

**ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI MI BASAH
DI KOTA BANDAR LAMPUNG DAN PERILAKU KONSUMEN
DALAM PERSPEKTIF DIVERSIFIKASI PANGAN**

(Skripsi)

Oleh

YOHANA JULINA SINAGA



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2018**

ABSTRACT

PERFORMANCE ANALYSIS OF WET-NOODLE AGROINDUSTRY IN BANDAR LAMPUNG CITY AND CONSUMER BEHAVIOR IN THE PERSPECTIVE OF FOOD DIVERSIFICATION

By

Yohana Julina Sinaga

The purpose of this research are to analyze the procurement process of raw materials on six precision (on time, right place, right quality, right quantity, right type, and the right price), processing activities to earn income and create added value of products, distribution channels in product marketing activities the roles of supporting services, and consumer behavior of wheat flour and wet noodle. This research uses case study method at Multi Sari 99 Agroindustry in Panjang District, Bandar Lampung City. Respondents in this research were wet noodle producer, 3 wet noodle consumers, 15 chicken noodle sellers, and 45 processed food of wet noodle consumers. Data of this research were collected in January 2018 – April 2018 and analyzed descriptively using quantitative and qualitative analyze. The result of this research showed that the six components of raw materials procurement process of Multi Sari 99 Agroindustry had been done precisely. The income earned by Multi Sari 99 Agroindustry was Rp2,009,349.54/100 kg wheat flour. Mi Basah Multi Sari 99 Agroindustry was considered viable it had possitive added value and profitable as R/C ratio value was more than one. There were two channels in marketing activities of wet noodle product. Supporting services utilized were the agroindustry had given positive impacts toward agroindustry activities. Neither of wheat flour consumers nor wet noodles consumers didn't know and didn't understand about food diversification program. Consumers would still consume wet noodles despite knowing that the raw materials were imported.

Key words : agroindustry, consumer, performance, wet noodle

ABSTRAK

ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI MI BASAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF DIVERSIFIKASI PANGAN

Oleh

Yohana Julina Sinaga

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis proses pengadaan bahan baku yang sesuai dengan enam tepat (tepat waktu, tepat tempat, tepat kualitas, tepat kuantitas, tepat jenis, dan tepat harga), kegiatan pengolahan untuk menghasilkan pendapatan dan nilai tambah produk, saluran distribusi dalam kegiatan pemasaran produk, peran jasa layanan pendukung, serta perilaku konsumen tepung terigu dan mi basah. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada Agroindustri Multi Sari 99 di Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung. Responden dalam penelitian ini adalah produsen mi basah, 3 orang konsumen mi basah, 15 orang pedagang mi ayam, dan 45 orang konsumen makanan olahan mi basah. Data penelitian ini dikumpulkan pada Januari 2018 - April 2018 dan dianalisis dengan analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ke enam komponen pengadaan bahan baku di Agroindustri Multi Sari 99 sudah tepat. Pendapatan Agroindustri Multi Sari 99 adalah Rp2.009.349,54/100 kg tepung terigu. Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 layak dijalankan karena memiliki nilai tambah yang positif dan menguntungkan karena nilai R/C rasio lebih dari satu. Terdapat dua saluran dalam kegiatan pemasaran produk mi basah. Jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan oleh agroindustri memberikan dampak positif bagi kegiatan agroindustri. Konsumen tepung terigu dan mi basah belum mengetahui dan paham terhadap program diversifikasi pangan. Konsumen akan tetap mengkonsumsi mi basah meskipun sudah mengetahui bahwa bahan bakunya adalah impor.

Kata kunci : agroindustri, mi basah, keragaan, konsumen

**ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI MI BASAH
DI KOTA BANDAR LAMPUNG DAN PERILAKU KONSUMEN
DALAM PERSPEKTIF DIVERSIFIKASI PANGAN**

Oleh

YOHANA JULINA SINAGA

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN

Pada

Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2018**

Judul Skripsi

: **ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI
MI BASAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG
DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM
PERSPEKTIF DIVERSIFIKASI PANGAN**

Nama Mahasiswa

: **Yohana Julina Sinaga**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1414131204

Jurusan

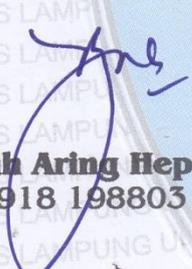
: **Agribisnis**

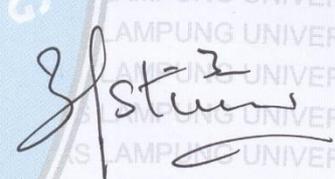
Fakultas

: **Pertanian**

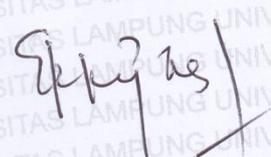


1. **Komisi Pembimbing**


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


Ir. Suriaty Situmorang, M.Si.
NIP 19620816 198703 2 002

2. **Ketua Jurusan Agribisnis**


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

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: Dr. Ir. Dyah Aring H. Lestari, M.Si.

Sekretaris

: Ir. Surlaty Situmorang, M.Si.

Penguji

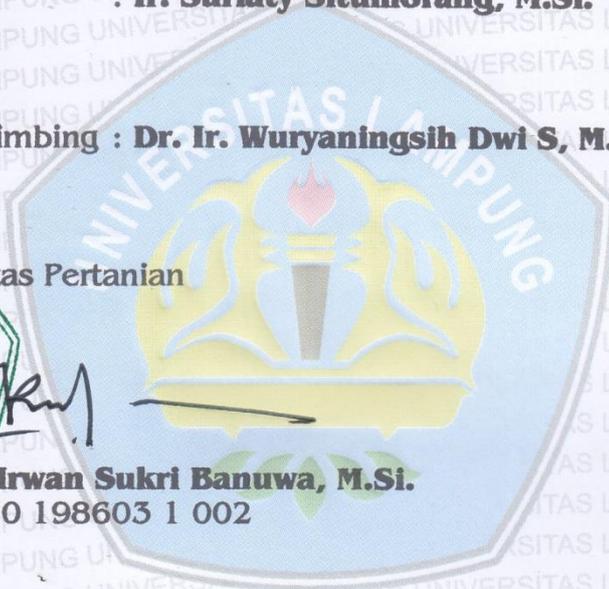
Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi S, M.S.

2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.

NIP. 19611020 198603 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 08 Agustus 2018

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Panjang tanggal 27 Juli 1996, dari pasangan Bapak Hendricus Posman Sinaga dan Ibu Nurliana br. Nainggolan. Penulis merupakan anak ke dua dari dua bersaudara. Penulis menyelesaikan studi tingkat Taman Kanak – Kanak (TK) di TK Xaverius Panjang pada tahun 2002, tingkat Sekolah Dasar (SD) di SD Xaverius 2 Bandar Lampung pada tahun 2008, tingkat Pertama (SLTP) di SLTP Xaverius 3 Bandar Lampung pada tahun 2011, dan tingkat Atas (SLTA) di SMA Negeri 1 Bandar Lampung tahun 2014. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2014 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sinar Seputih, Kecamatan Bangun Rejo, Kabupaten Lampung Tengah selama 40 hari pada bulan Januari hingga Maret 2017. Selanjutnya, pada Juli 2017 penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) di PT Sentra Usahatama Jaya, Cilegon, Banten. Selama masa perkuliahan, penulis pernah menjadi Asisten Dosen mata kuliah Ekonomi Makro pada semester ganjil tahun ajaran 2016/2017, mata kuliah Usahatani pada semester genap tahun ajaran 2016/2017, mata kuliah Ekonometrika pada semester

ganjil tahun ajaran 2017/2018, mata kuliah Perencanaan dan Evaluasi Proyek pada semester ganjil tahun ajaran 2017/2018, mata kuliah Usahatani pada semester genap tahun ajaran 2017/2018, dan mata kuliah Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan pada semester genap tahun ajaran 2017/2018.

Penulis juga pernah menjadi *surveyor* dalam kegiatan Survei Konsumen yang dilakukan oleh Bank Indonesia periode Oktober – Desember tahun 2017. Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis juga aktif dalam organisasi kemahasiswaan yaitu menjadi Biro Kesekretariatan di Unit Kegiatan Mahasiswa Katolik Universitas Lampung periode 2016/2017 dan anggota Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) Universitas Lampung di bidang IV yaitu bidang kewirausahaan pada periode tahun 2014 hingga tahun 2018.

SANWACANA

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai dan mencurahkan Roh Kudus-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Keragaan Agroindustri Mi Basah di Kota Bandar Lampung dan Perilaku Konsumen dalam Perspektif Diversifikasi Pangan**”. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini banyak juga pihak yang telah memberikan sumbangsih, bantuan, nasehat, serta saran-saran yang membangun untuk penulis. Oleh karena itu, dengan rendah hati penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga nilainya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si., selaku Pembimbing Pertama atas ketulusan hati dan kesabaran, bimbingan, motivasi, arahan, nasihat, ilmu yang bermanfaat, dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ibu Ir. Suriaty Situmorang, M.Si., selaku Pembimbing Ke dua atas ketulusan hati dan kesabaran, bimbingan, motivasi, arahan, nasihat, ilmu yang bermanfaat, dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Ibu Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S., selaku Dosen Pembahas atas saran, arahan, nasihat yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi ini
5. Bapak Ir. Achdiansyah Soelaiman, M.P., selaku Dosen Pembimbing Akademik atas arahan, nasehat, dan motivasi yang telah diberikan.
6. Ibu Dr. Ir. Fembriati Erry Prasmatiwi, M.S., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung , atas arahan, bantuan, dan nasehat yang telah diberikan.
7. Orang tuaku tersayang, Mama Nurliana Nainggolan dan Papa Hendricus Posman Sinaga (alm) dan abang Yohanes P. Sinaga, S.H., yang telah memberikan kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi, nasihat, saran, dan doa yang tak pernah terputus hingga tercapainya gelar Sarjana Pertanian ini.
8. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis, atas semua ilmu dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
9. Seluruh karyawan di Agribisnis, Mbak Iin, Mbak Ayi, Mbak Tunjung, Mas Buchori, dan Mas Boim atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
10. Bapak Sehon, Jun-jun, dan seluruh karyawan Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, atas informasi dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
11. Sahabat – sahabat terbaik penulis semasa kuliah, Salma Nabilla R, Syendita Dwi C, Shelma Anantapuri, Vita Dwi Putri U., Vidya Putri K, Yolanda Agustina, Rahmat Rizky Maulana, dan Yudi Pranata,S.P. atas masukan, saran, semangat, dan kebersamaan yang telah diberikan.
12. Sahabat – sahabatku Rizka Widya A.U, Rizka Rifiandini, S.ked., Indy Danastri N, Rani Dwi Fentary, S.E., Emelya De Rosalina, AMd.Keb.,

Shafyra Hanum,S.Pd., Dinar Puspahati, dan Fazlina Amalia S, atas segala masukan, saran, semangat, dan kebersamaan yang telah diberikan.

13. Sahabat – sahabat terbaiku sejak kecil Irut, Zsa zsa, Wulan, Ayu, Tanti, dan Risma, atas segala saran, semangat, dan kebersamaan yang telah diberikan.

14. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2014, Dwi Febrina, S.P., Kiki, Rosi, Hafia, Sabel, Tegar, Uuk, Pandu, Yances, Bela, Faakhira, Ine, Amma, Eka, Febrina, Enda, Lika, Olpa, Widi, Dete, Vero, Elisa, Resti, dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih atas nasihat, kebersamaan, dan bantuan yang diberikan kepada penulis selama ini.

15. Atu dan kiyai Agribisnis 2011, 2012, 2013, serta adik–adik angkatan 2015 dan 2016 atas dukungan dan bantuan kepada penulis.

16. 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 Tuhan Yesus Kristus memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Amin.

Bandar Lampung, Agustus 2018

Penulis,

Yohana Juliana Sinaga

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
A. Tinjauan Pustaka	11
1. Mi Basah	11
2. Diversifikasi Pangan	15
3. Konsep Agribisnis dan Agroindustri	20
4. Pengadaan Bahan Baku	23
5. Pengolahan pada Agroindustri.....	25
6. Teori Nilai Tambah.....	26
7. Teori Pendapatan	28
8. Pemasaran	34
9. Saluran Distribusi	37
10. Jasa Layanan Pendukung	39
11. Perilaku Konsumen.....	40
B. Kajian Penelitian Terdahulu	47
C. Kerangka Pemikiran	55
III. METODE PENELITIAN	59
A. Metode Dasar	59
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	59
C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian.....	73

D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	74
E. Analisis Data	75
1. Analisis Pengadaan Bahan Baku	75
2. Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah	76
3. Analisis Pemasaran	80
4. Analisis Jasa Layanan Pendukung	80
5. Analisis Perilaku Konsumen Tepung Terigu.....	81
6. Analisis Perilaku Konsumen Mi Basah	82
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.	83
A. Kota Bandar Lampung	83
B. Kecamatan Panjang.....	84
C. Kondisi Perekonomian Kecamatan Panjang Selatan	87
D. Sejarah Berdirinya Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	89
E. Struktur Organisasi	91
F. Tata Letak/ <i>layout</i> Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	92
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	95
A. Karakteristik Responden	95
1. Keadaan Umum Responden Pemilik Agroindustri Mi Basah dan Konsumen Tepung Terigu.....	95
2. Keadaan Umum Responden Pedagang Mi Ayam.....	96
B. Pengadaan Bahan Baku pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99....	99
C. Penggunaan Sarana Produksi	105
1. Bahan Baku	105
2. Bahan Penunjang.....	107
3. Peralatan.....	109
4. Tenaga Kerja	113
D. Proses Pembuatan Mi Basah	115
E. Produksi Mi Basah	121
F. Analisis Pendapatan	123
G. Analisis Nilai Tambah.....	130
H. Kegiatan Pemasaran	138
I. Jasa Layanan Pendukung	141
1. Lembaga Keuangan.....	143
2. Lembaga Penelitian	145
3. Kebijakan Pemerintah	145
4. Pasar	146
5. Sarana Transportasi.....	147
6. Teknologi Informasi dan Komunikasi	149
J. Perilaku Konsumen Tepung Terigu	149
1. Pengetahuan Konsumen	150
2. Sikap Konsumen	151

3. Pengambilan Keputusan Konsumen	152
K. Perilaku Konsumen Mi Basah.....	155
1. Pengetahuan Konsumen	156
2. Sikap Konsumen	157
3. Pengambilan Keputusan Konsumen	160
L. Perilaku Konsumen Makanan Olahan Mi Basah	167
1. Pengetahuan Konsumen	170
2. Sikap Konsumen	172
3. Pengambilan Keputusan Konsumen	175
IV. KESIMPULAN DAN SARAN.....	187
A. Kesimpulan	187
B. Saran.....	188
DAFTAR PUSTAKA	190
LAMPIRAN.....	195

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Keragaan ketersediaan pangan menurut kelompok bahan makanan tahun 2014 – 2015 (per kapita per tahun)	2
2. Sebaran data impor Indonesia untuk jagung, kedelai, gula putih, dan gandum tahun 2011 - 2016.....	4
3. Sebaran konsumsi tepung terigu nasional (Indonesia) tahun 2012 sampai dengan pertengahan tahun 2016	5
4. Syarat mutu mi basah (SNI 2987-2015).....	13
5. Kajian penelitian terdahulu	49
6. Perhitungan nilai tambah menurut Hayami	79
7. Sebaran kepadatan penduduk untuk masing-masing kelurahan di Kecamatan Panjang, 2016	86
8. Beberapa industri besar sedang di Kecamatan Panjang, 2018	88
9. Harga beli peralatan yang dipakai pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	90
10. Karakteristik responden pedagang mi ayam	97
11. Pengadaan bahan baku pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	100
12. Penggunaan dan biaya bahan baku yang digunakan untuk olahan mi basah pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	106
13. Rata – rata penggunaan bahan penunjang pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 per bulan, 2018	107
14. Rata – rata biaya penggunaan bahan penunjang pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 per bulan, 2018	109

15. Alokasi <i>joint cost</i> dengan metode satuan fisik.....	111
16. Total biaya penyusutan peralatan per bulan pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, 2018.....	112
17. Total upah tenaga kerja per bulan pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, 2018.....	114
18. Penerimaan per bulan pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, 2018.....	122
19. Analisis pendapatan per bulan mi basah <i>grade 1</i> pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, 2018	125
20. Analisis pendapatan per bulan mi basah <i>grade 2</i> pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, 2018	126
21. Analisis pendapatan per bulan mi basah <i>grade 3</i> pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, 2018	127
22. Analisis nilai tambah masing – masing produk mi basah pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	131
23. Ketersediaan jasa layanan pendukung di sekitar lokasi Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	141
24. Karakteristik responden konsumen mi basah.....	155
25. Pengetahuan responden mi basah terhadap program diversifikasi pangan	157
26. Sikap konsumen mi basah terhadap pembelian mi basah.....	158
27. Sikap konsumen terhadap program diversifikasi	159
28. Tahap pengenalan kebutuhan konsumen mi basah.....	161
29. Pencarian informasi konsumen mi basah.....	162
30. Tahap evaluasi alternatif konsumen mi basah	163
31. Tahap proses pembelian konsumen mi basah.....	165
32. Tahap evaluasi pasca pembelian konsumen mi basah	166
33. Karakteristik responden konsumen makanan olahan mi basah	168

34. Jawaban pertanyaan pengetahuan responden makanan olahan mi basah.....	171
35. Sikap konsumen makanan olahan mi basah terhadap pembelian mi basah	172
36. Tahap pengenalan kebutuhan konsumen makanan olahan mi basah.....	176
37. Pencarian informasi konsumen makanan olahan mi basah.....	177
38. Tahap evaluasi alternatif konsumen makanan olahan mi basah	178
39. Tahap proses pembelian konsumen makanan olahan mi basah.....	180
40. Tahap proses evaluasi pasca pembelian konsumen makanan olahan mi basah	174
41. Pengetahuan konsumen terhadap program diversifikasi pangan	183
42. Sikap konsumen terhadap program diversifikasi pangan	184
43. Pengambilan keputusan konsumen dalam membeli/mengonsumsi mi basah	185
44. Identitas responden pemilik Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	196
45. Identitas responden pedagang mi ayam	196
46. Identitas responden konsumen tepung terigu.....	197
47. Identitas responden konsumen mi basah.....	197
48. Identitas responden konsumen makanan olahan mi basah.....	197
49. Alokasi <i>joint cost</i>	200
50. Biaya penyusutan atau depresiasi peralatan.....	200
51. Penggunaan tenaga kerja pada mi <i>grade 1</i> di Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	206
52. Penggunaan tenaga kerja pada mi <i>grade 2</i> di Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	207
53. Penggunaan tenaga kerja pada mi <i>grade 3</i> di Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	209

54. Penggunaan bahan baku per bulan pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	210
55. Biaya sarana produksi per bulan pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	211
56. Sumbangan input lain pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	213
57. Rata – rata penerimaan per bulan Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	214
58. Analisis pendapatan mi basah <i>grade</i> 1 pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, 2018	215
59. Analisis pendapatan mi basah <i>grade</i> 2 pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, 2018	216
60. Analisis pendapatan mi basah <i>grade</i> 3 pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, 2018	217
61. Nilai tambah mi basah masing – masing produk mi basah pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, 2018	218
62. Pengetahuan konsumen makanan olahan mi basah	219
63. Sikap konsumen mi basah.....	220
64. Sikap konsumen makanan olahan mi basah.....	221
65. Pengambilan keputusan konsumen mi basah.....	223
66. Pengambilan keputusan konsumen makanan olahan mi basah.....	224

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses pembuatan mi basah.....	14
2. Sistem agribisnis.....	21
3. Proses pengambilan keputusan pembelian	45
4. Kerangka pemikiran	58
5. Struktur organisasi Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	92
6. Tata letak/ <i>layout</i> Agroindustri Mi basah Multi Sari 99	93
7. Bangunan rumah tempat tinggal Pak Sehon	94
8. Tempat produksi mi basah Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	94
9. Alokasi penggunaan tepung terigu terhadap setiap jenis mi basah per bulan	105
10. Proses pembuatan mi basah pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	116
11. Mesin pengaduk adonan.....	117
12. Proses pengepresan adonan	118
13. Proses pencetakan mi basah	119
14. Mi basah <i>grade</i> 1	119
15. Mi basah <i>grade</i> 2.....	120
16. Mi basah <i>grade</i> 3.....	120
17. Produk mi basah yang sudah dikemas.....	121

18. Faktor konversi masing – masing jenis mi basah pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	132
19. Koefisien tenaga kerja masing – masing jenis mi basah pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	133
20. Nilai tambah masing – masing jenis mi basah pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99	135
21. Keuntungan pada masing – masing jenis mi yang dihasilkan di Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	137
22. Saluran distribusi mi basah <i>grade 1</i> pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	139
23. Saluran distribusi mi basah <i>grade 2</i> pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	139
24. Saluran distribusi mi basah <i>grade 3</i> pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	140
25. Bank Mandiri yang terdapat di sekitar lokasi Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	138
26. Bank BRI yang terdapat di sekitar lokasi Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	144
27. Koperasi yang terdapat di sekitar lokasi Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	144
28. Pasar yang terdapat di sekitar lokasi Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	147
29. Sarana transportasi yang terdapat pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	148
30. Infrastruktur jalan di sekitar lokasi Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.....	148

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang terpenting di samping papan, sandang, pendidikan, kesehatan 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. Kebutuhan pangan merupakan prioritas yang harus dipenuhi oleh masyarakat. Oleh karena itu, ketahanan pangan individu, rumah tangga, dan komunitas merupakan hak azasi manusia. Menurut Undang – undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, dijelaskan 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)

Akan tetapi, pada kenyataannya di Indonesia masih dapat ditemukan rumah tangga yang belum mampu mencapai kondisi ketahanan pangan. Hal ini

disebabkan oleh ketergantungan masyarakat Indonesia yang sangat tinggi terhadap konsumsi beras. Ketergantungan masyarakat terhadap konsumsi beras dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Keragaan ketersediaan pangan menurut kelompok bahan makanan tahun 2014 – 2015 (per kapita per tahun)

Kelompok Bahan Makanan	Tahun 2014				Tahun 2015			
	Energi (kkal)	%	Protein (gram)	%	Energi (kkal)	%	Protein (gram)	%
Padi-padian	2.294	59,83	55,57	60,51	2362	61,59	57,13	60,23
Makanan berpati	272	7,09	1,37	1,49	262	6,83	1,28	1,35
Gula	227	5,92	0,10	0,11	250	6,52	0,09	0,09
Buah biji berminyak	224	5,84	14,08	15,33	230	6,00	15,11	15,93
Buah-buahan	71	1,85	0,76	0,83	71	1,85	0,77	0,81
Sayur-sayuran	35	0,91	1,65	1,80	32	0,83	1,50	1,58
Daging	61	1,59	4,10	4,46	62	1,62	4,12	4,34
Telur	22	0,57	1,68	1,83	24	0,63	1,80	1,90
Susu	24	0,63	1,24	1,35	24	0,63	1,25	1,32
Ikan	177	4,62	11,25	12,25	213	5,55	11,78	12,42
Minyak dan lemak	426	11,11	0,03	0,03	307	8,01	0,03	0,03
Total	3.834	100	91,83	100	3835	100	94,85	100

Sumber : Badan Ketahanan Pangan, 2016

Pada Tabel 1 terlihat kelompok padi-padian merupakan kelompok bahan makanan yang memberikan kontribusi terbesar terhadap total ketersediaan energi dan protein. Ketersediaan energi kelompok padi-padian pada tahun 2015 lebih tinggi dari tahun 2014, yaitu dari 2.294 kkal/kapita/hari menjadi 2.362 kkal/kapita/hari atau meningkat sebesar 68 kkalori (2,96 persen). Badan Ketahanan Pangan (2016) menyatakan bahwa komoditas beras memberikan kontribusi terbesar dalam penyediaan energi dan protein pada kelompok ini. Kontribusi energi beras per kapita per hari pada tahun 2015 meningkat dibanding 2014 dari 1.633 kkal menjadi sebesar 1.707 kkal atau meningkat dari 165 kg/kapita/tahun menjadi 172 kg/kapita/tahun (6,24 persen).

Sementara itu, sumbangan terhadap protein per kapita per hari meningkat, yaitu dari 38,23 gram menjadi 39,98 gram. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia sangat tergantung pada beras, hal ini dapat dilihat dari paling tingginya kontribusi energi beras yang dikonsumsi, dibandingkan dengan bahan makanan lain.

Untuk mengatasi masalah ketergantungan masyarakat terhadap konsumsi beras, pemerintah mengeluarkan program diversifikasi pangan. Program diversifikasi pangan merupakan proses pengembangan produk pangan yang tidak tergantung kepada satu jenis pangan saja tetapi memanfaatkan bermacam-macam bahan 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 variasi pangan dan gizi agar dapat hidup sehat dan aktif.

Keanekaragaman bahan makanan lokal yang dimiliki Indonesia menjadi pendukung program diversifikasi pangan yang telah dibuat. Hal ini bertujuan agar potensi daerah dimanfaatkan dengan baik, sehingga negara tidak perlu melakukan impor. Komoditas yang digunakan dalam program diversifikasi ini sangat beragam, contohnya ubi kayu dan kacang – kacangan. Namun pada kenyataannya, ketika pemerintah sedang gencar untuk menyukseskan program diversifikasi pangan berbasis bahan pangan lokal, banyak masyarakat Indonesia yang lebih memilih atau menyukai makanan dengan bahan pangan global. Salah satu bahan pangan global yang banyak dikonsumsi oleh

masyarakat adalah gandum. Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa volume impor gandum lebih besar dibandingkan dengan volume impor bahan pangan lain (jagung, kedelai, dan gula putih). Rata –rata volume impor gandum Indonesia dari tahun 2011 sampai dengan 2016 adalah 6,49 juta metrik ton.

Tabel 2. Sebaran data impor jagung, kedelai, gula putih, dan gandum Indonesia, tahun 2011 - 2016

Tahun	Komoditas (metrik ton)			
	Jagung	Kedelai	Gula Putih	Gandum
2011	3,07	1,89	0,26	5,48
2012	1,84	2,17	3,06	6,25
2013	3,01	1,79	3,34	6,72
2014	3,25	1,97	2,97	7,43
2015	3,27	2,26	3,38	7,41
2016 (up to Jun)	0,79	1,31	2,20	5,69
Jumlah	15,32	11,39	15,21	38,98
Rata – rata	2,53	1,89	2,53	6,49

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016

Gandum yang merupakan bahan dasar tepung terigu tidak cocok tumbuh di Indonesia karena merupakan tanaman subtropis. Mutu tanaman gandum tergantung oleh beberapa faktor, antara lain iklim dan tanah. Syarat tumbuh tanaman gandum adalah, ketinggian lebih dari 800 m dpl, curah hujan 254 mm hingga 762 mm per tahun, suhu optimum 20 sampai 25 derajat Celcius, dan pH tanah enam sampai dengan delapan (Anwar, 1992). Oleh karena itu, Indonesia masih harus mengimpor gandum untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Gandum yang diimpor dimanfaatkan oleh konsumen ketika telah berbentuk tepung terigu. Tepung terigu adalah tepung atau bubuk halus yang terbuat dari biji gandum dan dapat digunakan sebagai bahan dasar pembuatan kue, mi, roti, dan pasta. Banyaknya konsumsi masyarakat terhadap makanan

olahan tepung terigu seperti kue, roti, mi dan pasta membuat konsumsi tepung terigu nasional meningkat setiap tahun. Konsumsi tepung terigu nasional dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3. Sebaran konsumsi tepung terigu nasional (Indonesia) tahun 2012 sampai dengan pertengahan tahun 2016 (ton)

Subjek	Tahun				
	2012	2013	2014	2015	2016
<i>Demand supply</i>	4.662,00	5.149,00	5.431,00	5.455,00	5.910,00
<i>Imports</i>	384,00	117,00	113,00	27,00	92,00
Total	5.046,00	5.266,00	5.544,00	5.482,00	6.002,00
Rata - rata	2.523,00	2.633,00	2.772,00	2.741,00	3.001,00

Sumber : Welirang, 2016

Tabel 3 menunjukkan bahwa konsumsi tepung terigu nasional berfluktuasi dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016. Pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2014, konsumsi tepung terigu nasional terus mengalami peningkatan. Kemudian pada tahun 2015, konsumsi tepung terigu mengalami sedikit penurunan yaitu sebesar 62,00 kg. Namun, pada tahun 2016 konsumsi tepung terigu nasional mengalami peningkatan yang cukup besar, yaitu sebesar 520,00 kg dari tahun 2015. Konsumsi tepung terigu yang semakin meningkat menunjukkan bahwa konsumsi masyarakat Indonesia terhadap makanan olahan berbahan dasar tepung terigu semakin tinggi.

Pemanfaatan tepung terigu dapat dilihat dari fenomena munculnya sektor-sektor usaha kecil baru dan munculnya pedagang-pedagang yang memasarkan produk olahan yang berbasis tepung terigu. Salah satu faktor penting yang menyebabkan besarnya konsumsi tepung terigu adalah meningkatnya pola

konsumsi masyarakat terhadap komoditas non beras, terutama mi (Faaizah, 2011)

Saat ini, masyarakat mengkonsumsi mi sebagai bahan pangan pokok alternatif selain beras. Mi merupakan produk pangan yang telah menjadi kebiasaan konsumsi masyarakat seiring dengan perkembangan teknologi, serta kebutuhan konsumen akan makanan yang praktis. Bagi masyarakat Indonesia, produk mi, baik berupa mi basah, mi kering, maupun mi instan, kini sudah menjadi bahan makanan utama ke dua setelah beras. Selain sebagai makanan utama, masyarakat juga sering menjadikan mi sebagai selingan (Faaizah, 2011)

Fakta menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara pengonsumsi mi terbesar setelah Cina. Konsumsi mi terus meningkat disebabkan berbagai keunggulan yang dimiliki mi. Keunggulan tersebut antara lain adalah dalam hal tekstur, rasa, penampakan, dan kepraktisan penggunaannya (Astawan, 1999). Tribun Warta Kota Cilegon (2017) menyatakan bahwa bahan pangan terbesar saat ini adalah beras, tetapi untuk mencukupi kebutuhan energinya, masyarakat tidak tergantung sepenuhnya dari beras, tetapi dari sumber energi lain seperti mi. Akan tetapi, hal ini menjadi bertolak belakang dengan program diversifikasi berbahan pangan lokal yang sedang dilakukan pemerintah.

Dengan terus meningkatnya konsumsi mi di Indonesia, maka akan meningkatkan impor tepung terigu yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan mi. Oleh karena itu, perlu diteliti bagaimana perilaku produsen

sebagai konsumen tepung terigu, berupa pengetahuan produsen terhadap program diversifikasi pangan yang dibuat pemerintah, selain itu sikap dan pengambilan keputusan produsen terhadap pembelian tepung terigu. Perilaku konsumen terhadap mi basah yang berbahan baku impor juga sangat penting untuk diteliti. Perilaku konsumen tersebut berupa pengetahuan konsumen terhadap program diversifikasi yang sedang dilakukan pemerintah sangat mempengaruhi sikap dan pengambilan keputusan mereka dalam membeli makanan olahan yang berbahan dasar mi basah.

Konsumsi masyarakat Indonesia terhadap mi yang cukup tinggi, menyebabkan munculnya agroindustri – agroindustri mi di Indonesia. Salah satunya adalah Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 yang terletak di Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung. Rata – rata produksi mi basah yang dihasilkan oleh Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 ini adalah 158 kg per hari.

Keberhasilan Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 di Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung ditentukan oleh pengadaan bahan baku, baik dari segi kualitas, kuantitas, dan kontinuitas. Oleh karena itu, perhatian untuk pengadaan bahan baku (tepung terigu) sangat penting. Kekurangan dalam persediaan bahan baku akan mengakibatkan produksi agroindustri menurun. Kegiatan pengadaan bahan baku yang tepat adalah yang sesuai dengan konsep enam tepat yang terdiri dari tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga. Adanya penerapan konsep enam

tepat ini diharapkan dapat memperlancar kegiatan pengadaan bahan baku pada agroindustri mi basah.

Faktor lain yang harus diperhatikan adalah kegiatan pengolahan. Kegiatan pengolahan ini sangat penting karena bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk. Dengan adanya nilai tambah pada suatu produk, maka akan meningkatkan pendapatan atau keuntungan bagi pihak agroindustri mi basah. Selain itu, kegiatan yang tidak kalah penting adalah kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada para konsumen. Kegiatan pemasaran ini harus dilakukan secara efisien yang dilihat dari panjang pendeknya saluran pemasaran pada suatu agroindustri (Hasyim, 2012)

Ke tiga faktor tersebut merupakan suatu kesatuan yang berkaitan erat. Bila terjadi masalah dari salah satu di antaranya, maka kegiatan yang lain juga akan terganggu. Agar berjalan dengan baik, ke tiga faktor tersebut juga didukung oleh adanya peran jasa layanan pendukung. Layanan pendukung terdiri dari lembaga keuangan, lembaga penelitian, lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, teknologi informasi dan komunikasi, serta asuransi. Dengan adanya jasa layanan pendukung, diharapkan akan berdampak positif bagi agroindustri mi basah.

B. Rumusan Masalah

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

- (1) Bagaimana sistem pengadaan bahan baku pada Agroindustri mi basah Multi Sari 99 ?
- (2) Bagaimana pendapatan dan nilai tambah produk pada Agroindustri mi basah Multi Sari 99 ?
- (3) Bagaimana kegiatan pemasaran produk mi basah pada Agroindustri mi basah Multi Sari 99 ?
- (4) Bagaimana peranan jasa layanan pendukung terhadap Agroindustri mi basah Multi Sari 99 ?
- (5) Bagaimana perilaku konsumen tepung terigu, dalam pembelian tepung terigu yang diimpor?
- (6) Bagaimana perilaku konsumen mi basah, dalam pembelian mi yang berbahan baku impor?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- (1) Mengetahui proses pengadaan bahan baku pada Agroindustri mi basah Multi Sari 99.
- (2) Menganalisis pendapatan dan nilai tambah produk pada Agroindustri mi basah Multi Sari 99.
- (3) Mengetahui kegiatan pemasaran produk mi basah pada Agroindustri mi basah Multi Sari 99.
- (4) Mengetahui peranan jasa layanan pendukung terhadap Agroindustri mi basah Multi Sari 99.

- (5) Mengetahui perilaku konsumen tepung terigu, dalam pembelian tepung terigu yang diimpor.
- (6) Mengetahui perilaku konsumen mi basah, dalam pembelian mi yang berbahan baku impor?

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk:

- (1) Bahan pertimbangan dan informasi bagi pengusaha agroindustri mi basah untuk mengembangkan usaha mi basah
- (2) Bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam mengambil keputusan terkait dengan pengembangan dan keragaan agroindustri mi basah, serta evaluasi terhadap program diversifikasi pangan yang sedang dilakukan.
- (3) Bahan informasi dan pembandingan bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian sejenis atau menyempurnakan penelitian ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Mi Basah

Menurut Badan Standarisasi Nasional (1992) mi merupakan produk pangan yang terbuat dari terigu dengan atau tanpa penambahan bahan pangan lain dan bahan tambahan pangan yang diizinkan. Mi dapat digolongkan menjadi beberapa bagian antara lain berdasarkan bahan baku, ukuran diameter produk, serta kadar air dan tahap pengolahannya.

Berdasarkan bahan bakunya, mi terbagi atas dua macam, yaitu mi yang terbuat dari tepung terigu dan mi yang terbuat dari pati. Mi yang bahan bakunya berasal dari tepung terigu sudah lazim ditemukan dan biasa dikonsumsi. Mi yang bahan bakunya berasal dari tepung pati, biasa disebut mi transparan, contohnya: soun dan bihun (Astawan, 1999)

Berdasarkan kondisi sebelum dikonsumsi, mi dapat digolongkan dalam beberapa kelompok. Menurut Winarno dan Rahayu (1994) mi berdasarkan kadar air dan tahap pengolahannya dibagi menjadi lima golongan, yaitu :

- (1) Mi basah mentah/segar, yang dibuat langsung dari proses pemotongan lembaran adonan dengan kadar air 35 persen.
- (2) Mi basah matang, yaitu mi basah mentah yang telah mengalami perebusan dalam air mendidih sebelum dipasarkan dengan kadar air 52 persen.
- (3) Mi kering, yaitu mi basah mentah yang langsung dikeringkan dengan kadar air 10 persen.
- (4) Mi goreng, yaitu mi basah mentah yang lebih dahulu digoreng sebelum dipasarkan.
- (5) Mi instan, yaitu mi basah mentah yang telah mengalami pengukusan dan pengeringan, sehingga menjadi mi instan kering atau digoreng sehingga menjadi mi instan goreng.

Menurut Astawan (1999), mi basah adalah jenis mi yang mengalami proses perebusan setelah tahap pemotongan dan sebelum dipasarkan. Kadar air mencapai 52 persen sehingga daya tahan simpannya relatif singkat yaitu 40 jam dalam suhu kamar. Mi basah terbagi atas dua jenis yaitu mi basah mentah dan matang.

Perbedaan antara mi basah mentah dan matang adalah adanya tahapan perebusan atau pengukusan pada proses pembuatan mi basah matang, sehingga menyebabkan kadar air mi basah matang meningkat menjadi 52 persen, sedangkan pada mi basah mentah yang tidak melewati tahapan perebusan atau pengukusan menghasilkan kadar air berkisar 35 persen. Badan Standarisasi Nasional telah menetapkan standar mutu mi basah

yang tercantum dalam SNI 2987 - 2015. Syarat mutu mi basah tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.

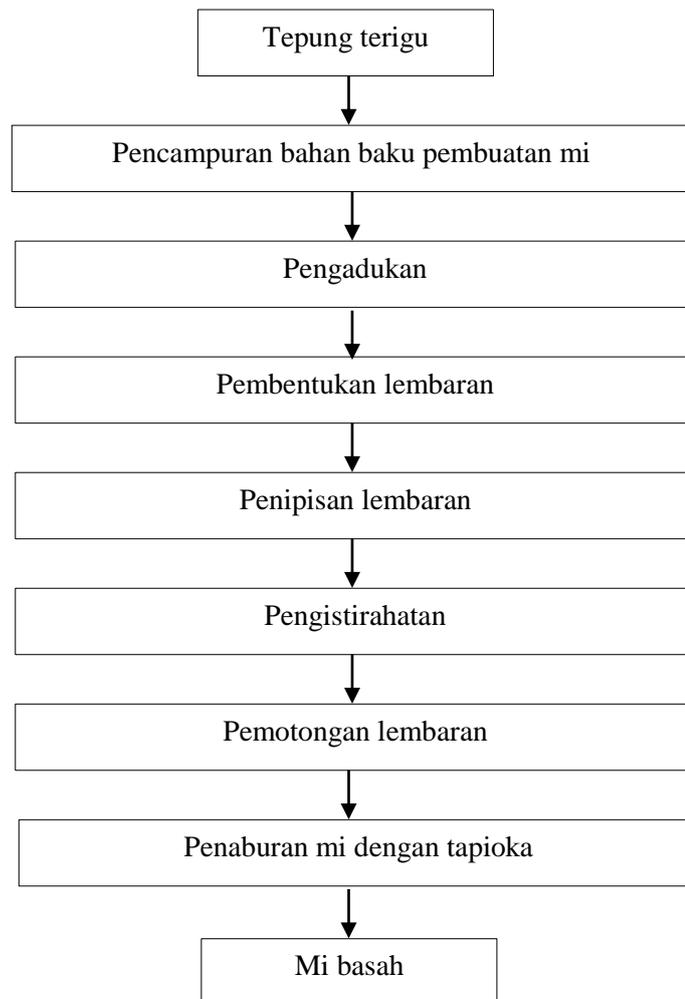
Tabel 4. Syarat mutu mi basah (SNI 2987-2015)

No	Kriteria uji	Satuan	Persyaratan	
			Mi basah mentah	Mi basah matang
1	Keadaan			
1.1	Bau	-	Normal	Normal
1.2	Rasa	-	Normal	Normal
1.3	Warna	-	Normal	Normal
1.4	Tekstur	-	Normal	Normal
2	Kadar air	Fraksi massa,%	maks. 35	maks. 65
3	Kadar Protein (Nx6.25)	Fraksi massa,%	min. 9,0	min. 6,0
4	Kadar abu tidak larut dalam asam	Fraksi massa,%	maks. 0,05	maks. 0,05
5	Bahan Berbahaya			
5.1	Formalin (HCHO)	-	Tidak boleh ada	Tidak boleh ada
5.2	Asam Borat (H ₃ BO ₃)	-	Tidak boleh ada	Tidak boleh ada
6	Cemaran Logam			
6.1	Timbal (Pb)	mg/kg	maks. 1,0	maks. 1,0
6.2	Kadmium (Cd)	mg/kg	maks. 0,2	maks. 0,2
6.3	Timah (Sn)	mg/kg	maks. 40,0	maks. 40,0
6.4	Merkuri (Hg)	mg/kg	maks. 0,05	maks. 0,05
7	Cemaran Arsen (As)	mg/kg	maks. 0,5	maks. 0,5
8	Cemaran Mikroba			
8.1	Angka Lempeng Total	Koloni/g	maks. 1x10 ⁶	maks. 1x10 ⁶
8.2	<i>Escherichia coli</i>	APM/g	maks. 10	maks. 10
8.3	<i>Salmonella sp</i>	-	negatif/25g	negatif/25g
8.4	<i>Staphylococcus aureus</i>	Koloni/g	maks. 1x10 ³	maks. 1x10 ³
8.5	<i>Bacillus cereus</i>	Koloni/g	maks. 1x10 ³	maks. 1x10 ³
8.6	Kapang	Koloni/g	maks. 1x10 ⁴	maks. 1x10 ⁴
9	<i>Deoxinivalenol</i>	µg/kg	maks. 750	maks. 750

Sumber : Badan Standarisasi Nasional, 2015

Mi basah umumnya terbuat dari tepung gandum (tepung terigu), air, dan garam dengan/tanpa penambahan garam alkali. Terigu merupakan bahan utama dalam pembuatan mi basah mentah. Fungsi terigu adalah sebagai

bahan pembentuk struktur, sumber karbohidrat, sumber protein, dan pembentuk sifat kenyal gluten. Garam berfungsi memberikan rasa, memperkuat tekstur, dan mengikat air (Astawan, 1999). Tahapan-tahapan pembuatan mi basah tersebut dapat diilustrasikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Proses pembuatan mi basah

Sumber : Kruger dan Matsuo, 1996

Pada Gambar 1 disajikan alur proses pembuatan mi basah yang meliputi tahap pencampuran semua bahan (tepung, air, dan garam) lalu diaduk sehingga menjadi adonan. Kemudian adonan tersebut dibentuk menjadi lembaran-lembaran yang tipis dengan mesin *rollpress*. Setelah menjadi

lembaran – lembaran tipis, adonan tersebut didiamkan atau diistirahatkan. Kemudian lembaran – lembaran tipis yang telah diistirahatkan dipotong menjadi bentuk benang-benang mi. Tahap terakhir adalah menaburkan tapioka sebagai pemupur.

2. Diversifikasi Pangan

Kestabilan nasional merupakan taruhan atas sukses atau gagalnya pemenuhan utama yaitu pangan. Oleh karena itu, kelangkaan energi akan menambah kesulitan dalam usaha meningkatkan produksi pangan. Beras sebagai bahan makanan pokok terpenting bagi rakyat Indonesia sangat merawankan ketahanan nasional, baik dari segi politis maupun ekologis, karena sistem pertahanan Indonesia adalah sistem pertahanan rakyat, maka kaitannya dengan para petani adalah sangat erat (Dirdjosenyoto, 1987).

Diversifikasi sumber pangan merupakan jawaban untuk menangani dan menghindari kerawanan ketahanan pangan nasional. Oleh karena itu, harus diusahakan agar setiap pulau – pulau besar atau kepulauan dapat berdikari dalam bahan pangan terutama dalam keadaan darurat (Dirdjosenyoto, 1987).

Diversifikasi pangan adalah upaya menyediakan dan mengkonsumsi pangan dengan menu yang beraneka-ragam dan bervariasi.

- a. Beraneka-ragam, artinya menunya terdiri dari berbagai macam bahan pangan, sehingga tidak didominasi hanya oleh satu atau sedikit jenis bahan pangan saja.
- b. Bervariasi, artinya macam bahan pangan yang disajikan dari waktu-ke waktu tidak sama, berganti-ganti dan beragam, sehingga menghindari "kebosanan" bagi yang mengonsumsinya (Hariyadi, 2014).

Menurut Hardinsyah, Dwiriani, dan Agus (1998), diversifikasi pangan mencakup dimensi yang luas. Hal ini berkaitan dengan sistem pangan, diversifikasi pangan dapat ditinjau dari segi diversifikasi produksi pangan, diversifikasi penyediaan pangan, dan diversifikasi konsumsi pangan.

Diversifikasi konsumsi pangan tidak mungkin terjadi tanpa adanya diversifikasi produksi dan penyediaan pangan. Diversifikasi yang dilihat dari sisi konsumsi diperlukan atas dasar tujuan memperbaiki status gizi masyarakat dengan lebih baik.

Menurut Hariyadi (2014), Kondisi diversifikasi (penganekaragaman) pangan merupakan salah satu indikator dari ketahanan pangan mandiri dan berdaulat. Diversifikasi pangan bisa dilihat dari dua sisi; yaitu sisi ketersediaan (produksi: baik produksi di pertanian, perikanan, peternakan maupun di pengolahan atau industri) dan sisi konsumsi. Dari sisi ketersediaan: diversifikasi pangan akan mendistribusikan beban penyediaan bahan pangan, dimana beban ini dibagi merata pada berbagai jenis bahan pangan: sehingga beban ketersediaan tidak bertumpu hanya pada salah satu jenis bahan pangan saja. Diversifikasi pangan yang baik

akan menurunkan risiko suatu negara terjebak dan tergantung pada salah satu jenis pangan saja.

Masih dari sisi ketersediaan, selain untuk mengurangi ketergantungan pada beras, diversifikasi pangan juga untuk menggali potensi-potensi pangan lain yang menjadi kekayaan kita. Ketergantungan pada beras seperti saat ini, telah menyebabkan kita lalai terhadap bahan pangan lain seperti umbi-umbian (garut, ganyong, ubi jalar, singkong, dll), sagu, serta aneka bijian dan kacang-kacangan yang kaya protein. Oleh karena itu, diversifikasi pangan juga penting dilakukan negara untuk menggali dan mengembangkan kekayaan alamnya dengan bijaksana (Hariyadi, 2014)

Dari sisi konsumsi: kebutuhan gizi setiap individu pada dasarnya tidak mungkin akan terpenuhi dengan baik, jika menu pangannya tidak beragam. Tidak ada satu pun jenis bahan pangan di dunia ini yang mampu memenuhi kebutuhan gizi bagi tubuh manusia untuk pertumbuhan yang optimal. Jadi dari sisi kebutuhan gizi: diversifikasi pangan akan berpotensi untuk memperbaiki status gizi masyarakat dengan lebih baik. Oleh karena itu, diversifikasi pangan mempunyai peranan penting untuk pencapaian ketahanan pangan mandiri dan berdaulat, baik dari sisi ketersediaan maupun konsumsi, khususnya dalam mencapai status gizi individu yang lebih baik.

Seperti apapun enak dan mahalnya suatu makanan tetap perlu dikombinasikan dengan berbagai jenis bahan pangan lain sehingga membentuk menu yang lebih beragam, serta diperoleh asupan gizi yang

lebih seimbang. Program diversifikasi pangan yang berhasil, tentu ke depannya akan memberikan banyak manfaat. Salah satu manfaat yang dirasakan adalah memperbaiki status gizi masyarakat menjadi lebih baik (Hariyadi, 2014).

Langkah lain yang mendukung keberhasilan diversifikasi pangan adalah upaya pengindustrian keanekaragaman pangan. Pengindustrian keanekaragaman pangan perlu dilakukan dengan mengkreasikan nilai tambah sedemikian rupa, sehingga produk pangan lokal yang diproduksi tersebut mempunyai nilai lebih daripada atau paling tidak sama, dengan produk pangan pokok beras (dan gandum) yang saat ini mendominasi menu nasional Indonesia (Hariyadi, 2011).

Pada upaya menjalankan program diversifikasi pangan, industri pangan, bertanggung jawab terhadap peningkatan status kesehatan dan gizi masyarakat. Oleh karena itu, industri pangan perlu melakukan berbagai prakarsa strategis. Secara umum, prakarsa tersebut adalah bahwa industri pangan perlu mengeksplorasi sumber pangan lokal dan mengembangkannya menjadi produk pangan dalam rangka memberikan aneka pilihan pangan bagi konsumen, dengan memastikan keamanan dan mutu dan gizi produk pangan. Secara ilustratif: beberapa prakarsa strategis ini dapat dikelompokkan dalam tiga kategori prakarsa, yaitu (Hariyadi, 2014):

1. Prakarsa industri pangan yang secara langsung, antara lain:
 - a. Melakukan evaluasi tentang mutu dan kandungan/komposisi gizi pangan yang diproduksi; dan analisis relevansi terhadap program

diversifikasi pangan dan pembangunan gizi dan kesehatan masyarakat Indonesia.

- b. Melakukan pengendalian yang lebih ketat terhadap beberapa zat gizi yang menjadi permasalahan kesehatan publik; misalnya kandungan kalori, gula, sodium, lemak jenuh, lemak trans, akrilamida, dan lain-lain.
 - c. Mengembangkan produk pangan baru yang berpotensi memecahkan permasalahan gizi dan kesehatan masyarakat; misalnya dengan memperkenalkan berbagai aneka ragam ingredient pangan-lokal fungsional untuk kesehatan.
 - d. Mengembangkan produk pangan dengan ukuran (porsi) yang lebih kecil, dan produk yang lebih memberikan rasa kenyang (*satiety*) dan *appetite control*, khususnya untuk mengatasi permasalahan obesitas.
2. Prakrasi industri pangan yang secara tidak langsung, antara lain:
- a. Mengembangkan kebijakan pelabelan dan iklan yang lebih informatif dan edukatif: dalam rangka pendidikan pangan dan gizi yang lebih sehat.
 - b. Mempunyai program pendidikan masyarakat yang mendorong gaya hidup yang lebih sehat: termasuk aktivitas fisik aktif; seperti olah raga, gizi berimbang, dan lain-lain.
 - c. Mempunyai program pendidikan masyarakat yang mendorong gaya penghargaan lebih terhadap bisnis dan produk lokal, menghargai lingkungan, dan lain-lain.

3. Prakasa industri pangan melalui aksi *corporate social responsibility*, antara lain:
 - a. Menginvestasikan sumber daya untuk penelitian dan pengembangan untuk memahami mengeksplorasi potensi lokal, termasuk perilaku konsumsi dan pola makan masyarakat.
 - b. Melakukan pembinaan masyarakat dalam pola hidup sehat.
 - c. Melakukan investasi untuk pengembangan fasilitas olah raga dan ruang terbuka untuk masyarakat.
 - d. Bersama masyarakat lokal, mengembangkan kegiatan sosial kemasyarakatan dalam bidang pangan dan gizi

3. Konsep Agribisnis dan Agroindustri

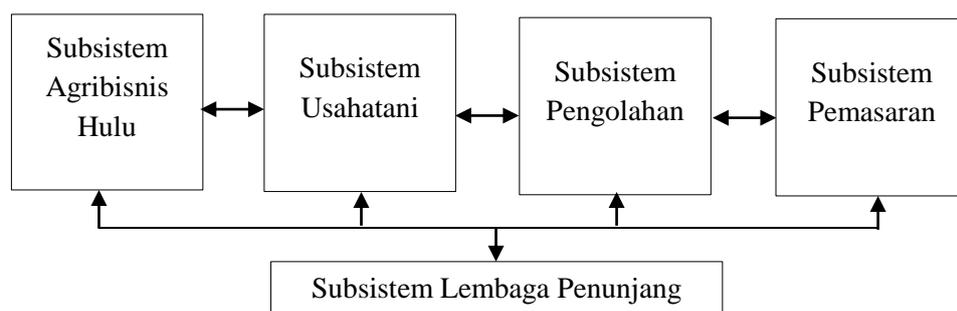
Agribisnis merupakan suatu kegiatan yang utuh dan tidak dapat terpisah antara satu kegiatan dan kegiatan lainnya, mulai dari proses produksi, pengolahan hasil, pemasaran, dan aktifitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian dalam arti luas, yang dimaksud dengan pertanian dalam arti luas adalah 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*) (Soekartawi,2000). Sistem agribisnis terdiri dari lima subsistem (Downey dan Erickson, 1989), 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.

Ke lima subsistem tersebut memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain, seperti yang disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Sistem Agribisnis

Sumber: Badan Agribisnis, 2015

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 dengan bahan baku dari produk pertanian (Soekartawi, 2000).

Agroindustri merupakan suatu kegiatan atau usaha mengolah bahan baku yang berasal dari tanaman atau hewan melalui proses transformasi dengan menggunakan perlakuan fisik dan kimia, penyimpanan, pengemasan, dan distribusi. Ciri penting dari agroindustri adalah kegiatannya tidak tergantung musim, membutuhkan manajemen usaha yang modern, pencapaian skala usaha yang optimal dan efisien, serta mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi (Hasyim dan Zakaria, 1995)

Menurut Hidayatullah (2004) 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.

Agroindustri mampu meningkatkan devisa negara, mampu meningkatkan perekonomian dan menyerap tenaga kerja bagi pelaku agribisnis dan mampu mendorong munculnya industri lain. Ciri penting dari agroindustri

adalah kegiatannya tidak tergantung pada mesin, memiliki manajemen usaha yang modern, serta skala usaha yang optimal dan efisien, serta mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi (Soekartawi, 2000).

4. Pengadaan Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan yang harus diperhitungkan dalam kelangsungan proses produksi. Banyaknya bahan baku yang tersedia akan menentukan besarnya penggunaan sumber-sumber di dalam perusahaan dan kelancarannya. Hal ini menunjukkan bahwa bahan baku merupakan salah satu faktor penting yang dapat memperlancar suatu proses produksi (Assauri, 1998)

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. 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)

5. Pengolahan pada Agroindustri

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. Agroindustri akan mempunyai kemampuan yang baik jika sektor pertanian dan sektor industri tersebut memiliki keterkaitan yang sangat erat, baik keterkaitan ke depan (*forward linkage*) maupun ke belakang (*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).

Terdapat beberapa alasan pentingnya peranan agroindustri pada pengolahan hasil pertanian (Soekartawi, 1993), antara lain:

a. Meningkatkan nilai tambah

Pengolahan hasil yang dilakukan produsen dengan cara yang baik 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.

Konsekuensi logis dari hasil olahan yang lebih baik adalah menyebabkan total penerimaan lebih tinggi karena kualitas hasil yang lebih baik dan harganya lebih tinggi.

6. Teori Nilai Tambah

Nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena adanya input fungsional yang diberlakukan pada komoditas yang bersangkutan.

Input fungsional tersebut berupa proses pengubahan bentuk (*form utility*), pemindahan tempat (*place utility*), maupun proses penyimpanan (*time utility*). Sumber - sumber dari nilai tambah tersebut adalah dari pemanfaatan faktor – faktor seperti tenaga kerja, modal, sumberdaya

manusia dan manajemen (Hayami, 1987). Kegunaan dari analisis nilai tambah (Hardjanto, 1991 dalam Putri, 2005) 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.

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 dan kekurangan. Kelebihan dari metode Hayami adalah :

- a. Dapat diketahui besarnya nilai tambah dan output.
- b. Dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik faktor-faktor produksi, seperti tenaga kerja, modal, sumbangan input lain, dan keuntungan.
- c. Prinsip nilai tambah menurut Hayami dapat digunakan untuk subsistem lain selain pengolahan, seperti analisis nilai tambah pemasaran.

Kelemahan dari metode Hayami adalah :

- a. Pendekatan rata-rata tidak tepat jika diterapkan pada unit usaha yang menghasilkan banyak produk dari satu jenis bahan baku.
- b. Tidak dapat menjelaskan nilai output produk sampingan.
- c. Sulit menentukan pembandingan yang dapat digunakan untuk menyatakan apakah balas jasa terhadap pemilik faktor produksi sudah layak atau belum.

7. Teori Pendapatan

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan semua biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usaha. Ada beberapa pengertian yang perlu diperhatikan dalam menganalisis pendapatan (Soekartawi, 2000) antara lain:

- (1) Penerimaan adalah jumlah produksi yang dihasilkan dalam suatu kegiatan usaha dikalikan dengan harga jual yang berlaku di pasar.
- (2) Pendapatan bersih adalah penerimaan kotor yang dikurangi dengan total biaya produksi atau penerimaan kotor di kurangi dengan biaya variabel dan biaya tetap.
- (3) Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dinyatakan dengan uang yang diperlukan untuk menghasilkan produksi.

Sumber pendapatan dapat dibedakan menjadi dua sumber berdasarkan jenisnya, yaitu pendapatan utama dan pendapatan tambahan. Pendapatan utama adalah sumber penghasilan rumah tangga yang paling mendukung

dalam memenuhi kehidupan rumah tangga. 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).

Menurut Soekartawi (1995) secara matematis besarnya pendapatan dapat dirumuskan:

$$\Pi = TR - TC \dots\dots\dots(1)$$

$$\Pi = Y.Py - (\sum Xi.Pxi + BTT) \dots\dots\dots(2)$$

keterangan:

Π = Pendapatan

X_i = Faktor produksi variabel ke i ($i = 1, 2, 3, \dots, n$)

P_{xi} = Harga faktor produksi variabel ke i

Y = Produksi

P_y = Harga produksi

BTT = Biaya tetap total

Perhitungan biaya produksi dalam penelitian kali ini terutama dalam menghitung biaya penyusutan peralatan dilakukan dengan menghitung biaya bersama atau *joint cost*. Perhitungan *joint cost* diperlukan ketika perusahaan menghasilkan produk lebih dari satu atau terdiri dari beberapa produk. Biaya yang dihitung adalah biaya yang digunakan secara bersama oleh produk bersama (Bustami, 2009). Pada penelitian ini biaya bersama yang dikeluarkan dalam proses produksi mi basah adalah biaya *overhead* yaitu biaya penyusutan alat, tenaga kerja, biaya listrik, dan pajak.

Menurut Bustami (2009) alokasi biaya adalah pembebanan biaya secara proporsional dari biaya bersama ke objek biaya. Biaya bersama sulit diperhitungkan kepada masing-masing produk. Oleh karena itu, untuk memudahkan dalam perhitungan diperlukan alokasi biaya.

Menurut Mulyadi (2009), *joint cost* dapat dialokasikan kepada tiap-tiap produk bersama dengan menggunakan salah satu dari empat metode yaitu:

e. Metode nilai jual relatif

Metode ini digunakan untuk mengalokasikan *joint cost* kepada produk bersama. Metode ini didasarkan pada nilai jual relatif dari setiap jenis produk bersama. Tahap pertama metode ini adalah memperhitungkan nilai total penjualan yang merupakan harga penjualan dikalikan dengan unit produksi, bukan penjualan sesungguhnya. Tahap ke dua penentuan proporsi nilai penjualan masing-masing produk bersama pada nilai penjualan total. Tahap terakhir mengalokasikan total *joint cost* diantara produk bersama berdasarkan proporsi tersebut

Menurut Bustami (2009), metode harga jual dapat dibedakan menjadi dua diantaranya sebagai berikut:

(1) Harga jual diketahui pada saat titik pisah

Perhitungan ini apabila harga jual diketahui pada saat titik pisah maka *joint cost* dibebankan kepada produk berdasarkan nilai jual masing - masing produk terhadap jumlah nilai jual keseluruhan produk.

Alokasi *joint cost* dengan metode harga jual diketahui pada saat titik pisah dapat dirumuskan:

$$\text{Alokasi joint cost} = \frac{\sum \text{nilai jual masing-masing produk}}{\sum \text{nilai jual keseluruhan produk}} \times \text{biaya bersama....(3)}$$

(2) Harga jual tidak diketahui pada saat titik pisah

Apabila suatu produk tidak bisa dijual pada titik pisah, maka harga tidak dapat diketahui saat titik pisah. Produk tersebut memerlukan proses tambahan sehingga harga jual dapat diketahui sebelum dijual. Dasar yang dapat digunakan dalam menghasilkan biaya bersama yaitu harga pasar hipotesis. Harga pasar hipotesis adalah nilai jual suatu produk setelah diproses lebih lanjut dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk memproses lebih lanjut. Alokasi biaya bersama dengan metode harga jual tidak diketahui pada saat titik pisah dapat dirumuskan:

$$\text{Alokasi joint cost} = \frac{\sum \text{nilai jual hipotesis produk setelah titik pisah}}{\sum \text{nilai jual hipotesis seluruh produk setelah titik pisah}} \times \text{biaya bersama..(4)}$$

f. Metode satuan fisik

Metode satuan fisik menentukan harga produk bersama sesuai dengan manfaat yang ditentukan oleh masing-masing produk akhir. Dalam metode ini *joint cost* dialokasikan kepada produk atas dasar koefisien fisik kuantitas bahan baku yang terdapat dalam masing-masing produk. Koefisien fisik ini dinyatakan dalam satuan berat. Dengan metode ini diharuskan bahwa produk bersama yang dihasilkan harus dapat diukur dengan satuan ukuran pokok yang sama. Jika produk yang sama mempunyai satuan ukuran yang berbeda, harus ditentukan koefisien yang digunakan untuk mengubah berbagai satuan tersebut

menjadi ukuran yang sama (Mulyadi, 2009). Alokasi *joint cost* dengan metode satuan fisik dapat dirumuskan:

$$\text{Alokasi joint cost} = \frac{\sum \text{unit masing-masing produk}}{\sum \text{unit keseluruhan produk}} \times \text{biaya bersama} \dots \dots \dots (5)$$

atau

$$\text{Alokasi joint cost} = \frac{\sum \text{biaya bersama}}{\sum \text{unit keseluruhan produk}} \times \text{biaya bersama} \dots \dots \dots (6)$$

g. Metode harga pokok rata – rata

Pendekatan harga pokok rata-rata dianggap tepat apabila proses produksi bersama menghasilkan jenis-jenis produk yang mempunyai unit fisik atau satuan ukuran yang sama. Metode ini hanya dapat digunakan apabila produk bersama yang dihasilkan diukur dalam satuan yang sama pada umumnya metode ini digunakan oleh yang menghasilkan beberapa macam produk yang sama dari satu proses bersama tetapi mutunya berlainan. Dalam metode ini harga pokok masing-masing dihitung sesuai dengan proporsi kuantitas yang diproduksi. Alokasi *joint cost* dengan metode harga pokok rata-rata dapat dirumuskan:

$$\text{Alokasi joint cost} = \text{biaya per unit} \times \text{biaya bersama} \dots \dots \dots (7)$$

h. Metode rata – rata tertimbang

Metode rata-rata biaya per satuan dasar yang dipakai dalam pengalokasian *joint cost* adalah kuantitas produksi, maka dalam metode rata-rata tertimbang kuantitas produksi ini dikalikan terlebih dahulu dengan angka penimbang dan hasilnya baru dipakai sebagai dasar alokasi. Penentuan angka penimbang untuk tiap-tiap produk didasarkan pada jumlah bahan yang dipakai, sulitnya

pembuatan produk, waktu yang dikonsumsi, dan perbedaan jenis tenaga kerja yang dipakai untuk setiap produk yang dihasilkan. Jika yang dipakai sebagai angka penimbang adalah harga jual produk maka metode alokasinya disebut metode nilai jual relatif (Mulyadi, 2005). Alokasi *joint cost* dengan metode rata-rata tertimbang dapat dirumuskan:

$$\text{Alokasi joint cost} = \frac{\sum \text{penimbang rata-rata setiap produk}}{\sum \text{penimbang rata-rata seluruh produk}} \times \text{biaya bersama...}(8)$$

Pada penelitian ini metode alokasi *joint cost* yang digunakan adalah metode satuan fisik. Dasar pemikiran metode ini adalah bahwa banyaknya biaya yang dikeluarkan sesuai dengan kuantitas barang yang dihasilkan. Jika salah satu produk kuantitasnya lebih banyak daripada produk yang lain, maka biaya yang dikeluarkan untuk produk tersebut lebih banyak bila dibandingkan dengan produk yang lain. Oleh karena itu, metode ini merupakan cara yang logis untuk mengalokasikan *joint cost* berdasarkan pada satuan fisik masing-masing produk yang dihasilkan.

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 (Soekartawi, 2000):

$$R/C = TR / TC \dots\dots\dots(9)$$

keterangan:

R/C = nisbah penerimaan dan biaya

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

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

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

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

8. Pemasaran

Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud menciptakan permintaan yang efektif. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan – kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan perusahaan tergantung pada keahlian mereka khususnya dibidang pemasaran. Sesuai dengan perkembangan ekonomi, maka kegiatan pemasaran pada suatu perusahaan terus mengalami perubahan (Kotler dan Keller, 2009)

Pemasaran merupakan kegiatan yang bertalian dengan penciptaan atau penambahan kegunaan daripada barang dan jasa. Oleh karena itu tataniaga termasuk tindakan atau usaha produktif (Saefuddin, 1982).

Produktif bukan semata - mata mengubah bentuk suatu barang menjadi

barang lain. Suatu kegiatan disebut produktif jika dapat menciptakan barang-barang tersebut lebih, berguna bagi masyarakat dan hal itu terjadi karena berbagai hal, meliputi:

a. Kegunaan bentuk (*form utility*)

Kegunaan bentuk adalah kegiatan meningkatkan kegunaan barang dengan cara mengubah bentuk menjadi barang lain yang secara umum lebih bermanfaat.

b. Kegunaan tempat (*place utility*)

Kegunaan tempat adalah kegiatan yang mengubah nilai suatu barang menjadi lebih berguna karena telah terjadi proses pemindahan dan suatu tempat ke tempat lain.

c. Kegunaan waktu (*time utility*)

Kegunaan waktu yaitu kegiatan yang menambah kegunaan suatu barang karena adanya proses waktu atau perbedaan waktu.

d. Kegunaan milik (*posession utility*)

Kegunaan milik adalah kegiatan yang menyebabkan bertambah bergunanya suatu barang karena terjadi proses pemindahan pemilikan dan satu pihak ke pihak lain (Hasyim, 2012).

Sistem tataniaga dianggap efisien jika memenuhi dua syarat, yaitu: (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah - murahnya, dan (2) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang tersebut (Mubyarto, 1995).

Ada dua konsep dalam efisiensi tataniaga, yaitu (1) konsep input-ratio, dan (2) konsep analisis struktur, perilaku dan keragaan pasar. Dalam konsep input output ratio, efisiensi tataniaga adalah maksimisasi input output ratio. Input adalah berbagai kombinasi dari tenaga kerja, modal, dan manajemen yang digunakan oleh lembaga niaga dalam proses tataniaga, sedangkan output adalah kepuasan konsumen terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh lembaga tataniaga (Hasyim, 2012).

Struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar merupakan tiga komponen dasar organisasi pasar. Secara terperinci ke tiga komponen organisasi pasar tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Struktur pasar

Struktur pasar merupakan karakteristik organisasi dan suatu pasar, yang untuk prakteknya adalah karakteristik yang menentukan hubungan antara pembeli dan para penjual, dan hubungan antara penjual dipasar dengan para penjual potensial yang akan masuk ke dalam pasar. Unsur-unsurnya adalah tingkat konsentrasi, diferensiasi produk, dan rintangan masuk pasar.

b. Perilaku pasar

Perilaku pasar merupakan pola tingkah laku lembaga pemasaran dalam hubungannya dengan sistem pembentukan harga dan praktek transaksi, melakukan pembelian dan penjualan secara horizontal dan vertikal atau dengan kata lain tingkah laku perusahaan dan struktur pasar tertentu,

terutama bentuk-bentuk keputusan apa yang dibuat oleh manajer dalam struktur pasar yang berbeda.

c. Keragaan pasar

Keragaan pasar menunjukkan sampai sejauh mana pengaruh riil struktur dan perilaku pasar yang berkenaan dengan harga, biaya, dan volume produksi (Hasyim,2012).

Efisiensi pemasaran diukur menggunakan analisis struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar dapat diketahui melalui analisis koefisien korelasi harga dan elastisitas transmisi harga. Analisis koefisien korelasi harga merupakan 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 (Hasyim, 2012).

9. Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah lembaga-lembaga distributor atau menyalurkan atau menyampaikan barang atau jasa dari produsen ke konsumen.

Distributor atau penyalur ini bekerja secara aktif untuk mengusahakan perpindahan, bukan hanya secara fisik, tetapi dalam arti agar barang -

barang tersebut dapat dibeli oleh konsumen, dengan melakukan pertimbangan-pertimbangan atas penyaluran (Syahyunan, 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 (Hasyim, 2012).

Menurut Kotler dan Keller (2009) produsen dan pelanggan akhir merupakan bagian dari semua saluran. Saluran pemasaran dapat dibagi menjadi :

- a. Saluran tingkat nol atau saluran pemasaran langsung/*direct marketing channel*, terdiri dari produsen yang menjual langsung ke pelanggan akhir.
- b. Saluran tingkat satu, mengandung satu perantara penjualan seperti pengecer.
- c. Saluran tingkat dua, mengandung dua perantara biasanya pedagang grosir dan pengecer.
- d. Saluran tingkat tiga, terdiri dari tiga perantara yaitu pedagang grosir menjual ke pedagang besar, selanjutnya pedagang besar menjual ke pengecer kecil.

10. Jasa Layanan Pendukung

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, 2006). Lembaga-lembaga pendukung yang berperan dalam subsistem jasa layanan pendukung antara lain adalah bank, koperasi, lembaga penelitian, 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 yang memberikan layanan keuangan berupa pinjaman dan penanggungan risiko usaha (khusus asuransi). Lembaga penelitian 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).

11. Perilaku Konsumen

Studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Secara sederhana, studi perilaku konsumen meliputi hal-hal yaitu apa yang dikonsumsi konsumen, mengapa konsumen membeli, kapan konsumen membeli, di mana konsumen dapat membeli, dan berapa sering konsumen dalam mengonsumsi suatu barang atau jasa (Sumarwan, 2011).

Menurut Mowen dan Micheal (2002), perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan proses perolehan, konsumsi, pembuangan barang/jasa, pengalaman, serta ide-ide setelah menggunakan barang/jasa. Oleh karena itu, mempelajari perilaku konsumen berarti mempelajari bagaimana konsumen seseorang menggunakan sumber daya yang dimiliki (waktu, uang, dan usaha) untuk mendapatkan barang dan jasa yang dapat memuaskan keinginan dirinya.

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995), perilaku konsumen dipengaruhi dan dibentuk oleh tiga faktor yaitu, pengaruh lingkungan (budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi), perbedaan individu (sumber daya konsumen, motivasi, dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi), dan proses psikologis (pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap, dan perilaku).

Riset perilaku konsumen terdiri atas tiga perspektif, yaitu perspektif pengambilan keputusan, perspektif eksperensial (pengalaman), dan perspektif pengaruh perilaku. Tiga perspektif tersebut mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi cara berpikir dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (Sumarwan, 2003).

a. Perspektif pengambilan keputusan

Perspektif ini mengasumsikan bahwa konsumen memiliki masalah dan melakukan proses pengambilan keputusan rasional untuk memecahkan masalah tersebut.

b. Perspektif eksperensial (pengalaman)

Perspektif ini mengemukakan bahwa konsumen seringkali mengambil keputusan membeli suatu produk tidak berdasarkan proses keputusan rasional untuk memecahkan masalah yang mereka hadapi tetapi konsumen membeli suatu produk karena alasan untuk kegembiraan, fantasi, ataupun emosi yang diinginkan.

c. Perspektif pengaruh perilaku

Perspektif ini menyatakan bahwa seorang konsumen membeli suatu produk seringkali bukan karena alasan rasional atau emosional yang berasal dari dalam dirinya, tetapi perilaku konsumen sangat dipengaruhi faktor luar, seperti program pemasaran yang dilakukan oleh produsen, faktor budaya, faktor lingkungan fisik, faktor ekonomi, dan undang - undang, serta pengaruh lingkungan yang kuat membuat konsumen melakukan pembelian.

Perilaku konsumen yang diteliti berupa:

a. Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lain yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Untuk bidang pemasaran dibutuhkan pembagian pengetahuan yang lebih aplikatif dan tepat (Sumarwan,2003). Pengetahuan konsumen dapat di bagi dalam tiga macam (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1995) yaitu :

- (1) Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk
- (2) Pengetahuan pembelian mencakup berbagai informasi yang dimiliki konsumen untuk memperoleh produk, misalnya tempat pembelian dan waktu pembelian.
- (3) Pengetahuan pemakaian merupakan pengetahuan informasi yang melekat pada suatu produk, meliputi nilai-nilai gizi yang dapat dikonsumsi dan cara penggunaan produk.

b. Sikap

Menurut Sumarwan (2003), sikap (*attitude*) merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Sikap merupakan suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan seseorang merespon dengan

cara menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif yang diberikan (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1995). Sikap seseorang terhadap suatu objek seringkali muncul dalam konteks situasi. Artinya situasi akan mempengaruhi sikap konsumen terhadap suatu objek. Empat fungsi dari sikap (Sumarwan, 2003) yaitu:

(1) Fungsi utilitarian

Seseorang menyatakan sikapnya terhadap suatu objek atau produk karena ingin memperoleh manfaat dari produk (*rewards*) tersebut atau menghindari risiko dari produk (*punishment*). Sikap berfungsi mengarahkan perilaku untuk mendapatkan penguatan positif (*positive reinforcement*) atau menghindari risiko (*punishment*). Oleh karena itu, sikap berperan seperti *operant conditioning*. Manfaat produk bagi konsumenlah yang menyebabkan seseorang menyukai produk tersebut.

(2) Fungsi mempertahankan ego

Sikap berfungsi untuk melindungi seseorang (*citra diri-self-images*) dari keraguan yang muncul dari dalam dirinya sendiri atau dari faktor luar yang mungkin menjadi ancaman bagi dirinya. Sikap tersebut berfungsi untuk meningkatkan rasa aman dari ancaman yang datang dan menghilangkan keraguan yang ada dalam diri konsumen. Sikap akan menimbulkan kepercayaan diri yang lebih baik untuk meningkatkan citra diri dan mengatasi ancaman dari luar.

(3) Fungsi ekspresi nilai

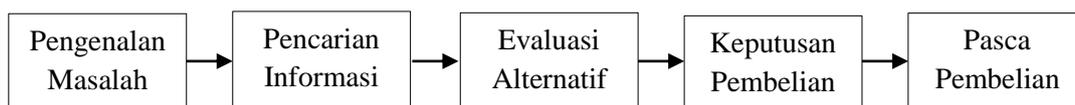
Sikap berfungsi untuk menyatakan nilai-nilai, gaya hidup, dan identitas sosial dari seseorang. Sikap akan menggambarkan minat, hobi, kegiatan dan opini dari seorang konsumen.

(4) Fungsi pengetahuan

Keingintahuan adalah salah satu karakter konsumen yang penting. Pengetahuan yang baik mengenai suatu produk sering kali mendorong seseorang untuk menyukai produk tersebut. Sikap positif terhadap suatu produk seringkali mencerminkan pengetahuan konsumen terhadap suatu produk.

c. Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen benar-benar membeli produk. Proses pengambilan keputusan pembelian dilakukan bertahap dari sebelum pembelian aktual dilakukan sampai dampak yang dirasakan setelah konsumsi. Menurut Kotler (1997), proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan pasca pembelian. Tahapan-tahapan tersebut secara sederhana disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Proses pengambilan keputusan pembelian

Sumber : Kotler, 1997

Proses pembelian suatu produk dimulai ketika suatu kebutuhan dirasakan atau dikenali. Pada hakekatnya pengenalan kebutuhan bergantung pada berapa banyak ketidaksesuaian antara keadaan yang dihadapi sekarang dengan keadaan yang diinginkan. Kebutuhan dikenali ketika ketidaksesuaian melebihi tingkat atau ambang tertentu (Engel, et al 1995). Kebutuhan dapat dicetuskan oleh stimulus, baik internal maupun eksternal. Stimulus internal adalah kebutuhan dasar yang timbul dari dalam diri seperti lapar, haus, dan sebagainya. Stimulus eksternal adalah kebutuhan yang ditimbulkan oleh dorongan eksternal (Kotler, 2005).

Konsumen yang telah mengenali kebutuhannya akan terlibat dalam proses pencarian informasi. Pencarian informasi adalah aktivitas termotivasi dari pengetahuan yang tersimpan di dalam ingatan atau pemerolehan informasi dari lingkungan. Pencarian informasi dapat dilakukan konsumen dengan dua cara, yaitu pencarian internal dan pencarian eksternal (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1995). Pencarian internal didapat dari pengetahuan yang tersimpan di dalam ingatan konsumen atas berbagai produk, sedangkan pencarian eksternal didapat dari pengumpulan informasi dimana konsumen mendapatkan informasi yang mereka butuhkan melalui iklan, teman atau orang-orang di sekitarnya.

Tahapan selanjutnya adalah evaluasi alternatif dimana konsumen mengevaluasi berbagai alternatif, serta membuat pertimbangan nilai yang terbaik untuk membuatnya. Pada tahapan ini, konsumen harus menentukan kriteria evaluasi berbagai alternatif yang akan digunakan untuk

menilai alternatif, memutuskan alternatif mana yang akan dipertimbangkan, menilai kinerja dari alternatif yang dipertimbangkan, serta memilih dan menerapkan kaidah keputusan untuk membuat pilihan akhir (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1995).

Pada penentuan evaluasi alternatif, konsumen melakukan kriteria. Kriteria evaluasi merupakan dimensi atau atribut yang dipergunakan dalam menilai alternatif-alternatif pilihan akhir. Konsep dasar yang dapat membantu untuk memahami proses evaluasi alternatif adalah konsumen berusaha memuaskan suatu kebutuhan, konsumen mencari manfaat, konsumen memandang setiap produk sebagai rangkaian atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari dan memuaskan kebutuhan (Kotler 2005).

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai keragaan agroindustri sudah terbilang cukup banyak, akan tetapi penelitian mengenai keragaan agroindustri mi basah dapat terbilang masih sangat sedikit. Hasil penelitian terdahulu tidaklah semata-mata digunakan sebagai acuan penulisan hasil dan pembahasan penelitian ini. Hal ini dibuktikan dari terdapatnya persamaan dan perbedaan penelitian yang hendak dilaksanakan dengan penelitian terdahulu.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu yang tercantum pada Tabel 5 maka dapat dilihat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan

penelitian ini. Penelitian Analisis Keragaan Agroindustri Mi Basah di Kota Bandar Lampung dan Perilaku Konsumen dalam Perspektif Diversifikasi Pangan memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu pada tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis keragaan agroindustri berupa pengadaan bahan baku, pengolahan, pemasaran, serta mengetahui lembaga penunjang yang berperan. Selain itu, kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada alat analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang menggunakan analisis nilai tambah, analisis pendapatan, dan analisis pemasaran.

Hal yang membedakan penelitian yang berjudul Analisis Keragaan Agroindustri Mi Basah di Kota Bandar Lampung dan Perilaku Konsumen dalam Perspektif Diversifikasi Pangan dengan penelitian terdahulu adalah komoditas yang digunakan. Pada penelitian terdahulu belum ada yang meneliti keragaan agroindustri mi basah. Selain itu, pada penelitian terdahulu, kebanyakan peneliti hanya meneliti sebatas keragaannya saja, sedangkan pada penelitian ini juga akan diteliti perilaku konsumen tepung terigu, dalam pembelian tepung terigu dan perilaku konsumen dalam pembelian mi basah dan makanan olahan mi basah.

Hasil dari penelitian ini akan mengetahui bagaimana pengadaan bahan baku, pendapatan, nilai tambah, sistem pemasaran berupa rantai pemasaran produk, serta jasa layanan pendukung pada agroindustri mi basah. Selain itu dari penelitian ini juga akan diketahui perilaku konsumen berupa pengetahuan

produsen dan konsumen terhadap diversifikasi pangan, serta sikap dan pengambilan keputusan produsen dan konsumen terhadap tepung terigu dan mi basah.

Tabel 5. Kajian penelitian terdahulu

No	Judul penelitian, peneliti, tahun	Tujuan penelitian	Metode penelitian	Kesimpulan penelitian
1	Analisis Keragaan Agroindustri Beras Siger Studi Kasus Pada Agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) dan Agroindustri Mekar Sari (Kota Metro) (Aldhariana, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui proses pengadaan bahan baku yang sesuai dengan enam tepat 2. Menganalisis kegiatan pengolahan dalam menghasilkan pendapatan dan nilai tambah produk Beras Siger. 3. Mengetahui bauran pemasaran, rantai pemasaran, dan margin pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk beras siger pada Agroindustri Beras Siger 4. Mengetahui jasa layanan pendukung terhadap Agroindustri Beras Siger 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. 2. Analisis pendapatan 3. Analisis nilai tambah 4. Analisis bauran pemasaran 5. Analisis rantai pemasaran 6. Analisis margin pemasaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komponen pengadaan bahan baku yaitu waktu, tempat, kualitas, kuantitas, jenis dan harga sudah tepat karena sudah sesuai dengan harapan, sedangkan komponen yang belum tepat atau sesuai dengan harapan yaitu harga. 2. Kedua agroindustri dinilai sudah cukup menguntungkan karena nilai R/C rasio yang diperoleh lebih dari satu. Kedua agroindustri beras siger ini memiliki nilai tambah yang positif dan layak untuk diusahakan. 3. Strategi pemasaran beras siger pada kedua agroindustri beras siger menggunakan komponen marketing mix. Rantai pemasaran yang digunakan 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 margin pemasaran dan Ratio Profit Margin yang tidak menyebar merata.' 4. Jasa layanan pendukung yang menunjang kedua agroindustri ini adalah lembaga penyuluhan, transportasi, kebijakan pemerintah, serta teknologi dan komunikasi. Jasa layanan pendukung memberikan peran yang positif bagi kelancaran kegiatan produksi.
2	Analisis Keragaan Agroindustri Emping Melinjo Di Kecamatan Cikedal Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten (Rahayu,2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku agroindustri emping melinjo 2. Menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pengusaha membeli bahan baku di luar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. 2. Analisis logit 3. Analisis nilai tambah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem pengadaan bahan baku emping melinjo pada agroindustri emping melinjo sudah cukup baik karena telah mempertimbangkan faktor jumlah, mutu, waktu, biaya, dan organisasi. 2. Rata – rata nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan emping melinjo adalah sebesar Rp3.129,50 3. Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan

Tabel 5. Lanjutan

		daerah untuk penyediaan bahan baku agroindustri emping melinjo		pengusaha membeli bahan baku di luar daerah adalah harga , kapasitas olah, dan tenaga kerja.
		3. Menganalisis nilai tambah produk emping melinjo		4. Alur distribusi pemasaran pada agroindustri emping melinjo sebagian besar memiliki pola yang berawal dari produsen sampai dengan ke konsumen akhir.
		4. Mengetahui pola distribusi pemasaran agroindustri emping melinjo		
3	Keragaan Agroindustri Tempe, Manfaat Ekonomi Koperasi, Dan Tingkat Partisipasinya Sebagai Anggota Primkopti Kabupaten Pesawaran (Anggraeni, 2017)	1. Menganalisis keragaan agroindustri tempe anggota Primkopti 2. Menganalisis manfaat ekonomi yang diterima oleh anggota Primkopti 3. Menganalisis tingkat partisipasi anggota Primkopti	1. Analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. 2. Analisis pendapatan 3. Analisis nilai tambah	1. Agroindustri tempe dalam pengadaan bahan baku belum sesuai dengan 6 tepat. Agroindustri tempe ini menguntungkan karena nilai R/C yang diperoleh lebih dari satu dan memiliki nilai tambah yang positif sehingga menguntungkan dan layak diusahakan. Strategi pemasaran agroindustri tempe menggunakan komponen marketing mix. Rantai pemasaran yang digunakan terdiri dari 2 yaitu produsen langsung ke konsumen dan produsen ke pedagang lalu langsung ke konsumen. Sistem pemasaran pada agroindustri tempe ini belum efisien karena nilai margin pemasaran dan Ratio Profit Margin yang tidak menyebar rata. Jasa layanan pendukung yang menunjang agroindustri ini yaitu teknologi informasi dan komunikasi, sarana transportasi, dan pasar. 2. Nilai manfaat ekonomi Primkopti Kabupaten Pesawaran sangat kecil yaitu Rp121.606,33 per tahun, sedangkan unit usaha Oemah Tempe dan Bengkel Pengupas Kedelai belum dimanfaatkan oleh para anggota. 3. Tingkat partisipasi anggota dalam menghadiri RAT dan membayar simpanan wajib berada dalam kategori sedang, sedangkan partisipasi anggota dalam memanfaatkan unit usaha berada dalam kategori rendah.

Tabel 5. Lanjutan

4	Keragaan Agroindustri Kerupuk Udang di Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan (Hastinawati, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui profil keragaan agroindustri kerupuk udang skala rumah tangga. Mengetahui kelayakan finansial agroindustri kerupuk udang skala rumah tangga. 	<ol style="list-style-type: none"> Analisis deskriptif kualitatif. Analisis finansial (<i>Break Even Point</i>, <i>R/C ratio</i>, <i>Return on Investmen</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> Agroindustri kerupuk udang merupakan usaha kecil 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, <i>R/C Ratio</i>, <i>BEP</i> maupun <i>ROI</i>.
5	Analisis Nilai Tambah Agroindustri Mi Segar, Mi Basah, Bihun, dan Soun di Provinsi Lampung (Lestari, 2007)	Mengetahui nilai tambah yang dihasilkan oleh agroindustri mi (mi segar, mi basah, bihun, dan soun).	Analisis nilai tambah metode hayami	Agroindustri mi segar, mi basah, bihun, dan soun memberikan nilai tambah yang positif. Nilai tambah terbesar diberikan oleh agroindustri mi basah. Secara keseluruhan, nilai margin untuk modal dan manajemen agroindustri mi segar dan mi basah cenderung lebih besar daripada nilai margin untuk tenaga kerja. Oleh karena itu, agroindustri mi segar dan mi basag cenderung padat modal atau tidak banyak menyerap tenaga kerja. Untuk agroindustri bihun dan soun, nilai margin untuk tenaga kerja lebih besar daripada nilai margin untuk modal dan manajemen. Oleh karena itu agroindustri bihun dan soun cenderung padat karya atau menyerap banyak tenaga kerja.
6	Analisis Manajemen Pengadaan Bahan Baku, Nilai Tambah, Dan Strategi Pemasaran Pisang Bolen Di Bandar Lampung (Masesah, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> Menganalisis proses pengadaan bahan baku industri pisang bolen oleh CV. Mayang Sari dan Harum Sari Menganalisis nilai tambah industri pisang bolen CV Mayang Sari dan Harum Sari. 	<ol style="list-style-type: none"> Analisis deskriptif kualitatif Analisis <i>Economic Order Quantity</i> (EOQ) Analisis nilai tambah Analisis strategi pemasaran 	<ol style="list-style-type: none"> 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. Nilai tambah rata-rata industri pisang bolen CV. Mayang Sari sebesar Rp37.066,00 per satu sisir buah pisang dengan rasio nilai tambah 94,13 persen dan nilai tambah pisang bolen Harum Sari sebesar Rp20.831,73 per satu sisir buah pisang dengan rasio

Tabel 5. Lanjutan

		3	Menganalisis strategi pemasaran industri pisang bolen CV Mayang Sari dan Harum Sari.		nilai tambah 87,59 persen. 3. Strategi pemasaran pada industri pisang bolen CV. Mayang Sari dan Harum Sari menggunakan marketing mix yang terdiri dari 4 komponen yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi.
7	Analisis Kelayakan Usaha Pembuatan Mi Rumput Laut (<i>Eucheuma Cottonii</i>) Studi Kasus Di Desa Tihengo Kabupaten Ponelo Kepulauan, Gorontalo Utara (Wibowo, 2015)		Mengetahui kelayakan usaha mi rumput laut di Desa Tihengo Kabupaten Ponelo Kepulauan Gorontalo Utara.	Metode analisis keuangan dan kelayakan usaha	Hasil analisis kelayakan usaha menunjukkan bahwa usaha mi rumput laut dapat menguntungkan dengan jangka waktu balik modal hanya selama 3 bulan saja setelah melakukan usaha. Hal ini akan sangat mendorong pengembangan ekonomi di Desa Tihengo dengan nilai tambah yang lebih dari usaha rumput laut yang umumnya hanya diusahakan atau dijual secara mentah saja.
8	Pengolahan Mi Kering Jagung Manis dan Kulit Buah Naga Sebagai Upaya Meningkatkan Nilai Tambah Bahan Pangan Lokal (Analianasari,2015)		Menghitung nilai tambah dan analisis usaha mi kering jagung manis dan kulit buah naga dengan komposisi yang berbeda	Analisis nilai tambah dan analisis kelayakan usaha.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tambah produk mi kering jagung manis dan kulit buah naga sebesar Rp28.494/kg dengan rasio nilai tambah 64,11 persen atau Rp18.267/kg yang diperoleh pengelola mi kering. Margin yang didapatkan dalam pengolahan mi kering adalah Rp35.000/kg. Nilai Gramoss B/C mencapai 2,07, hal ini menunjukkan bahwa usaha mi kering layak untuk diusahakan dan menguntungkan
9	Pengetahuan dan Sikap Konsumen dalam Membeli Yoghurt Cair di Bandar Lampung (Kabuli, 2017)	1. Pola dan tahap pengambilan keputusan pembelian yoghurt cair masyarakat di Bandar Lampung, 2. Pengetahuan konsumen terhadap produk yoghurt cair di Bandar Lampung, dan 3. Sikap konsumen terhadap produk yoghurt cair di		1. Analisis deskriptif kuantitatif 2. Analisis deskriptif kualitatif 3. Uji validitas dan uji reliabilitas	1. Pola pembelian yoghurt cair oleh konsumen di Kota Bandar Lampung, mayoritas membeli yoghurt cair. Sebagian besar konsumen, membeli yoghurt cair lebih dari dua botol setiap bulan. Konsumen mengetahui informasi mengenai yoghurt cair melalui iklan. Pertimbangan konsumen dalam membeli yoghurt adalah harga. Konsumen memilih minimarket sebagai alternatif lokasi pembelian. Mayoritas konsumen merasa puas setelah mengonsumsi yoghurt cair. 2. Rata-rata tingkat pengetahuan konsumen yoghurt cair

Tabel 5. Lanjutan

		Bandar Lampung		berada pada kategori baik. Pengetahuan konsumen yang baik menandakan mayoritas konsumen memiliki pengetahuan yang baik terhadap atribut yang ada pada yoghurt cair. 3. Hasil analisis sikap menunjukkan atribut yang paling disukai dan dipercayai oleh konsumen adalah adanya label halal yang tertera pada kemasan yoghurt.
10	Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tanaman Hias Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Noviana, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen rumah tangga dalam pembelian tanaman hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. 2. Mengetahui faktor-faktor dominan yang menentukan keputusan konsumen rumah tangga dalam pembelian tanaman hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis deskriptif kuantitatif 3. Uji validitas dan reliabilitas 4. <i>Principal Component Analysis (PCA)</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses pengambilan keputusan konsumen yaitu <ol style="list-style-type: none"> a. Tahap pengenalan kebutuhan, manfaat utama yang dicari yaitu sebagai hiasan untuk dinikmati keindahannya dan alasan pembelian karena hobi memelihara tanaman hias b. Tahap pencarian informasi, sumber informasi utama berasal dari teman dan agen penjual. c. Tahap evaluasi alternatif, kriteria yang menjadi pertimbangan utama konsumen saat akan membeli tanaman hias yaitu keunikan, dan harga tanaman hias. d. Tahap keputusan pembelian, hampir semua konsumen melakukan pembelian tanaman hias pada nursery dengan alasan lebih murah dan memiliki pelayanan yang baik. e. Tahap pasca pembelian, sebagian besar konsumen menyatakan puas setelah membeli dan menikmati keindahan tanaman hias dan bersedia melakukan pembelian kembali f. Faktor-faktor dominan yang menentukan keputusan pembelian tanaman hias dibentuk berdasarkan tiga komponen utama (faktor) berdasarkan nilai factor loading. Komponen pertama (tren) terdiri dari tren dan gengsi. Komponen ke dua (eksotisme) terdiri

Tabel 5. Lampiran

				dari warna dan keunikan. Komponen ke tiga (kesesuaian harga) terdiri dari variabel harga dan ukuran tanaman hias.
11	Analisis Pengetahuan dan Sikap Konsumen dalam Membeli Susu Kedelai Eceran di Bandar Lampung (Ramadhan, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui karakteristik umum konsumen produk susu kedelai eceran di Bandar Lampung, 2. Pola dan tahap pengambilan keputusan pembelian susu kedelai eceran masyarakat Bandar Lampung, 3. Pengetahuan konsumen terhadap produk susu kedelai eceran di Bandar Lampung, dan 4. Sikap konsumen terhadap produk susu kedelai eceran di Bandar Lampung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kuantitatif 2. Uji validitas dan reliabilitas 3. Analisis Model Multiatribut Fishbein 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik konsumen susu kedelai eceran di Kota Bandar Lampung adalah laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 21-60 tahun. Sebagian besar konsumen adalah perempuan. Sebagian besar pendapatan keluarga konsumen adalah sebesar Rp2.000.000,00- Rp3.000.000,00 per bulan. 2. Umumnya pola konsumsi konsumen dalam pembelian susu kedelai eceran adalah membeli susu kedelai eceran kemasan plastik 240 ml. Sebagian besar konsumen melakukan pembelian susu kedelai eceran dengan frekuensi 12 kali per bulan. 3. Rata-rata tingkat pengetahuan konsumen susu kedelai eceran berada pada kategori sedang yaitu sebesar 76,5 persen. Pengetahuan konsumen yang sedang menandakan tidak semua konsumen memiliki pengetahuan yang baik terhadap atribut yang ada pada susu kedelai. Namun umumnya dalam membeli susu kedelai eceran konsumen telah memiliki pengetahuan yang baik mengenai harga, kesegaran, kandungan gizi dan manfaat. 4. Hasil analisis sikap menunjukkan atribut yang paling disukai dan dipercayai oleh konsumen adalah kemudahan memperoleh produk dan manfaat susu kedelai

C. Kerangka Pemikiran

Program 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 variasi pangan dan gizi agar dapat hidup sehat dan aktif. Terdapat dua macam bahan baku yang digunakan dalam program diversifikasi pangan, yaitu diversifikasi pangan dengan bahan pangan lokal dan diversifikasi pangan dengan bahan pangan global.

Keanekaragaman bahan pangan lokal yang dimiliki Indonesia menjadi pendukung program diversifikasi pangan yang telah dibuat. Hal ini bertujuan agar potensi daerah dimanfaatkan dengan baik, sehingga negara tidak perlu melakukan impor. Namun pada kenyataannya, banyak masyarakat Indonesia yang lebih memilih atau menyukai makanan dengan bahan pangan global (diimpor). Hal ini menyebabkan munculnya banyak agroindustri – agroindustri berbahan baku impor contohnya agroindustri mi basah yang berbahan baku tepung terigu.

Agroindustri merupakan suatu industri yang menggunakan produk hasil – hasil pertanian dan mengubahnya dari bahan mentah menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi yang siap untuk dikonsumsi. Kegiatan agroindustri bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dari suatu produk

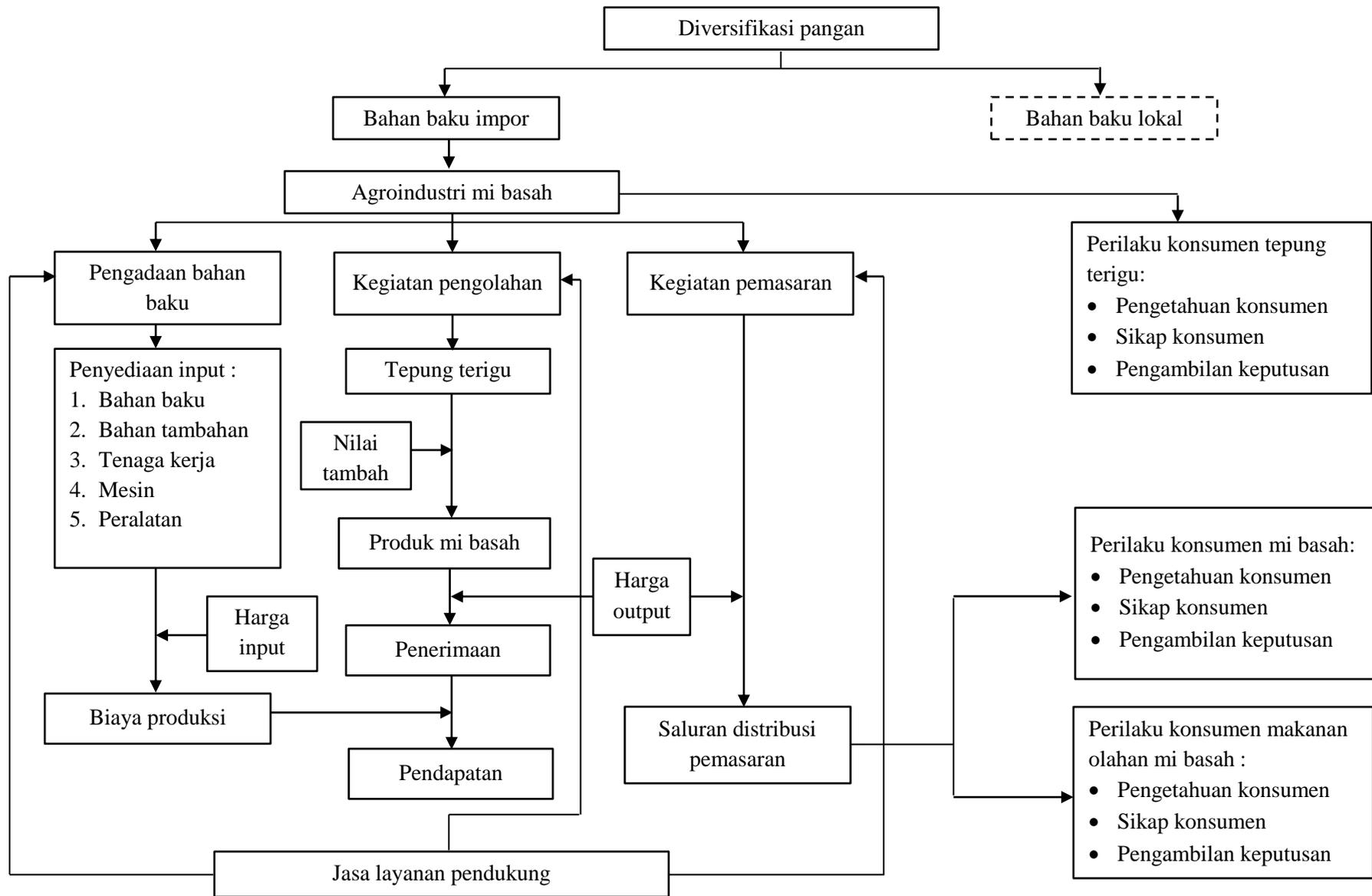
pertanian, sehingga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitar agroindustri. Terdapat tiga kegiatan utama dalam agroindustri, yaitu kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan, dan kegiatan pemasaran. Bahan baku merupakan salah satu input yang sangat penting untuk menjalankan kegiatan agroindustri, tetapi masih ada input lain yang juga penting bagi keberlanjutan agroindustri, yaitu bahan tambahan, tenaga kerja, mesin, dan peralatan. Penggunaan input – input ini akan menimbulkan adanya biaya produksi yang harus dikeluarkan.

Hal lain yang juga penting dalam agroindustri adalah kegiatan pengolahan. Pada proses pengolahan mi basah, tepung terigu yang menjadi bahan baku ditambahkan dengan bahan tambahan lain sehingga menghasilkan produk mi basah yang menghasilkan nilai tambah. Produk mi basah yang telah dihasilkan akan mendatangkan harga jual yang merupakan nilai bagi produk olahan. Harga jual produk mi basah ini akan menentukan penerimaan yang akan diperoleh. Pengurangan antara penerimaan dan biaya produksi yang dikeluarkan untuk berbagai input akan menghasilkan pendapatan. Jika pengolahan dilakukan dengan baik, maka produk yang dihasilkan juga akan menghasilkan kualitas yang baik.

Hal lain yang juga penting adalah kegiatan pemasaran. Proses pemasaran yang efisien dipengaruhi oleh lembaga – lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya. Keterlibatan lembaga – lembaga pemasaran ini akan mempengaruhi panjang pendeknya saluran distribusi yang akan berdampak terhadap harga jual dan keuntungan yang diperoleh suatu agroindustri.

Ke tiga kegiatan agroindustri yang telah dijelaskan di atas juga didukung oleh adanya jasa layanan pendukung. Jasa layanan pendukung akan memberikan dampak yang positif bagi pelaku agroindustri. Terdapat berbagai macam jasa layanan pendukung yang dapat dimanfaatkan oleh agroindustri, akan tetapi tidak semuanya dapat dimanfaatkan dengan baik oleh agroindustri mi basah.

Tepung terigu sebagai bahan baku pembuatan mi basah cenderung diimpor dari negara lain, karena iklim Indonesia yang tidak cocok untuk menanam gandum. Hal ini menjadi bertolak belakang dengan program diversifikasi pangan dengan bahan baku lokal. Oleh karena itu, perlu diteliti pengetahuan produsen sebagai konsumen tepung terigu terhadap diversifikasi, begitu juga sikap dan pengambilan keputusannya terhadap pembelian bahan baku (tepung terigu) mi basah. Selain itu, ketika konsumen mengetahui bahwa bahan baku mi basah yang mereka konsumsi adalah impor, maka perlu dilihat perilaku konsumen berupa pengetahuan konsumen tentang program diversifikasi pangan yang sedang dilakukan oleh pemerintah, selain itu dengan melihat sikap dan pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian mi basah ataupun makanan olahan yang berbahan dasar mi basah, yang bahan bakunya diimpor. Untuk memperjelas kerangka pemikiran ini, dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang terinci tentang seseorang (individu) atau sesuatu unit sosial selama kurun waktu tertentu. Penelitian studi kasus melakukan analisis dari berbagai sudut pandang (*multi perspectival analysis*) artinya peneliti tidak saja memperhatikan suara dan perspektif dari aktor saja, tetapi juga kelompok dari aktor-aktor yang relevan dan interaksi antara mereka (Aziz, 2003).

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar ini mencakup pengertian yang digunakan untuk menunjang dan menciptakan data akurat yang akan dianalisis sehubungan dengan tujuan penelitian. Agroindustri adalah suatu industri yang mentransformasikan hasil pertanian menjadi produk industri dalam rangka meningkatkan nilai tambahnya, dengan demikian merupakan suatu sistem terintegrasi yang melibatkan sumberdaya hasil pertanian, manusia, ilmu, teknologi, uang, dan informasi.

Mi basah adalah jenis mi yang mengalami proses perebusan setelah tahap pemotongan dan sebelum dipasarkan, daya simpannya singkat yaitu 40 jam.

Pengadaan bahan baku adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk menyediakan tepung terigu sebagai bahan baku utama pada agroindustri mi basah.

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 untuk memperlancar kegiatan pengadaan bahan baku dan memberikan keuntungan yang maksimal bagi agroindustri mi basah.

Tepat waktu adalah waktu penyediaan bahan baku yang tepat, saat bahan baku (tepung terigu) tersebut dibutuhkan dalam pengolahan mi basah.

Tepat tempat adalah tempat yang menjual bahan baku mudah dijangkau oleh pengusaha karena tempatnya yang strategis, selain itu, memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pihak agroindustri.

Tepat jenis adalah jenis bahan baku (tepung terigu) yang digunakan merupakan jenis tepung terigu yang sesuai untuk pengolahan produk mi basah, sehingga produk mi basah yang dihasilkan akan sesuai dengan yang diharapkan oleh produsen.

Tepat kualitas adalah kualitas bahan baku (tepung terigu) yang akan digunakan dalam pengolahan mi basah memiliki kualitas yang baik.

Tepat kuantitas adalah jumlah bahan baku (tepung terigu) yang dibutuhkan untuk pengolahan mi basah sesuai dengan target produksi sehingga biaya yang dikeluarkan akan lebih efisien.

Tepat harga adalah harga yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku (tepung terigu) baku relatif terjangkau yaitu tidak terlalu mahal. Sehingga, dengan 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 produk (mi basah). Jenis input yang digunakan pada agroindustri mi basah dalam melakukan proses produksi adalah bahan baku, bahan penunjang, tenaga kerja, dan peralatan.

Bahan baku merupakan bahan utama yang digunakan dalam suatu proses produksi. Bahan baku atau bahan utama yang digunakan dalam agroindustri mi basah ini adalah tepung terigu yang diukur dalam satuan rupiah per kilogram (kg).

Harga bahan baku adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan tepung terigu sebagai bahan baku utama dalam proses produksi mi basah. Harga bahan baku ini diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Bahan penunjang (bahan tambahan) merupakan bahan pelengkap yang digunakan selain dari bahan baku dalam kegiatan produksi yang bertujuan

untuk membantu agar bahan baku dapat diproses lebih lanjut, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp). Bahan penunjang yang digunakan pada agroindustri mi basah adalah telur, air, minyak, garam, penyedap rasa, dan plastik pembungkus.

Telur adalah bahan tambahan yang digunakan dalam pembuatan mi basah. Penambahan telur pada adonan mi basah berfungsi sebagai pewarna pada mi, dan menambah kualitas gizi mi basah, telur dapat diukur dengan satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Air adalah bahan tambahan dalam pembuatan mi basah. Penambahan air dalam adonan mi basah berfungsi untuk membentuk konsistensi adonan yang diinginkan, air diukur dengan satuan rupiah per liter (Rp/ℓ).

Minyak adalah bahan tambahan dalam pembuatan mi basah. Penambahan minyak dalam adonan mi basah berfungsi untuk membentuk konsistensi adonan yang diinginkan, minyak diukur dengan satuan rupiah per liter (Rp/ℓ).

Garam adalah bahan tambahan yang digunakan dalam pembuatan mi basah. Penambahan garam pada adonan mi berfungsi dalam meningkatkan keuletan dan kekerasan mi, serta berfungsi untuk memberikan citarasa gurih pada mi basah. Garam diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Penyedap rasa adalah bahan tambahan yang digunakan dalam pembuatan mi basah. Penambahan penyedap rasa berfungsi untuk memberikan citarasa

gurih pada mi basah. Penyedap rasa diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Plastik pembungkus adalah wadah atau kemasan yang terbuat dari plastik transparan dan digunakan untuk membungkus mi basah yang telah siap dijual. Plastik pembungkus diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Tenaga kerja adalah sejumlah orang yang terlibat dalam tahapan – tahapan proses produksi mi basah. Tenaga kerja yang terdapat pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 adalah tenaga kerja luar keluarga (TKLK).

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).

Biaya tetap adalah jumlah biaya yang digunakan selama proses produksi, biaya ini tidak tergantung oleh volume produksi, seperti biaya penyusutan peralatan biaya listrik, dan pajak. Biaya tetap pada proses produksi mi basah dihitung dengan menggunakan *joint cost*.

Joint Cost digunakan ketika perusahaan menghasilkan produk lebih dari satu atau terdiri dari beberapa produk. Dalam penelitian ini, yang menggunakan *joint cost* adalah biaya penyusutan peralatan, biaya listrik, dan pajak.

Biaya penyusutan peralatan adalah pengakuan atas penggunaan manfaat potensial dari suatu aktiva, yang diukur dalam satuan rupiah per tahun (Rp/tahun).

Peralatan adalah serangkaian alat yang digunakan dalam proses produksi mi basah, berupa mesin pengaduk, mesin pengepres, mesin pencetak, timbangan, meja, gentong air, toples plastik, centong, gayung, pisau, dan gunting.

Mesin pengaduk adalah suatu alat yang digunakan untuk membantu memperlancar kegiatan produksi mi basah. Mesin tersebut berperan untuk mencampurkan seluruh bahan – bahan yang digunakan dalam pembuatan mi basah sehingga menjadi adonan mi basah.

Mesin pengepres adalah suatu alat yang digunakan untuk membantu memperlancar kegiatan produksi mi basah. Mesin tersebut berperan untuk menipiskan adonan mi basah sehingga berbentuk sesuai dengan yang diinginkan.

Mesin pencetak adalah suatu alat yang digunakan untuk membantu memperlancar kegiatan produksi mi basah. Mesin tersebut berperan untuk mencetak adonan mi basah sehingga menjadi bentuk mi basah yang diinginkan.

Timbangan adalah suatu alat yang digunakan untuk memperlancar kegiatan produksi mi basah. Timbangan berperan sebagai alat untuk mengukur berat mi basah, sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen.

Meja adalah sebuah alat yang terbuat dari kayu, memiliki permukaan datar dan kaki – kaki sebagai penyangga. Meja dalam agroindustri mi basah berperan sebagai tempat meletakkan timbangan dan mi basah yang akan ditimbang.

Gentong air adalah tempat air yang berbentuk seperti tempayan besar yang terbuat dari plastik. Gentong air berfungsi sebagai tempat menyimpan air yang digunakan dalam proses produksi.

Toples plastik adalah sebuah wadah yang terbuat dari plastik dan berbentuk silinder. Toples plastik dalam agroindustri mi basah berperan sebagai wadah untuk mencampurkan bahan – bahan bahan penunjang sebelum dimasukkan ke dalam mesin pengaduk.

Centong adalah sendok besar yang terbuat dari kayu. Centong dalam agroindustri mi basah berperan sebagai alat untuk mengaduk bahan – bahan penunjang yang dicampurkan pada toples plastik.

Gayung adalah alat yang terbuat dari plastik yang biasa digunakan untuk mengambil air. Gayung dalam agroindustri mi basah berperan sebagai alat untuk mengambil air yang digunakan sebagai bahan penunjang dalam pembuatan mi basah.

Pisau adalah alat yang digunakan untuk memotong suatu benda. Pisau dalam agroindustri mi basah berperan sebagai alat untuk membuka bahan – bahan penunjang dari kemasannya.

Gunting adalah alat yang digunakan untuk memotong bahan yang tipis.

Gunting dalam agroindustri mi basah berperan sebagai alat untuk membuka bahan – bahan penunjang dari kemasannya.

Biaya listrik adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh produsen akibat penggunaan listrik untuk proses produksi, yang diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Biaya pajak adalah pungutan wajib yang dibayarkan kepada negara atas suatu aset yang dimiliki, yang diukur dalam satuan rupiah per tahun (Rp/tahun).

Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk membeli bahan baku (tepung terigu) dalam proses pembuatan mi basah, yang diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Biaya bahan penunjang adalah biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk membeli bahan – bahan penunjang yang digunakan dalam proses pembuatan mi basah, yang diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Biaya total adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri selama proses pembuatan mi basah, yang diukur dengan satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Pengolahan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengolah bahan baku menjadi bahan setengah jadi maupun barang jadi yang memiliki nilai

tambah. Pengolahan mi basah merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengolah tepung terigu menjadi mi basah.

Nilai tambah adalah nilai yang dihasilkan dari pengolahan bahan baku hingga menjadi produk jadi. Nilai tambah mi basah merupakan selisih antara harga output mi basah jadi yang sudah dikemas dengan harga bahan baku utama (tepung terigu) dan sumbangan input lain, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp)

Faktor konversi adalah banyaknya jumlah output yang dapat dihasilkan dalam satu satuan input. Faktor konversi pada agroindustri mi basah adalah perbandingan antara mi basah yang dihasilkan dengan penggunaan tepung terigu dalam perhitungan nilai tambah.

Hasil produksi adalah jumlah yang dihasilkan dari suatu proses produksi mi basah dalam satu kali proses produksi. Terdapat tiga jenis mi basah yang diproduksi oleh agroindustri mi basah yaitu mi basah *grade 1*, mi basah *grade 2*, dan mi basah *grade 3*. Hasil produksi diukur dalam satuan kilogram (kg).

Mi basah *grade 1* adalah mi basah yang diproduksi oleh agroindustri mi basah dengan menggunakan empat butir telur per 16 kilogram bahan baku yang digunakan.

Mi basah *grade 2* adalah mi basah yang diproduksi oleh agroindustri mi basah dengan menggunakan satu butir telur per 16 kilogram bahan baku yang digunakan.

Mi basah *grade 3* adalah mi basah yang diproduksi oleh agroindustri mi basah dengan tidak menggunakan telur pada proses produksinya.

Harga output adalah harga jual produk mi basah per kilogram, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Penerimaan agroindustri mi basah adalah sejumlah uang yang diterima oleh agroindustri mi basah dari usahanya, diperoleh dengan mengalikan banyaknya mi basah yang dihasilkan dengan harga yang berlaku. Dalam penelitian ini, penerimaan diukur dengan cara mengalikan jenis mi basah yang dihasilkan dengan harga mi basah tersebut dalam satuan rupiah (Rp).

Pendapatan agroindustri mi basah adalah hasil pengurangan antara penerimaan total dengan biaya total yang dikeluarkan untuk proses produksi mi basah, dalam penelitian ini pendapatan diukur dalam satuan rupiah per 100 kg bahan baku (Rp/100 kg bahan baku).

Pemasaran mi basah adalah suatu kegiatan pertukaran atau penyampaian barang dari titik produsen ke titik konsumen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan mi basah dari produsen ke konsumen akhir, serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lain.

Saluran pemasaran adalah organisasi – organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk mi basah menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.

Jasa layanan pendukung adalah kegiatan – kegiatan dan lembaga - lembaga yang mendukung jalannya agroindustri mi basah dan memberikan manfaat bagi agroindustri tersebut. Jasa layanan pendukung antara lain adalah lembaga keuangan, lembaga penelitian, kebijakan pemerintah, pasar, sarana transportasi, dan teknologi informasi dan komunikasi.

Lembaga keuangan adalah suatu badan yang bergerak dibidang keuangan untuk menyediakan jasa bagi nasabah atau masyarakat. Lembaga keuangan yang berada di sekitar agroindustri adalah bank.

Lembaga penelitian adalah suatu lembaga yang melakukan proses investigasi dengan aktif, tekun, dan sistematis yang bertujuan untuk menemukan, menginterpretasikan, dan merevisi fakta – fakta. Lembaga penelitian di sekitar agroindustri adalah perguruan tinggi dan BPOM.

Kebijakan pemerintah adalah suatu keputusan yang dibuat secara sistematis oleh pemerintah dengan maksud dan tujuan tertentu yang menyangkut kepentingan umum. Kebijakan pemerintah yang terkait dengan agroindustri mi basah adalah terkait dengan kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan, dan kegiatan pemasaran.

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang ataupun jasa. Pasar berperan dalam proses pengadaan sarana produksi pada agroindustri mi basah.

Sarana transportasi adalah alat perhubungan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya agar berjalan dengan lancar. Sarana transportasi yang digunakan pada agroindustri mi basah adalah motor yang digunakan pada kegiatan pengadaan sarana produksi.

Teknologi informasi dan komunikasi adalah hasil rekayasa manusia terhadap proses penyampaian informasi dan pesan dari satu pihak ke pihak lain, sehingga lebih cepat, lebih luas sebarannya, dan lebih lama penyimpanannya. Teknologi informasi dan komunikasi berperan dalam agroindustri mi basah yaitu pada kegiatan pengadaan bahan baku.

Diversifikasi pangan adalah program yang dilakukan oleh pemerintah sebagai salah satu upaya untuk mengurangi ketergantungan terhadap konsumsi beras.

Perilaku konsumen adalah suatu tindakan konsumen yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, serta proses pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Perilaku konsumen yang diteliti dalam penelitian ini ada 2, yaitu perilaku konsumen tepung terigu (produsen mi basah) dan perilaku konsumen mi basah. Konsumen mi basah dalam penelitian ini adalah konsumen rumah tangga dan konsumen makanan olahan mi basah.

Konsumen tepung terigu adalah konsumen yang membeli tepung terigu untuk diolah menjadi suatu makanan yang akan dikonsumsi atau dijual.

Konsumen tepung terigu dalam penelitian ini adalah produsen mi basah.

Konsumen rumah tangga adalah konsumen yang langsung membeli mi basah pada agroindustri untuk diolah sendiri dan dikonsumsi oleh seluruh anggota keluarga, serta tidak untuk dijual kembali.

Konsumen makanan olahan mi basah adalah konsumen yang membeli makanan olahan mi basah, berupa mi ayam, pada pedagang mi ayam yang membeli mi basah di agroindustri mi basah.

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen terkait program diversifikasi pangan yang dibuat oleh pemerintah.

Pengetahuan konsumen diukur dengan menggunakan kuesioner berisi delapan pertanyaan tentang diversifikasi dengan dua pilihan jawaban dan jawaban isian. Jawaban yang disediakan berupa jawaban yang benar (bernilai 1) dan jawaban yang salah (bernilai 0).

Sikap konsumen adalah faktor penting yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan konsumen yaitu berupa pandangan konsumen terhadap manfaat yang baik dari suatu produk. Sikap konsumen dalam penelitian ini diukur menggunakan kuesioner dengan 12 pertanyaan dengan berbagai pilihan jawaban. Akumulasi jawaban dari seluruh responden akan dibuat menjadi persentase yang kemudian dideskripsikan.

Proses pengambilan keputusan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu barang dimana konsumen akhirnya benar-benar memilih atau membeli dan mengkonsumsi makanan tersebut, dilihat melalui lima tahapan yang ada pada saat pengambilan keputusan.

Tahap pengenalan kebutuhan adalah kondisi dimana konsumen menyadari kebutuhannya untuk mengkonsumsi mi basah. Tahap ini diukur menggunakan kuesioner melalui pertanyaan mengenai manfaat yang dicari dan motivasi apakah yang mempengaruhi responden untuk melakukan pembelian mi basah.

Tahap pencarian informasi adalah tindakan mencari informasi oleh konsumen mengenai kriteria mi basah yang berasal dari lingkungan maupun dari ingatan konsumen. Tahap ini diukur menggunakan kuesioner melalui pertanyaan mengenai sumber informasi utama yang digunakan responden, fokus perhatian responden terhadap informasi dan orang yang paling berpengaruh dalam pembelian mi basah oleh responden.

Tahap evaluasi alternatif adalah tindakan konsumen memilih dan menentukan informasi tentang mi basah yang sesuai dengan manfaat yang dibutuhkannya. Tahap ini diukur menggunakan kuesioner melalui pertanyaan mengenai pertimbangan responden dalam membeli mi basah dan tindakan apa yang dilakukan bila produk yang akan dibeli habis.

Tahap pembelian adalah tindakan konsumen dalam mengambil keputusan mengenai produk yang dibeli, di mana membeli, bagaimana membelinya.

Tahap ini diukur menggunakan kuesioner melalui pertanyaan mengenai tempat pembelian, alasan pemilihan tempat, ukuran kemasan yang dibeli, cara membeli, dan keputusan responden apabila harga naik.

Tahap evaluasi pasca pembelian adalah tindakan konsumen dalam menilai mi basah yang telah dibelinya sudah memenuhi kebutuhannya atau tidak. Tahap ini diukur menggunakan kuesioner melalui pertanyaan mengenai tingkat kepuasan konsumen setelah membeli mi basah dan alasannya, serta tindakan responden apakah akan membeli kembali atau tidak beserta alasannya.

C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 yang terletak di Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agroindustri mi basah tersebut merupakan agroindustri yang memproduksi mi basah dengan bahan baku tepung terigu. Agroindustri mi basah ini juga merupakan salah satu jenis agroindustri yang aktif melaksanakan kegiatan produksi dan memasarkan produknya setiap hari.

Responden dalam penelitian ini adalah berbagai pihak yang berkontribusi dalam usaha agroindustri mi basah yaitu pemilik dan masyarakat selaku konsumen mi basah dan makanan olahan mi basah. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara langsung. Teknik penarikan sampel untuk konsumen adalah *snowballing* yaitu penentuan sampel dengan penelusuran sampel melalui informasi yang

diperoleh dari sampel sebelumnya. Supranto (1998) menyatakan bahwa sampel yang tepat untuk kebanyakan penelitian meliputi persyaratan sejumlah elemen (responden) yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500, oleh karena itu pada penelitian ini banyaknya sampel yang digunakan adalah 30 orang konsumen rumah tangga yang mengkonsumsi mi basah dan 30 orang konsumen makanan olahan mi basah. Akan tetapi, kenyataannya pada saat penelitian hanya ditemui 3 orang konsumen rumah tangga yang langsung membeli mi di Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, sehingga konsumen makanan olahan mi basah ditambah menjadi 45 orang konsumen yang sedang membeli makanan olahan mi basah yang diproduksi oleh Agroindustri mi basah Multi Sari 99. Selain itu, responden yang diwawancarai adalah 15 orang pedagang mie ayam. Pengumpulan data dalam penelitian dilaksanakan pada bulan Januari-April 2018.

D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diambil secara langsung dari responden melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner, serta pengamatan langsung tentang keadaan di lapangan. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik agroindustri terkait sejarah agroindustri dan kondisi agroindustri, serta wawancara dengan konsumen mi basah dan konsumen makanan olahan mi basah terkait pengetahuan konsumen terhadap program diversifikasi pangan, sikap konsumen, dan pengambilan keputusan

konsumen. Data sekunder diperoleh dari agroindustri, seperti struktur organisasi dan daftar tenaga kerja agroindustri, serta data yang dikutip dari instansi –instansi pemerintah yang terkait dengan penelitian.

E. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua cara yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menjawab tujuan pertama, tujuan ke tiga, tujuan ke empat, tujuan ke lima, dan tujuan ke enam. Sedangkan untuk menjawab tujuan ke dua digunakan analisis deskriptif kuantitatif.

1. Pengadaan Bahan Baku

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui proses pengadaan bahan baku pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 di Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu melakukan penggambaran atau mendeskripsikan kondisi yang terjadi di lapangan. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana manajemen pengadaan bahan baku pada agroindustri mi basah di Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung berupa penerapan enam tepat, yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga.

2. Pendapatan dan Nilai Tambah

Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis pendapatan dan nilai tambah produk pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 di Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung adalah dengan metode deskriptif kuantitatif yang berupa analisis pendapatan dan analisis nilai tambah.

a. Analisis Pendapatan

Pendapatan adalah hasil pengurangan antara penerimaan total dengan biaya total yang dikeluarkan untuk proses produksi. Menurut Soekartawi (1995) secara matematis besarnya pendapatan dapat dirumuskan sebagai:

$$\Pi = TR - TC \dots\dots\dots(10)$$

$$\Pi = Y.Py - (\sum Xi.Pxi + BTT) \dots\dots\dots(11)$$

keterangan:

Π = Pendapatan

X_i = Faktor produksi variabel ke i ($i = 1, 2, 3, \dots, n$)

P_{xi} = Harga faktor produksi variabel ke i

Y = Produksi

P_y = Harga produksi

BTT = Biaya tetap total

Perhitungan biaya produksi pada penelitian ini dilakukan dengan menghitung biaya bersama atau *joint cost*. Perhitungan *joint cost* diperlukan karena Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 memproduksi mi basah dengan 3 mutu yang berbeda. Pada penelitian ini *joint cost*

yang dianalisis dalam proses produksi mi basah adalah biaya penyusutan alat, biaya listrik, dan pajak.

Perhitungan *joint cost* yang dilakukan mengacu pada teori Mulyadi (2009) yaitu dengan menggunakan metode satuan fisik. Metode satuan fisik menentukan harga produk bersama sesuai dengan manfaat yang ditentukan oleh masing-masing produk akhir. Dalam metode ini *joint cost* dialokasikan kepada produk atas dasar koefisien fisik kuantitas bahan baku yang terdapat dalam masing-masing produk. Koefisien fisik ini dinyatakan dalam satuan berat. Dengan metode ini diharuskan bahwa produk bersama yang dihasilkan harus dapat diukur dengan satuan ukuran pokok yang sama. Selanjutnya mengalokasikan total *joint cost* diantara produk bersama berdasarkan proporsi tersebut. Alokasi *joint cost* dengan metode satuan fisik dapat dirumuskan sebagai:

$$\text{Alokasi joint cost} = \frac{\sum \text{unit masing-masing produk}}{\sum \text{unit keseluruhan produk}} \times \text{biaya bersama} \dots \dots \dots (12)$$

Setelah menghitung pendapatan, selanjutnya dilakukan analisis R/C rasio, yang merupakan perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total. Analisis R/C rasio dapat dirumuskan sebagai:

$$\text{R/C} = \text{TR} / \text{TC} \dots \dots \dots (13)$$

keterangan:

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

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

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

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

b. Nilai Tambah

Nilai tambah adalah nilai yang dihasilkan dari pengolahan bahan baku hingga menjadi produk jadi. Nilai tambah merupakan selisih antara harga output yang telah dikemas dengan harga bahan baku dan sumbangan input lain. Konsep pendukung dalam analisis nilai tambah metode Hayami pada subsistem pengolahan adalah:

- a. Faktor konversi, menunjukkan banyaknya output yang dapat dihasilkan satu satuan input.
- b. Koefisiensi tenaga kerja, menunjukkan banyaknya tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk mengolah satu satuan input.
- c. Nilai output, menunjukkan nilai output yang dihasilkan satu satuan input.

Kriteria nilai tambah menurut Hayami (1987) adalah:

- (1) Jika $NT > 0$, berarti pengembangan agroindustri pengolahan mi basah memberikan nilai tambah positif.
- (2) Jika $NT < 0$, berarti pengembangan agroindustri pengolahan mi basah memberikan nilai tambah negatif.

Besarnya nilai tambah yang dihasilkan dari pengolahan tepung terigu menjadi mi basah pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 di Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung dapat dihitung dengan menggunakan metode analisis nilai tambah. Hayami yang disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Perhitungan nilai tambah menurut Hayami

No	Variabel	Formula
Output, input, dan harga		
1	Hasil produksi (kg/bulan)	A
2	Bahan baku (kg/bulan)	B
3	Tenaga kerja (HOK)	C
4	Faktor konversi	$D = A/B$
5	Koefisien tenaga kerja	$E = C/B$
6	Harga produk (Rp/kg)	F
7	Upah rata – rata tenaga kerja (Rp/HOK)	G
Pendapatan dan keuntungan		
8	Harga bahan baku (Rp)	H
9	Sumbangan input lain (Rp/kg bahan baku)	I
10	Nilai Output	$J = D \times F$
11	a. Nilai tambah	$K = J - I - H$
	b. Rasio nilai tambah	$L\% = (K/J) \times 100\%$
12	a. Imbalan tenaga kerja	$M = E \times G$
	b. Bagian tenaga kerja	$N\% = (M/K) \times 100\%$
13	a. Keuntungan	$O = K - M$
	b. Tingkat keuntungan	$P\% = (O/K) \times 100\%$
Balas jasa untuk faktor produksi		
14	Marjin Keuntungan	$Q = J - H$
	a. Keuntungan	$R = O/Q \times 100\%$
	b. Tenaga kerja	$S = M/Q \times 100\%$
	c. Input lain	$T = I/Q \times 100\%$

Sumber : Hayami (1987) dalam Aldhariana (2016)

Keterangan:

A = Output/total produksi mi basah yang dihasilkan oleh agroindustri.

B = Input/bahan baku berupa tepung terigu yang digunakan dalam proses produksi.

- C = Tenaga kerja yang digunakan dalam memproduksi mi basah dihitung dalam bentuk HOK (Hari Orang Kerja) dalam satu periode analisis.
- F = Harga produk yang berlaku pada satu periode analisis.
- G = Jumlah upah rata-rata yang diterima oleh pekerja dalam setiap satu periode produksi yang dihitung berdasarkan per HOK (Hari Orang Kerja).
- H = Harga input bahan baku utama per kilogram (kg) pada suatu periode analisis.
- I = Sumbangan/biaya input lain yang terdiri dari biaya bahan baku penolong, biaya penyusutan, dan biaya packing.

3. Pemasaran

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk mi basah pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 di Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung adalah analisis deskriptif kualitatif pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran.

4. Jasa Layanan Pendukung

Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis jasa layanan pendukung pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 di Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif ini digunakan untuk menganalisis pemanfaatan jasa layanan pendukung berupa lembaga keuangan, lembaga penyuluhan, lembaga penelitian, transportasi, kebijakan pemerintah, serta

teknologi informasi dan komunikasi, serta bagaimana peran dan fungsi jasa layanan pendukung tersebut dalam kegiatan produksi yang dilakukan oleh agroindustri mi basah.

5. Perilaku Konsumen Tepung Terigu

Produsen dalam penelitian ini berperan sebagai konsumen tepung terigu, yang digunakan untuk bahan baku pembuatan mi basah. Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pembelian tepung terigu adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif adalah analisis yang menjelaskan atau memaparkan data hasil pengamatan tanpa melakukan pengujian statistik. Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik dari sebuah sampel ataupun populasi yang teramati dan dapat digambarkan lewat tabel, gambar, grafik, dan diagram. Perilaku konsumen tepung terigu yang diteliti berupa pengetahuan konsumen tepung terigu terhadap program diversifikasi pangan, yang diukur dengan menggunakan pertanyaan – pertanyaan yang berkaitan dengan program diversifikasi. Selain itu, sikap konsumen tepung terigu dalam membeli tepung terigu, yang diukur dengan pertanyaan frekuensi pembelian tepung terigu dan pendapatnya tentang tepung terigu yang diimpor. Serta proses pengambilan keputusan konsumen tepung terigu dalam pembelian tepung terigu yang diukur dengan pertanyaan mengenai pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, proses pembelian, dan evaluasi pasca pembelian.

6. Perilaku Konsumen Mi Basah

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pembelian mi basah adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif adalah analisis yang menjelaskan atau memaparkan data hasil pengamatan tanpa melakukan pengujian statistik. Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik dari sebuah sampel ataupun populasi yang teramati dan dapat digambarkan lewat tabel, gambar, grafik, dan diagram. Perilaku konsumen yang diteliti berupa pengetahuan konsumen terhadap program diversifikasi pangan, yang diukur dengan menggunakan pertanyaan – pertanyaan yang berkaitan dengan program diversifikasi pangan. Selain itu, sikap konsumen dalam membeli mi basah, yang diukur dengan pertanyaan frekuensi pembelian konsumen, alasan konsumen membeli mi basah, jenis olahan mi basah yang disukai, dan pendapat konsumen terhadap bahan baku mi basah (tepung terigu) yang diimpor. Serta proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian mi basah yang diukur dengan pertanyaan mengenai pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, proses pembelian, dan evaluasi pasca pembelian.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Kota Bandar Lampung

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

Secara geografis Kota Bandar Lampung terletak pada $5^{\circ}20'$ sampai dengan $5^{\circ}30'$ Lintang Selatan dan $105^{\circ}28'$ sampai dengan $105^{\circ}37'$ Bujur Timur, dengan luas wilayah sebesar $197,22 \text{ km}^2$, dan jumlah penduduk sebanyak 960.695 jiwa. Secara administratif Kota Bandar Lampung berbatasan dengan:

1. Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan di sebelah Utara.
2. Teluk Lampung di sebelah Selatan.
3. Kecamatan Gedung Tataan dan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran di sebelah Barat.

4. Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan di sebelah Timur

Kota Bandar Lampung terletak pada ketinggian 0 sampai 700 m di atas permukaan laut, hal ini yang menyebabkan topografi wilayah Bandar Lampung beragam. Topografi tersebut terdiri dari:

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

Menurut Badan Pusat Statistik (2017a), Kota Bandar Lampung merupakan sebuah kota, sekaligus Ibu Kota Provinsi Lampung yang menjadi pintu gerbang utama Pulau Sumatera dan memiliki andil penting dalam jalur transportasi darat dan aktivitas pendistribusian logistik dari Pulau Jawa menuju Pulau Sumatera maupun sebaliknya. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 4 tahun 2012 tentang Penataan dan Pembentukan Kecamatan dan Kelurahan, Kota Bandar Lampung terdiri 20 kecamatan dan 126 kelurahan.

B. Kecamatan Panjang

Menurut Badan Pusat Statistik (2017b), Kecamatan Panjang memiliki luas wilayah sebesar 15,75 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 75.716

jiwa. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012, tentang penataan dan pembentukan kelurahan dan kecamatan, letak geografis dan wilayah administratif Kecamatan Panjang berasal dari sebagian wilayah geografis dan wilayah administratif Kecamatan Panjang dan Kecamatan Teluk Betung Selatan dengan batas – batas di:

1. sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Sukabumi.
2. sebelah Selatan berbatasan dengan Teluk Lampung
3. sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Lampung Selatan
4. sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Bumi Waras

Secara topografis, sebagian daerah Kecamatan Panjang adalah dataran rendah (pantai) dan sebagian adalah perbukitan. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012, tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan Kecamatan, wilayah Kecamatan Panjang dibagi menjadi 8 (delapan) kelurahan, yaitu :

1. Kelurahan Srengsem
2. Kelurahan Karang Maritim
3. Kelurahan Panjang Utara
4. Kelurahan Panjang Selatan
5. Kelurahan Pidada
6. Kelurahan Waylunik
7. Kelurahan Ketapang
8. Kelurahan Ketapang Kuala

Masing-masing kelurahan tersebut memiliki kepadatan penduduk yang berbeda, adapun pusat pemerintahan Kecamatan Panjang berada di Kelurahan Karang Maritim. Sebaran kepadatan penduduk masing – masing kelurahan di Kecamatan Panjang seperti disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Sebaran kepadatan penduduk masing - masing kelurahan di Kecamatan Panjang, 2016

No	Kelurahan	Luas daerah (km ²)	Jumlah penduduk (Jiwa)	Kepadatan penduduk (jiwa/km ²)
1	Srengsem	5,56	9.569	1.721
2	Panjang Selatan	1,06	13.699	12.924
3	Panjang Utara	2,22	14.320	6.450
4	Pidada	3,18	12.304	3.869
5	Karang Maritim	1,05	10.353	9.860
6	Waylunik	1,44	9.586	6.657
7	Ketapang	2,24	3.514	1.596
8	Ketapang Kuala	1,15	2.371	2.062

Sumber : BPS Kota Bandar Lampung (2017b)

Lokasi penelitian agroindustri mi basah berada di Kelurahan Panjang Selatan Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung. Berdasarkan data pada Tabel 7 terlihat bahwa Kelurahan Panjang Selatan bukanlah kelurahan yang memiliki cakupan luas wilayah yang cukup besar, namun memiliki kepadatan penduduk yang cukup tinggi (nomor dua tertinggi di Kecamatan Panjang). Hal tersebut disebabkan oleh lokasi Kelurahan Panjang Selatan yang sangat strategis, karena terdapat sarana dan prasarana yang cukup lengkap baik fasilitas pendidikan, kesehatan, perdagangan, keamanan, maupun transportasi, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, banyak penduduk yang memilih bertempat tinggal di wilayah Kelurahan Panjang Selatan.

C. Kondisi Perekonomian Kecamatan Panjang Selatan

Kondisi perekonomian di suatu wilayah dapat dicerminkan dari berbagai hal, seperti potensi wilayah yang dimiliki, kondisi infrastruktur, dan sarana prasarana/fasilitas yang ada, hingga jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan masyarakat pada suatu wilayah. Kecamatan Panjang berada di dalam Kota Bandar Lampung, yang merupakan pusat perekonomian Provinsi Lampung. Walaupun demikian, tidak semua kecamatan yang berada di wilayah Kota Bandar Lampung memiliki kondisi perekonomian yang baik. Jika melihat kondisi infrastruktur dan sarana prasarana/fasilitas yang ada, Kecamatan Panjang merupakan salah satu kecamatan di Kota Bandar Lampung yang memiliki sarana dan prasarana yang cukup lengkap, serta infrastruktur jalan yang telah baik. Sarana dan prasarana yang terdapat di Kecamatan Panjang adalah fasilitas pendidikan, kesehatan, keamanan, pasar, industri, sarana transportasi, dan fasilitas lain yang mendukung perekonomian di Kecamatan Panjang.

Sarana prasarana yang berkontribusi besar dalam mencerminkan kondisi perekonomian Kecamatan Panjang adalah keberadaan pelabuhan yang merupakan salah satu pelabuhan besar yang ada di Indonesia. Selain itu, terdapat sejumlah industri besar sedang yang ada di Kecamatan Panjang, yang berkontribusi pada peningkatan perekonomian Kecamatan Panjang. Daftar beberapa industri besar sedang yang ada di Kecamatan Panjang dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Beberapa industri besar sedang di Kecamatan Panjang, 2017

No	Nama perusahaan	Hasil industri
1	PT Daya Radar Utama	Galangan kapal
2	PT Hanjung Indonesia	Struktur besi baja
3	PT Nestle Indonesia	Kopi instan
4	PT Tunas Baru Lampung	Minyak goreng (sawit)
5	PT Semen Batu Raja Tbk	Semen
6	PT Budi Starch & Sweetener Tbk	Karung plastik
7	CV Bumi Waras	Oxygen
8	PT Eigt Internasional	Tali tambang
9	PT Gunung Putra Surya	Vulkanisier ban
10	PT Cosmo Green Technology	Cangkang sawit
11	CV Bumi Indah	Garam yodium

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung (2017b)

Dari Tabel 8 dapat dilihat bahwa Kecamatan Panjang memiliki cukup banyak industri dengan skala usaha yang besar, dengan banyaknya industri – industri berskala besar tersebut, maka akan membantu perekonomian daerah maupun masyarakat Kecamatan Panjang. Selain industri berskala besar, terdapat juga industri – industri berskala kecil dan rumah tangga, salah satunya adalah Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.

Industri – industri kecil dan rumah tangga seperti Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 dalam menjalankan usahanya didukung oleh fasilitas sarana – prasarana yang ada di Kecamatan Panjang. Salah satu fasilitas yang sangat mendukung kegiatan produksi industri – industri tersebut adalah pasar. Menurut BPS Kota Bandar Lampung (2017b) terdapat 3 pasar yang ada di Kecamatan Panjang, yaitu Pasar Panjang di Kelurahan Panjang Utara, Pasar Tempel Pidada di Kelurahan Pidada, dan Pasar Batu Suluh Mandiri di Kelurahan Pidada. Pasar – pasar ini sangat dibutuhkan oleh industri – industri kecil dan rumah tangga untuk tempat membeli bahan

baku dan bahan penunjang pada proses produksi, serta sebagai tempat untuk memasarkan produknya.

Selain pasar, industri – industri skala besar yang terdapat di Kecamatan Panjang juga sangat berperan dalam membantu proses produksi industri – industri kecil dan rumah tangga seperti Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99. Banyak industri – industri kecil maupun rumah tangga yang berkerja sama dengan industri – industri besar dalam hal penyediaan bahan baku bagi usaha mereka, salah satu contohnya adalah Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 yang bekerja sama dengan salah satu pemasok tepung terigu.

D. Sejarah Berdirinya Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99

Latar belakang berdirinya Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, diawali dengan Pak Sehon yang menjual mi ayam dengan bahan baku mi basah yang dibeli dari orang lain. Seiring berjalannya waktu, usaha mi ayam yang dimilikinya mengalami peningkatan. Sejak saat itu, Pak Sehon mulai membuat sendiri mi basah yang digunakannya sebagai bahan baku usaha mi ayam yang dijualnya.

Semakin banyaknya konsumen mi ayam Pak Sehon menyebabkan banyak masyarakat yang berada di sekitar tempat usaha mi ayam Pak Sehon tertarik untuk membeli mi basah yang diproduksinya. Awalnya, hanya beberapa orang saja yang membeli mi basahnya, akan tetapi seiring dengan berjalannya waktu, konsumen mi basah Pak Sehon terus meningkat.

Dengan meningkatnya permintaan mi basah, Pak Sehon kemudian memutuskan untuk fokus menjual mi basah dan berhenti menjual mi ayam.

Pada saat memulai usahanya pada tahun 2001, Pak Sehon membeli alat – alat untuk membuat mi basah dari orang lain. Beberapa dari alat – alat tersebut ada yang merupakan barang bekas pakai yang masih layak untuk digunakan. Harga beli peralatan tersebut dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Harga beli peralatan yang dipakai pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99

No	Macam alat	Tahun beli	Harga beli (Rp)
1	Mesin pengaduk adonan	2002	15.000.000,00
2	Mesin pengepres	2001	15.000.000,00
3	Mesin pencetak	2001	20.000.000,00
4	Timbangan	2002	2.000.000,00
Jumlah			52.000.000,00

Pada Tabel 9 dapat dilihat bahwa harga beli mesin pencetak paling mahal dibandingkan dengan alat lain. Pak Sehon membeli mesin pengaduk adonan dan timbangan dengan keadaan baru, sedangkan mesin pencetak dan mesin pengepres merupakan barang bekas pakai. Pada awal memulai usahanya Pak Sehon tidak langsung membeli ke empat alat tersebut secara bersamaan. Mesin pengepres dan mesin pencetak dibeli lebih dahulu, kemudian setahun kemudian Pak Sehon baru membeli mesin pengaduk adonan dan timbangan. Total biaya yang dikeluarkan Pak Sehon untuk membeli mesin – mesin yang digunakan untuk menunjang proses produksi mi basah pada agroindustriya adalah sebesar Rp52.000.000,00

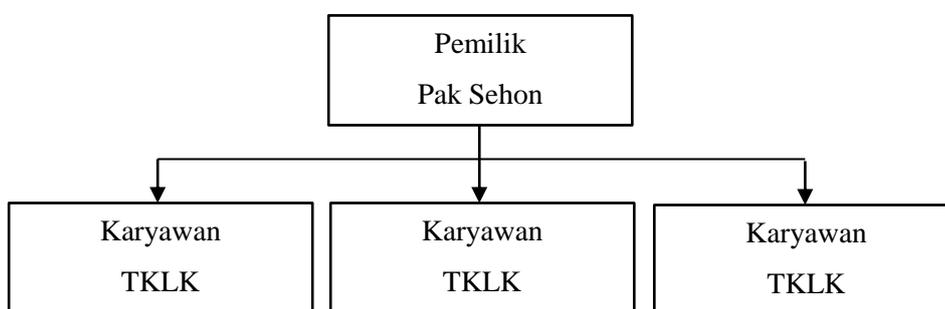
Jumlah produksi mi basah pada awal mula Pak Sehon memulai usahanya adalah sebesar 15 kg, tanpa menggunakan tenaga kerja dari luar, hanya Pak Sehon sendiri yang mengerjakan dan mengelola agroindustriya. Seiring dengan berjalannya waktu, saat ini agroindustri mi basah milik Pak Sehon dapat menghasilkan mi basah sebanyak kurang lebih 158 kg/hari dan dapat mencapai hingga 200 kg pada hari Sabtu dan Minggu. Selain itu, saat ini Pak Sehon juga sudah memiliki 3 orang tenaga kerja untuk menjalankan usahanya.

Alasan Pak Sehon masih mempertahankan agroindustriya sampai saat ini adalah karena menurutnya usaha yang dijalankannya sangat menguntungkan, karena produk yang dihasilkan pasti terjual dan tidak pernah tersisa. Pak Sehon membuat mi sesuai dengan jumlah pesanan. Selain itu, menurut Pak Sehon produk yang dijualnya saat ini tidak memungkinkan konsumen untuk berhutang, sehingga Pak Sehon akan cepat mendapatkan keuntungan dari mi basah yang dijualnya.

E. Struktur Organisasi Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99

Kegiatan usaha pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 dilakukan secara mandiri sehingga tidak memiliki struktur organisasi yang formal yang menjelaskan perbedaan tugas dan wewenang di dalam agroindustri tersebut. Pemilik hanya bertugas mengawasi pekerjaan para tenaga kerja yang sedang memproduksi mi basah, sisanya dipercayakan kepada tenaga kerjanya. Pihak lain yang berkontribusi adalah tenaga kerja luar keluarga yang tugasnya

melakukan proses produksi, mulai dari pengadaan bahan baku sampai pemasaran. Selain itu, tenaga kerja itu juga melakukan pencatatan setiap penerimaan dan pengeluaran agroindustri. Sebagai pengganti atas tenaga yang telah diberikan maka diberikan upah sesuai dengan pekerjaan yang dikerjakan, yaitu sebesar Rp3.000.000,00 per bulan atau Rp100.000,00 setiap hari. Struktur organisasi pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 di Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 5.



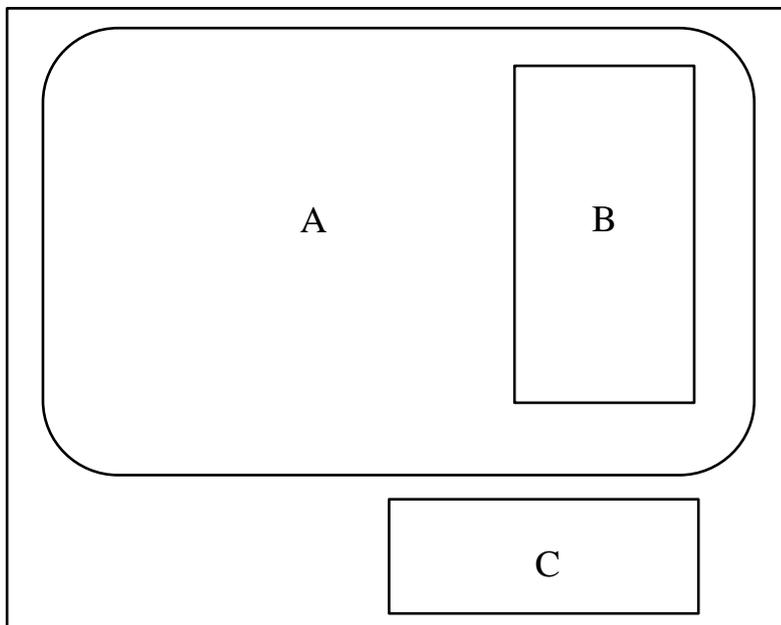
Gambar 5. Struktur organisasi Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99

F. Tata Letak/ *Layout* Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99

Tempat yang digunakan untuk memproduksi mi basah merupakan bangunan milik pribadi. Letak bangunan tepat berada dalam bangunan tempat tinggal Pak Sehon. Tata letak *layout* bangunan produksi Mi Basah Multi Sari 99 dapat dilihat pada Gambar 6.

Pada Gambar 6 dapat dilihat tata letak/*layout* dari Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99, bagian A merupakan total keseluruhan bangunan yang terdiri dari rumah tempat tinggal pemilik dan tempat produksi mi basah. Bagian B merupakan tempat pengolahan mi basah yang juga merupakan tempat

penyimpanan bahan baku dan sarana produksi lain, serta alat – alat yang digunakan dalam proses produksi mi basah.



Gambar 6. Tata letak/*layout* Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99

Keterangan gambar :

- A. : Bangunan rumah tempat tinggal Bapak Sehon
- B. : Tempat produksi dan penyimpanan bahan baku
- C. : Halaman depan bangunan

Bagian C merupakan teras rumah pemilik yang merupakan tempat meletakkan mi basah yang akan diambil oleh pembeli. Mi basah yang sudah ditimbang dan dikemas di dalam plastik kemudian diletakkan di lantai teras rumah untuk diambil oleh pembeli. Pada bagian C ini pula terjadi transaksi atau pembayaran yang dilakukan oleh pembeli mi basah kepada karyawan ataupun pemilik agroindustri mi basah. Untuk lebih jelasnya, bangunan rumah tempat tinggal Pak Sehon dan tempat untuk melakukan proses produksi mi basah dapat dilihat pada Gambar 7 dan Gambar 8.



Gambar 7. Bangunan rumah tempat tinggal Pak Sehon



Gambar 8. Tempat produksi mi basah Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian, yaitu:

1. Pengadaan bahan baku pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 sudah sesuai dengan konsep enam tepat, karena sudah sesuai dengan harapan pemilik Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99.
2. a. Jumlah pendapatan atas biaya total dari seluruh mi basah yang diproduksi Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 adalah Rp2.009.349,54 per 100 kg bahan baku dan menguntungkan untuk diusahakan, karena memiliki nilai $R/C > 1$.
b. Seluruh mi basah yang diproduksi Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 memberikan nilai tambah yang positif (*grade* 1 sebesar Rp19.072,87, *grade* 2 sebesar Rp11.297,52, dan *grade* 3 sebesar Rp8.067,85) dan layak untuk diusahakan.
3. Kegiatan pemasaran pada Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 dilakukan melalui dua saluran, yaitu pemasaran langsung ke konsumen rumah tangga, dan tidak langsung ke konsumen tetapi melalui pedagang mie

ayam, serta pembeli mengambil sendiri mi basah yang telah dipesannya langsung ke agroindustri.

4. Jasa layanan pendukung yang berada di sekitar Agroindustri Mi Basah Multi Sari 99 cukup banyak, tetapi yang dimanfaatkan untuk menunjang kegiatan produksi pada mi basah adalah pasar, sarana transportasi, dan teknologi informasi dan komunikasi.
5. Konsumen tepung terigu kurang mengetahui dan paham tentang program diversifikasi. Konsumen biasa membeli tepung terigu setiap dua kali dalam satu bulan dan mengetahui bahwa bahan baku pembuatan tepung terigu adalah gandum (diimpor dari negara lain) akan tetapi, konsumen masih akan terus memakai tepung terigu sebagai bahan baku pembuatan mi basah yang diproduksinya.
6. Konsumen mi basah dan konsumen makanan olahan mi basah mengetahui dan paham terhadap program diversifikasi pangan. Sebagian besar konsumen mengetahui bahan baku pembuatan mi basah yaitu tepung terigu (diimpor dari negara lain). Akan tetapi, seluruh konsumen mengatakan masih akan tetap mengkonsumsi mi basah meskipun bahan bakunya impor.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi pengusaha agroindustri mi basah agar lebih memahami program – program yang dikeluarkan pemerintah yang berkaitan dengan usahanya seperti mencari informasi mengenai program diversifikasi pangan

melalui internet dan mengunjungi instansi – instansi terkait yang berhubungan dengan usahanya, serta mencoba untuk mengurangi proporsi tepung terigu yang digunakan dengan mencampurkan bahan – bahan lokal.

2. Bagi pemerintah agar lebih gencar memperkenalkan program diversifikasi pangan kepada masyarakat dan pelaku industri dengan mengadakan penyuluhan – penyuluhan yang menarik minat masyarakat, agar program yang dibuat dapat berjalan dengan baik dan berhasil.
3. Bagi peneliti lain sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan tentang pengetahuan konsumen terhadap program diversifikasi dengan melibatkan beberapa responden yang menjual makanan olahan mi basah. Selain itu, perlu diteliti lebih lanjut tentang minat konsumen rumah tangga terhadap pembelian mi basah dan membandingkan antara perilaku konsumen mi basah dengan bahan baku 100 persen tepung terigu dan perilaku konsumen mi basah yang menggunakan bahan campuran lain selain tepung terigu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldhariana, S.F, D.A.H Lestari, dan R.H.Ismono. 2016. *Analisis Keragaan Agroindustri Beras Siger. Studi Kasus pada Agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) dan Agroindustri Mekar Sari (Kota Metro)*. JIA: 4 (3). Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Analianasari. 2015. *Pengolahan Mi Kering Jagung Manis dan Kulit Buah Naga Sebagai Upaya Meningkatkan Nilai Tambah Bahan Pangan Lokal*. Jurnal Ilmiah Gema Ekonomi: 5 (2). Politeknik Negeri Lampung: Lampung
- Anggraeni, T.S, D.A.H Lestari, dan Y. Indriani. 2017. *Keragaan Agroindustri Tempe, Manfaat Ekonomi Koperasi, dan Tingkat Partisipasinya Sebagai Anggota Primkopti Kabupaten Pesawaran*. JIA: 5 (3). Universitas Lampung. Bandar Lampung
- Anwar, F. 1992. *Pengolahan Pangan Tingkat Rumah Tangga*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Pusat antar Universitas Pangan dan Gizi Institut Pertanian Bogor,
- Assauri, S.1998. *Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi Revisi*. LPFE-UI. Jakarta.
- Astawan, M. 1999. *Membuat Mi dan Bihun*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Aziz, A. 2003. *Riset Keperawatan & Teknik Penulisan Ilmiah*. Salemba Medika. Jakarta
- Badan Agribisnis. 1995. *Sistem, Strategi dan Program Pengembangan Agribisnis Departemen Pertanian*. Jakarta.
- Badan Ketahanan Pangan. 2013. *Pedoman Pelaksanaan Program Kerja dan Anggaran Badan Ketahanan Pangan Tahun 2013*. BKP. Jakarta
- _____. 2016. *Laporan Tahunan Badan Ketahanan Pangan 2016*. BKP. Jakarta
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Data Impor Jagung, Kedelai, Gula Putih, dan Gandum*. BPS. Jakarta.

- _____. 2017a. *Bandar Lampung dalam angka*. BPS Provinsi Lampung. Lampung.
- _____. 2017b. *Panjang dalam angka*. BPS Provinsi Lampung. Lampung.
- Badan Standarisasi Nasional (BSN). 1992. *SNI 01-2987-1992 : Syarat Mutu Mi Basah*. BSN. Jakarta.
- _____. 2015. *SNI 2987 - 2015: Syarat Mutu Mi Basah*. BSN. Jakarta.
- Bustami, B dan Nurllella. 2009. *Akuntansi Biaya: Kajian Teori dan Aplikasi. Edisi Pertama. Cetakan Pertama*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Dirdjosenyoto, D. 1987. *Perencanaan Gizi. Cetakan Ke dua*. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Downey, W.D dan Erickson, S.P. 1989. *Manajemen Agribisnis. Edisi Ke dua*. Erlangga. Jakarta.
- Engel, J. F., R. D. Blackwell, dan P. W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen. Jilid 1 dan 2 Edisi Ke enam*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Faaizah, 2011. *Penerimaan Produsen dan Preferensi Konsumen Terhadap Penggunaan Mocaf Sebagai Campuran Bahan Baku Mi Basah*. Departemen Manajemen, IPB. Bogor.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. PT Bumi Aksara. Jakarta
- Hardiansyah, D. Biawan, C. M., Dwiriani, P., Agus, Deshaliman. 1998. *Evaluasi Program Diversifikasi Pangan dan Gizi. Departemen GMSK. Faperta IPB dan Biro Perencanaan Departemen Pertanian*. Bogor.
- Hariyadi, P. 2011. *Riset dan Teknologi Pendukung Peningkatan Kedaulatan Pangan*. Jurnal Diplomasi. Vol 3 No.3. Udayana University Press. Denpasar..
- _____. 2014. *Pengembangan Industri Pangan sebagai Strategi Diversifikasi dan Peningkatan Daya saing Produk Pangan. Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi: "Peranan Sains dan Teknologi yang Berwawasan Lingkungan dalam Meningkatkan Kesejahteraan Umat Manusia"*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Udayana. Udayana University Press. Denpasar.
- Hastinawati, I dan M. Rum. 2012. *Keragaan Agroindustri Kerupuk Udang di Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan*. Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian: 1 (1). Universitas Trunojoyo Madura. Bangkalan.

- Hasyim, A. I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Lampung. Lampung
- Hasyim, H dan W.A. Zakaria. 1995. *Pengembangan Agribisnis di Provinsi Lampung dalam Era Pasca GATT*. *Jurnal Sosial Ekonomika Vol. 1 No.1 Juni 1995*. Bandar Lampung. Fakultas Pertanian Universitas Lampung
- Hayami, Y. 1987. *Agricultural marketing and processing in upland Java. A perspective from a Sunda village*. CGPRT Centre. Bogor.
- Hidayatullah, S. 2004. *Analisis Agroindustri Sate Bandeng (Kasus pada tiga industri rumah tangga di Kabupaten Serang Propinsi Banten)*. Skripsi. Universitas Lampung. Lampung.
- Kabuli, K.K. 2017. *Pengetahuan dan Sikap Konsumen Dalam Membeli Yoghurt Cair di Bandar Lampung*. Skripsi. Universitas Lampung. Lampung.
- Khomsan, A. 2000. *Teknik Pengukuran Pengetahuan Gizi Masyarakat dan Sumberdaya Keluarga*. IPB : Bogor
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. PT Prehallindo. Jakarta.
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kruger, J.E and R.B. Matsuo. 1996. *Pasta and Noodle Technology*. American Association of Cereal Chemist, Inc. Minnesota.
- Lestari, D A H. 2007. *Analisis Nilai Tambah Agroindustri Mi Segar, Mi Basah, Bihun, dan Soun di Provinsi Lampung*. *Jurnal Sosio Ekonomika: 13 (2)*. Universitas Lampung. Lampung.
- Masesah, L, A. I Hasyim, dan S. Situmorang. 2013. *Analisis Manajemen Pengadaan Bahan Baku, Nilai Tambah, Dan Strategi Pemasaran Pisang Bolen Di Bandar Lampung*. JIIA: 1 (4). Universitas Lampung. Lampung.
- Mubyarto. 1994. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- _____. 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Yogyakarta.
- Mulyadi. 1990. *Akuntansi Biaya*. BPFE. Yogyakarta
- _____. 2005. *Akuntansi Biaya. Edisi Ke lima. Cetakan ke tujuh*. Unit Penerbitan dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.

- Noviana, A. Y. Indriani. S. Situmorang. 2014. *Perilaku Konsumen dalam Pembelian Tanaman Hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur*. JIIA: 2 (1). 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.
- Putri, I.T. A.I. Hasyim, dan D.A.H Lestari. 2016. *Nilai tambah, Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dan Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Rotan di Bandar Lampung*. JIIA, 4 (1): Universitas Lampung. Lampung.
- Rahayu, I. 2012. *Analisis Keragaan Agroindustri Emping Melinjo Di Kecamatan Cikedal Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten*. Skripsi. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Ramadhan, R. Y. Indriani. U. Kalsum. 2014. *Pengetahuan dan Sikap Konsumen dalam Membeli Susu Kedelai Eceran di Bandar Lampung*. JIIA: 2 (4). Universitas Lampung. Lampung.
- Saefuddin, A. M. 1982. *Pemasaran Produk Pertanian*. Diklat Kuliah. IPB. Bogor.
- Soehardjo, A. 1997. *Sistem Agribisnis dan Agroindustri*. Makalah Seminar. MMA-IPB. Bogor.
- Soekartawi. 1993. *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*. Rajawali Pers. Jakarta.
- _____. 1995. *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- _____. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2006. *Agribisnis Teori dan Aplikasi*. Rajawali Press. Jakarta
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi ke dua*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- _____. 2011. *Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi ke dua*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Supranto, J. 1998. *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Syahyunan. 2004. *Laporan Keuangan*. Rajawali. Jakarta.
- Welirang, F. 2016. *Proyeksi Perkembangan Industri Pangan Nasional dan Pengaruhnya terhadap Konsumsi Beras*. Aptindo. Jakarta.

Wibowo, L,S. 2015. *Analisis Kelayakan Usaha Pembuatan Mi Rumput Laut (Eucheuma Cottonii) Studi Kasus di Desa Tihengo Kabupaten Ponelo Kepulauan, Gorontalo Utara*. Jtech: 1. Politeknik Gorontalo: Gorontalo.

Winarno FG dan Rahayu TS. 1994. *Bahan Tambahan Untuk Makanan dan Kontaminasi*. Pustaka. Sinar Harapan. Jakarta