga tidak memungkinkan agroindustri untuk memproduksi beras siger dalam skala yang besar.
2. Hasil analisis pendapatan pada hasil produksi tahun 2015 di agroindustri menunjukkan nilai R/C atas biaya tunai dan biaya total lebih dari 1 yang artinya usaha ini mengalami keuntungan, karena penerimaan lebih besar dari biaya. Hal ini menciptakan kekuatan dari aspek analisis pendapatan adalah usaha agroindustri beras siger ini menguntungkan sedangkan, kelemahannya adalah keuntungan yang diperoleh agroindustri ini masih berfluktuasi di setiap bulannya.
3. Peluang utama pada agroindustri ini adalah keberadaan teknologi berupa alat mesin produksi yang lengkap sehingga sangat membantu dalam mempermudah dan mempercepat kegiatan produksi. Ancaman utama

pada agroindustri ini adalah kurangnya pengawasan (*controlling*) dari pemerintah yang dapat membantu dalam melakukan pembinaan dan mengatasi berbagai masalah di dalam agroindustri.

4. Hasil analisis pengetahuan konsumen dan proses pengambilan keputusan konsumen beras siger menyimpulkan hampir seluruh konsumen beras siger merasa puas dan melakukan pembelian kembali produk beras siger serta hampir dari seluruh konsumen juga memiliki pengetahuan dan informasi yang mendalam mengenai karakteristik produk beras siger. Hal ini memunculkan adanya peluang agroindustri dari aspek konsumen yaitu pengetahuan dan informasi yang telah dimiliki konsumen mengenai karakteristik produk beras siger sedangkan, ancaman agroindustri dari aspek konsumen adalah harga per kemasan beras siger tinggi yang dapat berpengaruh terhadap berkurangnya jumlah konsumen jika harga produk naik.
5. Strategi prioritas pengembangan usaha pada agroindustri adalah meningkatkan modal kerja agar dapat memenuhi permintaan produk beras siger dari konsumen yang tinggi yang dapat diperoleh dari dana pribadi maupun bantuan dari pemerintah melalui dinas dan instansi terkait.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan diperoleh saran sebagai berikut.

1. Pemilik agroindustri sebaiknya mulai mengaktifkan kembali agroindustri yang semula berdiri dan dijalankan oleh KWT sehingga dapat menambah jumlah tenaga kerja yang mampu membantu untuk meningkatkan volume

produksi yang nantinya berdampak pada peningkatan keuntungan dan perkembangan agroindustri. Hal ini sejalan dengan akan meningkatnya pengetahuan dan informasi yang dimiliki masyarakat terkait manfaat dalam mengonsumsi beras siger sebagai salah satu pangan alternatif (diversifikasi produk pangan) mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap beras guna terciptanya ketahanan pangan masyarakat.

2. Pemerintah sebaiknya mengutus tim penyuluh atau pihak lain terkait yang dapat melaksanakan kegiatan pembinaan pada agroindustri sehingga dapat mengatasi berbagai permasalahan, kebutuhan atau kesulitan yang sedang dialami oleh agroindustri.
3. Peneliti selanjutnya sebaiknya mengkaji lebih lanjut mengenai strategi pengembangan usaha dengan komponen internal dan eksternal agroindustri yang berbeda atau melaksanakan penelitian dengan topik lain seperti tingkat permintaan produk beras siger oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, D. 2001. *Agribisnis*. Yayasan Pengembangan Sinar Tani. Bogor.
- Almuhrum, A. 2014. *Pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (studi kasus nasabah pada bank muamalat cabang makassar)*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Makassar,
- Anastasia, M. 2015. *Strategi Pengembangan Agroindustri Mocaf Di Kota Singkawang*, Jurnal Ilmiah Volume 4 Nomor 1 Tahun 2015. Jurusan Magister Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak. Pontianak.
- Aziz, A.H. 2003. *Metode Penelitian dan Teknik Analisis Data*. Salemba Medika. Jakarta.
- Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung. 2015. *Daftar agroindustri beras siger aktif di Provinsi Lampung*. BKP Provinsi Lampung. Lampung.
- Badan Pusat Statistik Nasional. 2010. *Jumlah penduduk Pulau Sumatera menurut provinsi 1980,1990,2000 dan 2010*. BPS Nasional Indonesia. Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Nasional. 2015a. *Luas lahan, produksi, dan produktivitas padi di Provinsi Lampung (2010-2015)*. BPS Provinsi Lampung. Lampung.
- Badan Pusat Statistik Nasional. 2015b. *Jumlah produksi dan produktivitas ubi kayu di Sumatera (2013-2015)*. BPS Nasional Indonesia. Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. 2015c. *Bandar Lampung dalam angka*. BPS Provinsi Lampung. Lampung.
- Badan Pusat Statistik. 2015d. *Kemiling dalam angka*. BPS Provinsi Lampung. Lampung.
- David, F. 2003. *Strategic Management Concept and Cases Ninth Edition*. Prentice Hall. New Jersey.
- David, F. 2004. *Manajemen Strategis : Konsep-konsep (Terjemahan)*. Indeks Gramedia. Jakarta.

- Departemen Kesehatan. 1996. *Perbandingan Komposisi Gizi dan Beras Siger, Tiwul Instan dan Nasi (Per 100 gram)*. Lampung.
- Engel, F. James, D. Roger, Blackwell dan W. Paul. 1994. *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Fransido, T. 2011. *Analisis Pendapatan, Nilai Tambah, dan Kelayakan Finansial Agroindustri Keripik di Bandar Lampung*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Gaspersz, V. 2012. *All In One Strategy Management*. Diterjemahkan oleh T.Herawati. Vinchirsto Publication. Bogor.
- Hermanto, F. 1993. *Ilmu Usahatani*. PT.Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-7. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler P, L. Kevin dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*. Pearson Education Asia Pte. Ltd. Dan PT Prenhallindo. Jakarta.
- Mantra, I. 1987. *Demografi Umum*. Pustaka Pelajar Offset. Yogyakarta.
- Michael, A. 2001. *Manajemen Strategi : Daya Saing dan Globalisasi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mowen, C. John dan M. Minor. 2008. *Consumer Behavior 6ed*. New Jersey : Prentice-Hall,Inc.
- Muhammad, A.I, D.A.H. Lestari dan A. Soelaiman. 2014. *Analisis Pendapatan dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Ubi Kayu di Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur*. JIIA Volume 2 Nomor 3. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Novia, W, W.A. Zakaria dan D.A.H. Lestari. 2013. *Analisis Nilai Tambah Dan Kelayakan Pengembangan Agroindustri Beras Siger di Kelurahan Pinang Jaya Kota Bandar Lampung dan Desa Pancasila, Kabupaten Lampung Selatan*. JIIA Volume 1 Nomor 3. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Lampung.
- Nurmalina, R. 2007. *Analisis Proses Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor (IPB). Bogor.
- Peter, C. Jerry dan Olson. 2006. *Consumer Behavior and Marketing Strategy. 4th ed*. The McGraw-Hill Companies, Inc.

- Prihatini, D. 2015. *Strategi Pengembangan Komoditas Sayuran (Dataran Tinggi) Unggulan Di Kawasan Agropolitan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat*. Tesis. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Lampung.
- Putri, D, W.D. Sayekti dan N. Rosanti. 2014. *Analisis Pendapatan dan Strategi Pengembangan Budidaya Rumput Laut di Pulau Pahawang Kecamatan Punduh Pidada Kabupaten Pesawaran*. JIIA Volume 2 Nomor 1. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Lampung.
- Rachmawati, R. 2010. *Pengaruh Penambahan Tepung Jagung pada Pembuatan Tiwul Instan terhadap Daya Kembang dan Sifat Organoleptik*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang. <http://digilib.unimus.ac.id>. Diakses pada 1 Mei 2015 pukul 15.10 WIB.
- Rangkuti, F. 2000. *Analisis SWOT Teknik Membedakan Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rukmana, R. 2002. *Usahatani Ubi Kayu*. Kanisius. Yogyakarta.
- Santoso, S. 2005. *Menggunakan SPSS dan Excel untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*. PT.Alex Media Komputerindo. Jakarta.
- Schiffman, Leon dan G. Kanuk. 2004. *Consumer Behavior*. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Siagian, S. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Simanjuntak, P. 2002. *Sistem Agribisnis dan Kemitraan Petani Ubi Kayu*. Jurnal Ilmiah Volume 1 Nomor 1 Tahun 2002. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara. Sumatera Utara.
- Singarimbun, M. 1995. *Metode Penelitian Survei*. LP3S. Jakarta.
- Soekartawi. 1994. *Teori Ekonomi Produksi*. Rajawali Press. Jakarta.
- _____. 1995. *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia (UI-Press). Jakarta.
- _____. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT.Rajagrafindo. Jakarta.
- Solihin, I. 2012. *Manajemen Strategik*. Erlangga. Jakarta.
- Sufren dan Y.Natanael. 2010. *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. PT.Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Supriadi, H. 2005. *Potensi, Kendala dan Peluang Pengembangan Agroindustri Berbasis Pangan Lokal*. Tesis. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Indonesia.

- Suryani, S. 2014. *Strategi Pengembangan Beras Merah Organik di Desa Lubuk Bayas, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai*). Jurnal Ilmiah. Sumatera Utara. Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. <http://jurnal.usu.ac.id>. Diakses pada 2 Mei 2015 Pukul 17.00 WIB.
- Suyatno. 2010. *DKBM Indonesia*.
<http://suyatno.blog.undip.ac.id/files/2010/04/DKBM-Indonesia.pdf>.
Diakses pada 1 Mei 2015 Pukul 15.15 WIB.
- Tisnawati, S. 2005. *Pengantar Manajemen*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Wanda, T , W.A. Zakaria dan E. Kasymir. 2013. *Pola Konsumsi dan Atribut-Atribut Beras Siger yang Diinginkan Konsumen Rumah Tangga di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan*. JIIA Volume 1 Nomor 3. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Lampung.