ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI BERAS SIGER
Studi Kasus pada Agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) dan Agroindustri Mekar Sari (Kota Metro)

(SKRIPSI)

SHEILA FATHIA ALDHARIANA

JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2016

ABSTRAK

ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI BERAS SIGER
Studi Kasus pada Agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) dan Agroindustri Mekar Sari (Kota Metro)

Oleh

Sheila Fathia Aldhariana

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) mengetahui proses pengadaan bahan baku yang sesuai dengan enam tepat (tepat waktu, tempat, kualitas, kuantitas, jenis, dan harga), (2) menganalisis pendapatan dan nilai tambah agroindustri beras siger, (3) mengetahui bauran pemasaran dan efisiensi pemasaran beras siger, (4) mengetahui peranan jasa layanan pendukung terhadap agroindustri beras siger. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus yang dilakukan pada Agroindustri Toga Sari di Tulang Bawang dan Agroindustri Mekar Sari di Kota Metro yang ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan kedua agroindustri menghasilkan beras siger berwarna kuning, tetapi kedua agroindustri memiliki skala usaha yang berbeda. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan: (1) keenam komponen pengadaan bahan baku pada Agroindustri Toga Sari sudah tepat, sedangkan pada Agroindustri Mekar Sari terdapat satu komponen yang belum tepat yaitu harga. (2) pendapatan atas biaya total per bulan pada Agroindustri Toga Sari Rp 222.236,10 dan pada Agroindustri Mekar Sari Rp 20.900,00. Kedua agroindustri layak dijalankan karena memiliki nilai tambah yang positif dan menguntungkan karena nilai R/C rasio lebih dari satu. (3) strategi pemasaran beras siger pada kedua agroindustri sudah menggunakan *marketing mix*. Sistem pemasaran pada kedua agroindustri belum efisien. (4) seluruh jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan kedua agroindustri beras siger yaitu lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, serta teknologi informasi dan komunikasi memberikan peran yang positif.

Kata kunci: agroindustri, beras siger, keragaan

ABSTRACT

PERFORMANCE ANALYSIS OF AGROINDUSTRY FOR SIGER RICE
Case Study at Toga Sari Agroindustry (Tulang Bawang District) and Mekar Sari Agroindustry (Metro City)

By

Sheila Fathia Aldhariana

The purpose of this research are: (1) to study the procurement process of raw materials to meet the six precise (on time, exact place, quality, quantity, type, and price), (2) to analyze income and value added siger rice agroindustry, (3) to study the marketing mix and marketing efficiency of siger rice, (4) to study the supporting services's role to siger rice agroindustry. This research uses case study method at Toga Sari Agroindustry in Tulang Bawang and at Mekar Sari Agroindustry in Metro City that choosen by purposive with consideration both of agroindustries produce yellow siger rice, but both of agroindustries have different business scale. Analysis data uses qualitative descriptive and quantitative. The result of research shows: (1) the raw materials procurement at Toga Sari Agroindustry meet the component of six precise, while at Mekar Sari Agroindustry there is one component does not meet namely price. (2) the income based on total cost each month at Toga Sari Agroindustry is Rp 222.236,10 and at Mekar Sari Agroindustry is Rp 20.900,00. Both of agroindustries are viable because they have possitive value added and favorable because R/C ratio value is more than one. (3) siger rice marketing strategy in both of agroindustries already using marketing mix. The marketing system in both of agroindustries have not efficient. (4) all supporting services are utilized by both of siger rice agroindustries namely extension services, transportations, government policies, information and comunication technnology give positive role.

Key words: agroindustry, performance, siger rice

ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI BERAS SIGER
Studi Kasus pada Agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) dan Agroindustri Mekar Sari (Kota Metro)

Oleh

SHEILA FATHIA ALDHARIANA

Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN

Pada

Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung

JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2016

Judul Skripsi : **ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI BERAS SIGER Studi Kasus pada Agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) dan Agroindustri Mekar Sari (Kota Metro)**

Nama Mahasiswa : *Sheila Fathia Aldhariana*

Nomor Pokok Mahasiswa : 1214131094

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana L, M.Si.	**Dr. Ir. R. Hanung Ismono, M.P.**
NIP 19620918 198803 2 001	NIP 19620623 198603 1 003

2. Ketua Jurusan / Program Studi

Dr. Ir. F. E. Prasmatiwi, M.P.
NIP 19630203 198902 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana L, M.Si.** .....

Sekretaris : **Dr. Ir. R. Hanung Ismono, M.P.** .....

Penguji
Bukan Pembimbing : **Dr. Ir. F. E. Prasmatiwi, M.P.** .....

2. Dekan Fakultas Pertanian

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

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **7 Mei 2016**

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Bandar Lampung pada tanggal 31 Juli 1994 dari pasangan Bapak Alam Munzir, S.Sos dan Ibu Dra. Dewi Aluna. Penulis adalah anak pertama dari tiga bersaudara. Penulis menyelesaikan pendidikannya di Taman Kanak-kanak (TK) Aisyah Bustanul Athfal Metro pada tahun 2000, tingkat Sekolah Dasar di SD Pertiwi Teladan Metro pada tahun 2006, tingkat Sekolah Menegah Pertama di SMP Negeri 4 Bandar Lampung pada tahun 2009, dan tingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 2 Bandar Lampung pada tahun 2012. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Lampung, Fakultas Pertanian, Jurusan Agribisnis pada tahun 2012 melalui jalur Undangan Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Negara Batin Kecamatan Negara Batin Kabupaten Way Kanan selama 40 hari pada bulan Januari hingga Februari 2015. Selanjutnya, pada Juli 2015 penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) di Perum BULOG Divisi Regional Lampung. Selama masa perkuliahan penulis pernah menjadi Asisten Dosen pada mata kuliah Bahasa

Inggris, Ekonomi Mikro, Usahatani, Manajemen Agribisnis, Koperasi dan Manajemen Pemasaran.

Penulis juga pernah menjadi mahasiswa berprestasi pada bulan Mei 2015, fasilitator Pendidikan Sarapan Sehat dalam Rangka Hari Pangan Sedunia dan Hari Kesehatan Nasional pada bulan Oktober 2015, dan s*urveyor* dalam kegiatan Survei Pemantauan Harga (SPH) yang dilakukan oleh Bank Indonesia periode Januari – April tahun 2016,. Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis juga aktif dalam organisasi kemahasiswaan yaitu menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) Universitas Lampung di bidang IV yaitu bidang kewirausahaan pada periode tahun 2012 hingga tahun 2016.

SANWACANA

Bismillahirahmannirrahim,

Alhamdullilahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala berkat, limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan dan teladan bagi seluruh umat Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman yang gelap gulita menuju zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Banyak pihak yang telah memberikan sumbangsih, bantuan, nasihat, serta saran-saran yang membangun dalam penyelesaian skripsi yang berjudul "**Analisis Keragaan Agroindustri Beras Siger Studi Kasus pada Agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) dan Agroindustri Mekar Sari (Kota Metro)".** Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si., sebagai Pembimbing Pertama dan Pembimbing Akademik atas ketulusan hati dan kesabaran, bimbingan, motivasi, arahan, nasihat, ilmu yang bermanfaat dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir perkuliahan dan selama proses penyelesaian skripsi.
2. Bapak Dr. Ir. R. Hanung Ismono, M.P., sebagai Pembimbing ke dua yang

telah memberikan ilmu yang bermanfaat, bimbingan, motivasi, arahan, dan saran kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.

3. Ibu Dr. Ir. F. E. Prasmatiwi, M.P selaku Dosen Pembahas dan Ketua Jurusan Agribisnis atas ilmu yang bermanfaat, arahan, bantuan, saran dan masukan yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
5. Teristimewa keluargaku, Ayahanda tercinta Alam Munzir, S.Sos, Ibunda tersayang Dra. Dewi Aluna, Adik-adikku terkasih M. Kevin Rambang Alam dan M. Adhiel Al-Imami Rambang Alam , serta seluruh keluarga besarku yang selalu memberikan restu, kasih sayang, doa, perhatian, semangat, motivasi, nasihat, saran dan kebahagiaan kepada penulis selama ini.
6. Seluruh Dosen, staf administrasi dan karyawan di Jurusan Agribisnis (Mba Ayi, Mba Fitri, Mba Iin, Mas Boim, Mas Kardi, dan Mas Bukhari), atas semua bantuan dan kerjasama yang telah diberikan selama ini.
7. Ibu Ida Handayani selaku pemilik Agroindustri Toga Sari dan Ibu Asmirah selaku pemilik Agroindustri Mekar Sari serta pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu terima kasih atas bantuan yang yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Ary Ramadhan atas segala doa, motivasi, semangat, dan bantuan yang telah diberikan selama menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat- sahabat terbaik penulis Windi Ariesta, Tri Uli Jalika, Tiara Kartika Sari, Vani Sintiya Dewi, Yessi Febrina, Ega N.P Hernanda, dan Syafri Alfizar

atas saran, nasihat, bantuan, dukungan, semangat berjuang, dan kebersamaannya selama ini.

10. Sahabat-sahabat tersayang penulis Heidy Riana, Beta Aqidatu Firsty, Melinda, Putri Rezky Aryanata, As Shaumi Gahara, dan Ainun Jariyah atas nasihat, motivasi, dan bantuan yang diberikan kepada penulis selama ini.
11. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2012, Parastry, Ririn Pamuncak, Maria Christina, Puspa, Delia, Susi, Santi, Adel, Nadia dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih atas pengalaman dan kebersamaannya selama ini.
12. Atu dan Kiyai Agribisnis 2009, 2010, dan 2011 (Kak Niken, Mbak Clara, Mbak Dita, Mbak Eni, Mbak Intan, Mbak Dian, Mbak Vany), adinda Agribisnis 2013 (Gita, Dilla Bazai, Citra dan Ayu Mansi), serta adik–adik angkatan 2013 dan 2014 atas dukungan dan bantuan kepada penulis.
13. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan segala kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan selama proses penulisan skripsi ini. Semoga ALLAH SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Aamiin ya Rabbalalaamiin.

Bandar Lampung, Mei 2016

Penulis,

Sheila Fathia Aldhariana

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL ..... **iii**

DAFTAR GAMBAR ..... **vi**

I. PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 11
C. Tujuan Penelitian 11
D. Manfaat Penelitian 12

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN **13**

A. Tinjauan Pustaka 13
1. Beras Siger 13
2. Konsep Agribisnis dan Agroindustri 19
3. Pengadaan Bahan Baku 24
4. Pengolahan Pada Agroindustri 28
5. Teori Pendapatan 30
6. Teori Nilai Tambah 33
7. Bauran Pemasaran 35
8. Pemasaran 41
9. Saluran Distribusi 44
10. Jasa Layanan Pendukung (Kelembagaan Agribisnis) 46
11. Kajian Penelitian Terdahulu 56
B. Kerangka Pemikiran 64

III. METODE PENELITIAN **67**

A. Metode Penelitian 67
B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional 67
C. Lokasi, Responden dan Waktu Penelitian 75
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data 77
E. Metode Analisis Data 78
1. Analisis Data Pengadaan Bahan Baku 78
2. Analisis Data Analisis Pendapatan dan Analisis Nilai Tambah 78
3. Analisis Data Analisis Bauran, Analisis Rantai, dan Marjin

Pemasaran 82
4. Analisis Data Jasa Layanan Pendukung 84

IV. GAMBARAN UMUM PENELITIAN 85

A. Keadaan Umum Kabupaten Tulang Bawang 85
B. Keadaan Umum Kota Metro 89
C. Keadaan Umum Kecamatan Penawartama 94
D. Keadaan Umum Kecamatan Metro Selatan 98
E. Gambaran Umum Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 101

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 106

A. Karakteristik Responden 106
1. Keadaan Umum Responden Produsen Agroindustri Beras Siger 106
2. Keadaan Umum Responden Pedagang Beras Siger 108
B. Penerapan Fungsi Manajemen Pada Agroindustri Beras Siger 110
C. Pengadaan Bahan Baku Pada Agroindustri Beras Siger 115
D. Penggunaan Sarana Produksi 122
1. Bahan Baku Penunjang 122
2. Peralatan 129
3. Tenaga Kerja 132
E. Proses Pembuatan Beras Siger 133
F. Produksi Beras Siger 143
G. Analisis Pendapatan 146
H. Analisis Nilai Tambah 152
I. Bauran Pemasaran 159
J. Rantai Pemasaran 169
K. Marjin Pemasaran 173
L. Jasa Layanan Pendukung 175
1. Lembaga Keuangan (Bank) 177
2. Lembaga Penelitian 178
3. Lembaga Penyuluhan 179
4. Sarana Transportasi 181
5. Kebijakan Pemerintah 183
6. Teknologi Informasi dan Komunikasi 185
7. Asuransi 186

VI. KESIMPULAN DAN SARAN 188

A. Kesimpulan 188
B. Saran 189

DAFTAR PUSTAKA 191

LAMPIRAN 195

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

1. Rata-rata konsumsi dan ketersediaan bahan makanan per kapita sehari (2008-2010) 2

2. Luas lahan, produksi, dan produktivitas padi di Sumatera (2010 – 2012) 4

3. Sumber nutrisi di dalam beras dan makanan lokal 6

4. Variabel – variabel yang berhubungan dengan empat P..... 37

5. Kajian Penelitian Terdahulu 59

6. Daftar pelaku usaha agroindustri beras siger aktif tahun 2015 77

7. Prosedur perhitungan nilai tambah metode Hayami..... 81

8. Desa di Kecamatan Metro Selatan beserta luas wilayahnya..... 99

9. Karakteristik Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 102

10. Karakteristik responden produsen pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 106

11. Karakteristik responden pedagang pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 109

12. Penerapan fungsi manajemen pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari. 111

13. Pengadaan bahan baku di Agroindustri Toga Sari dan Mekar Sari 117

14. Kebutuhan dan biaya bahan bakar per bulan pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 124

15. Kebutuhan dan biaya plastik per pembungkus per bulan pada

Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 126

16. Kebutuhan dan biaya sablon serta perbanyak logo per bulan pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 127

17. Kebutuhan dan biaya lilin per bulan pada Agroindustri Mekar Sari 129

18. Biaya penyusutan peralatan pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 131

19. Rata-rata penggunaan tenaga kerja dan upah tenaga kerja per bulan pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 133

20. Penggolongan bulan berdasarkan jumlah produksi pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 145

21. Analisis pendapatan rata-rata per bulan dan per modal kerja pada Agroindustri Toga Sari 148

22. Analisis pendapatan rata-rata per bulan dan per modal kerja pada Agroindustri Mekar Sari 149

23. Analisis nilai tambah rata-rata per bulan dan per jumlah produksi pada Agroindustri Toga Sari 153

24. Analisis nilai tambah rata-rata per tahun dan per jumlah produksi pada agroindustri Mekar Sari 154

25. Komponen-komponen yang berkaitan dengan produk beras siger pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 161

26. Komponen-komponen yang berkaitan dengan harga beras siger pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 164

27. Komponen-komponen yang berkaitan dengan tempat pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 166

28. Marjin pemasaran pada setiap saluran distribusi di Agroindustri Toga Sari 174

29. Marjin pemasaran pada setiap saluran distribusi di Agroindustri Mekar Sari 174

30. Ketersediaan jasa layanan pendukung di sekitar lokasi Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 176

31. Identitas produsen agroindustri beras siger di Kabupaten Tulang Bawang dan Kota Metro 196

32. Identitas pedagang beras siger di Kabupaten Tulang Bawang dan Kota Metro 196

33. Biaya investasi dan depresiasi peralatan Agroindustri Toga Sari.... 197

34. Biaya investasi dan depresiasi peralatan Agroindustri Mekar Sari 197

35. Biaya sarana produksi beras siger di Agroindustri Toga Sari..... 198

36. Biaya sarana produksi beras siger di Agroindustri Mekar Sari 199

37. Tenaga kerja pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 200

38. Biaya produksi beras siger Agroindustri Toga Sari 201

39. Biaya produksi per kategori produksi beras siger Agroindustri Toga Sari 202

40. Biaya produksi beras siger Agroindustri Mekar Sari..... 203

41. Biaya produksi per jumlah kategori beras siger Agroindustri Mekar Sari 203

42. Penerimaan Agroindustri Toga Sari..... 204

43. Penerimaan Agroindustri Toga Sari berdasarkan kategori produksi..... 205

44. Penerimaan Agroindustri Mekar Sari 205

45. Penerimaan Agroindustri Mekar Sari berdasarkan kategori produksi..... 206

46. Sumbangan input lain beras siger Agroindustri Toga Sari..... 206

47. Sumbangan input lain beras siger Agroindustri Mekar Sari 208

48. Marjin pemasaran pada setiap saluran distribusi di Agroindustri Toga Sari..... 210

49. Marjin pemasaran pada setiap saluran distribusi di Agroindustri Mekar Sari..... 210

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

1. Perbandingan komposisi gizi beras, gaplek, dan beras siger per 100 gram bahan yang dapat dimakan..... 7

2. Diagram alir proses pembuatan beras siger 18

3. Sistem Agribisnis 20

4. Kerangka pemikiran keragaan agroindustri beras siger di Provinsi Lampung 66

5. Kecamatan di Kabupaten Tulang Bawang beserta luas wilayahnya (km^2) 86

6. Jumlah penduduk (jiwa) di Kabupaten Tulang Bawang berdasarkan kecamatan 88

7. Kecamatan di Kota Metro beserta luas wilayahnya (km^2)..... 91

8. Jumlah penduduk (jiwa) di Kota Metro berdasarkan kecamatan..... 92

9. Desa di Kecamatan Penawartama beserta luas wilayahnya (ha) 95

10. Struktur organisasi Agroindustri Toga Sari 103

11. Struktur organisasi Agroindustri Mekar Sari 104

12. Ubi kayu yang sudah dikupas dan dicuci pada Agroindustri Toga Sari 135

13. Ubi kayu yang telah dipotong menjadi *chips* dan dikeringkan..... 137

14. Kegiatan penggilingan ubi kayu menggunakan mesin giling tepung pada Agroindustri Toga Sari 138

15. Ubi kayu dan gaplek yang telah dibentuk menjadi granula. 139

16. Kegiatan pengemasan beras siger pada Agroindustri Toga Sari..... 141

17. Diagram alir pembuatan beras siger pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 142

18. Produksi beras siger (kg) pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari 144

19. Jumlah produksi rata-rata berdasarkan produksi rendah, produksi sedang, dan produksi tinggi pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari. 146

20. Produk beras siger pada Agroindustri Toga Sari 163

21. Produk beras siger pada Agroindustri Mekar Sari 163

22. Lokasi penjualan beras siger Agroindustri Toga Sari 167

23. Lokasi penjualan beras siger Agroindustri Mekar Sari..... 167

24. Rantai pemasaran produk beras siger pada Agroindustri Toga Sari 170

25. Rantai pemasaran produk beras siger pada Agroindustri Mekar Sari 170

26. Bank yang terdapat di sekitar lokasi Agroindustri Toga Sari 178

27. Bank yang terdapat di sekitar lokasi Agroindustri Mekar Sari..... 178

28. Lembaga penyuluhan di sekitar lokasi Agroindustri Toga Sari..... 180

29. Lembaga penyuluhan di sekitar lokasi Agroindustri Mekar Sari ... 180

30. Sarana transportasi yang terdapat pada Agroindustri Toga Sari..... 181

31. Sarana transportasi yang terdapat pada Agroindustri Mekar Sari.... 182

32. Infrastruktur jalan di sekitar lokasi Agroindustri Toga Sari 182

33. Infrastruktur jalan di sekitar lokasi Agroindustri Mekar Sari 183

34. Kantor Badan Ketahanan Pangan Kabupaten Tulang Bawang..... 184

35. Kantor Badan Ketahanan Pangan Kota Metro 185

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus terpenuhi setiap hari. Hal ini dikarenakan pangan merupakan salah satu kebutuhan primer yang dapat menjadi sumber energi bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Masyarakat selalu berusaha memenuhi kebutuhan pangannya dengan mengkonsumsi makanan yang sehat dan bergizi untuk mencapai kondisi ketahanan pangan. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Pasal I tentang Pangan menyatakan bahwa ketahanan pangan adalah kondisi terpenuhinya pangan bagi negara sampai dengan perseorangan, yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, merata, dan terjangkau serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat, untuk dapat hidup sehat, aktif, dan produktif secara berkelanjutan (Badan Ketahanan Pangan, 2013).

Namun, pada kenyataannya saat ini masyarakat di Indonesia umumnya dan di Provinsi Lampung khususnya belum mampu mencapai kondisi ketahanan pangan dikarenakan tiga komponen utama ketahanan pangan yaitu ketersediaan, akses, dan pemanfaatan pangan belum memadai. Dilihat dari sisi ketersediaan pangan, maka dapat dikatakan bahwa ketersediaan pangan

terutama pangan pokok beras cenderung rendah. Hal ini berbanding terbalik dengan kebutuhan masyarakat akan pangan pokok yang tinggi. Ketersediaan pangan yang cenderung rendah dapat disebabkan oleh dua faktor yaitu ketergantungan masyarakat yang tinggi dalam mengkonsumsi beras sebagai bahan makanan pokok dan laju pertumbuhan penduduk yang tinggi.

Ketergantungan masyarakat tersebut dikarenakan adanya persepsi masyarakat yang menganggap bahwa beras merupakan satu-satunya bahan pokok yang mengandung karbohidrat paling tinggi. Selain itu, kebiasaan mengkonsumsi beras sejak kecil juga menjadi alasan akan ketergantungan masyarakat terhadap beras. Ketergantungan yang tinggi terhadap beras ini dapat dilihat dari kecenderungan masyarakat yang tinggi dalam mengkonsumsi beras per kapita sehari dibandingkan dengan produk pangan lainnya yang terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rata-rata konsumsi dan ketersediaan bahan makanan per kapita sehari (2008-2010)

Kelompok Makanan	**Rata-rata Konsumsi Kalori per Kapita Sehari Menurut Kelompok Makanan (KKal)**			**Rata-rata Ketersediaan Kalori per Kapita Sehari Menurut Kelompok Makanan (KKal)**		
	Tahun 2008	**Tahun 2009**	**Tahun 2010**	**Tahun 2008**	**Tahun 2009**	**Tahun 2010**
Padi-padian	**968,48**	**939,99**	**927,05**	**44,60**	**46,20**	**48,56**
Umbi-umbian	52,75	39,97	37,05	1,56	1,64	2,04
Ikan	47,64	43,52	45,34	4,80	5,20	6,12
Daging	38,60	35,72	41,14	13,80	13,84	14,76
Telur dan susu	53,60	51,59	56,20	9,88	10,44	11,32
Sayur-sayuran	45,46	38,95	38,72	2,48	2,68	2,60
Kacang-kacangan	60,58	55,94	56,19	56,32	57,52	81,56
Buah-buahan	48,01	39,04	40,91	2,16	2,28	1,92
Minyak dan lemak	239,30	228,35	233,39	162,12	84,52	219,08
Jumlah	1.554,42	1.473,07	1.475,99	297,72	224,32	387,96

Sumber : Data Badan Pusat Statistik (BPS), 2011

Terlihat pada Tabel 1, bahwa beras atau padi-padian merupakan produk pangan yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Namun, dapat dilihat pula bahwa tingginya konsumsi beras tersebut tidak didukung dengan ketersediaan padi dalam kurun waktu tiga tahun terakhir yang cenderung rendah. Faktor lain yang menyebabkan ketersediaan pangan berupa beras rendah adalah tingginya laju pertumbuhan penduduk. Teori Malthus dalam (Mantra, 2003) mengatakan bahwa ketersediaan pangan tidak dapat memenuhi kebutuhan penduduk yang ada dikarenakan pertumbuhan penduduk diukur dengan menggunakan deret ukur, sedangkan ketersediaan pangan diukur dengan menggunakan deret hitung. Artinya, pertumbuhan penduduk akan terus semakin meningkat tanpa diikuti peningkatan yang berarti dari ketersediaan pangan terutama bahan pangan pokok seperti beras.

Laju pertumbuhan penduduk juga dapat mengakibatkan adanya alih fungsi lahan pertanian. Alih fungsi lahan pertanian merupakan kegiatan yang sengaja dilakukan oleh manusia untuk mengubah lahan pertanian menjadi lahan perkantoran, lahan pemukiman, kawasan industri, lahan perkebunan dan lainnya. Adanya alih fungsi lahan ini tentu mengakibatkan terjadinya penurunan pada jumlah lahan yang dapat ditanami dan hasil produksi tanaman pangan seperti beras di beberapa daerah. Penurunan produksi dan produktivitas pangan beras di beberapa daerah tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas lahan, produksi, dan produktivitas padi di Sumatera (2010-2012)

Propinsi	Padi					
	Produksi (ton)			Produktivitas (kuintal/hektar)		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Aceh	1.582.393,00	1.772.962,00	1.788.738,00	44,92	46,57	46,12
Sumatera Utara	3.582.302,00	3.607.403,00	3.715.514,00	47,47	47,62	48,56
Sumatera Barat	2.211.248,00	2.279.602,00	2.368.390,00	48,02	49,37	49,71
Riau	574.864,00	535.788,00	512.152,00	36,83	36,89	35,56
Jambi	628.828,00	646.641,00	625.164,00	40,86	41,07	41,85
Sumatera Selatan	3.272.451,00	3.384.670,00	3.295.247,00	42,53	43,13	42,81
Bengkulu	516.869,00	502.552,00	581.910,00	38,68	39,28	40,29
Lampung	**2.807.676,00**	**2.940.795,00**	**3.101.455,00**	**47,54**	**48,45**	**48,32**
Kep. Bangka Belitung	22.259,00	15.211,00	22.395,00	27,21	28,71	28,01
Kep. Riau	1.246,00	1.223,00	1.323,00	31,46	31,60	34,63

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2011.

Berdasarkan data di Tabel 2, dapat dilihat bahwa terdapat beberapa daerah yang tidak mengalami penurunan produksi dan produktivitas seperti di Provinsi Lampung. Akan tetapi, meskipun produksi dan produktivitas padi di Provinsi Lampung tidak mengalami penurunan, ketersediaan beras dapat dikatakan masih rendah. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa pelaku curang yang sengaja menimbun beras dalam jumlah tertentu dan kemudian dijual ke beberapa daerah lain yang mengalami kekurangan stok beras akibat adanya alih fungsi lahan dengan harga yang lebih tinggi. Oleh karena itu, meskipun produksi padi di Provinsi Lampung cenderung meningkat tetapi kebutuhan masyarakat akan pangan beras belum dapat terpenuhi dengan baik akibat dampak alih fungsi lahan tersebut (Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung, 2015a).

Dilihat dari komponen ketahanan pangan lainnya yaitu akses pangan, dapat diketahui bahwa ketersediaan pangan pokok berupa beras belum dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Hal ini terlihat dari permintaan beras yang belum dapat terpenuhi dengan jumlah produksi beras yang ada. Oleh karena itu, perlu adanya pemanfaatan pangan dengan melakukan diversifikasi pangan atau penganekaragaman produk pangan alternatif beras agar kondisi ketahanan pangan dapat tercapai.

Diversifikasi pangan merupakan proses pengembangan produk pangan yang tidak tergantung kepada satu jenis pangan saja tetapi memanfaatkan bermacam-macam pangan dalam upaya untuk memperbaiki mutu gizi masyarakat. Diversifikasi konsumsi pangan pada dasarnya memperluas pilihan masyarakat dalam kegiatan konsumsi sesuai dengan cita rasa yang diinginkan dan menghindari kebosanan serta untuk mendapatkan pangan dan gizi agar dapat hidup sehat dan aktif (Ariani, 2008).

Salah satu bentuk diversifikasi pangan adalah dengan pemanfaatan ubi kayu sebagai alternatif pengganti beras. Hal ini dilakukan agar masyarakat tidak terlalu bergantung dengan mengkonsumsi beras karena konsumsi beras dapat digantikan dengan produk pangan lainnya. Ubi kayu dapat dijadikan alternatif pengganti beras dikarenakan ubi kayu memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi. Data kandungan gizi ubi kayu dapat dilihat pada Tabel 3.

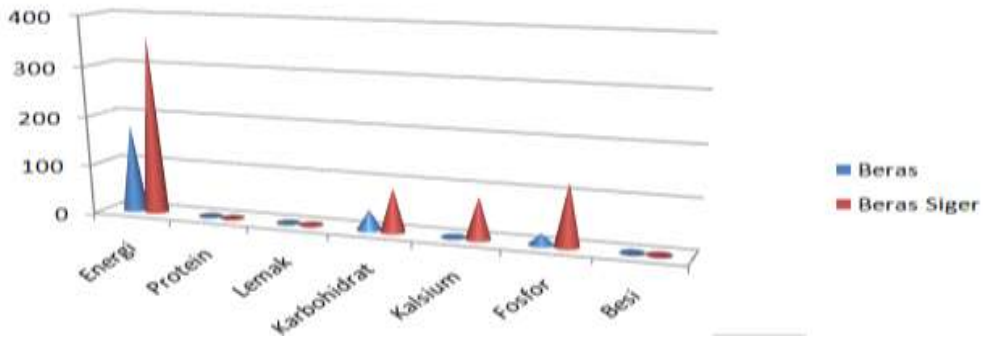
Tabel 3. Sumber nutrisi di dalam beras dan makanan lokal

No.	Komponen	Satuan	Jagung biasa	Jagung manis	**Ubi kayu**	Beras	Ubi jalar
1	Energi	Kalori	129,00	96,00	**157,00**	365,00	123,00
2	Protein	Gram	4,10	3,50	**0,80**	5,20	1,80
3	Lemak	Gram	1,30	1,00	**0,30**	0,70	0,70
4	Karbohidrat	Gram	30,30	22,80	**34,90**	79,90	27,90
5	Kalsium	Miligram	5,00	3,00	**33,00**	5,00	30,00
6	Fosfor	Miligram	108,00	111,00	**40,00**	11,62	49,00
7	Besi	Miligram	1,10	0,70	**0,70**	0,10	0,70
8	Vitamin A	SI	117,00	400,00	**48,00**	11,00	777,00
9	Vitamin B	Miligram	0,18	0,15	**0,06**	0,07	0,09
10	Vitamin C	Miligram	9,00	12,00	**30,00**	49,00	22,00

Sumber : Direktorat Gizi dan Depkes, 2012 dalam Permatasari, 2013.

Ubi kayu dapat dijadikan alternatif pangan bukan hanya karena memiliki kandungan gizi yang baik, melainkan juga memiliki ketersediaan yang banyak di beberapa daerah termasuk di Provinsi Lampung. Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah yang memiliki jumlah produksi ubi kayu tertinggi di Indonesia, sehingga Provinsi Lampung terkenal sebagai daerah utama penghasil ubi kayu (BPS, 2011).

Salah satu produk pangan dari ubi kayu yang dapat dijadikan alternatif pangan adalah beras siger. Beras siger adalah makanan tradisional, yang berasal dari ubi kayu, yang mengalami pengolahan sehingga berbentuk butiran-butiran seperti beras. Alasan mengapa beras siger dijadikan pilihan sebagai alternatif pengganti beras dikarenakan ukuran butiran beras siger dibuat menyerupai ukuran beras pada umumnya dan komposisi zat gizi beras siger cukup baik yang terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Perbandingan komposisi gizi beras, gaplek, dan beras siger per 100 gram bahan yang dapat dimakan

Sumber : Hendaris, 2013

Ukuran butiran beras siger yang dibuat menyerupai ukuran beras dimaksudkan agar psikologi masyarakat saat mengonsumsi beras siger sama dengan saat mengonsumsi nasi. Tidak hanya itu, tekstur kepulenan beras siger hampir menyerupai kepulenan nasi, bahkan lebih kenyal dibandingkan nasi. Adanya beras siger ini diharapkan mampu mengubah persepsi masyarakat dalam menjadikan beras sebagai bahan makanan pokok utama yang dapat dikonsumsi (Halim, 2012 dalam Novia, 2013).

Pemanfaatan beras siger dalam upaya diversifikasi produk pangan ditentukan oleh keragaan atau *performance* agroindustri. Keragaan agroindustri melibatkan tiga kegiatan utama yaitu kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan dan kegiatan pemasaran. Ketiga kegiatan utama dalam agroindustri tersebut didukung oleh jasa layanan pendukung. Kegiatan pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang sangat penting pada suatu agroindustri, termasuk agroindustri beras siger. Hal ini dikarenakan bahan baku merupakan faktor utama dalam pembuatan suatu produk pada agroindustri. Oleh karena itu, kegiatan pengadaan bahan baku perlu

diperhatikan dengan baik agar kegiatan lain di agroindustri tersebut tidak terhambat. Selain itu, bahan baku yang digunakan pada agroindustri beras siger ini merupakan salah satu produk pertanian yang memiliki karakteristik khusus yaitu bersifat musiman, mudah rusak, memiliki harga yang berfluktuasi, dan lainnya (Hasyim, 2012).

Adanya karakteristik produk pertanian pada bahan baku pembuatan beras siger tersebut, tentunya harus diatasi dengan manajemen yang tepat oleh pihak agroindustri. Kegiatan pengadaan bahan baku yang tepat adalah kegiatan pengadaan bahan baku yang sesuai dengan konsep enam tepat. Konsep enam tepat terdiri dari tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga. Adanya penerapan konsep enam tepat pada agroindustri beras siger diharapkan dapat memperlancar kegiatan pengadaan bahan baku yang memiliki karakteristik khusus serta meminimalisirkan masalah-masalah yang terkait dengan pengadaan bahan baku.

Kegiatan pengolahan merupakan kegiatan yang tidak kalah penting dengan kegiatan pengadaan bahan baku. Hal ini dikarenakan kegiatan pengolahan dapat memberikan keuntungan bagi pihak agroindustri beras siger. Keuntungan dari kegiatan pengolahan tersebut antara lain adalah: 1) untuk meningkatkan nilai tambah produk, 2) menghasilkan produk yang dapat dipasarkan, dapat digunakan atau dapat dimakan, 3) meningkatkan daya simpan, serta 4) menambah pendapatan dan keuntungan bagi produsen (petani) (Soekartawi, 2000). Apabila kegiatan pengolahan bahan baku

dilakukan dengan baik, maka hasil produksi akan tinggi dan sesuai dengan target, sehingga nilai tambah dan pendapatan yang diperoleh agroindustri juga tinggi.

Agroindustri beras siger memiliki prospek dan potensi pengembangan yang baik untuk melakukan kegiatan pengolahan bila dilihat dari ketersediaan bahan bakunya yang banyak di Provinsi Lampung (BPS, 2011). Selain itu, berdasarkan hasil penelitian (Novia, 2013) adanya agroindustri beras siger tersebut memberikan sejumlah pendapatan yang cukup besar dan nilai tambah yang positif bagi produsen. Oleh karena itu, pada penelitian ini juga akan dianalisis seberapa besar jumlah pendapatan dan nilai tambah yang dihasilkan oleh beras siger tersebut apakah lebih besar atau lebih kecil dibandingkan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Novia, 2013).

Kegiatan pemasaran dilakukan untuk memperkenalkan produk beras siger kepada masyarakat luas sehingga masyarakat dapat mengkonsumsi beras siger sebagai salah satu produk diversifikasi pangan. Kegiatan pemasaran pada agroindustri beras siger dapat didukung dengan adanya penerapan bauran pemasaran yang melibatkan konsep 4P (*product*, *price*, *place*, dan *promotion*). Adanya penerapan bauran pemasaran dengan mengkombinasikan komponen 4P tersebut diharapkan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian (Hasyim, 1996). Oleh karena itu, suatu agroindustri beras siger harus mampu mengkombinasikan komponen 4P dengan baik agar dapat memperoleh keuntungan maksimal.

Berdasarkan hasil penelitian (Anggraini, 2013), sistem pemasaran ubi kayu sebagai bahan baku pembuatan beras siger sudah efisien dilihat dari pangsa produsennya yang sudah lebih dari 80%. Hal ini tentu dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk melihat bagaimana sistem pemasaran beras siger sebagai salah satu produk olahan ubi kayu apakah juga sudah efisien atau belum. Menurut (Hasyim, 2012) efisiensi pemasaran produk pertanian dipengaruhi oleh panjang pendeknya saluran distribusi yang dapat dilihat dari marjin pemasaran. Oleh karena itu pada penelitian ini akan dianalisis bagaimana sistem pemasaran beras siger dilihat dari rantai dan marjin pemasaran.

Ketiga kegiatan utama pada agroindustri beras siger tersebut tentu akan semakin efektif apabila didukung dengan adanya peran jasa layanan pendukung. Jasa layanan pendukung terdiri dari lembaga keuangan, lembaga penelitian, lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, teknologi informasi dan komunikasi, serta asuransi. Adanya peran jasa layanan pendukung terhadap suatu agroindustri beras siger harus dimanfaatkan dengan baik agar menghasilkan dampak yang positif. Akan tetapi, saat ini tidak semua jenis jasa layanan pendukung telah dimanfaatkan oleh agroindustri beras siger dikarenakan beberapa alasan tertentu. Keragaan agroindustri beras siger tidak hanya dipengaruhi oleh ketiga kegiatan utama dan peran jasa layanan pendukung tersebut, melainkan juga dipengaruhi oleh besar kecilnya skala usaha agroindustri. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Keragaan Agroindustri Beras Siger di Provinsi Lampung”.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

1) Bagaimana sistem pengadaan bahan baku yang sesuai dengan enam tepat pada Agroindustri Beras Siger di Provinsi Lampung.
2) Bagaimana kegiatan pengolahan dalam menghasilkan pendapatan dan nilai tambah produk pada Agroindustri Beras Siger di Provinsi Lampung.
3) Bagaimana bauran pemasaran, rantai pemasaran, dan marjin pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk beras siger pada Agroindustri Beras Siger di Provinsi Lampung.
4) Bagaimana peranan jasa layanan pendukung terhadap Agroindustri Beras Siger di Provinsi Lampung.

C. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Mengetahui proses pengadaan bahan baku yang sesuai dengan enam tepat pada Agroindustri Beras Siger di Provinsi Lampung.
2) Menganalisis kegiatan pengolahan dalam menghasilkan pendapatan dan nilai tambah produk pada Agroindustri Beras Siger di Provinsi Lampung.
3) Mengetahui bauran pemasaran, rantai pemasaran, dan marjin pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk beras siger pada Agroindustri Beras Siger di Provinsi Lampung.
4) Mengetahui peranan jasa layanan pendukung terhadap Agroindustri Beras Siger di Provinsi Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1) Bahan informasi bagi pengusaha agroindustri dalam mengembangkan produknya dan meningkatkan nilai tambah.
2) Bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam mengambil keputusan terkait dengan pengembangan dan keragaan agroindustri beras siger.
3) Bahan informasi dan pembanding bagi peneliti lain yang berhubungan dengan masalah-masalah relevan dalam penelitian ini.

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 dengan usia simpan hingga satu tahun. 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, 2012 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 mengkonsumsi 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. 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. Sebagai makanan pokok, kandungan karbohidrat beras siger matang setara bahkan lebih tinggi dari nasi (Rachmawati, 2010).

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 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. Pengelupasan umbi ubi kayu yang masih segar relatif lebih mudah, namun pengelupasan dapat menyebabkan umbi tidak terlalu mulus. Pengelupasan akan optimal jika kulit umbi agak layu (tidak basah) tetapi umbi masih segar. Pada kondisi tersebut kulit cukup liat sehingga pada saat dikelupas seluruh kulit dapat terpisahkan.

b) Pengirisan dalam bentuk chips

   Pengirisan dalam bentuk chips dilakukan agar dalam proses pengeringan nanti bisa 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. Pencacahan dengan mesin pemotong relatif lebih praktis dan menghasilkan kualitas yang lebih baik (lebih seragam dan tipis).

c) Perendaman dan penirisan

Ubi kayu yang telah dibentuk menjadi *chips* direndam selama dua hingga tiga hari. Perendaman dilakukan agar tekstur ubi kayu tidak keras sehingga mempermudah proses pembuatan beras siger. Selama proses perendaman diperlukan air yang cukup banyak karena air rendaman sebaiknya diganti secara terus menerus. Ubi kayu yang telah direndam selanjutnya ditiriskan agar mengurangi kadar air yang terkandung pada ubi kayu.

d) Pengeringan

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. Pengeringan bertujuan untuk mengurangi kadar air umbi yang dapat menyebabkan fermentasi dan pembusukan. Kadar air yang aman dari serangan jamur atau cendawan yaitu sekitar kurang lebih 13-14%. Penjemuran dilakukan di lantai yang bergelombang untuk mengefisienkan waktu, dengan

intensitas cahaya yang tinggi. Jika pada saat penjemuran ubi kayu mengalami gangguan, maka akan mempengaruhi warna gaplek yang biasanya berwarna coklat kekuningan bisa menjadi berwarna hitam.

e) Penepungan

Setelah proses pengeringan, gaplek *chips* yang telah kering diolah menjadi tepung gaplek atau tepung ubi kayu. Tepung gaplek merupakan tepung yang akan diolah menjadi beras siger. Penepungan dilakukan secara manual dengan cara ditumbuk atau menggunakan *hammer mill*.

f) Pembentukan butiran

Ubi kayu yang telah diolah menjadi tepung halus gaplek diberi tambahan air. Pemberian air dimaksudkan untuk membentuk tepung gaplek menjafi butiran-butiran menyerupai beras. Proses pembentukan butiran dilakukan secara manual dengan mengayak tepung gaplek menggunakan ayakan yang berlubang. Dalam pembentukan butiran, dapat ditambahkan tepung jika hasil gilingan dianggap terlalu lembek. Pembentukan butiran ini jika dilakukan lebih lama beras siger yang akan dihasilkan nanti akan lebih kenyal.

g) 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 jika panas yang dibutuhkan cukup atau dapat

menggunakan mesin pengering. Kadar air dikurangi agar tidak terjadi serangan jamur atau cendawan.

h) 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 didinginkan terlebih dahulu agar kemudian dapat dibentuk menjadi butiran-butiran kembali.

i) Pengeringan setelah pengukusan

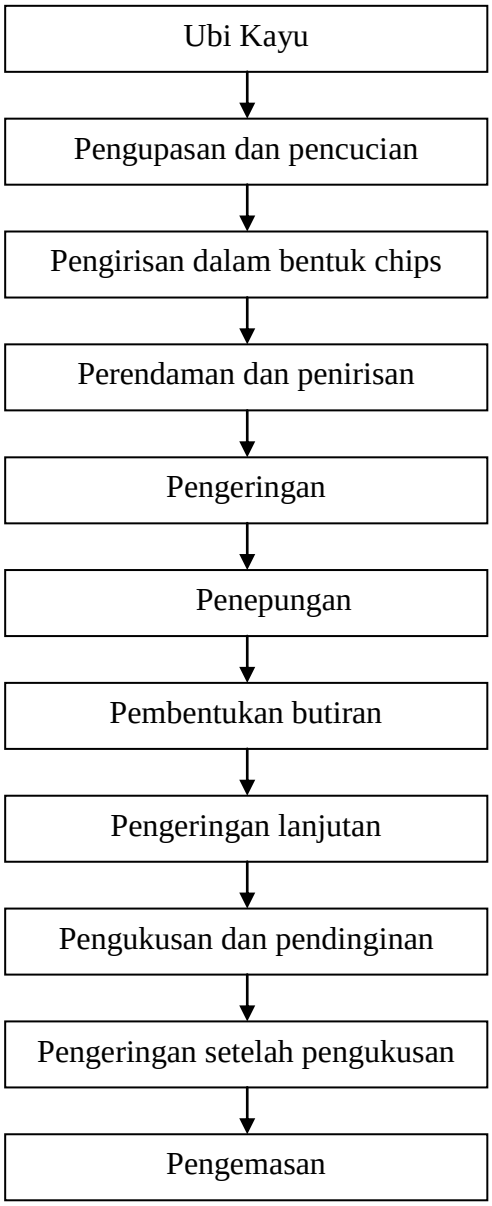
Setelah dilakukan pendinginan dan pemisahan butiran yang menggumpal, selanjutnya dilakukan pengeringan setelah pengukusan. Pengeringan kali ini dimaksudkan untuk mengeringkan butiran agar nantinya beras siger mempunyai daya simpan yang lama. Pada saat pengeringan dilakukan pemisahan kembali butiran-butiran yang masih menggumpal. Pengeringan dapat dilakukan dengan cara penjemuran langsung atau menggunakan mesin pengering.

j) 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 (Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung, 2012).

Tahapan-tahapan pembuatan beras siger tersebut dapat diilustrasikan pada Gambar 2.



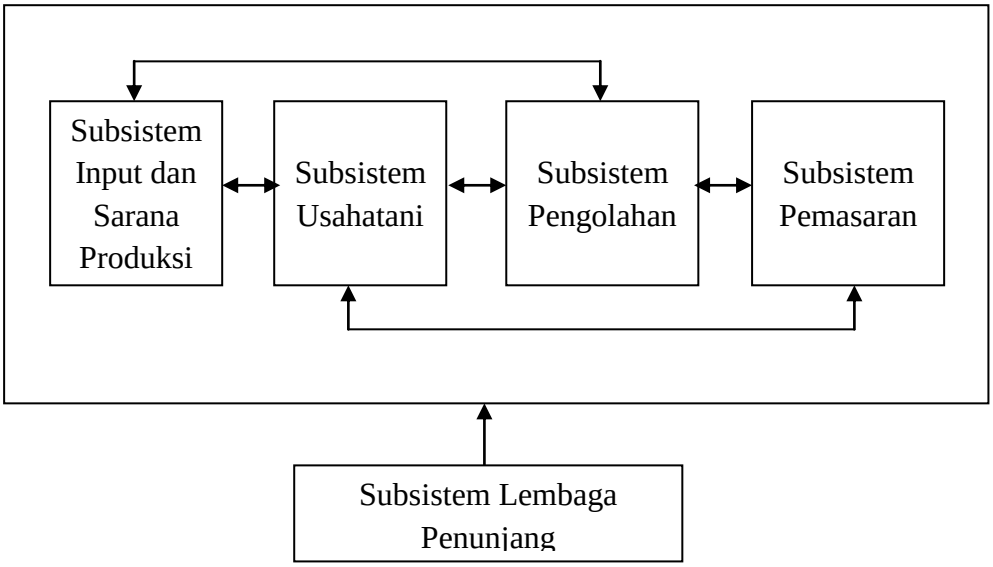
Gambar 2. Diagram alir proses pembuatan beras siger
Sumber : Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung, 2012.

2. Konsep Agribisnis dan Agroindustri

Agribisnis adalah suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil, dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas, yang dimaksud dengan ada hubungan dengan pertanian dalam arti luas adalah kegiatan usaha yang menunjang kegiatan pertanian dan kegiatan usaha yang ditunjang oleh kegiatan pertanian (Soekartawi, 2000).

Agribisnis adalah kegiatan ekonomi yang berhulu pada bidang pertanian yang mencakup semua kegiatan mulai dari pengadaan dan penyaluran sarana produksi, hingga pada tataniaga produk pertanian yang dihasilkan dari usahatani. Agribisnis dapat dibagi menjadi tiga sektor yang saling tergantung secara ekonomis, yaitu sektor masukan (*input*), produksi (*farm*), dan sektor keluaran (*output*). Sektor masukan menyediakan bekal bagi para pengusaha tani untuk dapat memproduksi hasil tanaman dan ternak. Termasuk dalam sektor masukan adalah bibit, pupuk, bahan kimia, mesin pertanian, bahan bakar, dan banyak perbekalan lainnya. Sektor usahatani merupakan sektor yang memproduksi hasil tanaman dan hasil ternak, yang kemudian diproses dan disebarkan pada konsumen akhir oleh sektor keluaran (*output*). Sistem agribisnis terdiri dari lima subsistem, yaitu: 1) subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi pertanian, 2) subsistem usahatani, 3) subsistem pengolahan hasil pertanian (agroindustri), 4) subsistem pemasaran dan 5) subsistem lembaga penunjang (Downey dan Erickson, 1989).

Sistem agribisnis merupakan kesatuan kinerja agribisnis yang terdiri dari lima subsistem. Kelima subsistem tersebut memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain. Keterkaitan antar subsistem tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Sistem Agribisnis
Sumber : Sutawi, 2002 dalam Pustika, 2007

Agroindustri merupakan bagian atau subsistem dari sistem agribisnis yang memproses atau mengolah dan mentransformasikan produk mentah hasil pertanian menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, yang dapat langsung dikonsumsi atau digunakan dalam proses produksi.
Agroindustri terdiri dari dua suku kata, yaitu agro yang berasal dari kata *agriculture* yang berarti pertanian dan industri. Agroindustri merupakan industri bahan baku dari produk pertanian (Soekartawi, 2000).

Pengertian agroindustri dapat diartikan dalam dua hal, yaitu pertama, agroindustri adalah industri yang usaha utamanya dari produk pertanian.

Studi agroindustri pada konteks ini adalah menekankan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan yang bahan bakunya adalah produk pertanian. Arti yang kedua adalah bahwa agroindustri itu diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri (Soekartawi, 2000).

Agroindustri merupakan suatu kegiatan atau usaha yang mengolah bahan baku yang berasal dari tanaman atau hewan melalui proses transformasi dengan menggunakan perlakuan fisik dan kimia, penyimpanan, pengemasan, serta distribusi. Ciri penting dari agroindustri adalah kegiatannya tidak tergantung musim, membutuhkan manajemen usaha yang moderen, pencapaian skala usaha yang optimal dan efisien, serta mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi (Zakaria, 2007).

Ditinjau berdasarkan lokasi kegiatannya, agroindustri dapat berlangsung pada tiga tempat, yaitu:

a) Dalam rumah tangga yang dilakukan oleh anggota rumah tangga petani penghasil bahan baku.
b) Dalam bangunan yang terpisah dari tempat tinggal tetapi masih dalam satu pekarangan dengan menggunakan bahan baku yang dibeli di pasar dan menggunakan tenaga kerja dalam keluarga.
c) Dalam perusahaan kecil, sedang, maupun besar yang menggunakan buruh upahan modal yang lebih intensif (Soekartawi, 2000).

Komponen agroindustri terdiri dari :

a) Bahan mentah dan bahan pembantu. Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam pengadaan bahan mentah dan bahan pembantu adalah kontinuitas, kualitas, kuantitas, dan harga.
b) Tenaga kerja. Faktor yang harus diperhatikan adalah kualifikasi atau keterampilan dan upah.
c) Modal. Faktor yang harus diperhatikan dalam memperoleh modal adalah kemudahan, tingkat bunga, dan ketersediannya.
d) Manajemen dan teknologi, meliputi tenaga manajemen yang memadai, kontrol kualitas, dan ketersediaan teknologi yang sesuai.
e) Fasilitas penunjang, meliputi penelitian dan pengembangan, sistem informatika, dan infrastruktur (Muelgini, dkk, 1993 dalam Hidayatullah, 2004).

Berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan, industri dapat dibedakan menjadi:

a) Industri rumah tangga, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari empat orang. Ciri industri ini memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya. Misalnya: industri anyaman, industri kerajinan, industri tempe atau tahu, dan industri makanan ringan.
b) Industri kecil, yaitu industri yang tenaga kerjanya berjumlah sekitar 5 sampai 19 orang. Ciri industri kecil adalah memiliki modal yang

relatif kecil, tenaga kerjanya berasal dari lingkungan sekitar atau masih ada hubungan saudara. Misalnya: industri genteng, industri batu bata, dan industri pengolahan rotan.

c) Industri sedang, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja sekitar 20 sampai 90 orang. Ciri industri sedang adalah memiliki modal yang cukup besar, tenaga kerja memiliki keterampilan tertentu, dan pimpinan perusahaan memiliki kemampuan manajerial tertentu. Misalnya: industri konveksi, industri bordir, industri makanan dan industri keramik.

d) Industri besar, yaitu industri dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang. Ciri industri besar adalah memiliki modal besar yang dihimpun secara kolektif dalam bentuk pemilikan saham, tenaga kerja harus memiliki keterampilan khusus, dan pimpinan perusahaan dipilih melalui uji kemampuan dan kelayakan (*fit and profer test*). Misalnya: industri tekstil, industri mobil, industri besi baja, dan industri pesawat terbang (Sajo, 2009).

Adanya proses pengolahan hasil pertanian (agroindustri) diharapkan dapat meningkatkan daya saing di bidang industri terutama pada produk-produk yang menjadi komoditas unggulan. Tidak hanya itu, diharapkan dapat menimbulkan *multiplier efek* dari pengembangan agroindustri meliputi semua industri dari hulu sampai pada industri hilir. Hal ini disebabkan oleh karakteristik dari agroindustri yang memiliki kelebihan dibandingkan dengan industri lainnya, antara lain: (a) memiliki keterkaitan yang kuat baik dari industri hulunya sampai ke industri

hilirnya, (b) menggunakan sumberdaya alam yang ada (lokal) dan dapat diperbaharui, (c) mampu memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif, baik di pasar internasional maupun di pasar domestik, (d) dapat menampung tenaga kerja dalam jumlah besar, (e) produk agroindustri pada umumnya bersifat cukup elastis sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat yang berdampak semakin luasnya pasar khususnya pasar domestik (Bantacut, 2002).

Agroindustri beras siger merupakan salah satu agroindustri skala kecil dengan jumlah tenaga kerja yang sedikit dan berasal dari lingkungan sekitar serta jumlah modal yang relatif terbatas. Tidak hanya itu, peralatan yang digunakan pada agroindustri beras siger ini masih terbilang tradisional dan standar, hanya beberapa peralatan pada agroindustri tertentu yang sudah terbilang moderen. Terdapat tiga kegiatan utama dalam agroindustri beras siger ini, yaitu kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan, dan kegiatan pemasaran. Ketiga kegiatan tersebut akan menjadi lebih efektif karena adanya peran jasa layanan pendukung.

3. Pengadaan Bahan Baku

Bahan baku yaitu barang-barang berwujud yang digunakan dalam proses produksi yang mana dapat diperoleh dari sumber-sumber alam ataupun dibeli dari *supplier* atau perusahaan yang menghasilkan bahan baku bagi perusahaan pabrik yang menggunakannya (Assauri, 1999).

Pengadaan bahan baku berfungsi menyediakan bahan baku dalam jumlah yang tepat, mutu yang baik, dan tersedia secara berkesinambungan dengan biaya yang layak dan terorganisasi dengan baik. Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi untuk mencapai tujuan tertentu, sedangkan biaya produksi adalah biaya yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi bahan jadi. Biaya terbesar dalam proses pengolahan umumnya adalah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku. Oleh karena itu, perhatian terhadap perhitungan dan pengendalian biaya dalam pengadaan bahan baku merupakan hal sangat penting. Kekurangan bahan baku atau ketersediaan bahan baku yang tidak kontinyu akan berakibat pada sistem kerja yang tidak efektif dan efisien, dan menurunnya mutu bahan baku akan menurunkan mutu produk olahannya. Oleh karena itu, pengadaan bahan baku bagi industri yang mengolah produk pertanian harus terorganisir dengan baik (Mulyadi, 1990).

Terdapat lima faktor penting yang perlu diperhatikan dalam sistem pengadaan bahan baku agar kegiatan pengolahan berjalan dengan lancar, yaitu:

a) Jumlah yang tepat. Masalah yang dihadapi adalah bahwa pabrik bekerja jauh di bawah kapasitas produksi terpasang, karena kekurangan bahan baku. Pengkajian faktor penentu produksi bahan baku dan penggunaan lain dari bahan baku tersebut perlu perhatian khusus. Faktor yang menentukan produksi bahan baku adalah luas lahan dan produktivitasnya.

b) Mutu bahan baku. Perusahaan tidak hanya memikirkan ketersediaan bahan baku dari segi jumlah saja, tetapi juga dilihat dari segi persyaratan mutu. Jumlah yang banyak tidak akan berguna jika mutunya tidak sesuai dengan yang diperlukan.

c) Pemilihan waktu yang tepat. Waktu merupakan faktor yang penting dalam sistem pengadaan bahan baku agroindustri karena sifat biologis dari bahan baku tersebut. Karakteristik bahan baku yang tergantung pada waktu adalah musim, daya tahan, dan ketersediaan.

d) Biaya yang layak. Biaya bahan baku merupakan biaya terbesar dari proses agroindustri. Faktor produksi tambahan yang utama adalah tenaga kerja. Oleh karena biaya bahan baku merupakan penentu utama, maka perlu dilihat alternatif mekanisme harga dan kepekaan laba terhadap perubahan biaya.

e) Organisasi. Ketersediaan mutu bahan baku pada waktu yang tepat dan biaya yang layak akhirnya tergantung pada organisasi sistem pengadaan. Pengorganisasian dapat diartikan sebagai penentuan pekerjaan-pekerjaan yang harus dilakukan, pengelompokan tugas-tugas, dan membagikan pekerjaan pada setiap karyawan, penetapan departemen dan hubungan-hubungan (Sembiring, 1991 dalam Hidayatullah, 2004).

Keberhasilan industri pengolahan yang menggunakan produk pertanian sebagai bahan baku sangat ditentukan oleh ketersediaan bahan baku yang digunakan, baik dari segi kualitas, kuantitas, maupun kontinuitas. Oleh karena itu, banyak industri pengolahan yang didirikan tidak jauh dari

pusat-pusat produksi pertanian (Soeharjo, 1992 dalam Hidayatullah, 2004).

Manajemen stok/persediaan bahan baku agroindustri biasanya terdiri dari dua kegiatan, yaitu pembelian dan penyimpanan. Pembelian dilakukan karena perusahaan agroindustri tidak mampu menghasilkan bahan baku sendiri. Kegiatan pembelian harus diselaraskan dengan perencanaan produksi, agar tidak terjadi kekurangan bahan baku, sedangkan dalam penyimpanan bahan baku, prinsip-prinsip efisiensi harus dipegang teguh, karena jika tidak, maka akan terjadi ekonomi biaya tinggi. Tingginya biaya penyimpanan akan mempengaruhi besarnya biaya dan akhirnya harga per satuan unit akan meningkat pula.

Manajemen stok bahan baku yang bertujuan agar bahan baku selalu tersedia cukup dan kontinyu, merupakan bagian yang sangat penting untuk diperhatikan. Hal ini disebabkan oleh:

a) Produk usaha pertanian adalah musiman dan karenanya diperlukan manajemen stok yang baik.
b) Produk usaha pertanian adalah bersifat lokal dan spesifik, sehingga diperlukan perencanaan pengadaan bahan baku yang baik.
c) Harga produk pertanian pada umumnya berfluktuasi, sehingga diperlukan stok yang cukup, agar tidak terjadi pembelian bahan baku pada harga yang tidak pasti.
d) Mesin pengolahan akan berjalan secara efisien jika digunakan secara terus menerus sampai diperoleh pemakaian yang efisien. Oleh

karena itu, bahan baku harus tersedia setiap saat manakala bahan baku tersebut diperlukan (Pustika, 2007)

4. Pengolahan pada Agroindustri

Agroindustri adalah sebagai kegiatan pengolahan sumber bahan baku yang bersumber dari tanaman ataupun hewan. Artinya, bahwa kegiatan atau proses agroindustri merupakan upaya: 1) untuk meningkatkan nilai tambah produk, 2) menghasilkan produk yang dapat dipasarkan, dapat digunakan atau dapat dimakan, 3) meningkatkan daya simpan, 4) menambah pendapatan dan keuntungan bagi produsen (petani) (Soekartawi, 2000).

Pengolahan sebagai salah satu subsistem dalam agribisnis merupakan suatu alternatif terbaik untuk dikembangkan. Artinya, pengembangan industri pengolahan diperlukan guna terciptanya keterkaitan antara sektor pertanian dengan sektor industri. Industri pengolahan (agroindustri) akan mempunyai kemampuan yang baik jika kedua sektor tersebut diatas memiliki keterkaitan yang sangat erat baik keterkaitan kedepan *(forward linkage)* maupun kebelakang *(backward linkage)*. Keterkaitan ke belakang karena proses produksi pertanian memerlukan produksi dan alat pertanian. Keterkaitan ke depan karena ciri produk pertanian bersifat musiman, voluminous, dan mudah rusak (Soekartawi, 1993).

Pengembangan agroindustri ke depan perlu diarahkan ke dalam struktur agroindutri lebih ke hilir (pengolahan dan pemasaran), dengan tujuan

menciptakan dan meningkatkan nilai tambah (*added value*) sebesar mungkin di dalam negeri, mendiversifikasikan produk yang mengakomodasikan preferensi konsumen, dan memanfaatkan segmen-segmen pasar yang berkembang, baik dalam negeri maupun di pasar internasional (Saragih, 1998 dalam Hidayatullah, 2004).

Terdapat beberapa alasan pentingnya peranan agroindustri pada pengolahan hasil pertanian, antara lain:

a) Meningkatkan nilai tambah

   Pengolahan hasil yang baik dilakukan produsen dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian yang diproses.

b) Meningkatkan kualitas hasil.

   Kualitas hasil yang baik akan menyebabkan nilai barang menjadi lebih tinggi dan keinginan konsumen menjadi terpenuhi. Perbedaan kualitas bukan saja menyebabkan adanya perbedaan segmentasi pasar tetapi juga mempengaruhi harga barang itu sendiri.

c) Meningkatkan penyerapan tenaga kerja.

   Bila hasil pertanian langsung dijual tanpa diolah terlebih dahulu maka kesempatan kerja pada kegiatan pengolahan akan hilang. Sebaliknya bila dilakukan pengolahan hasil maka banyak tenaga kerja yang diserap. Komoditas pertanian tertentu kadang-kadang justru menuntut jumlah tenaga kerja yang relatif besar pada kegiatan pengolahan.

d) Meningkatkan keterampilan produsen.

Keterampilan dalam mengolah hasil akan menyebabkan terjadi peningkatan keterampilan secara kumulatif sehingga pada akhirnya juga akan memperoleh hasil penerimaan usahatani yang lebih besar.

e) Meningkatkan pendapatan produsen.

Konsekunsi logis dari hasil olahan yang lebih baik adalah menyebabkan total penerimaan lebih tinggi karena kualitas hasil yang lebih baik dan harganya lebih tinggi (Soekartawi, 1993).

5. Teori Pendapatan

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. 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, 2000).

Sumber pendapatan dapat dibedakan menjadi dua sumber berdasarkan jenisnya, yaitu pendapatan utama dan pendapatan tambahan. Pendapatan utama adalah sumber penghasilan rumah tangga yang paling menunjang kehidupan rumah tangga atau yang memberikan penghasilan terbesar. Pendapatan tambahan didefinisikan sebagai penghasilan yang diperoleh rumah tangga dengan mengusahakan kegiatan lain di luar pekerjaan

utama. Pendapatan rumah tangga total diperoleh dari pendapatan utama ditambah dengan pendapatan dari mata pencaharian tambahan (Mubyarto, 1994).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan usahatani, yaitu sebagai berikut:

a) Luas usaha, meliputi areal pertanaman.
b) Tingkat produksi, yang diukur lewat produktivitas per ha dan indeks pertanaman.
c) Pilihan dan kombinasi.
d) Intensitas perusahaan pertanaman.
e) Efisisensi tenaga kerja (Hernanto, 1994).

Penerimaan usahatani adalah nilai dari produksi fisik yang dihasilkan dikalikan dengan harga produksi tersebut, sedangkan biaya adalah seluruh pengeluaran atau korbanan yang dikeluarkan untuk membayar faktor-faktor produksi yang digunakan dalam usahatani. Hubungan antara penerimaan dengan biaya pada dasarnya adalah untuk mengetahui tingkat pendapatan. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan (Mubyarto, 1994).

Biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam usahatani. Biaya usahatani dibedakan menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap (variabel). Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tidak tergantung dengan besar kecilnya produksi yang akan dihasilkan, sedangkan biaya tidak tetap (variabel) adalah biaya yang besar kecilnya

dipengaruhi oleh volume produksi yang akan dihasilkan, misalnya biaya tenaga kerja dan biaya sarana produksi.

Secara matematis besarnya pendapatan usahatani dapat dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 2000):

$$\Pi = TR - TC$$

$$\Pi = Y.\ Py - \sum Xi.Pxi - BTT$$

dimana:

Π = pendapatan (Rp)
Y = hasil produksi (kg)
Py = harga hasil produksi (Rp)
Xi = faktor produksi (i = 1,2,3,.....,n)
Pxi = 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 (Soekartawi, 2000):

$$R/C = TR / TC$$

dimana:

R/C = nisbah penerimaan dan biaya
TR = *total revenue* atau penerimaan total (Rp)
TC = *total cost* atau biaya total (Rp)

Kriteria pegambilan 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).

6. Teori Nilai Tambah

Sistem agribisnis terutama subsistem agroindustri bertujuan untuk menambah nilai suatu komoditas melalui perlakuan-perlakuan yang dapat menambah kegunaan komoditas tersebut, baik kegunaan bentuk (*form utility*), kegunaan tempat (*place utility*), maupun kegunaan waktu (*time utility*). Nilai tambah adalah selisih antara nilai komoditas yang mendapat perlakuan-perlakuan pada tahap tertentu dikurangi dengan nilai korbanan yang digunakan selama proses produksi, yang dipengaruhi oleh faktor teknis dan faktor pasar (Anggraini, 2003 dalam Putri, 2005).

Kegunaan dari analisis nilai tambah adalah untuk mengetahui:

a) Besar nilai tambah yang terjadi akibat perlakuan tertentu yang diberikan pada komoditas pertanian.
b) Distribusi imbalan yang diterima pemilik dan tenaga kerja.
c) Besarnya kesempatan kerja yang diciptakan dari kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.

d) Besar peluang serta potensi yang dapat diperoleh dari suatu sistem komoditas di suatu wilayah tertentu dari penerapan teknologi pada satu atau beberapa subsistem di dalam sistem komoditas (Hardjanto, 1991 dalam Putri, 2005).

Definisi lain tentang nilai tambah yaitu selisih antara komoditas hasil pertanian pada tahap tertentu dengan nilai korbanan yang digunakan dalam proses perlakuan yang bersangkutan dengan tujuan menaksir balas jasa yang diterima oleh tenaga kerja langsung dan pengelola. Dengan kata lain, analisis nilai tambah dapat menunjukkan sejauh mana bahan baku yang mendapat perlakuan mengalami perubahan nilai, sehingga nilai tambah merupakan imbalan bagi tenaga kerja dan keuntungan bagi pengolah. Analisis nilai tambah Hayami mempunyai kelebihan, yaitu menggambarkan:

a) Produktivitas produksi, di mana rendemen dan efisiensi tenaga kerja dapat diestimasi.
b) Balas jasa terhadap pemilik-pemilik faktor produksi dapat diestimasi (Hayami, 1987 dalam Putri, 2005).

Konsep pendukung dalam analisis nilai tambah metode Hayami pada subsistem pengolahan adalah:

a) Faktor konversi, menunjukkan banyaknya keluaran (*output*) yang dihasilkan dari satu masukan (*input*).
b) Koefisien tenaga kerja, menunjukkan banyaknya tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk mengolah satu satuan makanan.

c) Nilai keluaran, menunjukkan nilai keluaran yang dihasilkan dari satu satuan masukan (Hayami, 1987 dalam Putri, 2005).

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan adalah faktor teknis yang meliputi kualitas produk, penerapan teknologi, kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan dan tenaga kerja. Faktor non-teknis yang mempengaruhi nilai tambah meliputi harga output, upah kerja, harga bahan baku, dan nilai input selain bahan baku dan tenaga kerja. Faktor teknis akan berpengaruh terhadap penentuan harga jual produk, sementara faktor nonteknis akan berpengaruh terhadap faktor konversi dan biaya produksi (Sudiyono, 2004).

Distribusi nilai tambah berhubungan dengan teknologi yang diterapkan dalam proses pengolahan, kualitas tenaga kerja berupa keahlian dan ketrampilan, serta kualitas bahan baku. Apabila penerapan teknologi cenderung padat karya maka proporsi bagian tenaga kerja yang diberikan lebih besar dari proporsi bagian keuntungan bagi perusahaan, sedangkan apabila diterapkan teknologi padat modal maka besarnya proporsi bagian manajemen lebih besar dari proporsi bagian tenaga kerja (Sudiyono, 2004).

7. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yaitu *product*, *place*, *promotion*, dan *place* (4P). Variabel-variabel tersebut dapat dikendalikan

dan digunakan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dari segmen pasar tertentu agar melakukan pembelian produknya (Dharmmesta dan Handoko, 2000).

Bauran pemasaran dapat didefinsikan sebagai serangkaian alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan perusahaan dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran atau yang sering disebut sebagai empat P dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu, sudut pandang penjual dan sudut pandang pembeli. Dilihat dari sudut pandang penjual, empat P merupakan perangkat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli. Akan tetapi, dilihat dari sudut pandang pembeli empat P merupakan perangkat pemasaran yang dirancang untuk memberikan manfaat bagi pelanggan. Komponen-komponen dari bauran pemasaran yang sering disebut empat P tersebut antara lain adalah produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) (Kotler dan Keller, 2009).

Terdapat beberapa variabel yang dapat mempengaruhi pembeli atau konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Variabel-variabel yang dapat mempengaruhi pembeli yang berhubungan dengan 4 (empat) P dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Variabel-variabel yang berhubungan dengan empat P

Product	*Place*	*Promotion*	*Price*
Kualitas	Saluran distribusi	Periklanan	Tingkat harga
Feature dan *Style*	Intensitas distribusi	*Personal selling*	Potongan harga
Merek	Lokasi penjualan	*Sales promotion*	Syarat pembayaran
Pembungkusan	Daerah penjualan	Publisitas	
Product Line	Lokasi dan tingkat *inventory*		
Garansi	Alat-alat transportasi		
Service			

Sumber: Radiosunu, 2001.

Umumnya dalam pemasaran dikenal empat komponen yang dikombinasikan dalam bauran pemasaran, yaitu:

a) Produk (*Product*)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah fikiran (Assauri, 2002). Secara singkat dapat dijelaskan bahwa kombinasi komponen produk untuk barang-barang konsumsi terdiri dari barang-barang itu sendiri, potongannya, model, warna, cap dagang, pengemasan dan lebelnya, kualitas, tampang, serta keawetannya. Berbeda halnya untuk barang-barang industri yang kombinasi komponennya terdiri dari model atau variasi, tampang, keawetan, spesifikasi teknis dan ketangguhannya (Hasyim, 1996).

Pemilihan yang seksama akan produk merupakan bagian yang penting. Pembeli baru ingin membeli suatu produk jika merasa tepat untuk membeli produk yang berasngkutan. Artinya, produk yang harus menyesuaikan diri terhadap pembeli, bukan pembeli yang menyesuaikan diri terhadap produk (Mursid, 2006).

b) Harga (*Price*)

Harga merupakan jumlah yang ditagih atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Amstrong, 2004). Harga bagi sebagian besar masyarakat masih menduduki tempat teratas, sebelum membeli barang atau jasa. Bagi penjual, yang penting adalah bagaimana menetapkan harga yang pantas, terjangkau dan tidak merugikan perusahaan (Mursid, 2006).

Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap penetapan harga baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor-faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya. Faktor yang mempengaruhi secara tidak langsung, namun erat hubungannya dalam penetapan harga adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan (*discount*) untuk para penyalur dan konsumen. Oleh

karena pengaruh tersebut, maka seorang produsen harus memperhatikan dan memperhitungkan faktor-faktor tersebut di dalam penentuan kebijakan harga yang akan ditempuh, sehingga dapat memenuhi harapan produsen untuk dapat bersaing dan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi konsumen (Assauri, 2002).

c) Tempat atau distribusi (*Place*)

Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Pemilihan lokasi yang tepat akan membuat sebuah gerai lebih sukses dibandingkan dengan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun menjual produk yang sama, jumlah pramuniaga dan keterampilannya sama. Letak tempat yang strategis akan menentukan volume penjualan. Tempat yang strategis adalah tempat yang banyak dilalui atau dikunjungi banyak orang dan alat transportasi. Lokasi penjualan merupakan saluran distribusi untuk mendapatkan konsumen. Lokasi penjualan sangat menentukan karena merupakan domisili pedagang untuk memasarkan produknya (Mursid, 2006).

Komponen kombinasi distribusi, terdiri dari persediaan dan pengawasan persediaan, macam angkutan yang akan dipergunakan, metode distribusi, saluran distribusi (melalui grosir, pedagang eceran, agen, pedagang pemegang hak dagang, atau langsung kepada konsumen), serta jumlah dan lokasi depot-depot yang akan

dipergunakan. Semua komponen tersebut harus diselidiki dengan seksama serta diintegrasikan dengan kombinasi komponen pemasaran yang lain untuk mencapai tujuan operasi pemasaran dengan efisien. Faktor – faktor utama yang perlu mendapat perhatian dalam hal ini adalah beban biaya berbagai jenis saluran distribusi, jarak antara pabrik dengan pemakai, luas pasaran yang ingin dilayani perusahaan, serta sejauh mana perusahaan ingin menguasai distribusi fisik barang (Hasyim, 1996).

d) Promosi (*Promotion*)

Suatu barang baru tidak selalu dikenal oleh konsumen, demikian pula barang dagang yang sudah lama mungkin mulai dilupakan orang. Oleh karena itu, diperlukan sebuah promosi untuk memperkenalkan produknya dan mengingatkan kembali produk tersebut. Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk dan meyakinkan. Ciri komunikasi yang persuasif adalah terdapatnya komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku penerima. Tujuan promosi adalah agar suatu produk dapat diketahui oleh pihak luar, serta untuk meningkatkan penjualan, mengenalkan perusahaan, dan menunjukkan kelebihan perusahaan atau produk dibandingkan dengan pesaing (Mursid, 2006).

Komponen kombinasi promosi terdiri dari kegiatan-kegiatan periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pameran dan demonstrasi, yang kesemuanya dipergunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan barang. Peralatan promosi yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan terdiri dari *advertensi, personal selling*, promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (*publicity*) (Hasyim, 1996).

8. Pemasaran

Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif. Permintaan efektif adalah keinginan untuk membeli yang dihubungkan dengan kemampuan untuk membayar. Aspek pemasaran akan menguntungkan semua pihak apabila mekanisme pemasaran berjalan dengan baik. Kegiatan pemasaran adalah kegiatan yang produktif dalam menciptakan nilai tambah (nilai bentuk, nilai tempat, nilai waktu, dan nilai milik) melalui proses keseimbangan dan penawaran oleh pedagang-pedagang sebagai perantara dari produsen ke konsumen akhir. Penetapan harga jual yang tepat adalah harga yang dapat diterima pasar dan mampu memberikan keuntungan yang layak bagi perusahaan. Pada dasarnya metode penentuan harga ada tiga macam, yaitu: 1.) metode harga pokok ditambah laba, 2.) metode harga fleksibel, 3.) metode harga saingan atau pasaran (Hasyim, 2012).

Kriteria yang digunakan sebgai indikator efisiensi pemasaran ada empat, yaitu: 1.) margin pemasaran, 2.) harga pada tingkat konsumen, 3.) tersedia fasilitas fisik pemasaran, dan 4.) tingkat persaingan pasar. Indikator yang paling sering digunakan dalam analisis efisiensi pemasaran adalah indikator margin pemasaran, karena dengan menggunakan indikator tersebut dapat diketahui tingkat efisiensi operasional dan tingkat efisiensi harga. Margin pemasaran adalah perbedaan harga-harga pada berbagai tingkat sistem pemasaran. Margin pemasaran termasuk semua ongkos yang menggerakkan produk tersebut mulai dari pintu gerbang petani atau produsen sampai ke tangan konsumen akhir (Saefuddin, 1982).

Sistem pemasaran dikatakan efisien jika mampu menyampaikan barang dari produsen ke konsumen dengan biaya serendah-rendahnya dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil terhadap setiap pelaku pasar. Indikator yang digunakan untuk menilai efisiensi sistem pemasaran adalah dengan menghitung sebaran *Ratio Profit Margin (RPM)* atau rasio margin keuntungan pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran. Rasio margin keuntungan lembaga pemasaran merupakan perbandingan antara keuntungan yang diperoleh dengan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang bersangkutan. Efisiensi pemasaran juga ditentukan oleh keadaan struktur pasar pada setiap mata rantai saluran pemasaran. Struktur pasar dapat diketeahui dengan melakukan pengamatan mengenai organisasi pasar (Mubyarto, 1994).

Organisasi pasar adalah suatu pengertian yang mencakup seluruh aspek dari suatu sistem pemasaran tertentu. Secara umum organisasi pasar dapat dikelompokkan ke dalam tiga komponen, yaitu:

a) Struktur pasar (*Market structure*), yaitu karakteristik organisasi dari suatu pasar yang untuk praktiknya adalah karakteristik yang menentukan hubungan antara para penjual satu sama lain, hubungan antara para pembeli dan penjual, dan hubungan antara penjual di pasar dengan para penjual potensial yang akan masuk ke dalam pasar. Struktur pasar juga menggambarkan hubungan antara penjual dan pembeli yang diihat dari jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, dan kondisi keluar masuk pasar (*entry condition*).

   Struktur pasar dikatakan bersaing sempurna bila jumlah pembeli dan penjual banyak, tidak dapat mempengaruhi harga pasar (*price taker*), produk homogen, dan bebas untuk masuk keluar pasar. Struktur pasar yang tidak bersaing sempurna terjadi pada pasar monopoli (hanya ada penjual tunggal), pasar monopsoni (hanya ada pembeli tunggal), pasar oligopoli (ada beberapa penjual), dan pasar oligopsoni (ada beberapa pembeli).

b) Perilaku pasar *(Market conduct*), yaitu pola tingkah laku dari lembaga pemasaran dalam hubungannya dengan sistem pembentukkan harga dan praktik transaksi (pembelian dan penjualan) secara horizontal maupun vertikal dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Perilaku pasar

menggambarkan tingkah laku kegiatan pembeli dan penjual dalam melakukan pembelian, penjualan, penentuan harga, dan siasat pasar.

c) Keragaan pasar (*Market performance*), yaitu gambaran pengaruh riil struktur pasar dan perilaku pasar yang berkenaan dengan harga, biaya, dan volume produksi. Interaksi antara struktur dan perilaku pasar cenderung bersifat kompleks dan saling mempengaruhi secara dinamis (Hasyim, 2012).

Pengukuran efisiensi pemasaran melalui analisis struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar dapat diketahui melalui analisis koefisien korelasi harga dan elastisitas transmisi harga. Analisis koefisien korelasi harga merupakan suatu analisis yang memberikan gambaran seberapa jauh perkembangan harga suatu barang pada dua tempat atau pada tingkat yang sama/berlainan dan saling berhubungan melalui perdagangan, sedangkan elastisitas transmisi harga adalah analisis yang menggambarkan sejauh mana dampak perubahan harga suatu barang di satu tempat atau tingkat terhadap perubahan harga barang tersebut di tempat atau tingkat lain. Transmisi harga diukur melalui regresi sederhana di antara dua harga pada dua tingkat pasar, kemudian dihitung elastisitasnya (Hasyim, 2012).

9. Saluran distribusi

Saluran distribusi merupakan suatu struktur organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri dari agen, dealer, pedagang besar dan

pengecer, melalui sebuah komoditas, produk atau jasa yang dipasarkan. Saluran distribusi pada dasarnya merupakan sekumpulan organisasi yang saling berhubungan dan terlibat dalam proses membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis (Kotler dan Amstrong, 2004).

Proses distribusi produk sampai kepada pemakai akhir dapat panjang atau pendek, sesuai dengan tujuan dan kebijakan tiap perusahaan. Apabila rantai tataniaga panjang, berarti produk tersebut sebelum sampai pada konsumen melewati berbagai macam perantara. Sebaliknya, mata rantai yang pendek menandakan bahwa produk tersebut langsung didistribusikan kepada konsumen tanpa memakai perantara (Wiratama, 2012 dalam Hasyim, 2012).

Saluran tataniaga yang dilalui setiap komoditas pertanian dapat berupa rantai pendek ataupun panjang tergantung dari banyaknya lembaga tataniaga yang aktif dalam sistem tataniaga tersebut. Terdapat lima saluran tataniaga yang dapat digunakan dalam pendistribusian produk pertanian, yaitu:

a) Produsen – konsumen
b) Produsen – pengecer – konsumen akhir
c) Produsen – pedagang kecil – pedagang besar – pengecer – konsumen akhir
d) Produsen – pedagang kecil – pengecer – konsumen akhir

e) Produsen – pedagang besar – pengecer – konsumen akhir (Hasyim, 2012).

10. Jasa Layanan Pendukung (Kelembagaan Agribisnis)

Subsistem ini merupakan subsistem yang menyediakan jasa bagi subsistem agribisnis hulu, usahatani dan subsistem hilir. Termasuk ke dalamnya adalah koperasi, lembaga penelitian dan pengembangan, perkreditan dan asuransi, transportasi, pendidikan, lembaga pelatihan dan penyuluhan, teknologi komunikasi dan informasi, serta dukungan kebijaksanaan pemerintah (Soekartawi, 2000). Lembaga-lembaga penunjang yang berperan dalam subsistem jasa layanan pendukung antara lain adalah bank, koperasi, lembaga penelitan, transportasi, pasar, dan peraturan pemerintah (Firdaus, 2008).

Subsistem jasa layanan pendukung agribisnis (kelembagaan) atau *supporting institution* adalah semua jenis kegiatan yang berfungsi untuk mendukung dan melayani serta mengembangkan kegiatan sub-sistem hulu, sub-sistem usaha tani, dan sub-sistem hilir. Lembaga-lembaga yang terkait dalam kegiatan ini adalah penyuluh, konsultan, keuangan, dan penelitian. Lembaga penyuluhan dan konsultan memberikan layanan informasi yang dibutuhkan oleh petani dan pembinaan teknik produksi, budidaya pertanian, dan manajemen pertanian. Lembaga keuangan seperti perbankan dan asuransi yang memberikan layanan keuangan berupa pinjaman dan penanggungan risiko usaha (khusus asuransi). Lembaga penelitian baik yang dilakukan oleh balai-balai penelitian atau

perguruan tinggi memberikan layanan informasi teknologi produksi, budidaya, atau teknik manajemen mutakhir hasil penelitian dan pengembangan (Soehardjo, 1997).

Berdasarkan pengertian menurut beberapa ahli, maka dapat disimpulkan bahwa lembaga-lembaga yang termasuk ke dalam jasa layanan pendukung adalah:

a) Lembaga keuangan (Bank)

Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan dana, atau keduanya. Peran serta lembaga keuangan bagi pembangunan ekonomi, terutama peran perbankan sangat besar. Lembaga keuangan yang disebut dengan bank merupakan lembaga keuangan yang memberikan jasa keuangan paling lengkap. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan di masa yang akan datang dalam menjalankan aktivitas keuangan baik perorangan maupun lembaga sosial atau perusahaan tidak akan terlepas dari dunia perbankan (Kasmir, 2008).

Bank berasal dari bahasa Italia yaitu *banco* yang artinya meja untuk penitipan atau penukaran uang di pasar. Bank adalah lembaga keuangan, pencipta uang, pengumpul dana dan pemberi kredit, mempermudah pembayaran dan penagihan, stabilisator moneter dan dinamisator pertumbuhan ekonomi (Hasibuan, 1994).

Secara umum fungsi utama bank adalah mengimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan sebagai *financial intermediar*. Akan tetapi, secara spesifik bank memiliki fungsi yaitu:

1. *Agent of trust*

   Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan mau menitipkan dananya di bank apabila dilandasi adanya unsur kepercayaan. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan disalahgunakan oleh bank, uangnya akan dikelola dengan baik, bank tidak akan bangkrut dan pada saat yang telah dijanjikan simpanan tersebut dapat ditarik kembali dari bank.

   Pihak bank sendiri akan mau menempatkan atau menyalurkan dananya pada debitor atau masyarakat apabila dilandasi adanya unsur kepercayaan. Pihak bank percaya bahwa debitor tidak akan menyalahgunakan pinjamannya, debitor akan mengelola pinjaman dengan baik, debitor akan mempunyai kempampuan untuk membayar pada saat jatuh tempo, dan debitor mempunyai niat baik untuk mengembalikan pinjaman beserta kewajiban lainnya pada saat jatuh tempo.

2. *Agent of development*

   Kegiatan bank berupa penghimpunan dan penyaluran dana

sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sektor riil. Kegiatan bank tersebut memungkinkan masyarakat melakukan kegiatan investasi, kegiatan distribusi, serta kegiatan konsumsi barang dan jasa, mengingat bahwa kegiatan investasi-distribusi-konsumsi tidak dapat dilepaskan dari adanya penggunaan uang. Kelancaran kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat.

3. *Agent of services*

Tidak hanya melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, bank juga memberikan penawaran jasa perbankan yang lain kepda masyarakat. Jasa yang ditawarkan bank ini erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum. Jasa ini antara lain dapat berupa jasa pengiriman uang, penitipan barang berharga, pemberian jaminan bank, dan penyelesaian tagihan (Triandaru dan Santoso, 2006).

b) Lembaga penyuluhan pertanian

Penyuluhan pertanian didefinisikan sebagai pendidikan non formal yang ditujukan kepada petani dan keluarganya dengan tujuan jangka pendek untuk mengubah perilaku termasuk sikap, tindakan dan pengetahuan ke arah yang lebih baik, serta tujuan jangka panjang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat indonesia. Kegiatan penyuluhan pertanian melibatkan dua kelompok yang aktif. Di satu pihak adalah kelompok penyuluh dan yang kedua adalah kelompok

yang disuluh. Penyuluh adalah kelompok yang diharapkan mampu membawa sasaran penyuluhan pertanian kepada cita-cita yang telah digariskan, sedangkan yang disuluh adalah kelompok yang diharapkan mampu menerima paket penyuluhan pertanian (Sastraatmadja, 1993).

Salah satu lembaga penyuluhan pertanian adalah Balai Penyuluhan Pertanian (BPP). BPP merupakan unit penunjang penyelenggaraan pertanian yang administrasi, pengaturan, pengelolaan dan pemanfaatannya adalah tanggung jawab pemerintah daerah kabupaten/kota. Berbagai kegiatan pokok yang dilakukan oleh Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) bertujuan untuk menunjang penyelenggaraan penyuluhan pertanian yang harus sesuai dengan ketetapan atau keputusan bupati/walikota. Oleh karena itu, dalam rangka mendukung tugas dan fungsi kelembagaan penyuluhan pertanian dibutuhkan sumber daya manusia dalam hal ini aparat Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL), sarana prasarana, pendanaan serta status kedudukan lembaga yang kuat. Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) sebagai sebuah lembaga yang dekat dengan masyarakat memiliki peran dan fungsi yang sangat besar dalam upaya pemberdayaan masyarakat pedesaan (Mokhtar, 2001).

c) Lembaga Penelitian

Lembaga pendidikan dan pelatihan mempersiapkan para pelaku agribisnis yang professional, sedangkan lembaga penelitian

memberikan sumbangan berupa teknologi dan informasi (Soehardjo, 1997).

d) Asuransi

Asuransi merupakan transaksi pertanggungan yang melibatkan dua pihak tertanggung dan penanggung, di mana penanggung menjamin pihak tertanggung bahwa ia akan mendapat penggantian terhadap suatu kerugian. Penanggung berjanji akan membayar kerugian yang disebabkan risiko yang dipertanggungkan kepada tertanggung, sedangkan tertanggung membayar secara periodik kepada penanggung. Jadi, dengan kata lain tertanggung mempertukarkan kerugian besar yang mungkin terjadi dengan pembayaran tertentu yang relatif kecil (Darmawi, 2006).

e) Kebijakan pemerintah

Adam Smith dan para pendukung mashab klasik berpendapat bahwa campur tangan pemerintah terhadap gerak perekonomian harus disadari agar masyarakat produsen dan konsumen dapat mencapai kesejahteraan sebesar mungkin. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang juga tidak luput dari kebijakan dan campur tangan pemerintah. Sektor pertanian perlu mengedepankan binaan dalam artian harus dibangun terlebih dahulu karena :1.) Barang-barang produksi memerlukan dukungan daya beli masyarakat, 2.) Untuk menekan biaya produksi dari komponen upah dan gaji diperlukan tersedianya bahan makanan yang murah sehingga upah dan gaji yang

diterima dapat memenuhi kebutuhan pokok, 3.) Industri juga membutuhkan bahan mentah yang berasal dari sektor pertanian.

Kebijakan pembinaan di sektor pertanian meliputi komponen dasar, yaitu petani, komoditas hasil pertanian, dan wilayah pembangunan pertanian. Pembinaan terhadap petani ditujukan untuk meningkatkan pendapatannya. Pengembangan komoditas hasil pertanian diarahkan agar benar-benar berfungsi sebagai faktor yang menghasilkan bahan pangan, bahan ekspor, dan bahan baku bagi industri. Pembinaan terhadap wilayah pertanian dimaksudkan untuk dapat menunjang pembangunan wilayah seutuhnya dan tidak terjadi ketimpangan wilayah. Kebijakan dasar pembangunan pertanian meliputi aspek produksi, input, tataniaga, dan kelembagaan (Hasyim, 2012).

f) Transportasi

Transportasi adalah kegiatan pemindahan penumpang dan barang dari satu tempat ke tempat lain. Terdapat unsur pergerakan (movement) dalam transportasi, dan secara fisik terjadi perpindahan tempat atas barang atau penumpang dengan atau tanpa alat angkut ke tempat lain. Sistem transportasi merupakan suatu bentuk keterikatan dan keterkaitan antara penumpang, barang, prasarana, dan sarana yang berinteraksi dalam rangka perpindahan orang atau barang yang tercakup dalam suatu tatanan, baik secara alami maupun buatan/rekayasa (Hadihardaja, 1997).

Terdapat empat kelompok alat transportasi yang dibedakan berdasarkan sifat jasa, operasi dan biaya yaitu angkutan kereta api *(railroad railway*), angkutan motor dan jalan raya (*motor/road/highway transportation*), angkutan laut (*water/sea transportation*), dan angkutan udara (*air transportation*) (Nasution, 1996). Kebutuhan akan pelayanan transportasi bersifat sangat kualitatif dan mempunyai ciri yang berbeda-beda sebagai fungsi dari waktu, tujuan perjalanan, frekuensi, jenis kargo yang diangkut, dan lain-lain. Pelayanan transportasi yang tidak sesuai dengan kebutuhan akan pergerakan menyebabkan sistem transportasi tersebut tidak berguna. Secara ekonomi, ketidakefisienan sistem transportasi atau permasalahan transportasi merupakan pemborosan besar (Tamin, 2000).

g) Teknologi informasi dan komunikasi

Istilah Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) muncul setelah adanya perpaduan antara teknologi komputer dengan teknologi komunikasi, yang secara khusus komponen TIK mencakup perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*) dan peralatan telekomunikasi. Secara terminologi TIK dapat dikelompokkan dalam dua aspek yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi didefinisikan sebagai segala hal yang berkaitan dengan proses, manipulasi teknologi pengolahan dan penyebaran data dan informasi dengan menggunakan *hardware* dan *software*, komputer, komunikasi, dan elektronik digital secara tepat dan efektif.

> Teknologi informasi disusun oleh teknologi komputer yang menjadi pendorong utama perkembangan teknologi informasi dan muatan informasi (*information content*) yang menjadi aplikasi informasi pada teknologi komputer. Teknologi komunikasi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya. Teknologi informasi dan teknologi komunikasi adalah dua buah konsep yang tidak terpisahkan (Kaiser, 2004).

Badan usaha adalah kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Badan usaha sering disebut dengan istilah perusahaan, adalah suatu unit kegiatan produksi yang mengolah sumber-sumber ekonomi atau faktor-faktor produksi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat. Akan tetapi, kenyataannya badan usaha dan perusahaan berbeda. Perbedaan utamanya terlihat bahwa badan usaha adalah lembaga, sedangkan perusahaan adalah tempat dimana badan usaha tersebut mengelola faktor-faktor produksi (Firdaus, 2008).

Pengembangan agribisnis harus berdasarkan asas keberlanjutan yakni, mencakup aspek ekologis, sosial dan ekonomi. Artinya, diperlukan suatu wadah yang sesuai untuk merealisasikan pembangunan yang berasaskan keberlanjutan yaitu suatu organisasi dalam setiap skala usaha agribisnis

atau dengan kata lain sebagai lembaga penunjang. Pada hakikatnya, bentuk badan usaha secara terperinci adalah sebagai berikut:

a) Perusahaan Perseorangan atau individu

Bentuk badan usaha yang paling tua dan paling sederhana adalah perusahaan perseorangan, yaitu organisasi yang dimiliki, dikelola dan dikendalikan oleh satu orang. Umumnya perusahaan perseorangan bermodal kecil, terbatasnya jenis serta jumlah produksi, memiliki tenaga kerja/buruh yang sedikit dan penggunaan alat produksi teknologi sederhana.

b) Perusahaan Persekutuan

Perusahaan persekutuan adalah badan usaha yang dimiliki oleh dua orang atau lebih yang secara bersama-sama bekerja sama untuk mencapai tujuan bisnis. Pada perusahaan persekutuan tidak ada batasan untuk orang dari luar untuk masuk menjadi anggota perusahaan tersebut. Pada dasarnya terdapat dua jenis persekutuan, yaitu persekutuan Firma dan Persekutuan Komanditer (*Commanditaire Vennotschaap* atau CV).

c) Perseroan Terbatas (PT)

Perseroan Terbatas (PT) merupakan organisasi bisnis yang memiliki badan hukum resmi yang dimiliki oleh minimal dua orang dengan tanggung jawab yang hanya berlaku pada perusahaan tanpa melibatkan harta pribadi atau perseorangan yang ada di dalamnya.

Modal usaha dari PT terdiri atas saham-saham dari para pemegang saham.

d) Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) adalah badan usaha dan anak perusahaannya yang seluruh modalnya dimiliki oleh negara.

e) Perusahaan Daerah

Perusahaan daerah adalah suatu perusahaan yang sebagian modalnya dimiliki oleh pemerintah daerah. Perusahaan daerah didirikan dengan suatu peraturan daerah dan harus mendapat pengesahan dari instansi terkait. Modal seluruhnya atau sebagian berasal dari kekayaan pemerintah daerah yang telah dipisahkan.

f) Koperasi

Menurut Undang-Undang RI Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, koperasi didefinisikan sebagai badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan (Firdaus, 2008).

11. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai beras siger dan keragaan agroindustri merupakan penelitian yang masih terbilang sedikit, namun penelitian mengenai keragaan agroindustri merupakan penelitian yang sudah terbilang

banyak. Oleh karena itu, untuk mendukung penelitian ini maka penulis mengambil beberapa penelitian terdahulu baik penelitian mengenai keragaan agroindustri atau penelitian mengenai beras siger yang memiliki kesamaan atau perbedaan dalam hal tujuan, metode analisis, maupun komoditas yang digunakan. Tidak hanya itu, penulis juga menggunakan penelitian terdahulu mengenai analisis pendapatan dan nilai tambah untuk mendukung penelitian ini. Kajian-kajian tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan antara kajian penelitian terdahulu dengan penelitian yang berjudul Analisis Keragaan Agroindustri Beras Siger di Provinsi Lampung. Penelitian ini memiliki tujuan yang sama dengan penelitian terdahulu yaitu untuk melihat keragaan agroindustri yang meliputi pengadaan bahan baku, analisis nilai tambah, dan mengetahui peranan jasa layanan pendukung. Tidak hanya itu, kesamaan juga dapat dilihat dari metode analisis yang digunakan yaitu berupa analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif, analisis pendapatan, dan analisis nilai tambah. Akan tetapi, terdapat alat analisis yang berbeda dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu analisis bauran pemasaran yang digunakan pada penelitian ini namun tidak digunakan pada penelitian terdahulu dan analisis finansial yang tidak digunakan pada penelitian ini namun digunakan pada penelitian terdahulu.

Perbedaan lain yang dapat dilihat dari penelitian ini adalah perbedaan komoditas yang digunakan oleh penelitian terdahulu dan penelitian ini, di mana pada penelitian ini komoditas yang digunakan adalah salah satu hasil olahan ubi kayu yaitu beras siger. Selain itu, pada penelitian terdahulu hanya meneliti salah satu komponen sistem pemasaran saja yaitu berupa efisiensi pemasaran atau bauran pemasaran, sedangkan penelitian ini melihat sistem pemasaran tidak hanya dari satu komponen saja, melainkan secara langsung meneliti tiga komponen yaitu bauran pemasaran, rantai pemasaran, dan marjin pemasaran. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya juga terlihat dari analisis deskriptif yang digunakan untuk melihat pengadaan bahan baku yang sesuai dengan enam tepat.

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat diketahui bagaimana pengadaan bahan baku, pendapatan, nilai tambah, sistem pemasaran berupa bauran pemasaran, rantai pemasaran, dan marjin pemasaran, serta peran jasa layanan pendukung terhadap agroindustri beras siger di Provinsi Lampung. Artinya, dapat disimpulkan bahwa kebaruan yang diperoleh dari penelitian ini adalah pengadaan bahan baku dengan melihat enam tepat dan sistem pemasaran yang meliputi tiga komponen.

Tabel 5. Kajian Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Kesimpulan Penelitian
1.	Keragaan Industri Pangan Olahan Berbasis Tepung Ubi Kayu di Kabupaten Malang Dan Trenggalek (Hanafie, 2014)	1. Menentukan kinerja industri makanan olahan yang berbasis pada tepung ubi kayu dilihat dari karakteristiknya yang mencakup orientasi bisnis, proses pertumbuhan, pengembangan bisnis, proses produksi, teknologi, dan upaya untuk memenuhi sumber. 2. Menentukan strategi pengembangan pada industri olahan berbasis tepung ubi kayu.	1. Analisis deskriptif 2. Analisis FFA *(Force Field Analysis)*	1. Karakteristik industri pangan olahan berbasis tepung ubi kayu adalah berorientasi produk, proses tumbuh atas dasar adanya komoditas berlebih yang belum dimanfaatkan secara optimal, kepemilikan modal, punya pengalaman, dan keyakinan akan kemampuan memanfaatkan komoditas tersebut; perkembangan usaha diindikasikan dengan perkembangan aset; proses produksi mudah dan singkat; teknologi sederhana; dan pemenuhan bahan baku mudah. 2. Strategi pengembangan industri pangan olahan berbasis tepung ubi kayu adalah dengan optimalisasi pemanfaatan bahan pangan lokal tepung ubi kayu yang melibatkan pemerintah, dunia usaha, masyarakat lokal, organisasi dan kelembagaan lokal untuk mengembangkan kawasan industri pangan berbahan baku ubi kayu.
2.	Analisis Nilai Tambah dan Kelayakan Pengembangan Agroindustri Beras Siger (Novia, 2013)	1. Mengetahui bentuk badan usaha agroindustri beras siger . 2. Menganalisis nilai tambah dan kelayakan pengembangan agroindustri beras siger.	1. Analisis deskriptif kuantitaif dan kualitatif 2. Analisis nilai tambah 3. Analisis kelayakan usaha	Kedua agroindustri merupakan agroindustri yang padat modal dikarenakan distribusi imbalan tenaga kerja yang lebih kecil dibandingkan dengan keuntungan agroindustri beras siger. Dapat dilihat bahwa kedua agroindustri dinilai layak untuk dikembangkan karena dari aspek keuangan kedua agroindustri tersebut menguntungkan, meskipun dari aspek pasar dan teknis kedua agroindustri masih mengalami kendala dalam pemasaran dan penggunaan teknologi sehingga agroindustri masih belum dapat meningkatkan kapasitas produksinya.
3.	Pola Konsumsi dan Atribut-Atribut	1. Mengetahui pola konsumsi rumah tangga	1. Analisis deskriptif	1. Beras siger dikonsumsi sebanyak 1-5 kali per minggu. Beras ini diperoleh dari ladang dan diolah sendiri oleh konsumen,

	Beras Siger Yang Diinginkan Konsumen Rumah Tangga di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan (Hendaris, 2013)	konsumen beras siger. 2. Mengetahui sifat-sifat dan atribut pilihan yang menjadi pertimbangan dalam mengkonsumsi beras siger. 3. Mengetahui kombinasi atribut yang paling disukai konsumen.	kualitatif dan kuantitatif. 2. Analisis konjoin	pengonsumsian dicampur beras dengan rata-rata jumlah yang dikonsumsi lebih kecil dari 1 kg dan alasan mengonsumsinya karena kebiasaan. 2. Atribut beras siger yang paling menjadi pertimbangan diurutkan dari yang paling penting adalah warna, kekenyalan, aroma, harga dan kemasan. 3. Kombinasi atribut yang disukai konsumen adalah harga murah kurang dari sama dengan Rp7.000/kg, warna coklat tua, kenyal, beraroma tidak kuat dan curah.
4.	Nilai Tambah dan Kelayakan Usaha Skala Kecil dan Skala Menengah Pengolahan Limbah Padat Ubi Kayu (Onggok) di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Maharani, 2013)	1. Mengetahui besarnya nilai tambah yang dihasilkan dari usaha pengolahan onggok 2. Menganalisis kelayakan usaha pengolahan onggok	1. Analisis nilai tambah 2. Analisis kelayakan usaha (NPV, IRR, *gross* B/C *ratio, net* B/C *ratio, payback periode*) 3. Analisis sensitivitas	1. Usaha pengolahan onggok skala kecil dapat memberikan nilai tambah yang lebih besar daripada skala menengah. 2. Berdasarkan aspek pasar, sosial dan lingkungan serta finansial, usaha pengolahan onggok memberikan keuntungan dan layak dikembangkan. Usaha pengolahan onggok merupakan unit usaha yang kurang stabil apabila terjadi kenaikan biaya produksi dan penurunan produksi karena hasil analisis sensitivitas menunjukkan bahwa usaha pengolahan onggok menjadi peka atau sensitif terhadap perubahan yang terjadi.
5.	Kinerja Usaha Agroindustri Kelanting di Desa Karang Anyar Kecamatan Gedongtataan Kabupaten Pesawaran (Sagala, 2013)	1. Menganalisis kinerja dari agroindustri kelanting 2. Menganalisis nilai tambah agroindustri kelanting	1. Analisis laporan rugi/laba, produktivitas, dan kapasitas 2. Analisis nilai tambah	Kinerja agroindustri kelanting di Desa Karang Anyar Kecamatan Gedongtataan Kabupaten Pesawaran secara keseluruhan menguntungkan. Nilai rata-rata R/C rasio > 1 yaitu sebesar 1,24, BEP sebesar 1042,69 kg atau lebih kecil dari 1168,80 kg (output rata-rata), produktivitas sebesar 16,07 kg/HOK, dan kapasitas sebesar 0,92. Nilai tambah yang diperoleh dari hasil pengolahan ubi kayu menjadi kelanting adalah sebesar Rp. 1.184,02 per kilogram bahan baku ubi kayu atau sebesar 34,57 persen.
6.	Analisis Efisiensi	1. Menganalisis sistem	1. Analisis pangsa	Sistem pemasaran ubi kayu di Provinsi Lampung sudah efisien

	Pemasaran Ubi Kayu di Provinsi Lampung (Anggraini, 2013)	pemasaran ubi kayu di Provinsi Lampung.	produsen 2. Analisis pemasaran (*structure, conduct, performance*) 3. Analisis saluran pemasaran 4. Analisis marjin pemasaran dan *Ratio Profit Margin* 5. Analisis koefisien korelasi harga 6. Analisis elastisitas transmisi harga	dilihat dari pangsa produsen (PS) yang lebih dari 80%, walaupun: 1) Struktur pasar yang terbentuk adalah pasar yang hampir mendekati pasar bersaing sempurna, yaitu pasar persaingan oligopsonistik. 2) Perilaku pasar : petani produsen ubi kayu tidak menghadapi kesulitan dalam memasarkan hasil panennya, sistem pembayaran dominan dilakukan secara tunai, dan harga dominan ditentukan oleh pihak pabrik/pembeli. 3) Keragaan pasar meliputi : a. Saluran pemasaran ubi kayu yang terdapat dilokasi penelitian terdiri dari 2 b. Margin pemasaran dan RPM relatif kecil, yaitu margin pemasaran sebesar 13,32% terhadap harga produsen dan RPM sebesar 0,39, mengindikasikan sistem pemasaran ubi kayu relatif sudah efisien. c. Koefisien korelasi harga ubi kayu adalah 0,995 yang berarti ada hubungan yang sangat erat antara harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen akhir. d. Elastisitas transmisi harga yang diperoleh adalah 0,911, yang menunjukkan bahwa pasar yang terjadi adalah pasar persaingan oligopsonistik.
7.	Analisis Manajemen Pengadaan Bahan Baku, Nilai Tambah, dan Strategi Pemasaran Pisang Bolen di Bandar Lampung (Masesah, 2013)	1. Menganalisis proses pengadaan bahan baku industri pisang bolen oleh CV. Mayang Sari dan Harum Sari. 2. Menganalisis nilai tambah industri pisang bolen CV. Mayang Sari dan Harum Sari. 3. Menganalisis strategi pemasaran industri pisang CV. Mayang Sari dan	1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis *Economic Order Quantity* (EOQ) 3. Analisis nilai tambah 4. Analisis strategi pemasaran	1. Persediaan rata-rata bahan baku pisang raja yang digunakan selama satu bulan untuk CV. Mayang Sari sebanyak 3000 sisir/bulan dan 520 sisir/bulan untuk Harum Sari. 2. Nilai tambah rata-rata industri pisang bolen CV. Mayang Sari sebesar Rp 37.066,00 per satu sisir buah pisang dengan rasio nilai tambah 94,13% dan nilai tambah pisang bolen Harum Sari sebesar Rp 20.831,73 per satu sisir buah pisang dengan rasio nilai tambah 87,59%. 3. Strategi pemasaran pada industri pisang bolen CV. Mayang Sari dan Harum Sari yakni menggunakan *marketing mix* yang terdiri dari empat komponen yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi.

		Harum Sari.		
8.	Keragaan Agroindustri Kerupuk Udang di Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan (Hastinawati, 2012)	1. Mengetahui profil keragaan agroindustri kerupuk udang skala rumah tangga. 2. Mengetahui kelayakan finansial agroindustri kerupuk udang skala rumah tangga.	1. Analisis deskriptif kualitatif. 2. Analisis finansial (*Break Even Point*, R/C *ratio*, *Return on Investmen*)	Agroindustri kerupuk udang merupakan usaha kecil (skala rumah tangga) yang memproduksi kerupuk dengan bahan baku utama udang dengan sumber permodalan dari pinjaman dan modal sendiri, belum memiliki ijin usaha, proses produksinya dilakukan secara sederhana dengan menggunakan tenaga kerja manusia. Secara finansial agroindustri kerupuk udang dinilai layak untuk dilaksanakan, baik dari indicator pendapatan, R/C Ratio, BEP maupun ROI.
9.	Keragaan Agroindustri Skala Kecil Keripik Ubi Jalar dan Ubi Kayu di Kelurahan Segala Mider Kota Bandar Lampung (Sari, 2007)	1. Mengetahui sistem pengadaan bahan baku pada pengolahan industri keripik ubi jalar dan ubi kayu. 2. Mengetahui manajemen produksi dalam agroindustri skala kecil keripik ubi jalar dan ubi kayu. 3. Mengetahui pendapatan dalam agroindustri keripik ubi jalar dan ubi kayu. 4. Mengetahui pemasaran keripik ubi jalar dan ubi kayu.	1. Analisis pendapatan 2. Analisis deskriptif 3. Analisis marjin pemasaran 4. Analisis *Ratio Profit Margin* (RPM) 5. Analisis koefisien korelasi harga 6. Analisis elastisitas transmisi harga	1. Sistem pengadaan bahan baku yang dilakukan oleh pelaku usaha keripik ubi jalar dan ubi kayu diperoleh dari para petani ubi jalar dan ubi kayu yang menawarkan langsung kepada pelaku usaha keripik di Kelurahan Segala Mider. 2. Manajemen produksi yang dilakukan sudah cukup baik terlihat dari adanya perencanaan produksi hingga pengawasan produksi, selain itu dapat dilihat dari rancangan produksi, rancangan proses produksi, pemilihan lokasi, dan organisasi pekerjaan dan strategi produksi. 3. Pendapatan atas biaya total pelaku usaha keripik ubi jalar yang diusahakan di Kelurahan Segala Mider sebesar Rp 2.043.361,69 per bulan dengan R/C atas biaya toatal 2,61, sedangkan pendapatan atas biaya total pelaku usaha keripik ubi kayu sebesar Rp 2.104.609,78 per bulan dengan R/C atas biaya total 1,19. 4. Terdapat dua saluran pemasaran keripik yaitu saluran pertama pelaku usaha, pedagang pengumpul dan konsumen, sedangkan saluran kedua pelaku usaha langsung ke konsumen. Analisis efisiensi keripik di Kelurahan Segala Mider sudah efisien
10.	Keragaan Agroindustri Bihun di Kota Metro	1. Mengetahui sistem pengadaan sarana produksi agroindustri	1. Analisis deskriptif 2. Analisis	1. Sistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi bihun sudah berjalan baik. Mekanisme penyaluran sarana produksi relatif sederhana. Penyaluran bahan baku dan bahan bakar

(Pustika, 2007)	bihun. 2. Mengetahui nilai tambah agroindustri bihun. 3. Mengetahui analisis finansial agroindustri bihun. 4. Mengetahui sistem pemasaran produk agroindustri bihun. 5. Mengetahui peranan lembaga penunjang terhadap perkembangan agroindustri bihun.	pendapatan 3. Analisis nilai tambah 4. Analisis finansial 5. Analisis marjin pemasaran		dilakukan oleh pemasok (*supplier*) atau distributor, pengadaan solar, oli, dan plastik dengan cara membeli secara langsung di pasar, pengadaan merek /brand dengan cara memesan di percetakan, tenaga kerja yang digunakan adalah masyarakat sekitar pabrik, dan pengadaan peralatan dengan cara memesan kepada pandai besi dan pengrajin anyaman. 2. Semua agroindustri bihun di Kota Metro menguntungkan, mempunyai nilai tambah yang positif, dan layak untuk diusahakan. 3. Sistem pemasaran bihun belum efisien karena RPM tidak menyebar merata. 4. Lembaga yang menunjang agroindustri bihun di antara lain, Bank Rakyat Indonesia (BRI) lembaga keuangan, pasar input dan output yang berada di/luar Kota Metro, dan sarana transportasi yang meliputi jalan, angkutan umum, telepon, air bersih dan listrik.

B. Kerangka Pemikiran

Agroindustri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mentransformasikan bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau bahan yang sudah jadi melalui proses pengolahan, sehingga dapat meningkatkan nilai, mutu, dan keuntungan. Terdapat tiga kegiatan utama dalam agroindustri, yaitu kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan atau produksi, dan kegiatan pemasaran. Bahan baku merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup suatu agroindustri. Hal ini dikarenakan bahan baku akan digunakan sebagai input atau faktor produksi yang akan menghasilkan output atau hasil produksi. Tidak hanya bahan baku yang dijadikan faktor produksi dalam suatu agroindustri, tenaga kerja, peralatan, mesin dan bahan penunjang atau bahan tambahan juga termasuk ke dalam faktor produksi yang memperlancar kegiatan di suatu agroindustri.

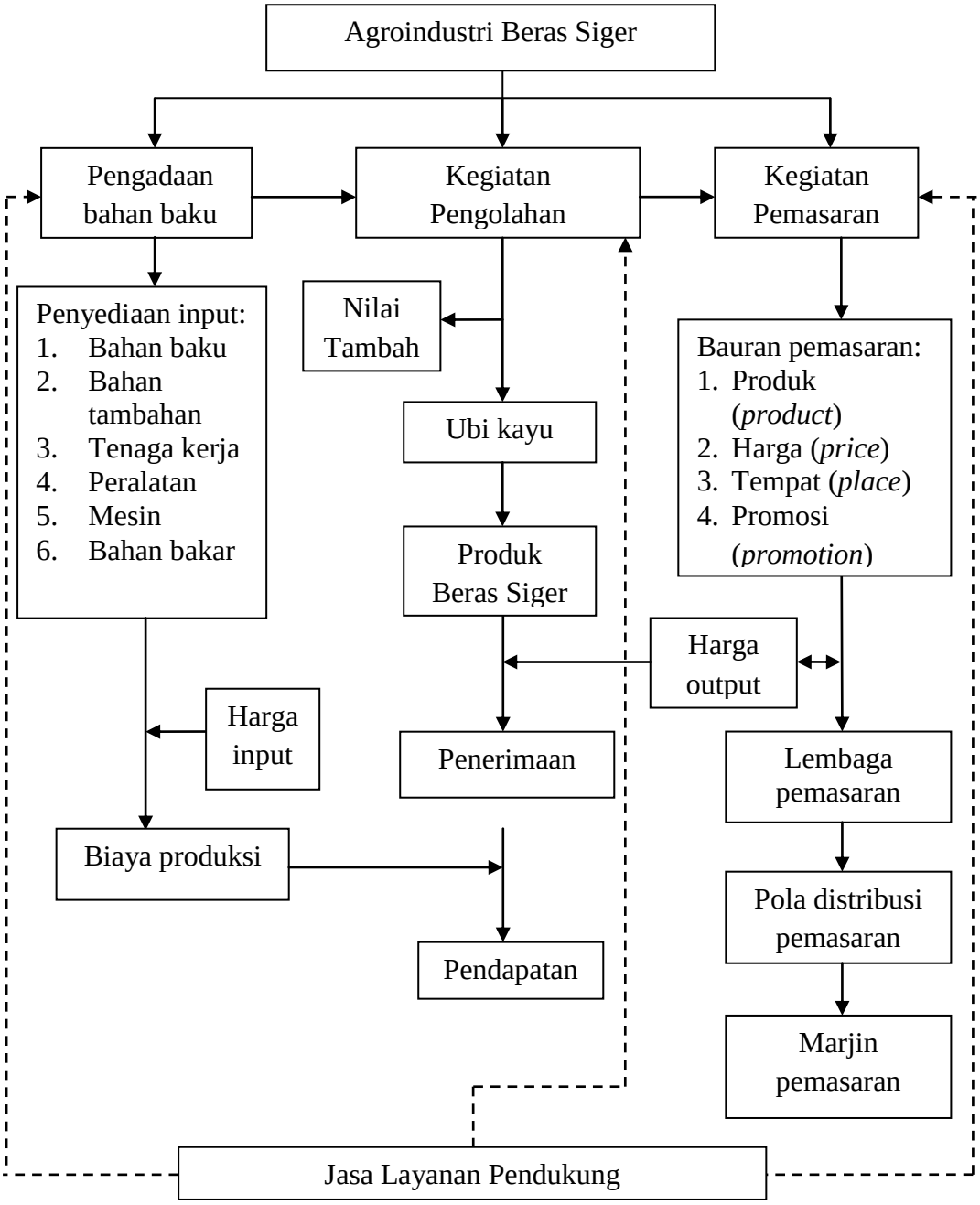
Penggunaan faktor produksi pada kegiatan pengolahan akan menimbulkan adanya biaya produksi yang harus dikeluarkan. Akan tetapi dari kegiatan pengolahan tersebut juga akan menghasilkan hasil produksi di mana hasil produksi tersebut akan mendatangkan harga jual yang merupakan nilai bagi produk olahan. Berdasarkan biaya produksi dan harga jual, maka akan diperoleh pendapatan yaitu merupakan selisih dari harga jual produk dikurangi dengan biaya produksi. Tidak hanya pendapatan yang diperoleh dari kegiatan pengolahan, melainkan juga akan menghasilkan nilai tambah dari produk olahan ubi kayu berupa beras siger tersebut. Sama halnya dengan pendapatan, nilai tambah dari produk olahan ubi kayu tersebut akan

menghasilkan keuntungan bagi agroindustri beras siger. Harga jual yang diterima produsen melalui kegiatan pemasaran berkaitan dengan perlakuan terhadap bahan baku. Jika pengolahan dilakukan dengan baik, maka produk yang dihasilkan juga akan memiliki kualitas dan mutu yang baik.

Adanya bauran pemasaran berupa penerapan 4P (*product, price, place* dan *promotion*) dapat mempengaruhi hasil produksi, harga jual produk beras siger serta mempengaruhi konsumen untuk membeli produk beras siger, yang kemudian akan mempengaruhi efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran berkaitan dengan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam sistem pemasaran. Keterlibatan lembaga-lembaga pemasaran akan mempengaruhi panjang pendeknya saluran distribusi atau rantai pemasaran. Panjang pendeknya rantai pemasaran akan mempengaruhi harga jual dan keuntungan yang diperoleh suatu agroindustri serta mekanisme harga produk beras siger dari tangan produsen hingga sampai ke tangan konsumen. Mekanisme harga yang efisien dalam sistem pemasaran ditunjukkan oleh adanya marjin pemasaran yang relatif rendah.

Ketiga kegiatan utama pada agroindustri beras siger juga didukung dengan adanya jasa layanan pendukung. Jasa layanan pendukung tidak hanya berperan dan bermanfaat pada satu kegiatan saja, melainkan berpengaruh terhadap ketiga kegiatan utama tersebut. Oleh karena itu, adanya jasa layanan pendukung tersebut tentu memberikan dampak yang positif bagi pihak agroindustri. Akan tetapi, tidak semua jenis jasa layanan pendukung telah dimanfaatkan dengan baik pada agroindustri beras siger dikarenakan alasan

yang kuat. Kurangnya pemanfaatan beberapa jenis jasa layanan pendukung tersebut dapat menjadi suatu masalah apabila tidak diselesaikan dengan solusi yang tepat. Oleh karena itu, perlu adanya solusi yang tepat dari kurangnya pemanfaatan beberapa jenis jasa layanan pendukung pada agroindustri beras siger.



Gambar 4. Kerangka pemikiran keragaan agroindustri beras siger di Lampung

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus pada dua agroindustri beras siger. Metode studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu organisme (individu), lembaga atau gejala tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit selama kurun waktu tertentu (Arikunto, 2004). Metode studi kasus digunakan untuk memperoleh data secara lengkap dan rinci pada kedua agroindustri beras siger tersebut mengenai keragaan agroindustri yang dimulai dari kegiatan pengadaan bahan baku hingga kegiatan pemasaran yang ditunjang dengan jasa layanan pendukung.

B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Konsep dasar dan batasan operasional mencakup semua pengertian dan petunjuk mengenai variabel yang akan diteliti untuk memperoleh data yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian dan yang berhubungan dengan penelitian.

Agroindustri merupakan bagian dari sistem agribisnis yang memanfaatkan dan mempunyai kaitan langsung dengan produksi pertanian yang akan diubah atau ditransformasikan secara mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi atau setengah jadi yang memiliki nilai tambah lebih tinggi. Agroindustri beras siger merupakan usaha pengolahan yang menggunakan ubi kayu sebagai bahan bakunya untuk menghasilkan beras siger.

Beras siger merupakan suatu makanan berbahan baku ubi kayu yang dijemur atau dikeringkan kemudian diolah menjadi butiran yang teksturnya menyerupai beras padi. Beras siger memiliki kandungan gizi yang cukup baik seperti energi, kalsium, fosfor, dan karbohidrat yang dibutuhkan untuk tubuh.

Bahan baku merupakan bahan utama yang digunakan dalam suatu proses produksi. Bahan baku atau bahan utama yang digunakan dalam agroindustri beras siger ini adalah ubi kayu yang diukur dalam satuan kilogram (kg).

Harga bahan baku merupakan harga atau nilai dari bahan baku ubi kayu yang digunakan dalam proses pengolahan beras siger, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Pengadaan bahan baku adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk menyediakan ubi kayu pada agroindustri beras siger.

Enam tepat dalam pengadaan bahan baku adalah kegiatan pengadaan bahan baku yang sesuai dengan enam tepat yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat

jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga. Enam tepat ini diterapkan dalam kegiatan pengadaan bahan baku agar memperlancar kegiatan pengadaan bahan baku dan memberikan keuntungan yang maksimal bagi agroindustri beras siger.

Tepat waktu adalah waktu yang tepat dalam kegiatan pengadaan bahan baku yaitu saat jumlah bahan baku menipis, maka bahan baku dapat tersedia dengan cepat agar tidak terjadi penundaan proses produksi.

Tepat tempat adalah tempat yang menjual bahan baku merupakan tempat yang memberikan pelayanan yang memuaskan, mudah dijangkau, dan letaknya strategis bagi pihak agroindustri.

Tepat jenis adalah jenis bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk beras siger merupakan jenis ubi kayu yang sesuai, sehingga rasa dan bentuk beras siger sesuai dengan yang diharapkan oleh produsen yaitu berwarna kuning kecokelatan.

Tepat kualitas adalah kualitas bahan baku yang akan digunakan untuk membuat beras siger merupakan kualitas yang baik. Kualitas ubi kayu yang baik adalah ubi kayu yang tidak rusak, tidak terlalu tua dan tidak terlalu muda, tidak busuk, dan memiliki ukuran yang sedang hingga besar.

Tepat kuantitas adalah jumlah bahan baku yang tersedia untuk membuat beras siger sesuai dengan target produksi. Artinya jumlah bahan baku yang digunakan dapat mencerminkan hasil produksi yang akan diperoleh sehingga harus sesuai dengan target sasaran produksi.

Tepat harga adalah harga yang dikeluarkan untuk membeli ubi kayu sebagai bahan baku relatif terjangkau yaitu tidak terlalu mahal dan melalui harga bahan baku tersebut pihak agroindustri dapat memperoleh keuntungan yang telah diperkirakan atau ditargetkan.

Input adalah bahan-bahan dan alat-alat yang digunakan untuk menghasilkan produksi berupa beras siger. Input pada agroindustri beras siger dalam proses produksi berupa bahan baku, bahan penunjang, tenaga kerja, dan peralatan.

Bahan penunjang atau bahan tambahan merupakan bahan produksi yang digunakan selain dari bahan baku dalam kegiatan produksi guna membantu agar bahan baku dapat diproses lebih lanjut, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp). Bahan penunjang yang digunakan dalam agroindustri beras siger adalah bahan bakar, plastik pembungkus, logo, dan lilin.

Bahan bakar adalah bahan-bahan yang digunakan untuk mengukus ubi kayu pada saat tahap pengukusan dalam kegiatan produksi beras siger. Bahan bakar tersebut berupa kayu bakar yang diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg) dan minyak tanah yang diukur dalam satuan rupiah per liter (Rp/liter).

Plastik pembungkus adalah wadah atau kemasan yang terbuat dari plastik transparan dan digunakan untuk membungkus beras siger yang telah jadi atau siap dijual, yang diukur dalam satuan rupiah per lembar (Rp/lembar).

Logo adalah simbol yang menunjukkan identitas dari suatu produk dan produsen yang diletakkan pada plastik pembungkus beras siger, diukur dalam satuan rupiah per lembar (Rp/lembar).

Lilin adalah bahan tradisional yang digunakan untuk merekatkan plastik pembungkus beras siger apabila tidak ada mesin lem pada agroindustri. Lilin dapat diukur dalam satuan rupiah per batang (Rp/batang).

Tenaga kerja adalah sejumlah orang yang melakukan tahap-tahap pembuatan beras siger pada agroindustri beras siger.

Upah tenaga kerja adalah upah rata-rata yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk tenaga kerja secara langsung dalam proses produksi, yang dihitung berdasarkan tingkat upah yang berlaku di daerah penelitian, dan diukur dalam rupiah per HOK (Rp/HOK).

Peralatan adalah serangkaian alat yang digunakan dalam proses produksi beras siger berupa lumpang, alu, panci, tampah, pisau, timbangan, golok, mesin lem, bak besar, bak kecil, mesin giling tepung, ayakan, ember besar, lampu teplok, kompor, dan mesin rajang.

Biaya tetap adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang tidak tergantung dengan volume produksi, meliputi biaya penyusutan peralatan dan biaya listrik yang diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang jumlahnya dapat berubah-ubah tergantung dengan volume produksi yang

dihasilkan. Biaya variabel meliputi upah tenaga kerja, biaya bahan baku, bahan bakar, plastik pembungkus, logo, lilin, dan biaya angkut yang diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Biaya total adalah jumlah dari biaya variabel ditambah dengan biaya tetap dalam proses produksi, yang diukur dengan satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Pengolahan adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang bernilai tambah. Pengolahan beras siger adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk mengolah ubi kayu menjadi beras siger.

Hasil produksi adalah produksi total beras siger yang diperoleh dalam satu kali proses produksi, yang diukur dalam kilogram (kg).

Harga output adalah harga jual produk beras siger per kilogram yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Penerimaan adalah hasil perkalian antara jumlah beras siger yang dihasilkan dengan harga jual beras siger per kilogram, yang diukur dengan satuan rupiah (Rp).

Pendapatan atau keuntungan merupakan jumlah penerimaan total dikurangi dengan biaya total dalam kegiatan produksi, sehingga menghasilkan sejumlah uang atau keuntungan yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Faktor konversi adalah banyaknya jumlah output yang dapat dihasilkan dalam satu satuan input. Faktor konversi pada agroindustri beras siger adalah perbandingan antara beras siger yang dihasilkan dengan penggunaan ubi kayu dalam perhitungan nilai tambah.

Koefisien tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja langsung yang diperlukan dalam kegiatan pengolahan.

Sumbangan input lain adalah bahan-bahan penunjang yang digunakan dalam pembuatan beras siger dalam perhitungan nilai tambah dan diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Nilai tambah adalah selisih antara harga output beras siger jadi hingga otput sudah dikemas dengan harga bahan baku utama ubi kayu dan sumbangan input lain yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Pemasaran merupakan proses pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan untuk memindahkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dengan tujuan untuk menciptakan permintaan yang efektif dan memperoleh keuntungan dan kepuasan di semua pihak yang terlibat.

Bauran pemasaran adalah komponen-komponen yang dikombinasikan dalam *marketing mix* atau yang sering disebut dengan 4 P, yaitu *product*, *price*, *promotion*, dan *place*. Suatu barang harus memiliki keterpaduan dari komponen-komponen tersebut untuk mencapai kesuksesan dalam pemasaran.

Produk (*product)* adalah nilai keluaran yang dihasilkan dari proses kegiatan agroindustri yaitu berupa barang (beras siger). Produk akan dianalisis dengan melihat bentuk, ukuran, jumlah produksi, kemasan, merek atau cap dagang, keawetan, dan kualitas beras siger.

Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Harga akan dianalisis dengan melihat bagaimana metode penetapan harga serta seberapa besar harga yang ditawarkan oleh pihak agroindustri.

Tempat (*place*) adalah area di mana perusahaan menyalurkan produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen. Tempat akan dianalisis dengan melihat bagaimana kestrategisan lokasi penjualan beras siger dilihat dari alat transportasi yang ada. Tempat juga akan dianalisis dengan melihat bagaimana penyampaian produk beras siger hingga ke tangan konsumen dan lembaga-lembaga pemasaran apa saja yang terlibat.

Promosi (*promotion*) adalah pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif berupa keunggulan produk yang dirancang untuk menarik pelanggan dalam menawarkan produk. Promosi akan dianalisis dengan melihat kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan oleh agroindustri beras siger serta media apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi tersebut.

Saluran atau rantai pemasaran adalah pihak-pihak yang bekerja sama dalam memasarkan suatu produk yang dihasilkan dari produsen sampai pada konsumen akhir sehingga membentuk sebuah pola atau rantai.

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan dalam suatu proses penjualan beras siger dari produsen hingga sampai di konsumen akhir yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Marjin pemasaran adalah selisih harga jual pada setiap lembaga pemasaran dengan harga jual produsen yang diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Rasio marjin keuntungan adalah perbandingan tingkat pendapatan setiap lembaga pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan pada kegiatan pemasaran.

Jasa layanan pendukung adalah lembaga-lembaga dan seluruh kegiatan yang mendukung kelancaran agroindustri beras siger serta memberikan manfaat. Jasa layanan pendukung antara lain adalah lembaga keuangan, lembaga penelitian, lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, teknologi informasi dan komunikasi serta asuransi.

C. Lokasi Peneletian, Responden, dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di agroindustri beras siger yang berada di Desa Wira Agung Sari, Kecamatan Penawartama Tulang Bawang dan agroindustri beras siger yang berada di Desa Margorejo, Kecamatan Metro Selatan Kota Metro. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan

pertimbangan untuk membandingkan kedua agroindustri tersebut berdasarkan persamaan dan perbedaan yang dimiliki oleh kedua agroindustri. Persamaan kedua agroindustri tersebut adalah keduanya masih aktif melakukan produksi dan menghasilkan produk beras siger berwarna kuning.

Perbedaan dari kedua agroindustri tersebut dilihat dari skala usaha yaitu agroindustri beras siger di Wira Agung Sari, Kecamatan Penawartama Tulang Bawang yang merupakan agroindustri yang belum cukup lama berdiri, namun telah tergolong ke dalam agroindustri skala besar dengan jumlah produksi 100 - 200 kg untuk satu kali produksi. Berbeda halnya dengan agroindustri beras siger di Margorejo, Metro Selatan Kota Metro yang telah cukup lama berproduksi namun, masih tergolong ke dalam agroindustri skala kecil dengan jumlah produksi 25 – 40 kg untuk satu kali produksi. Pengumpulan data dalam penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus-November 2015. Data mengenai agroindustri beras siger aktif tahun 2015 di Provinsi Lampung yang digunakan sebagai acuan dalam penentuan lokasi pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 6.

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik agroindustri beras siger di Desa Wira Agung Sari, Kecamatan Penawartama Tulang Bawang dan agroindustri beras siger di Desa Margorejo, Metro Selatan Kota Metro. Responden pedagang diambil secara *snow bolling* dengan pertimbangan karena tidak ada informasi yang pasti mengenai jumlah pedagang beras siger tersebut.

Tabel 6. Daftar pelaku usaha agroindustri beras siger aktif tahun 2015

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

Sumber : Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung, 2015b.

D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui wawancara dengan pihak agroindustri beras siger serta pengamatan langsung tentang keadaan di lapangan, sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh berdasarkan literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian dan data dari instansi-instansi terkait seperti Badan Ketahanan Pangan dan Badan Pusat Statistik.

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Berikut merupakan metode analisis data yang digunakan pada setiap tujuan dalam penelitian, yaitu:

1. Metode Analisis Data Pengadaan Bahan Baku

Metode analisis data yang digunakan pada tujuan pertama dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif ini dilakukan dengan mendeskripsikan dan menginterpretasikan variabel yang mengacu pada kajian ilmiah yang mendasarinya. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis manajemen pengadaan bahan baku berupa pelaksanaan enam tepat pada agroindustri beras siger. Enam tepat tersebut adalah tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga. Tidak hanya itu, analisis deskriptif kualitatif ini juga digunakan untuk menganalisis permasalahan atau kendala dalam pengadaan bahan baku serta langkah yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut.

2. Metode Analisis Data Analisis Pendapatan dan Analisis Nilai Tambah

Metode analisis data yang digunakan pada tujuan ke dua dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Hal ini dikarenakan pada

tujuan ke dua dilakukan analisis pendapatan dan nilai tambah produk pada agroindustri beras siger.

a. Analisis Pendapatan

Analisis pendapatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan cara menghitung pendapatan di kedua agroindustri beras siger dalam hitungan per bulan atau jumlah 2 kali produksi dalam satu bulan selama kurun waktu satu tahun terakhir terhitung sejak bulan Agustus 2014 hingga bulan Juli 2015, yang kemudian merata-ratakan hasil tersebut sebagai acuan rata-rata pendapatan yang diperoleh dalam dua kali kegiatan produksi atau rata-rata pendapatan per bulan. Pendapatan dari agroindustri beras siger dapat diketahui dengan melakukan analisis pendapatan suatu usaha yang secara matematis dapat dirumuskan sebagai:

$$\Pi = TR - TC$$

$$\Pi = Y.\ Py - \sum Xi.Pxi - BTT$$

dimana:

Π	= pendapatan (Rp)
TR	= *total revenue* atau penerimaan total (Rp)
TC	= *total cost* atau biaya total (Rp)
Y	= beras siger (kg)
Py	= harga beras siger (Rp)
Xi	= faktor produksi (i = 1,2,3,.....,n)
Pxi	= harga faktor produksi ke-i (Rp)
BTT	= biaya tetap total (Rp)

Untuk mengetahui kelayakan usaha pada kedua agroindustri tersebut, maka dilakukan analisis R/C rasio, yang merupakan perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total. Analisis rasio ini dilakukan dengan membagi nilai rata-rata pendapatan yang telah dihitung menggunakan analisis pendapatan dengan rata-rata biaya yang dikeluarkan per bulan atau selama 2 kali produksi. Analisis R/C rasio 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 pegambilan keputusan adalah:

d) Jika R/C > 1, maka suatu usaha mengalami keuntungan, karena penerimaan lebih besar dari biaya.

e) Jika R/C < 1, maka suatu usaha mengalami kerugian, karena penerimaan lebih kecil dari biaya.

f) Jika R/C = 1, maka suatu usaha mengalami impas, karena penerimaan sama dengan biaya.

b. Analisis Nilai Tambah

Besarnya nilai tambah yang dihasilkan dari pengolahan ubi kayu menjadi beras siger pada agroindustri beras siger di Desa Wira Agung Sari, Kecamatan Penawartama Tulang Bawang dan di

Margorejo, Metro Selatan dapat diketahui dengan menggunakan metode analisis nilai tambah Hayami yang disajikan pada Tabel 7. Kriteria nilai tambah (NT) adalah:

- Jika NT > 0, berarti pengembangan agroindustri beras siger memberi nilai tambah yang positif.
- Jika NT < 0, berarti pengembangan agroindustri beras siger memberi nilai tambah yang negatif.

Tabel 7. Prosedur perhitungan nilai tambah metode Hayami

Variabel	Nilai
Output, Input, dan Harga	
1. Output (kg/ bulan)	A
2. Bahan Baku (kg/bulan)	B
3. Tenaga Kerja (HOK/bulan)	C
4. Faktor Konversi	D = A/B
5. Koefisien Tenaga Kerja	E = C/B
6. Harga Output (Rp/kg)	F
7. Upah Rata-Rata Tenaga Kerja (Rp/HOK)	G
Pendapatan dan Keuntungan (Rp/kg)	
8. Harga Bahan Baku	H
9. Sumbangan input lain	I
10. Nilai output	J = D x F
11.a Nilai Tambah	K = J – I – H
b Rasio Nilai Tambah	L = (K/J) x 100%
12.a Imbalan Tenaga Kerja	M = E x G
b Bagian Tenaga Kerja	N% = (M/K) x 100%
13.a Keuntungan	O =K – M
b Tingkat Keuntungan	P% = (O/K) x 100%
Balas Jasa Pemilik Faktor – Faktor Produksi	
14. Margin Keuntungan	Q = J – H
a Keuntungan	R = O/Q x 100%
b Tenaga Kerja	S = M/Q x 100%
c Input Lain	T = I/Q x 100%

Sumber: Hayami (1987 dalam Putri, 2005).

3. Metode Analisis Data Analisis Bauran Pemasaran, Analisis Rantai Pemasaran, dan Analisis Marjin Pemasaran

Metode analisis data yang digunakan pada tujuan ke tiga dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Hal ini dikarenakan pada tujuan ketiga dilakukan analisis bauran pemasaran dan saluran distribusi atau rantai pemasaran pada agroindustri beras siger dengan menggunakan deskriptif kualitatif dan analisis marjin pemasaran dengan menggunakan deskriptif kuantitatif.

a. Analisis Bauran Pemasaran dan Analisis Rantai atau Pola Distribusi Pemasaran

Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran berupa 4 P (*Place*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*) yang dilaksanakan oleh agroindustri beras siger untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal. Selain itu, analisis deskriptif kualitatif ini juga digunakan untuk menganalisis bagaimana rantai pemasaran atau saluran distribusi yang digunakan oleh agroindustri beras siger dalam memasarkan produknya. Analisis deskriptif kualitatif ini juga akan digunakan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam proses pemasaran beras siger baik dari bauran pemasaran maupun pola distribusi, serta langkah-langkah yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

b. Analisis Marjin Pemasaran

Sistem pemasaran yang dianalisis secara kuantitatif adalah analisis marjin pemasaran. Marjin pemasaran merupakan selisih harga di tingkat produsen (Pf) dengan harga di tingkat konsumen (Pr). Analisis marjin pemasaran digunakan untuk melihat bagaimana *margin share* yang terdapat pada sistem pemasaran produk beras siger. Secara matematis untuk mengetahui marjin pemasaran dapat dihitung dari persamaan:

$$Mji = Psi - Pbi, \text{ atau}$$

$$Mji = bti + \pi i, \text{ atau}$$

$$\Pi i = mji - bti$$

Total marjin pemasaran:

$$Mj = \sum_{n=1}^{n} mji \text{ atau } Mj = Pf - Pr$$

Rasio marjin keuntungan:

$$RPM = \Pi i / bti$$

Keterangan:

Mji = Marjin pemasaran tingkat ke-i
Psi = Harga jual lembaga pemasaran tingkat ke-i
Pbi = Harga beli lembaga pemasaran tingkat ke-i
bti = Biaya total lembaga pemasaran tingkat ke-i
Πi = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
Mj = Total marjin pemasaran
Pr = Harga pada tingkat konsumen
Pf = Harga pada tingkat produsen

Nilai RPM (*Ratio Profit Margin*) yang relatif menyebar merata pada tiap lembaga pemasaran mencerminkan sistem pemasaran yang efisien. Jika selisih RPM antara lembaga pemasaran sama dengan nol (0), maka sistem pemasaran tersebut dikatakan efisien, dan jika selisih RPM antara lembaga pemasaran tidak sama dengan nol (0), maka sistem pemasaran tidak efisien.

4. Metode Analisis Data Jasa Layanan Pendukung

Metode analisis data yang digunakan pada tujuan ke empat dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Informasi yang diperoleh ketika wawancara dengan menggunakan kuesioner dijabarkan secara rinci. Analisis deskriptif kualitatif ini digunakan untuk menganalisis pemanfaatan jasa layanan pendukung berupa lembaga keuangan (bank), lembaga penyuluhan, lembaga penelitian, transportasi, kebijakan pemerintah, asuransi, serta teknologi informasi dan komunikasi serta bagaimana peran dan fungsi jasa layanan pendukung tersebut dalam kegiatan produksi yang dilakukan oleh agroindustri beras siger. Tidak hanya itu, analisis deskriptif ini juga akan menganalisis alasan agroindustri yang belum memanfaatkan salah satu jenis jasa layanan pendukung apabila terdapat jasa layanan pendukung yang belum dimanfaatkan dengan baik, serta menganalisis bagaimana dampak dan solusi terhadap kurangnya pemanfaatan salah satu atau lebih jenis jasa layanan pendukung tersebut.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Keadaan Umum Kabupaten Tulang Bawang

1. Keadaan Geografis

Kabupaten Tulang Bawang merupakan salah satu dari 15 kabupaten/kota yang terletak di Provinsi Lampung. Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 7 tahun 2005, secara administrasi Kabupaten Tulang Bawang terdiri dari 24 Kecamatan. Akan tetapi, setelah wilayahnya dimekarkan pada tahun 2008 yang telah disahkan melalui UU No 49 Tahun 2008 dan UU No 50 Tahun 2008, Kabupaten Tulang Bawang dipecah menjadi 3 kabupaten yaitu Kabupaten Induk Tulang Bawang dan dua kabupaten baru yaitu Kabupaten Tulang Bawang Barat dan Mesuji. Oleh karena itu, secara otomatis jumlah kecamatan di Kabupaten Tulang Bawang berkurang menjadi 15 kecamatan, 4 kelurahan dan 148 desa.

Secara geografis, Kabupaten Tulang Bawang terletak pada 105°09’ sampai 105°55’ Bujur Timur dan 04°08’ sampai 04°41’ Lintang Selatan. Ibu kota Kabupaten Tulang Bawang adalah Menggala. Kabupaten Tulang Bawang memiliki luas wilayah 346.632 ha yang terdiri dari 15 kecamatan. Secara administratif, Kabupaten Tulang Bawang berbatasan dengan:

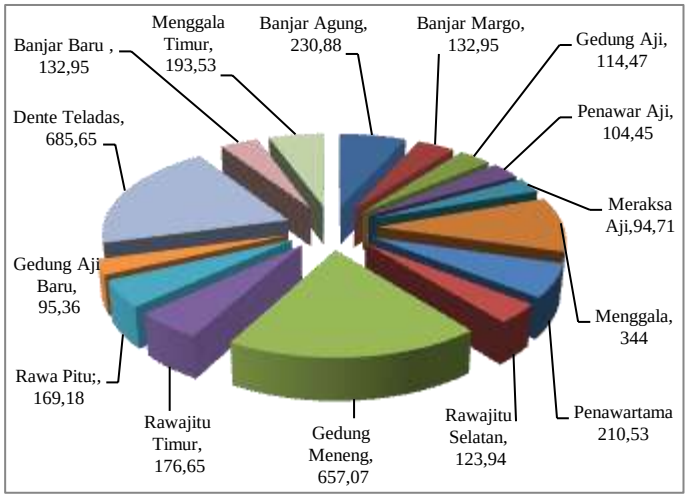
a) Kabupaten Mesuji di sebelah utara

b) Kabupaten Lampung Tengah di sebelah selatan

c) Laut Jawa di sebelah timur

d) Kabupaten Tulang Bawang Barat di sebelah barat.

Pemekaran wilayah yang dilakukan pada tahun 2008 dan telah disahkan melalui UU No 49 Tahun 2008 dan UU No 50 Tahun 2008, menunjukkan bahwa saat ini Kabupaten Tulang Bawang memiliki 15 kecamatan yang tersebar dengan Kecamatan Dente Teladas sebagai kecamatan terluas yang memiliki luas wilayah 68.565 ha dan kecamatan terkecil yaitu Kecamatan Meraksa Aji dengan luas wilayah 9.471 ha. Gambar 5 merupakan menunjukkan data mengenai kecamatan-kecamatan yang terdapat di Kabupaten Tulang Bawang dengan luas wilayahnya masing-masing.



Gambar 5. Kecamatan di Kabupaten Tulang Bawang beserta luas wilayahnya (km^2).
Sumber : Kabupaten Tulang Bawang dalam Angka, 2015.

2. Keadaan Iklim

Kabupaten Tulang Bawang merupakan salah satu daerah beriklim tropis dengan suhu udara rata-rata siang hari berkisar antara 27,0^{o}C sampai 29,0^{o}C, sedangkan suhu udara malam hari berkisar antara 21,0^{o}C sampai 23,7^{o}C. Curah hujan di suatu tempat antara lain dipengaruhi oleh keadaan iklim dan perputaran/ pertemuan arus udara. Oleh karena itu jumlah curah hujan beragam menurut bulan. Curah hujan tertinggi di Kabupaten Tulang Bawang tepat pada bulan Februari yaitu mencapai 425 mm, sedangkan curah hujan terendah terjadi pada bulan September yaitu 23 mm (Kabupaten Tulang Bawang dalam Angka, 2015).

3. Keadaan Demografi

Jumlah penduduk di Kabupaten Tulang Bawang pada tahun 2014 mencapai 423.710 jiwa, yang terdiri dari penduduk laki-laki sebanyak 219.504 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 204.206 jiwa. Berdasarkan jumlah penduduk total di Kabupaten Tulang Bawang tersebut, maka dapat diketahui bahwa dengan luas wilayah sebesar 3.466,32 km², kepadatan penduduk di Kabupaten Tulang Bawang tersebut mencapai 122 jiwa per km², dengan rasio jenis kelamin sebesar 107,49. Tidak hanya itu, berdasarkan jumlah penduduk per kecamatan dapat diketahui bahwa kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak adalah kecamatan Dente Teladas dengan jumlah penduduk mencapai 61.073 jiwa, sedangkan kecamatan dengan jumlah penduduk tersedikit adalah kecamatan Menggala Timur dengan jumlah penduduk

mencapai 13.657 jiwa. Berikut merupakan data mengenai persebaran jumlah penduduk pada 15 kecamatan di Kabupaten Tulang Bawang.

Gambar 6. Jumlah penduduk (jiwa) di Kabupaten Tulang Bawang berdasarkan kecamatan.
Sumber : Kabupaten Tulang Bawang dalam Angka, 2015

4. Potensi Wilayah

Kabupaten Tulang Bawang memiliki potensi yang baik untuk perkembangan sektor pertanian. Hal ini dikarenakan sebagian besar sungai–sungai yang mengalir dari barat ke timur berpotensi untuk pengembangan irigasi. Tidak hanya itu, wilayah Kabupaten Tulang Bawang ini juga merupakan daerah agraris di mana sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian. Alasan mengapa banyaknya penduduk yang bekerja di sektor pertanian dikarenakan daerah terluas di Kabupaten Tulang Bawang ini merupakan daerah dataran yang cocok dimanfaatkan sebagai lahan pertanian. Tidak hanya itu, luas wilayah yang cukup besar di Kabupaten Tulang Bawang ini telah dimanfaatkan dengan cukup baik oleh sektor pertanian. Hal ini dapat dilihat dari

pemanfaatan potensi lahan pertanian yang ada yaitu 149.420 ha digunakan untuk lahan basah sekitar 47.315 ha dan lahan kering sekitar 102.104 ha.

Komoditas pertanian yang paling banyak diusahakan di Kabupaten Tulang Bawang adalah komoditas tanaman pangan. Beberapa jenis tanaman pangan yang dibudidayakan tersebut antara lain adalah padi, jagung, ubi jalar, ubi kayu, kacang tanah, kacang kedelai, dan kacang hijau. Akan tetapi, meskipun banyak jenis tanaman pangan yang dibudidayakan, ubi kayu merupakan komoditas yang menghasilkan jumlah produksi paling tinggi dibandingkan dengan jenis tanaman pangan lainnya yaitu sekitar 602.952 ton. Artinya bahwa ubi kayu memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan di Kabupaten Tulang Bawang ini (Kabupaten Tulang Bawang dalam Angka, 2015).

B. Keadaan Umum Kota Metro

1. Keadaan Geografis

Menurut bahasa Belanda, Metro berarti pusat (sentrum) yang dapat diartikan sebagai suatu tempat yang strategis. Awalnya sebelum menjadi Kota Adminstratif Metro, Metro merupakan suatu wilayah kecamatan yaitu Kecamatan Metro Raya. Berdasarkan Peraturan Pemerintah nomor 14 tahun 1986, tepatnya tanggal 14 Agustus 1986 dibentuk Kota Administratif Metro yang terdiri dari Kecamatan Metro Raya dan Bantul yang diresmikan pada tanggal 9 September 1987 oleh Meteri Dalam

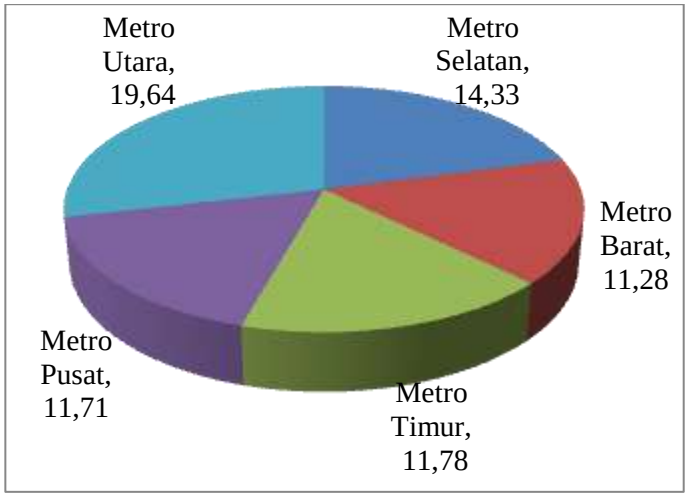
Negeri. Akan tetapi, setalah terjadinya pemekaran yaitu berdasarkan Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000 tentang Pemekaran Kelurahan dan Kecamatan di Kota Metro, wilayah administrasi pemerintahan Kota Metro dimekarkan menjadi 5 kecamatan yang meliputi 22 kelurahan hingga saat ini.

Secara geografis, Kota Metro terletak pada 105°15’ BT – 105°20’ BT dan 5°5’ LS – 5°10’ LS. Ibu kota dari Kota Metro adalah Kelurahan Metro, Kecamatan Metro Pusat. Ketinggian Kota Metro berkisar antara 25 meter sampai 75 meter dari permukaan laut dengan kemiringan 0% sampai 3%. Kota Metro memiliki luas wilayah sebesar 6.874 ha yang terdiri dari 5 kecamatan. Secara administratif, Kota Metro berbatasan dengan:

a) Kabupaten Lampung Tengah dan Kabupaten Lampung Timur di sebelah utara.
b) Kabupaten Lampung Timur di sebelah selatan.
c) Kabupaten Lampung Timur di sebelah timur.
d) Kabupaten Lampung Tengah di sebelah barat (Kota Metro dalam Angka, 2015).

Pemekaran wilayah yang dilakukan pada tahun 2000 dan telah disahkan Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000 tentang Pemekaran Kelurahan dan Kecamatan di Kota Metro, menunjukkan bahwa saat ini Kota Metro memiliki 5 kecamatan yang tersebar dengan Kecamatan Metro Utara sebagai kecamatan terluas yang memiliki luas wilayah 1.964

ha dan kecamatan terkecil yaitu Kecamatan Metro Barat dengan luas wilayah 1.128 ha. Gambar 7 menunjukkan data mengenai kecamatan-kecamatan yang terdapat di Kota Metro dengan luas wilayahnya masing-masing.



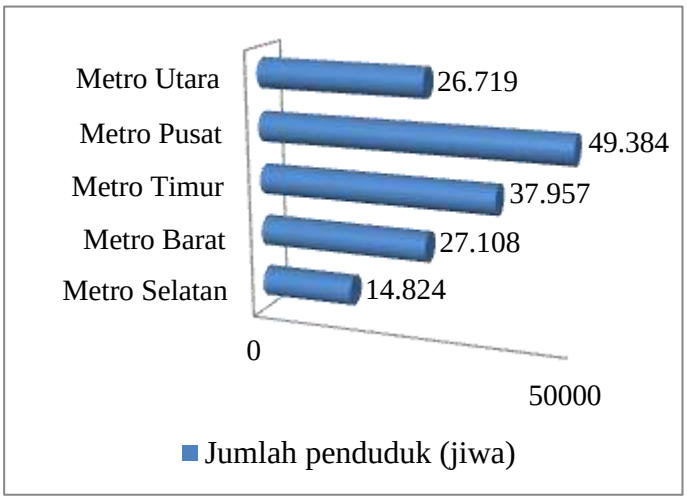
Gambar 7. Kecamatan di Kota Metro beserta luas wilayahnya (km^2)
Sumber : Kota Metro dalam Angka, 2015.

2. Keadaan Iklim

Wilayah Kota Metro yang berada di selatan garis khatulistiwa pada umumnya beriklim humid tropis dengan kecepatan angin rata-rata 70 km/hari. Ketinggian wilayah berkisar antara 25 – 60 m dari permukaan laut (dpl), suhu udara antara 26 °C - 29 °C, kelembaban udara 80% - 88% dan curah hujan tertinggi di Kota Metro tepat pada bulan Januari yaitu mencapai 116,33 mm, sedangkan curah hujan terendah terjadi pada bulan September yaitu 0 mm (Kota Metro dalam Angka, 2015).

3. Keadaan Demografi

Jumlah penduduk di Kota Metro pada tahun 2014 mencapai 155.992 jiwa, yang terdiri dari penduduk laki-laki sebanyak 78.078 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 77.914 jiwa. Berdasarkan jumlah penduduk total di Kota Metro tersebut, maka dapat diketahui bahwa dengan luas wilayah 68,74 km², kepadatan penduduk di Kota Metro tersebut mencapai 2.269 jiwa per km², dengan rasio jenis kelamin 100,21. Tidak hanya itu, berdasarkan jumlah penduduk per kecamatan dapat diketahui bahwa kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak adalah Kecamatan Metro Pusat dengan jumlah penduduk mencapai 49.384 jiwa, sedangkan kecamatan dengan jumlah penduduk tersedikit adalah Kecamatan Metro Selatan dengan jumlah penduduk mencapai 14.824 jiwa. Berikut merupakan data mengenai persebaran jumlah penduduk pada 5 kecamatan di Kota Metro.



Gambar 8. Jumlah penduduk (jiwa) di Kota Metro berdasarkan kecamatan.
Sumber : Kota Metro dalam Angka, 2015

4. Potensi Wilayah

Kota Metro merupakan salah satu kota di Provinsi Lampung yang memiliki potensi cukup baik di sektor pertanian, meskipun sebagian besar masyarakatnya tidak bekerja di sektor pertanian. Hal ini dapat dilihat bahwa masyarakat yang tinggal di Kota Metro lebih banyak bekerja pada sektor pemerintahan dan perdagangan dibandingkan sektor pertanian. Hal ini dikarenakan pola pikir dan pendidikan masyarakat di Kota Metro sudah lebih maju, sehingga masyarakat tersebut lebih memilih pekerjaan yang dianggap lebih baik. Akan tetapi, meskipun jumlah masyarakat yang bekerja di sektor pertanian lebih sedikit, masyarakat tersebut mampu memanfaatkan lahan yang tersedia dengan baik guna memperoleh keuntungan.

Pola penggunaan lahan di Kota Metro secara garis besar dikelompokkan ke dalam 2 jenis penggunaan, yaitu lahan terbangun (*build up area*) dan tidak terbangun. Lahan terbangun terdiri dari kawasan pemukiman, fasilitas umum, fasilitas sosial, fasilitas perdagangan dan jasa, sedangkan lahan tidak terbangun terdiri dari persawahan, perladangan dan penggunaan lain-lain. Kawasan tidak terbangun di Kota Metro didominasi oleh persawahan dengan sistem irigasi teknis yang mencapai 2.982,15 hektar atau 43,38% dari luas total wilayah. Selebihnya adalah lahan kering pekarangan sebesar 1.198,68 hektar, tegalan 94,49 hektar dan sawah non irigasi sebesar 41,50 hektar.

Komoditas pertanian yang paling banyak diusahakan di Kota Metro saat ini adalah komoditas tanaman pangan. Beberapa jenis tanaman pangan yang dibudidayakan di Kota Metro ini, antara lain padi, jagung, kedelai, kacang tanah, kacang hijau, ubi kayu dan ubi jalar. Komoditas tanaman pangan yang paling banyak ditanami oleh petani di Kota Metro adalah padi. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap jumlah produksi padi yang menduduki urutan pertama di Kota Metro yaitu sebesar 19.155,24 ton.

Tidak hanya padi yang menghasilkan jumlah poduksi tinggi, ubi kayu juga merupakan salah satu produk andalan di Kota Metro. Hal ini terbukti dari hasil produksi ubi kayu yang menduduki posisi ke dua setelah padi. Jumlah produksi ubi kayu sendiri adalah sebesar 8.161,85 ton. Artinya bahwa ubi kayu memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan di Kota Metro dilihat dari jumlah produksinya yang menduduki urutan ke dua (Kota Metro dalam Angka, 2015).

C. Keadaan Umum Kecamatan Penawartama

1. Keadaan Geografis

Kecamatan Penawartama merupakan salah satu dari 15 kecamatan yang terdapat di Kabupaten Tulang Bawang Provinsi Lampung. Kecamatan Penawartama ini memiliki luas wilayah 13.761 ha yang terdiri dari 14 desa atau kelurahan. Secara geografis, Kecamatan Penawartama memiliki ketinggian sekitar 25 m dari permukaan laut (dpl), sedangkan secara administratif Kecamatan Penawartama berbatasan dengan:

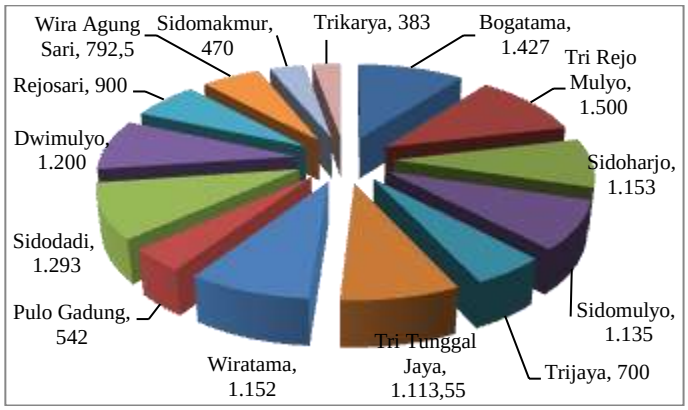
a) Kabupaten Mesuji di sebelah utara.

b) Kecamatan Penawar Aji dan Meraksa Aji di sebelah selatan.

c) Kecamatan Gedung Aji Baru di sebelah timur.

d) Kecamatan Banjar Margo di sebelah barat (Kecamatan Penawartama dalam Angka, 2015).

Dilihat dari luas wilayah pada 14 desa yang terdapat di Kecamatan Penawartama, dapat diketahui bahwa desa yang memiliki luas wilayah terbesar adalah Desa Tri Rejo Mulyo dengan luas sebesar 1.500 ha, sedangkan desa yang memiliki luas wilayah terkecil adalah Desa Trikarya dengan luas wilayah sebesar 383 ha. Gambar 9 menyajikan luas wilayah di masing-masing desa pada Kecamatan Penawartama.



Gambar 9. Desa di Kecamatan Penawartama beserta luas wilayahnya (ha)
Sumber : Kecamatan Penawartama dalam Angka, 2015.

2. Keadaan Iklim

Secara topografis Kecamatan Penawartama sebagian besar wilayahnya adalah berupa dataran rendah dengan banyaknya curah hujan per tahun

sebesar 1.500 mm. Suhu udara yang terdapat di Kecamatan Penawartama ini berkisar antara 28°C hingga 35°C. Berdasarkan suhu udara pada Kecamatan Penawartama tersebut, dapat dikatakan bahawa Kecamatan Penawartama memiliki suhu udara yang normal sehingga tidak akan menimbulkan masalah bagi sektor pertanian. Bentuk wilayah Kecamatan Penawartama 90% merupakan dataran berombak dan 10% berbukit (Kecamatan Penawartama dalam Angka, 2015).

3. Keadaan Demografi

Jumlah penduduk di Kecamatan Penawartama pada tahun 2014 mencapai 28.398 jiwa, yang terdiri dari penduduk laki-laki sebanyak 14.373 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 14.025 jiwa dengan jumlah *sex ratio* sebesar 102. Dilihat dari luas wilayahnya yaitu 13.761 ha dan jumlah total penduduknya sebanyak 28.398 jiwa, maka dapat diketahui bahwa kepadatan penduduk di Kecamatan Penawartama ini adalah sebesar 141 jiwa per km^{2}. Pada Kecamatan Penawartama tersebut desa yang memiliki jumlah penduduk terbanyak adalah Desa Bogatama dengan jumlah penduduk mencapai 3.779 jiwa, sedangkan desa dengan jumlah penduduk tersedikit adalah Desa Wira Agung Sari dengan jumlah penduduk hanya mencapai 736 jiwa (Kecamatan Penawartama dalam Angka, 2015).

4. Potensi Wilayah dan Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan Penawartama merupakan salah satu penyumbang hasil

pertanian tanaman pangan terbesar di Kabupaten Tulang Bawang. Tidak hanya itu, sebagian besar masyarakat yang tinggal di Kecamatan Penawartama juga bekerja di sektor pertanian. Jumlah petani di Kecamatan Penawartama sebanyak 14.806 kepala keluarga yang memiliki luas lahan pertanian sebesar 6.325 ha yang terdiri dari lahan persawahan seluas 1.098 ha dan lahan kering seluas 5.227 ha. Lahan-lahan pertanian yang terdapat di Kecamatan Penawartama ini juga sudah cukup termanfaatkan dengan baik.

Pemanfaatan lahan pertanian ini digunakan untuk beberapa jenis komoditas tanaman pangan, antara lain adalah padi, jagung, ubi kayu, ubi jalar, kacang hijau dan kacang tanah. Berdasarkan hasil produksi tanaman pangan di Kecamatan Penawartama, dapat diketahui bahwa ubi kayu merupakan komoditas yang menghasilkan jumlah produksi yang paling tinggi yaitu sebesar 58.175 ton, yang kemudian diikuti dengan hasil produksi padi sawah sebesar 3.615 ton (Kecamatan Penawartama dalam Angka, 2015).

Desa Wira Agung Sari merupakan salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Penawartama. Desa ini dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan di desa ini terdapat agroindustri beras siger yang sudah cukup maju terlihat dari skala usahanya yang tergolong ke dalam skala usaha besar. Desa Wira Agung Sari merupakan desa dengan luas wilayah yang terkecil di Kecamatan Penawartama. Akan tetapi, meskipun luas wilayahnya kecil dan jumlah penduduknya sedikit, Desa

Wira Agung Sari ini telah memiliki infrastruktur yang cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari jalan raya yang digunakan oleh sarana transportasi sudah memadai. Tidak hanya itu, penduduk desa ini juga hampir seluruhnya bekerja di sektor pertanian sehingga tidak sulit untuk menemukan hasil produksi pertanian pada desa ini.

D. Keadaan Umum Kecamatan Metro Selatan

1. Keadaan Geografis

Kecamatan Metro Selatan merupakan pemekaran Kecamatan Bantul berdasarkan Perda Kota Metro No. 25 Tahun 2000 tentang pemekaran Kelurahan dan Kecamatan di Kota Metro menjadi 5 Kecamatan yang meliputi 22 Kelurahan. Kecamatan Metro Selatan ini memiliki luas wilayah sebesar 1.433 ha yang terdiri dari 4 desa atau kelurahan. Secara geografis, Kecamatan Metro Selatan memiliki ketinggian sekitar 58 m dari permukaan laut (dpl), sedangkan secara administratif Kecamatan Metro Selatan berbatasan dengan:

a) Kecamatan Metro Barat di sebelah utara.
b) Kabupaten Lampung Timur di sebelah selatan.
c) Kecamatan Metro Timur di sebelah timur.
d) Kabupaten Lampung Tengah di sebelah Barat (Kecamatan Metro Selatan dalam Angka, 2015).

Dilihat dari luas wilayah pada 4 desa yang terdapat di Kecamatan Metro Selatan, dapat diketahui bahwa desa yang memiliki luas wilayah terbesar

adalah Desa Rejomulyo dengan luas sebesar 475 ha, sedangkan desa yang memiliki luas wilayah terkecil adalah Desa Margorejo dengan luas wilayah sebesar 246 ha. Berikut merupakan luas wilayah di masing-masing desa pada Kecamatan Metro Selatan.

Tabel 8. Desa di Kecamatan Metro Selatan beserta luas wilayahnya

No	Nama Desa	Luas Wilayah (ha)
1.	Sumbersari	425
2.	Rejomulyo	475
3.	Margodadi	287
4.	Margorejo	246

Sumber : Kecamatan Metro Selatan dalam Angka, 2015.

2. Keadaan Iklim

Secara topografis Kecamatan Metro Selatan sebagian besar wilayahnya adalah berupa dataran rendah dengan banyaknya curah hujan per tahun sebesar 739 mm. Curah hujan tertinggi di Kecamatan Metro Selatan terjadi pada bulan Desember yaitu sekitar 220 mm, sedangkan curah hujan terendah terjadi pada bulan Agustus yaitu sekitar 0 mm. Suhu udara rata-rata Kecamatan Metro Selatan berkisar antara 28°C hingga 33°C (Kecamatan Metro Selatan dalam Angka, 2015).

3. Keadaan Demografi

Jumlah penduduk di Kecamatan Metro Selatan pada tahun 2014 sebanyak 14.669 jiwa, yang terdiri dari jumlah penduduk laki-laki sebanyak 7.329 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 7.340 jiwa. Artinya bahwa *sex ratio* untuk Kecamatan Metro Selatan adalah

sebesar 99,85. Sementara banyaknya kepala keluarga di Kecamatan Metro Selatan pada tahun 2014 sebanyak 4.206 kepala keluarga. Dilihat dari luas wilayahnya sebesar 14,33 km^2 dan jumlah total penduduknya sebanyak 14.669 jiwa, maka dapat diketahui bahwa kepadatan penduduk di Kecamatan Metro Selatan ini adalah sebesar 1.034 jiwa per km^2. Berdasarkan jumlah penduduk total di Kecamatan Metro Selatan tersebut, maka dapat diketahui bahwa desa yang memiliki jumlah penduduk terbanyak adalah Desa Margorejo dengan jumlah penduduk mencapai 4.696 jiwa, sedangkan desa dengan jumlah penduduk tersedikit adalah Desa Margodadi dengan jumlah penduduk mencapai 2.646 jiwa (Kecamatan Penawartama dalam Angka, 2015).

4. Potensi Wilayah dan Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Sebagian besar masyarakat yang tinggal di Kecamatan Metro Selatan bekerja pada sektor pertanian. Hal ini dikarenakan sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang dianggap menguntungkan bagi sebagian besar masyarakat di jaman yang semakin berkembang dan penuh persaingan ini. Penggunaan lahan pertanian di Kecamatan Metro Selatan ini sebagian besar dilakukan pada lahan sawah. Oleh karena itu, lahan sawah merupakan lahan yang paling banyak diusahakan oleh para petani di kecamatan ini. Tidak hanya itu, pemanfaatan lahan sawah yang tinggi oleh para petani juga mengakibatkan jumlah produksi padi menjadi paling tinggi dibandingkan dengan jumlah produksi tanaman pangan lainnya yaitu sekitar 4.806 ton. Akan tetapi, padi bukan merupakan satu-

satunya jenis tanaman pangan yang banyak dibudiayakan oleh para petani sekitar. Terdapat beberapa jenis tanaman pangan lainnya yang juga dibudidayakan oleh petani yaitu salah satunya ubi kayu. Ubi kayu merupakan salah satu komoditas tanaman pangan yang juga banyak dibudidayakan oleh petani. Hal ini terbukti dari jumlah produksi ubi kayu yang menduduki posisi ke dua setelah padi yaitu sekitar 1.837,55 ton (Kecamatan Metro Selatan dalam Angka, 2015).

Desa Margorejo merupakan salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Metro Selatan. Desa ini dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan di desa ini terdapat agroindustri beras siger yang sudah melakukan kegiatan produksi dalam kurun waktu yang cukup lama yaitu dari tahun 1990. Desa Margorejo merupakan desa dengan luas wilayah yang paling kecil di Kecamatan Metro Selatan, namun merupakan desa dengan jumlah penduduk terbanyak. Desa Margorejo ini telah memiliki infrastruktur yang cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari jalan raya yang digunakan oleh sarana transportasi sudah memadai dan alat transportasinya yang sudah banyak.

E. Gambaran Umum Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari

Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari merupakan dua agroindustri beras siger yang masih aktif melakukan produksi dan menghasilkan beras siger yang berwarna kuning kecokelatan. Produk beras siger pada kedua agroindustri ini cukup diminati oleh masyarakat umum terlihat dari jumlah permintaan pasarnya yang cukup tinggi. Kedua

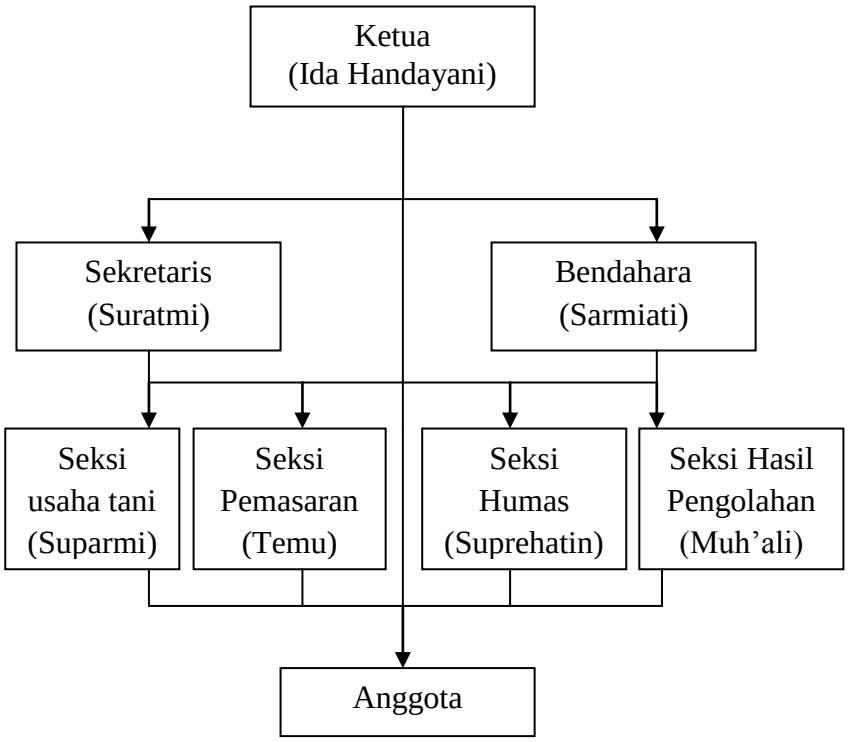
agroindustri beras siger ini memiliki beberapa perbedaan dan persamaan karakterisitik yang dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Karakteristik Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari

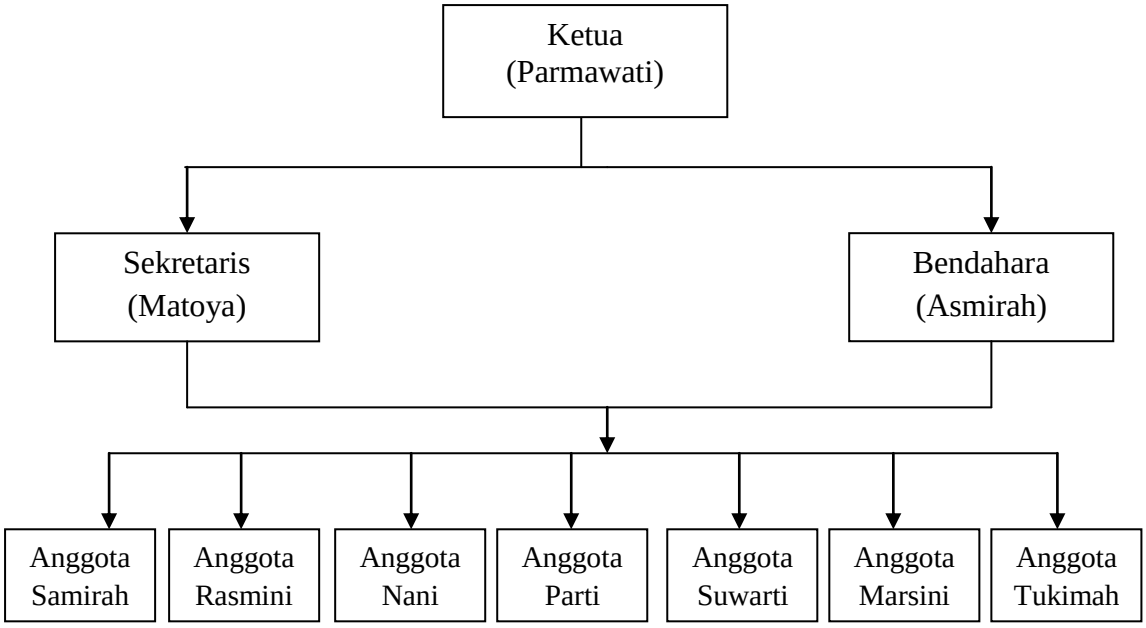
No	Uraian	Agroindustri Toga Sari	Agroindustri Mekar Sari
1.	Tahun berdiri	2010	1999
2.	Latar belakang pendirian	Adanya kebijakan pemerintah yang menugaskan PPL bersama KWT untuk membuat produk olahan berbahan dasar ubi kayu karena jumlah produksi ubi kayu banyak namun dijual dengan harga murah dan diharapkan dapat dijadikan alternatif pengganti beras.	Adanya motivasi untuk membuat beras siger setelah mengikuti pelatihan dari Badan Ketahanan Pangan karena produksi ubi kayu di Kota Metro banyak dan proses pembuatan beras siger yang mudah.
3.	Struktur organisasi	Lini	Lini
4.	Jumlah modal awal	Rp 500.000,00	Rp 200.000,00
5.	Sumber modal awal	Iuran para anggota KWT	Iuran para anggota KWT
6.	Luas bangunan usaha	7 m x 10 m	10 m x 5 m
7.	Pemakaian alat	Standar	Tradisional
8.	Jumlah tenaga kerja	5 orang	4 orang

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa Agroindustri Mekar Sari sudah berdiri lebih lama dibandingkan dengan Agroindustri Toga Sari. Latar belakang pendirian kedua agroindustri ini sama yaitu dikarenakan potensi ubi kayu yang baik terlihat dari jumlah produksinya yang banyak di sekitar lokasi agroindustri. Selain itu, adanya beras siger sebagai alternatif pengganti beras pada Agroindustri Toga Sari karena beras padi yang terdapat di daerah tersebut kurang enak, harga beras siger relatif lebih murah dan mayoritas penduduk desa tersebut merupakan masyarakat yang bersuku Jawa. Oleh karena itu, produk beras siger ini diharapkan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan ubi kayu dapat bernilai jual lebih tinggi.

Struktur organisasi digunakan oleh Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari agar pembagian kerja dan tanggung jawab para tenaga kerja lebih jelas dan teratur pada saat melakukan kegiatan produksi. Dilihat dari struktur organisasinya, struktur organisasi kedua agroindustri beras siger ini termasuk struktur organisasi lini dikarenakan sesuai dengan ciri struktur organisasi lini menurut (Hasibuan, 1994). Ciri struktur organisasi lini tersebut yaitu organisasi relatif kecil, jumlah karyawan relatif sedikit dan saling mengenal, hubungan atasan dengan bawahan masih bersifat langsung melalui garis wewenang terpendek, serta tingkat spesialisasinya belum begitu tinggi dan alat-alatnya tidak beraneka ragam. Struktur organisasi pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari dapat dilihat pada Gambar 10 dan Gambar 11.



Gambar 10. Struktur organisasi Agroindustri Toga Sari
Sumber : Data primer Agroindustri Toga Sari



Gambar 11. Struktur organisasi Agroindustri Mekar Sari
Sumber : Data primer Agroindustri Mekar Sari

Jumlah modal awal pada Agroindustri Toga Sari lebih besar dibandingkan dengan Agroindustri Mekar Sari dikarenakan jumlah produksi beras siger yang dihasilkan lebih banyak. Modal awal pada kedua agroindustri beras siger ini hanya digunakan untuk membeli bahan baku dan bahan penunjang dan tidak digunakan untuk pembelian peralatan. Hal ini dikarenakan peralatan yang digunakan untuk pembuatan beras siger merupakan peralatan pribadi milik para anggota KWT.

Berdasarkan Tabel 9 dapat disimpulkan bahwa Agroindustri Toga Sari lebih unggul dibandingkan Agroindustri Mekar Sari dilihat dari pemakaian alatnya yang sudah menggunakan beberapa mesin, luas bangunan usaha, dan jumlah tenaga kerja yang digunakan pada saat pembuatan beras siger. Tenaga kerja yang digunakan merupakan tenaga kerja yang berasal dari anggota KWT Toga Sari dan KWT Mekar Sari yang tinggal di sekitar agroindustri beras

siger tersebut. Dekatnya jarak antara rumah para tenaga kerja dengan rumah produksi agroindustri ini tentunya membuat para tenaga kerja menjadi lebih mudah menjangkau rumah produksi dan menjadi lebih aktif dalam memproduksi beras siger, sehingga menguntungkan bagi para tenaga kerja tersebut.

Dikarenakan tenaga kerja tersebut berasal dari anggota KWT, maka setiap kali melakukan produksi sering terjadi pergantian tenaga kerja. Hal ini dikarenakan tidak semua anggota KWT selalu bisa untuk ikut serta dalam pembuatan beras siger, sehingga pemakaian tenaga kerja juga didasari oleh kesiapan dan kesediaan para tenaga kerja dari anggota KWT tersebut. Sistem pembayaran tenaga kerja pada kedua agroindustri beras siger ini sama yaitu dilakukan saat ubi kayu yang akan digunakan sebagai bahan baku datang.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Keenam komponen pengadaan bahan baku yaitu waktu, tempat, kualitas, kuantitas, jenis dan harga pada Agroindustri Toga Sari sudah tepat karena sudah sesuai dengan harapan, sedangkan pada Agroindustri Mekar Sari masih terdapat satu komponen pengadaan bahan baku yang belum tepat atau sesuai dengan harapan yaitu harga.
2. Pendapatan per bulan dan per jumlah produksi yang diperoleh Agroindustri Toga Sari lebih besar dibandingkan dengan Agroindustri Mekar Sari. Akan tetapi, kedua agroindustri ini dinilai sudah cukup menguntungkan karena nilai R/C rasio atas biaya tunai dan atas biaya total rata-rata yang diperoleh lebih dari satu. Kedua agroindustri beras siger ini memiliki nilai tambah yang positif dan layak untuk diusahakan meskipun besarnya pendapatan dan nilai tambah masih sangat kecil. Nilai tambah pada Agroindustri Mekar Sari lebih besar dibandingkan dengan nilai tambah pada Agroindustri Toga Sari.
3. Strategi pemasaran beras siger pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari menggunakan komponen *marketing mix* yang

terdiri dari produk, harga, tempat atau distribusi, dan promosi. Dilihat dari komponen produk, beras siger merupakan produk yang diminati oleh masyarakat dan sesuai dengan selera masyarakat serta memiliki kualitas yang baik terlihat dari masa keawetannya yaitu kurang lebih satu tahun. Harga produk beras siger pada Agroindustri Toga Sari ditetapkan berdasarkan pengeluaran dan biaya produksi, sedangkan pada Agroindustri Mekar Sari berdasarkan kesepakatan antar anggota KWT dan perkiraan keuntungan yang akan diperoleh. Lokasi Agroindustri Toga Sari lebih strategis dibandingkan dengan lokasi Agroindustri Mekar Sari. Promosi yang dilakukan oleh kedua agroindustri beras siger ini masih sederhana. Rantai pemasaran pada Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari terdiri dari dua yaitu secara langsung kepada konsumen dan dengan melibatkan pedagang pengecer. Sistem pemasaran pada kedua agroindustri beras siger ini belum efisien karena nilai marjin pemasaran dan *Ratio Profit Margin* yang tidak menyebar merata.

4. Jasa layanan pendukung yang menunjang Agroindustri Toga Sari dan Agroindustri Mekar Sari adalah lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, serta teknologi dan komunikasi. Seluruh jasa layanan pendukung tersebut memberikan peran yang positif bagi kelancaran kegiatan produksi pada kedua agroindustri beras siger.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi pengusaha agroindustri beras siger agar dapat menjaga kualitas dan kuantitas produk beras siger dengan cara lebih memanfaatkan jasa layanan pendukung yang tersedia di sekitar lokasi agroindustri.
2. Bagi dinas – dinas terkait seperti Badan Ketahanan Pangan dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan hendaknya dapat lebih mendukung pengembangan usaha agroindustri beras siger dengan memberikan bantuan dana sebagai modal usaha dan pelatihan mengenai jiwa berwirausaha agar pemilik agroindustri lebih berani meminjam modal dari lembaga keuangan yang ada seperti Bank.
3. Bagi peneliti lain sebaiknya melakukan penelitian lanjutan mengenai strategi pengembangan agroindustri beras siger pada kedua agroindustri beras siger dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, N, A. I Hasyim, dan S. Situmorang. 2013. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Kayu di Provinsi Lampung*. Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis (JIIA) Volume 1 Nomor 1 Januari 2013. Universitas Lampung. Lampung.

Ariani, M. 2008. *Keberhasilan Diversifkasi Pangan Tanggung Jawab Bersama*. BPTP Banten. Banten.

Arikunto, S. 2004. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Bandung.

Assauri, S. 1999. *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi Revisi. LPFE-UI. Jakarta.

_____ . 2002. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung. 2012. *Agroindustri Beras Siger*. Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung. Bandar Lampung.

_____ . 2015a. *Impor Beras: Habiskah BULOG*. http://www.bkpd.lampungprov.go.id/index.php/102-karya-ilmiah/177-impor-beras-habiskah-bulog. Diakses pada 3November 2015 pukul 20.00 WIB.

_____ . 2015b. *Jumlah dan Lokasi Agroindustri Beras Siger di Provinsi Lampung.* Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung. Bandar Lampung.

Badan Pusat Statistik. 2011. *Jumlah Produksi, Produktivitas, Konsumsi, dan Ketersediaan Tanaman Pangan menurut Provinsi*. BPS. Jakarta.

_____ . 2016. *Klasifikasi Industri*. BPS. Jakarta.

Bantacut, T. 2002. *Laporan Akhir Studi Kelayakan Penetapan, Perancangan dan Pendidikan serta Pengembangan Agroindustri Komoditas Unggulan Kabupaten Ngada*. Kerjasama Tim Agroindustri Fakultas Teknologi Industri Pertanian IPB Bogor dan Disperindag Kabupaten Ngada NTT. Bogor.

Darmawi, H. 2006. *Pasar Finansial dan Lembaga-Lembaga Finansial.* Bumi Aksara. Jakarta.

Dharmmesta, B. S dan Handoko, T. H. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen.* BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.

Downey, W.D dan Erickson, S.P. 1989. *Manajemen Agribisnis.* Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.

Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. PT Bumi Aksara. Jakarta.

Hadihardaja, J. 1997. *Sistem Transportasi.* PT Bumi Aksara. Jakarta.

Hanafie, R. 2014. *Keragaan Industri Pangan Olahan Berbasis Tepung Ubi Kayu Di Kabupaten Malang Dan Trenggalek*. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Volume 7 Nomor 2 November 2014. Universitas Widyagama. Malang.

Hastinawati, I. 2012. *Keragaan Agroindustri Kerupuk Udang Di Kecamatan kwanyar Kabupaten Bangkalan*. Jurnal Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian Volume 1 Nomor 1 April 2012. Universitas Trunojoyo Madura. Bangkalan.

Hasyim, A.I. 1996. *Diktat Manajemen Tataniaga*. Jurusan Sosial Ekonomo Pertanian Universitas Lampung. Lampung.

————. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Lampung. Lampung.

Hasibuan, M. 1994. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Dasar dan Kunci Keberhasilan*. CV Haji Masagung. Jakarta.

Hernanto. 1994. *Ilmu Usaha Tani*. Penebar Swadaya. Jakarta.

Hendaris, T.W, 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*. Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis (JIIA) Volume 1 Nomor 3 Juli 2013. Universitas Lampung. Lampung.

Hidayatullah, S. 2004. *Analisis Agroindustri Sate Bandeng (Kasus pada tiga industri rumah tangga di Kabupaten Serang Propinsi Banten)*. Skripsi. Universitas Lampung. Lampung.

Kaiser, W. B. 2004. *Using Information Technology: Pengenalan Praktis Dunia Komputer dan Komunikasi.* Andi Offset. Yogyakarta.

Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya.* PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Kotler, P dan Amstrong, G. 2004. *Prinsip-prisip Pemasaran.* Erlangga. Jakarta.

Kotler, P dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran***.** Erlangga. Jakarta.

Maharani, C. N, D. A. H Lestari, dan E. Kasymir. 2013. *Nilai Tambah dan Kelayakan Usaha Skala Kecil dan Skala Menengah Pengolahan Limbah Padat Ubi Kayu (Onggok) di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung* Timur. Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis (JIIA) Volume 1 Nomor 4 Oktober 2013. Universitas Lampung. Lampung.

Mantra, I.B. 2003. *Demografi Umum*. Edisi Kedua. Pustaka Belajar. Yogyakarta.

Masesah, L, A. I Hasyim, dan S. Situmorang. 2013. *Analisis Manajemen Pengadaan Bahan Baku, Nilai Tambah, Dan Strategi Pemasaran Pisang Bolen Di Bandar Lampung*. Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis (JIIA) Volume 1 Nomor 4 Oktober 2013. Universitas Lampung. Lampung.

Mokhtar, M., 2001. *Kinerja Lembaga Penyuluhan Pertanian dan Adopsi Inovasi Kedelai Serta Implikasinya Pada Pelaksanaan Otonomi Daerah Di Kabupaten Kotawaringin Timur*. Tesis Program Pasca Sarjana UGM. Yogyakarta.

Mubyarto. 1994. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.

Mulyadi. 1990. *Akuntansi Biaya*. BPFE. Yogyakarta.

Mursid, M. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi Keempat.* PT Bumi Aksara. Jakarta.

Nasution, H. M. N. 1996. *Manajemen Transportasi*. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Novia, W, W. A Zakaria, D. A. H Lestari. 2013. *Analisis Nilai Tambah Dan Kelayakan Pengembangan Agroindustri Beras Siger.* Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis (JIIA) Volume 1 Nomor 3 Juli 2013. Universitas Lampung. Lampung.

_____ . 2013. *Analisis Nilai Tambah Dan Kelayakan Pengembangan Agroindustri Beras Siger.* Skripsi. Universitas Lampung.

Permatasari, K. A. 2013. *Implementasi Kebijakan Diversifikasi Pangan Melalui Gerbang Hilu Liwanya Di Kecamatan Kambera Kabupaten Sumba Timur*. Skripsi. Universitas Veteran. Surabaya.

Pustika, Y. 2007. *Keragaan Agroindustri Bihun Di Kota Metro*. Skripsi. Universitas Lampung. Lampung.

Putri, I. P. 2005. *Analisis Kelayakan, Pendapatan, dan Nilai Tambah Pada Agroindustri Mi Segar dan Mi Basah di Kota Bandar Lampung*. Skripsi. Universitas Lampung. Lampung.

Rachmawati, R. 2010. *Pengaruh Penambahan Tepung Jagung pada Pembuatan Tiwul Instan terhadap Daya Kembang dan Sifat Organoleptik*. http://digilib.unimus.ac.id. Diakses pada 5 Mei 2015 pukul 19.35 WIB.

Radiosunu. 2001. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis.* BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.

Saefuddin, A. M. 1982. *Pemasaran Produk Pertanian Diktat Kuliah*. IPB. Bogor.

Sagala, I. C, M. I Affandi, dan M. Ibnu. 2013. *Kinerja Usaha Agroindustri Kelanting di Desa Karang Anyar Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran.* Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis (JIIA) Volume 1 Nomor 1 Januari 2013. Universitas Lampung. Lampung.

Sajo, D. 2009. *Klasifikasi Industri*. http://geografibumi.blogspot.com/2009/10/klasifikasi-industri.html. Diakses pada 5 Mei 2015 pukul 19.00 WIB.

Sari, N. 2007. *Keragaan Agroindustri Skala Kecil Keripik Ubi Jalar Dan Ubi Kayu Di Kelurahan Segala Mider Kota Bandar Lampung*. Skripsi. Universitas Lampung. Lampung.

Sastraatmadja, E., 1993. *Penyuluhan Pertanian Falsafah, Masalah dan Strategi*. Alumni. Bandung.

Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

_____. 1993. *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya.* Rajawali Pers. Jakarta.

Soehardjo, A. 1997. *Sistem Agribisnis dan Agroindustri.* Makalah Seminar. MMA-IPB. Bogor.

Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press Malang. Malang

Tamin, O.Z. 2000. *Perencanaan dan Permodelan Transportasi. Edisi ke-2*. ITB. Bandung.

Triandaru, S dan Santoso T. B. 2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Lai ke-2.* Salemba Empat. Jakarta.

Zakaria, W.A. 2007. *Analisis Nilai Tambah dan Kelayakan Finansial Agroindustri Tahu dan Tempe di Kota Metro*. Jurnal Sosio Ekonomika, Volume 13 Nomor 1 Juni 2007. Bandar Lampung.