

**ANALISIS KERAGAAN DAN STRATEGI OPERASIONAL  
AGROINDUSTRI ROTI DI KECAMATAN NATAR KABUPATEN  
LAMPUNG SELATAN  
(Studi Kasus Pada Toko Roti Nan's Bakery)**

(Skripsi)

Oleh

Windu Kukuh Widi Astuti  
1914131062



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2023**

## **ABSTRACT**

### **PERFORMANCE ANALYSIS AND OPERATIONAL STRATEGY OF BAKERY AGROINDUSTRY IN NATAR SUB-DISTRICT LAMPUNG SELATAN REGENCY (Case Study on Nan's Bakery)**

**By**

**WINDU KUKUH WIDI ASTUTI**

This study aims to analyze (1) the process of procuring wheat flour raw materials based on the EOQ method, (2) processing activities to generate profits (3) the application of the marketing mix to marketing activities, (4) the role of supporting services to agro-industry, and (5) develop the right operational strategy for agro-industry. This research uses a case study method. Determination of the research location is determined intentionally (purposive). Respondents in this study were the owner and 2 agro-industry employees, 1 staff of the South Lampung Regency Diskoperindag, 1 expert from the university and 30 consumers of Nan's Bakery. Data collection was carried out in December 2022 - January 2023 and analyzed descriptively qualitative and descriptive quantitative. The results showed that (1) controlling the inventory of wheat flour raw materials is not yet economical, because the Probabilistic EOQ model will save 37.41 percent of the total cost of wheat flour raw material inventory in the 2022 period. (2) the profit of all products in Nan's Bakery Agroindustry is IDR 2,436,183.32 per production. (3) marketing activities have implemented a marketing mix according to the perspective of owners and consumers and setting the selling price carried out by the agroindustry is good. (4) Supporting services utilized by agro-industry have a positive impact on agro-industry activities. (5) Prioritized strategies are: (a) improve quality by utilizing existing technology, (b) take advantage of government support by cooperating with suppliers to minimize delays in the supply of raw materials, (c) Improve promotional media to expand the agroindustry market network.

Keywords: agroindustry, performance, operational strategy, bakery

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS KERAGAAN DAN STRATEGI OPERASIONAL AGROINDUSTRI ROTI DI KECAMATAN NATAR KABUPATEN LAMPUNG SELATAN (Studi Kasus pada Toko Roti Nan's Bakery)**

**Oleh**

**WINDU KUKUH WIDI ASTUTI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) proses pengadaan bahan baku tepung terigu berdasarkan metode EOQ, (2) kegiatan pengolahan untuk menghasilkan keuntungan (3) penerapan bauran pemasaran pada kegiatan pemasaran, (4) peran jasa layanan pendukung terhadap agroindustri, dan (5) menyusun strategi operasional yang tepat untuk agroindustri. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Penentuan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*). Responden dalam penelitian ini adalah pemilik dan 2 orang karyawan agroindustri, 1 staf Diskoperindag Kabupaten Lampung Selatan, 1 pakar dari perguruan tinggi serta 30 orang konsumen Nan's Bakery. Pengumpulan data dilaksanakan pada Bulan Desember 2022 - Januari 2023 dan dianalisis secara deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pengendalian persediaan bahan baku tepung terigu belum ekonomis, karena dengan model EOQ Probabilistik akan menghemat sebesar 37,41 persen dari total biaya persediaan bahan baku tepung terigu pada periode tahun 2022. (2) keuntungan seluruh produk di Agroindustri Roti Nan's Bakery sebesar Rp 2.436.183,32 per produksi. (3) kegiatan pemasaran sudah menerapkan bauran pemasaran menurut perspektif pemilik dan konsumen dan penetapan harga jual yang dilakukan agroindustri sudah baik. (4) Jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan oleh agroindustri memberikan dampak positif bagi kegiatan agroindustri. (5) strategi yang menjadi prioritas yaitu : (a) meningkatkan kualitas dengan memanfaatkan teknologi yang ada, (b) memanfaatkan dukungan pemerintah dengan menjalin kerjasama dengan pemasok untuk meminimalisasi adanya keterlambatan penyediaan bahan baku, (c) Meningkatkan media promosi untuk memperluas jaringan pasar agroindustri.

Kata kunci : agroindustri, keragaan, strategi operasional, *bakery*

**ANALISIS KERAGAAN DAN STRATEGI OPERASIONAL  
AGROINDUSTRI ROTI DI KECAMATAN NATAR KABUPATEN  
LAMPUNG SELATAN  
(Studi Kasus pada Toko Roti Nan's Bakery)**

**Oleh**

**WINDU KUKUH WIDI ASTUTI**

**Skripsi**

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

**Pada**

**Jurusan Agribisnis  
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2023**

Judul Skripsi : **ANALISIS KERAGAAN DAN STRATEGI  
OPERASIONAL AGROINDUSTRI ROTI DI  
KECAMATAN NATAR KABUPATEN LAMPUNG  
SELATAN (Studi Kasus pada Toko Roti Nan's  
Bakery)**

Nama Mahasiswa : **Windu Kukuh Widi Astuti**

NPM : **1914131062**

Jurusan : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**

**MENYETUJUI,**  
1. Komisi Pembimbing

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

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

2. Ketua Jurusan Agribisnis

  
**Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.**  
NIP 196910031 994031 1 004

**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

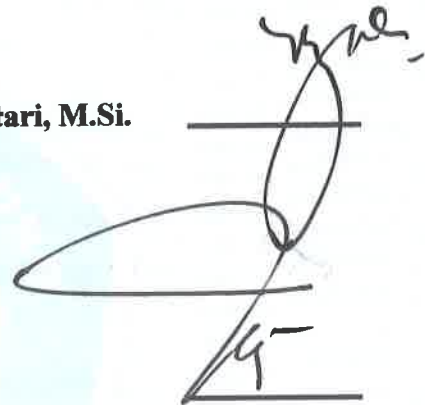
**Ketua**

**: Dr. Ir. Wuryaningsih D. Sayekti, M.S.**



**Sekretaris**

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



**Penguji**

**Bukan Pembimbing : Ir. Adia Nugraha, M.S.**

**2. Dekan Fakultas Pertanian**



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

**NIP 19611020 198603 1 002**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Juli 2023**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Windu Kukuh Widi Astuti

NPM : 1914131062

Menyatakan dengan sebenar-benarnya dan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul :

**“ANALISIS KERAGAAN DAN STRATEGI OPERASIONAL  
AGROINDUSTRI ROTI DI KECAMATAN NATAR KABUPATEN  
LAMPUNG SELATAN (Studi Kasus pada Toko Roti Nan’s Bakery)”**

Adalah benar karya saya sendiri yang saya susun dengan mengikuti norma dan etika akademik yang berlaku. Selanjutnya, saya juga tidak apabila sebagian atau seluruh data pada skripsi ini digunakan oleh dosen dan/atau program studi untuk kepentingan publikasi. Jika di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana maupun hukum.

Bandar Lampung, 05 Juli 2023

Yang menyatakan



**Windu Kukuh Widi Astuti**

NPM 1914131062

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Tanjungsari pada tanggal 14 Desember 2000 dari pasangan Bapak Siswadi dan Ibu Buyani, yang merupakan anak kedelapan dari delapan bersaudara. Pendidikan formal tingkat Taman Kanak-kanak penulis selesaikan di TK Tunas Harapan pada tahun 2007, tingkat Sekolah Dasar di SD Negeri 1 Tanjungsari pada tahun 2013, tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Natar pada tahun 2016, dan tingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Natar pada tahun 2019. Penulis diterima sebagai mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur Seleksi Mandiri Masuk Universitas Lampung (SIMANILA) Program Penerimaan Mahasiswa Perluasan Akses Pendidikan (PMPAP).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (Homestay) di Desa Lugusari, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Pringsewu selama tujuh hari pada Bulan Januari tahun 2020. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Suban, Kecamatan Merbau Mataram, Kabupaten Lampung Selatan selama 40 hari pada Bulan Januari hingga Februari 2021. Penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) di PT Juang Jaya Abdi Alam, Kecamatan Sidomulyo, Kabupaten Lampung Selatan selama 30 hari kerja efektif pada Bulan Juli hingga Agustus 2022. Selama masa perkuliahan, penulis merupakan penerima Beasiswa Kartu Pertani Berjaya (KPB) tahun 2020-2023. Penulis pernah menjadi Asisten Dosen pada mata kuliah Statistika Dasar semester genap tahun ajaran 2021/2022, mata kuliah Bahasa Inggris pada semester ganjil tahun ajaran 2021/2022, mata



kuliah Manajemen Strategik pada semester genap tahun ajaran 2022/2023. Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis juga aktif dalam organisasi kemahasiswaan internal kampus yaitu menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (Himaseperta) Universitas Lampung di Bidang I yaitu Bidang Akademik pada tahun 2019-2022. Anggota Koperasi Mahasiswa (KOPMA) Universitas Lampung pada tahun 2019-2021.

## SANWACANA

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Alhamdulillah* *rabbil'alam*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa pula, shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan teladan dalam kehidupan, juga kepada keluarga, para sahabat, dan pengikutnya. Skripsi yang berjudul “**Analisis Keragaan dan Strategi Operasional Agroindustri Roti di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan (Studi Kasus pada Toko Roti Nan’s Bakery)**” ini dapat terselesaikan berkat bantuan, arahan, bimbingan, motivasi, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, dengan segala ketulusan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis yang telah memberikan dukungan, arahan, saran, dan nasihat.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarief., S.P., M.T.A., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
4. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S., selaku Dosen Pembimbing Pertama, atas ketulusan hati dan kesabaran selama memberikan bimbingan, arahan, motivasi, ilmu yang bermanfaat, dan kebijaksanaan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi.
5. Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua dan Dosen Pembimbing Akademik yang dengan sabar memberikan ilmu yang

bermanfaat, motivasi, nasihat, arahan, dan bimbingan dari awal hingga akhir perkuliahan dan selama proses penyelesaian skripsi ini.

6. Ir. Adia Nugraha, M.S., selaku Dosen Pembahas dan Dosen Pembimbing, atas ketulusannya memberikan arahan, masukan, saran, dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Teristimewa kepada kedua orang tuaku tersayang, Bapak Siswadi dan Ibu Buyani yang telah memberikan doa yang tidak pernah henti, semangat, kasih sayang, perhatian, dukungan, motivasi, saran, kesabaran, dan arahan, telah membimbing, mendidik, menyayangi, mendukung penulis dalam segala hal dan menjadikan penulis dapat mencapai target yang diinginkan, serta selalu berada di samping penulis selama ini.
8. Kakak-kakakku tercinta, Wiwit Hidayat, M. Nina Hidayah, Wuri Hananto, Wiji Hartono, Wuwuh Langgeng Hartanto, Widhi Dian Hayati yang telah memberikan semangat dan membantu penulis pada proses penelitian serta menjadi tempat berkeluh kesah penulis selama ini. Terima kasih atas segala hal yang telah diberikan kepada penulis.
9. Keluarga besarku WH Family yang telah memberikan semangat, motivasi, doa, dukungan, dan perhatian selama ini kepada penulis.
10. Keluarga besar Nan's Bakery atas semua arahan, bantuan, dan izin yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis menjadi mahasiswa di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
12. Seluruh staf atau karyawan di Jurusan Agribisnis, Mbak Iin, Mbak Luki, Mas Boim, dan Mas Bukhori yang telah meluangkan waktu dan memberikan bantuan seta kerjasamanya selama ini
13. Sahabat-sahabat seperjuangan di kampus, Triana Herli, Nathania Owena, Vela Trelylia dan Putri Ayu Muslimah atas bantuan, doa, saran, semangat, dan hiburan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
14. Sahabat-sahabat rasa saudara (Banner Mixue), Talenta Priska Andini, Anissa Putri Utami, Desi Talita Ramadani, Shofy Aulia A, Vania Azalia Anabel,

Juntaria Putri Altasya, dan Dhinda Febiola yang telah memberikan bantuan, doa, saran, semangat, dukungan yang tiada henti, hiburan, kebahagiaan, dan menemani penulis di berbagai situasi.

15. Grup Ahli Ghibah dan Sosek A atas partisipasinya dalam melewati suka dan duka ketika penulis menghadapi berbagai situasi selama berkuliah di Universitas Lampung.
16. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2019, yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas bantuan, kebersamaan, keceriaan, keseruan, canda tawa dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
17. Keluarga besar Himaseperta yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, cerita, kebersamaan, semangat, motivasi serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama kuliah di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
18. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
19. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for positif thinking and stay healthy, I wanna thank me for survived so far away. Thank you for daring to try to do your best.*

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

Bandar Lampung, 05 Juli 2023  
Penulis,

*Windu Kukuh Widi Astuti*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>12</b>
A. Tinjauan Pustaka.....	12
1) Konsep Agribisnis.....	12
2) Agroindustri Roti.....	14
3) Agroindustri Nan's Bakery.....	16
4) Roti.....	17
5) Bahan Baku Roti.....	18
6) Bolu.....	20
7) <i>Cake</i> .....	21
8) Pengadaan Bahan Baku.....	21
9) Metode <i>Economic Order Quantity</i> (EOQ).....	22
10) Subsistem Pengolahan.....	22
11) Teori Keuntungan.....	30
12) Bauran Pemasaran.....	32
13) Jasa Layanan Pendukung.....	39
14) Strategi Operasional.....	40
15) Analisis Lingkungan Internal.....	44
16) Analisis Lingkungan Eksternal.....	45
17) Kajian Penelitian Terdahulu.....	47
B. Kerangka Pemikiran.....	61
<b>III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>66</b>
A. Metode Dasar Penelitian.....	66
B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional.....	66
C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian.....	78
D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	79

E. Metode Analisis Data .....	83
1. Metode Analisis Pengadaan Bahan Baku .....	83
2. Metode Analisis Keuntungan.....	87
3. Metode Analisis Bauran Pemasaran.....	88
4. Metode Analisis Peran Jasa Layanan Pendukung.....	91
5. Metode Analisis SWOT .....	92
<b>IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>100</b>
A. Gambaran Umum Kabupaten Lampung Selatan .....	100
1. Letak Geografis .....	100
2. Kondisi Iklim dan Topografi.....	101
3. Kondisi Demografi.....	102
4. Potensi Wilayah .....	103
B. Gambaran Umum Kecamatan Natar.....	106
1. Letak Geografis .....	106
2. Kondisi Topografi .....	107
3. Kondisi Demografi.....	107
4. Keadaan Perekonomian.....	107
C. Gambaran Umum Toko Roti Nan's Bakery .....	109
1. Profil Perusahaan .....	109
2. Struktur Organisasi Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	110
3. Aspek Sumberdaya Manusia.....	112
4. Aspek Permodalan Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	114
5. Sarana dan Prasarana Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	114
6. Tata Letak / <i>Layout</i> Agroindustri Roti Nan's Bakery.....	116
<b>V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>119</b>
A. Karakteristik Responden.....	119
1. Keadaan Umum Responden Pemilik dan Karyawan Agroindustri... 119	
2. Keadaan Umum Responden Konsumen Agroindustri .....	120
3. Keadaan Umum Responden Pakar.....	123
B. Manajemen Persediaan Bahan Baku Pada Agroindustri Nan's Bakery 124	
1. Analisis Pengadaan Bahan Baku.....	124
2. Analisis Manajemen Persediaan Bahan Baku.....	124
3. Analisis Biaya Persediaan dengan Metode Min-Max .....	132
C. Penggunaan Sarana Produksi.....	134
1. Bahan Baku .....	134
2. Tenaga Kerja Langsung .....	136
3. Biaya <i>Overhead</i> Pabrik .....	137
D. Proses Produksi Roti, Bolu dan <i>Cake</i> .....	143
E. Produksi Roti <i>Cake</i> Bolu .....	152
F. Analisis Keuntungan.....	154
G. Bauran Pemasaran .....	156
1. Perspektif Pemilik Agroindustri.....	157
2. Perspektif Konsumen .....	169
H. Jasa Layanan Pendukung.....	178
1. Lembaga Keuangan (Bank).....	179
2. Kebijakan Pemerintah .....	181

3. Lembaga Penyuluhan .....	183
4. Lembaga Penelitian .....	184
5. Sarana Transportasi .....	184
6. Teknologi Informasi dan Komunikasi .....	185
7. Pasar .....	185
8. Infrastruktur (Jalan).....	186
I. Strategi Operasional .....	187
1. Analisis Lingkungan Internal .....	187
2. Analisis Lingkungan Eksternal .....	192
J. Analisis SWOT .....	197
1. Matriks Faktor Internal .....	197
2. Matriks Faktor Eksternal.....	199
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>207</b>
A. Kesimpulan .....	207
B. Saran .....	208
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>210</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>218</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Rata-rata konsumsi dan pengeluaran per kapita seminggu menurut jenis padi-padian di daerah perkotaan (rupiah), Maret 2021 .....	2
2. Rata-rata konsumsi per kapita seminggu menurut jenis roti per kabupaten atau Kota (satuan komoditas) tahun 2021 .....	3
3 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga konstan menurut lapangan usaha di Kabupaten Lampung Selatan 2020 (Miliar Rupiah) .....	4
4. Daftar toko roti di Lampung Selatan tahun 2021 .....	5
5. Perhitungan biaya produksi .....	31
6. Kajian penelitian terdahulu .....	50
7. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran pada agroindustri roti Nan's Bakery .....	82
8. Kriteria penilaian responden konsumen per atribut .....	91
9. Jasa layanan pendukung agroindustri roti .....	92
10. Matriks Strategi IFE .....	95
11. Matriks Strategi EFE .....	97
12. Jumlah tenaga kerja Agroindustri Nan's Bakery .....	113
13. Tingkat pendidikan tenaga kerja Agroindustri Nan's Bakery .....	113
14. Karakteristik responden pemilik dan karyawan agroindustri roti Nan's Bakery .....	119
15. Karakteristik responden konsumen agroindustri roti Nan's Bakery berdasarkan kelompok umur .....	121
16. Karakteristik Karakteristik responden konsumen agroindustri roti Nan's Bakery berdasarkan jenis kelamin .....	121
17. Karakteristik responden konsumen agroindustri roti Nan's Bakery berdasarkan tingkat pendidikan .....	122



18. Karakteristik responden konsumen agroindustri roti Nan's Bakery berdasarkan pendapatan rumah tangga .....	122
19. Total biaya persediaan bahan baku berdasarkan kebijakan agroindustri roti Nan's Bakery, tahun 2022. ....	126
20. Pemakaian bahan baku berdasarkan hasil peramalan untuk Tahun 2023 .....	128
21. Hasil perhitungan parameter-parameter EOQ Probabilistik .....	129
22. Total biaya persediaan antara kebijakan Agroindustri Nan's Bakery dengan metode EOQ Probabilistik.....	131
23. Nilai safety stock, minimum inventory, maximum inventory Agroindustri Nan's Bakery dengan metode Min-Max .....	133
24. Total biaya persediaan bahan baku untuk persediaan minimum dan persediaan maksimum dengan metode Min-Max .....	134
25. Rata-rata biaya bahan baku tepung terigu untuk produk roti, bolu dan cake pada agroindustri roti Nan's Bakery dalam satu kali produksi.....	135
26. Penggunaan dan biaya bahan baku tepung terigu yang digunakan untuk proses produksi roti, bolu dan cake pada agroindustri roti Nan's Bakery .....	136
27. Rata-rata penggunaan tenaga kerja langsung pada agroindustri roti Nan's Bakery.....	137
28. Kebutuhan, harga beli dan biaya bahan tidak langsung agroindustri roti Nan's Bakery.....	138
29. Faktor produksi lain pada agroindustri roti Nan's Bakery.....	139
30. Rata-rata penggunaan tenaga kerja tidak langsung pada agroindustri roti Nan's Bakery.....	141
31. Pendapatan dalam satu Bulan pada agroindustri roti Nan's Bakery .....	154
32. Analisis keuntungan produk roti, bolu dan cake pada agroindustri roti Nan's Bakery dalam satu kali produksi .....	156
33. Komponen-komponen yang berkaitan dengan produk roti, bolu dan cake berdasarkan perspektif pemilik agroindustri roti Nan's Bakery .....	158
34. Komponen-komponen yang berkaitan dengan harga roti, bolu dan cake berdasarkan perspektif pemilik agroindustri roti Nan's Bakery .....	160
35. Komponen-komponen yang berkaitan dengan tempat Nan's Bakery berdasarkan perspektif pemilik agroindustri roti Nan's Bakery .....	162

36. Komponen-komponen yang berkaitan dengan sumberdaya manusia berdasarkan perspektif pemilik agroindustri roti Nan's Bakery .....	165
37. Komponen-komponen yang berkaitan dengan proses berdasarkan perspektif pemilik agroindustri roti Nan's Bakery.....	168
38. Komponen-komponen yang berkaitan dengan bukti fisik berdasarkan perspektif pemilik agroindustri roti Nan's Bakery.....	169
39. Komponen-komponen yang berkaitan dengan produk Nan's Bakery berdasarkan perspektif konsumen agroindustri roti Nan's Bakery .....	170
40. Komponen-komponen yang berkaitan dengan harga roti, bolu dan cake berdasarkan perspektif konsumen agroindustri roti Nan's Bakery .....	171
41. Komponen-komponen yang berkaitan dengan tempat roti, bolu dan cake berdasarkan perspektif konsumen agroindustri roti Nan's Bakery .....	172
42. Komponen-komponen yang berkaitan dengan promosi roti, bolu dan cake berdasarkan perspektif konsumen agroindustri roti Nan's Bakery.....	174
43. Komponen-komponen yang berkaitan dengan sumberdaya manusia berdasarkan perspektif konsumen agroindustri roti Nan's Bakery .....	175
44. Komponen-komponen yang berkaitan dengan proses berdasarkan perspektif konsumen agroindustri roti Nan's Bakery .....	176
45. Komponen-komponen yang berkaitan dengan bukti fisik berdasarkan perspektif konsumen agroindustri roti Nan's Bakery .....	177
46. Ketersediaan dan pemanfaatan jasa layanan pendukung pada Agroindustri roti Nan's Bakery .....	179
47. Matrik faktor internal untuk kekuatan ( <i>strenghts</i> ) dan kelemahan ( <i>weaknesses</i> ) Agroindustri Roti Nan's Bakery.....	198
48. Matrik faktor eksternal untuk peluang ( <i>opportunities</i> ) dan ancaman ( <i>threats</i> ) Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	200
49. Data mentah uji validitas dan realibilitas .....	219
50. Hasil uji validitas dan reliabilitas .....	223
51. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran pada agroindustri roti Nan's Bakery.....	225
52. Identitas responden Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	226
53. Identitas responden konsumen Agroindustri Roti Nan's Bakery.....	226

54. Pembelian bahan baku tepung terigu pada Agroindustri Roti Nan's Bakery tahun 2022 .....	228
55. Biaya penyimpanan tepung terigu pada Agroindustri Roti Nan's Bakery ....	229
56. Biaya pemesanan tepung terigu Agroindustri Nan's Bakery .....	229
57. Biaya Kehabisan tepung terigu Agroindustri Nan's Bakery .....	229
58. Perkiraan pemakaian bahan baku (Regresi sederhana) Agroindustri Nan's Bakery .....	230
59. Perhitungan safety stock tepung terigu Agroindustri Nan's Bakery .....	231
60. Pemakaian bahan baku tepung terigu selama lead time Agroindustri Nan's Bakery .....	232
61. Probabilitas pemakaian tepung terigu selama lead time Agroindustri Nan's Bakery .....	233
62. Perbandingan persediaan bahan baku berdasarkan kebijakan agroindustri dan metode EOQ Probabilistik thn 2022 .....	233
63. Perhitungan minimum inventory tepung terigu pada Agroindustri Nan's Bakery .....	234
64. Perhitungan Maximum Inventory tepung terigu pada Agroindustri Nan's Bakery .....	234
65. Biaya bahan baku tepung terigu pada Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	234
66. Biaya bahan baku tepung terigu pada Agroindustri Roti Nan's Bakery (satuan kg) .....	235
67. Biaya bahan tidak langsung pada agroindustri Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	236
68. Penggunaan tenaga kerja langsung pada Agroindustri Roti Nan's Bakery ...	238
69. Penggunaan tenaga kerja tidak langsung pada Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	239
70. Biaya input lain pada Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	240
71. Biaya investasi dan depresiasi peralatan Agroindustri Roti Nan' Bakery .....	241
72. Biaya produksi Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	243
73. Pendapatan Agroindustri Roti Nan's Bakery per produksi .....	244
74. Pendapatan agroindustri roti Nan's Bakery dalam seBulan (satuan pcs) .....	244
75. Keuntungan Agroindustri Roti Nan's Bakery per produksi .....	245

76. Matriks IFAS (Internal Analysis Summary) Agroindustri Roti Nan's Bakery untuk Kekuatan dan Kelemahan.....	246
77. Keterangan penilaian bobot dan rating faktor strategi internal Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	246
78. Matrik EFAS (Eksternal Analysis Summary) Agroindustri Roti Nan's Bakery untuk Peluang dan Ancaman .....	247
79. Keterangan penilaian bobot dan rating faktor strategi eksternal Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	247
80. Hasil Evaluasi Bobot Faktor Strategi Internal Pada Agroindustri Roti Nan's Bakery.....	248
81. Hasil Evaluasi Bobot Faktor Strategi Eksternal Pada Agroindustri Roti Nan's Bakery.....	250
82. Rekapitulasi evaluasi faktor internal Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	252
83. Rekapitulasi evaluasi faktor eksternal Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	253
84. Rekapitulasi evaluasi faktor internal Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	254
85. Rekapitulasi evaluasi faktor eksternal Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	255

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Keterkaitan antar subsistem agribisnis.....	13
2. Diagram alir Penelitian Analisis Keragaan dan Manajemen Operasional Agroindustri Roti Nan's Bakery.....	65
3. Matriks SWOT.....	99
4. Letak wilayah dan batas-batas wilayah Kabupaten Lampung Selatan berdasarkan peta Provinsi Lampung. ....	101
5. Letak Kecamatan Natar dalam peta daerah Kabupaten Lampung Selatan. ....	106
6. Struktur Organisasi Agroindustri Roti Nan's Bakery.....	111
7. Tata letak / layout lt.1 Agroindustri Nan's Bakery.....	117
8. Tata letak / layout lt.2 Agroindustri Nan's Bakery.....	118
9. Diagram alir proses pengolahan roti Agroindustri Nan's Bakery.....	145
10. Diagram alir proses pengolahan bolu Agroindustri Nan's Bakery.....	146
11. Diagram alir proses pengolahan <i>cake</i> Agroindustri Nan's Bakery.....	147
12. Produk Roti Nan's Bakery.....	150
13. Produk Bolu Nan's Bakery.....	151
14. Produk <i>Cake</i> Nan's Bakery.....	152
15. Outlet Nan's Bakery Natar.....	163
16. Bank Mandiri Unit Natar.....	180
17. Pasar Natar.....	186
18. Kondisi jalan Kecamatan Natar.....	186
19. Matriks Internal External (IE) Agroindustri Roti Nan's Bakery.....	201
20. Matriks SWOT Strategi Operasional Agroindustri Roti Nan's Bakery.....	203
21. Tempat penyimpanan bahan baku dan bahan tidak langsung.....	256
22. Proses pencampuran bahan (premix).....	256

23. Proses pengadonan bahan roti.....	256
24. Proses pengadonan bahan bolu dan <i>cake</i> .....	257
25. Proses pengembangan adonan roti .....	257
26. Proses pencetakan roti.....	257
27. Proses penopongan.....	258
28. Proses pemanggangan roti .....	258
29. Proses pendinginan roti .....	258
30. Proses penuangan adonan bolu dan <i>cake</i> ke loyang.....	259
31. Proses penopongan bolu .....	259
32. Proses pemanggangan bolu dan <i>cake</i> .....	259
33. Proses penopongan <i>cake</i> .....	260
34. Proses pengemasan roti.....	260
35. Plastik kemasan roti dan kotak bolu.....	260
36. Produk roti.....	261
37. Produk bolu .....	261
38. Produk <i>cake</i> .....	262
39. Responden konsumen Agroindustri Roti Nan's Bakery .....	262

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Peranan sektor pertanian dalam perekonomian suatu negara atau suatu daerah dapat dilihat dari beberapa aspek, salah satunya adalah kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atau terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Sektor pertanian merupakan sektor yang dapat memberikan peluang yang cukup besar dalam memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Salah satunya adalah pembangunan ekonomi melalui bisnis pertanian atau bisa disebut dengan agribisnis (Soekartawi, 1999). Agribisnis secara umum mencakup pemahaman tentang keseluruhan operasi yang berkaitan dengan kegiatan produksi dan distribusi input produksi, kegiatan produksi usahatani, kegiatan pengolahan input dan output (agroindustri), pemasaran sampai dengan lembaga pendukung. Agribisnis memberikan konsep dan wawasan yang sangat mendalam untuk pertanian modern menghadapi *milenium* ketiga. Dengan demikian, perekonomian Indonesia sangat bergantung pada pengembangan sektor pertanian (Saragih, 1998).

Berkaitan dengan sektor pertanian, sebagai sektor penghubung antara sektor pertanian dan sektor industri, agroindustri juga mampu bersinergi dengan baik dalam berbagai kondisi perekonomian. Agroindustri merupakan salah satu subsistem agribisnis yang berbasis pada kegiatan pengolahan sumber daya pertanian yang dapat meningkatkan nilai tambah suatu komoditas. Hal inilah yang membuat banyak industri pengolahan hadir untuk memenuhi kebutuhan

rumah tangga yang ada, salah satunya adalah industri pengolahan hasil pertanian atau yang disebut dengan agroindustri.

Roti merupakan salah satu jenis makanan yang dapat dijadikan sebagai sumber karbohidrat selain nasi dan mie. Roti adalah makanan berbahan dasar tepung terigu dengan berbagai jenis produk roti dengan cara dipanggang. Bahan utama dalam pembuatan roti adalah tepung terigu dengan kandungan gluten atau protein gandum yang tinggi. Bahan tambahan lainnya dalam pembuatan roti yang umumnya ditambahkan adalah air, ragi, susu skim, garam, margarin dan bahan-bahan lain (Rahmah, 2017). Pemakaian tepung terigu yang digunakan untuk diolah menjadi roti terus mengalami peningkatan hal ini sejalan dengan meningkatnya konsumsi produk roti dikalangan masyarakat. Produk roti telah menjadi salah satu makanan kedua setelah makanan pokok nasi. Perkiraan konsumsi tepung terigu di Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rata-rata konsumsi dan pengeluaran per kapita seminggu menurut jenis padi-padian di daerah perkotaan (rupiah), Maret 2021

No	Kelompok Komoditas (Padi-padian)	Satuan	Banyaknya	Nilai (Rp)
1	Beras (beras lokal, kualitas unggul, impor)	kg	1,451	14.335
2	Beras ketan	kg	0,005	64
3	Jagung basah dengan kulit	kg	0,033	245
4	Jagung pipilan	kg	0,007	49
<b>5</b>	<b>Tepung terigu</b>	<b>kg</b>	<b>0,052</b>	<b>461</b>
6	Padi-padian lainnya	kg	0,002	25
Total				15.180

Sumber : BPS (Susenas), 2021

Tabel 1 mengungkapkan bahwa konsumsi tepung terigu menduduki tempat kedua setelah konsumsi beras. Rata-rata perkembangan konsumsi tepung yang digunakan untuk industri pengolahan, salah satunya industri pengolahan roti yang setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Besarnya peningkatan konsumsi tepung terigu oleh industri roti ini didorong oleh nilai



tambah dari produk roti yang praktis, siap saji, memiliki berbagai macam varian sehingga permintaan roti cenderung meningkat cukup signifikan. Peningkatan produksi dan pengolahan pangan perlu memperhatikan konsep B2SA (Beragam, Bergizi, Seimbangan, dan Aman) serta memiliki nilai tambah ekonomi yang baik. Kebutuhan pangan harus dipenuhi karena pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Upaya pemenuhan kebutuhan protein dan karbohidrat dapat dipenuhi dengan mengkonsumsi roti. Data rata-rata konsumsi per kapita menurut jenis roti di Provinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata konsumsi per kapita seminggu menurut jenis roti per kabupaten atau Kota (satuan komoditas) tahun 2021

No	Kabupaten/Kota	Roti tawar	Roti manis, roti lainnya
1	Lampung Barat	153	1.145
2	<b>Lampung Selatan</b>	<b>150</b>	<b>1.499</b>
3	Lampung Timur	155	1.423
4	Lampung Tengah	131	1.574
5	Lampung Utara	96	0.638
6	Kota Bandar Lampung	937	1.335
TOTAL		1.622	7.614

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2021

Tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata konsumsi yang digunakan untuk mengonsumsi roti tertinggi ke tiga berada di Kabupaten Lampung Selatan. Perubahan gaya hidup merupakan salah satu faktor pendorong terjadinya perubahan pola konsumsi. Seiring dengan tingkat kesibukan dan aktivitas masyarakat yang semakin meningkat, maka kondisi tersebut menuntut pada segala sesuatu yang lebih praktis dan efisien. Industri roti merupakan salah satu industri yang dapat menjadi pemenuh kebutuhan dalam hal makanan jadi yang lebih praktis namun beragam.

Lampung merupakan salah satu provinsi yang menjadikan agroindustri sebagai usaha yang memberikan peluang lapangan usaha, mengurangi pengangguran dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Lampung adalah Kabupaten Lampung Selatan.

Kabupaten Lampung Selatan merupakan salah satu kabupaten yang cukup maju serta memiliki potensi perekonomian yang didukung oleh sektor pertanian dan juga sebagian besar didukung oleh sektor industri pengolahan. Sektor industri pengolahan menjadi salah satu pendorong terbesar terhadap PDRB Kabupaten Lampung Selatan, dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga konstan menurut lapangan usaha di Kabupaten Lampung Selatan 2020 (Miliar Rupiah)

No	Lapangan Usaha/Industri	Tahun (Miliar Rp)		
		2018	2019	2020
1	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	8.313,14	8.519,26	8.662,31
2	Pertambangan dan Penggalian	469,27	496,62	494,35
3	<b>Industri Pengolahan</b>	<b>6.806,02</b>	<b>7.141,16</b>	<b>6.784,31</b>
4	Pengadaan Listrik dan Gas	37,04	40,02	41,96
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	34,35	36,10	37,34
6	Konstruksi perdagangan Besar dan Eceran	3.630,96	3.911,88	3.775,26
7	Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	3.656,87	3.956,56	3.906,45
8	Transportasi dan Pergudangan	1.704,89	1.878,87	1.518,75
9	Penyediaan Akomodasi dan Makana Minum	387,59	406,38	385,75
10	Informasi dan Komunikasi	1.005,98	1.082,56	1.179,04
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	486,22	496,77	519,97
12	Real Estate	669,10	703,50	692,68
13	Jasa Perusahaan	23,58	24,64	24,22
14	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	575,49	603,45	633,04
15	Jasa Pendidikan	662,93	710,16	727,75
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	162,49	173,30	190,16
17	Jasa Lainnya	165,53	178,59	171,00
TOTAL		28.791,44	30.268,83	29.744,35

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan, 2020

Tabel 3 menunjukkan bahwa lapangan usaha yang memiliki peran penting dalam menyumbang PDRB terbesar kedua di Kabupaten Lampung Selatan berdasarkan kategori pengolahan yaitu industri makanan dan minuman pada tahun 2018 sampai 2020. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar industri

pengolahan yang memiliki potensi untuk dikembangkan di Kabupaten Lampung Selatan adalah industri pengolahan makanan dan minuman. Sektor pengolahan ini dapat menyerap cukup banyak tenaga kerja.

Agroindustri roti atau biasa disebut dengan toko roti merupakan salah satu jenis agroindustri yang keberadaannya cukup menarik perhatian masyarakat di Lampung Selatan. Agroindustri roti ini memanfaatkan bahan baku pokok berupa tepung terigu, ragi, telur, gula, susu, air, dan mentega serta bahan pendukung lainnya untuk dijadikan suatu produk yang memiliki nilai tambah yaitu berupa berbagai macam roti, *cake* dan juga bolu. Daftar toko roti di Lampung Selatan ada tahun 2021 dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Daftar toko roti di Lampung Selatan tahun 2021

No	Toko Roti	Alamat
1	Holland Bakery	Jl. Lintas Sumatera, Merak Batin, Kec. Natar.
2	Holland Bakery	Jl. Hajimena, Natar
3	Jaya Bakery	Jl. Lintas Sumatera, Merak Batin, Kec. Natar.
4	<b>Nan's Bakery</b>	<b>Jl. Lintas Sumatera, Merak Batin, Kec. Natar</b>
5	Roman Bakery	Jl. Hajimena, Natar

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lampung Selatan, 2021

Tabel 4 menunjukkan daftar toko roti di Kabupaten Lampung Selatan yang terdata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lampung Selatan. Toko roti di Kabupaten Lampung Selatan sudah lumayan banyak bermunculan sejalan dengan meningkatnya konsumsi tepung terigu olahan di Indonesia. Hal ini akan menjadi peluang bagi wirausaha untuk menjalankan usaha toko roti di era modern ini.

Toko Roti Nan's Bakery merupakan salah satu toko roti yang dapat dikatakan masih baru di Kabupaten Lampung Selatan yaitu kurang lebih 4 tahun sejak tahun 2019. Toko roti Nan's Bakery ini mampu memproduksi produk roti, *cake*, dan bolu dengan berbagai jenis yang berbeda dari toko-toko roti yang sudah ada. Produk roti dengan berbagai jenis ini menjadikan toko roti Nan's Bakery memiliki keunggulan dan keunikan tersendiri dibandingkan dengan

toko roti lain yang berada di Kabupaten Lampung Selatan. Agroindustri roti yang memiliki tiga kegiatan utama yaitu mulai dari kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan dan kegiatan pemasaran yang dapat disebut dengan keragaan atau *performance* agroindustri. Agar keragaan atau *performance* agroindustri dapat berjalan dengan baik maka perlu adanya manajemen yang baik dalam mengatur persediaan bahan baku roti bagi agroindustri. Kegiatan lain yang harus diperhatikan adalah kegiatan pengolahan. Dengan adanya kegiatan pengolahan yang baik, maka akan meningkatkan jumlah produksi roti dan mampu menghasilkan berbagai macam produk yang bervariasi. Selain itu, faktor lain yang harus diperhatikan adalah kegiatan pemasaran dengan mengkombinasikan komponen bauran pemasaran yang dilakukan secara efisien dan nantinya seluruh kegiatan pada agroindustri roti tersebut didukung oleh adanya jasa layanan pendukung.

Maraknya bisnis roti mengharuskan perusahaan menciptakan usaha yang tampil berbeda untuk selalu melakukan perubahan dan inovasi dengan memperhatikan kualitas produk. Kualitas produk merupakan hal yang terpenting dalam proses produksi. Perusahaan dituntut untuk dapat menghasilkan kualitas produk yang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan konsumen agar kepuasan konsumen tercapai. Kualitas produk yang baik akan mampu memberikan hasil penjualan yang maksimal, sehingga menuntut perusahaan untuk selalu memperbaiki kualitas produk mereka.

Toko roti Nan's Bakery dalam menghadapi persaingan pada masa sekarang, dituntut untuk selalu melakukan perkembangan dan juga inovasi serta mampu memberikan solusi bagi setiap permasalahan yang dihadapinya. Usaha yang dapat dilakukan untuk mengetahui aspek yang berperan dalam pengembangan usaha roti di Nan's Bakery dengan cara mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal yang berpengaruh, sehingga perusahaan dapat menentukan strategi apa yang dapat digunakan guna mengelola kualitas roti maupun peningkatan pembelian dan keuntungan produk roti pada toko roti Nan's Bakery.

## B. Rumusan Masalah

Toko roti Nan's Bakery ini dirintis oleh Bapak Wuwuh Langgeng Hartanto sejak tahun 2019 yang merupakan sebuah usaha yang sudah menetap, memiliki sebuah toko di Jl. Lintas Sumatera, Merak Batin, Natar, Kab. Lampung Selatan, Lampung. Awal mula berdiri Toko Nan's Bakery ini hanya mengandalkan tenaga anggota keluarga dalam proses produksi hingga pemasarannya dan belum menyanggah badan usaha Persekutuan Komanditer (CV). Toko Roti Nan's bakery yang berada di Natar ini merupakan pusatnya yang juga menjadi tempat produksi roti-roti tersebut. Semakin meningkatnya peluang pasar, Bapak Wuwuh terus memberanikan diri untuk mengembangkan toko roti tersebut dengan menambah pekerja dari luar, dan membuka 2 cabang toko roti Nan's Bakery yang terletak di Jl. Pagar Alam, Kedaton, Bandar Lampung dan Jl. Pramuka. Usaha toko roti Nan's Bakery ini sudah berjalan kurang lebih tiga tahun dari 2019 hingga 2022 saat ini. Toko Roti Nan's Bakery ini memproduksi berbagai jenis roti, *cake*, dan bolu. Olahan yang berbahan dasar tepung terigu yang di tambahkan ragi, air, telur dan bahan pendukung lainnya akan menghasilkan berbagai roti yang memiliki berbagai macam varian, dalam bentuk dan rasa.

Kegiatan pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang sangat penting pada agroindustri, termasuk agroindustri Roti Nan's Bakery. Hal ini dikarenakan bahan baku merupakan faktor utama dalam pembuatan suatu produk dalam kegiatan agroindustri dan perlu diperhatikan. Ketersediaan bahan baku atau kekurangan bahan baku yang tidak kontinu akan berakibat pada sistem kerja yang kurang efektif. Ketersediaan bahan baku perlu dikelola dengan baik agar mampu menunjang kegiatan produksi roti secara optimal. Agroindustri Roti Nan's bakery ini terkadang kesulitan untuk memperoleh bahan baku. Dalam penyediaan bahan baku yang akan digunakan untuk pengolahan roti seperti tepung, telur, pengembang roti dan bahan pendukung lainnya ini sering terjadi keterlambatan penyediaan. Keterlambatan ini biasanya terjadi karena terkadang terjadi kesalahan dalam mengestimasi jumlah bahan baku yang akan digunakan untuk produksi,

adanya perubahan harga bahan baku secara tiba-tiba, dan juga jarak pembelian yang cukup jauh. Maka dari itu, perlu dilakukan manajemen yang baik dalam merencanakan persediaan bahan baku yang akan digunakan oleh agroindustri Nan's Bakery.

Penyediaan dan pengelolaan bahan baku yang baik akan tercipta dengan adanya manajemen yang tepat. Ketersediaan bahan baku harus sesuai dengan kebutuhan, tidak boleh berlebihan apalagi kekurangan. Persediaan yang berlebih pada agroindustri tentu dapat mempengaruhi biaya penyimpanan dan kualitas bahan baku, sehingga manajemen yang baik diperlukan untuk mengatur pengadaan dan persediaan bahan baku. Metode yang tepat untuk menganalisis pengadaan bahan baku yang dilakukan agroindustri Nan's Bakery yaitu *Economic Order Quantity* (EOQ).

Kegiatan yang tidak kalah penting harus diperhatikan adalah kegiatan pengolahan. Kegiatan pengolahan bahan baku menjadi suatu produk sangat ditentukan oleh keragaan kegiatan pengolahan agroindustri. Salah satu faktor internal dalam agroindustri yang sangat diperlukan untuk kegiatan produksi adalah keragaan agroindustri. Untuk melihat suatu keragaan agroindustri, dalam proses pengolahan roti dapat menggunakan analisis deskriptif dan analisis finansial. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini akan dilakukan analisis keragaan kegiatan produksi pada Agroindustri Nan's Bakery.

Kegiatan pengolahan adalah kegiatan yang menghasilkan produk. Selain menghasilkan produk, kegiatan pengolahan juga dapat memberikan keuntungan bagi pihak agroindustri roti. Menurut Johns dan Harding (2001), keuntungan dalam arti luas adalah selisih antara pendapatan penjualan dan biaya produksi. Dalam pengertian ini, ada dua faktor utama yang menentukan keuntungan suatu perusahaan, yaitu pendapatan penjualan dan biaya produksi. Pendapatan penjualan dan biaya produksi dikendalikan melalui analisis biaya, laba dan volume (Sutrisno, 2000).

Faktor lain yang perlu diperhatikan adalah subsistem pemasaran. Kegiatan pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama yang dilakukan oleh para pelaku agroindustri roti, dalam usahanya untung terus bertahan, berkembang dan memperoleh keuntungan. Kendala di Toko Nan's Bakery adalah area pemasaran yang masih relatif sempit. Di Toko Nan's Bakery wilayah pemasaran roti ini hanya sebatas wilayah Lampung saja. Hal ini disebabkan oleh pelaku agribisnis yang masih belum menerapkan strategi pemasaran yang dapat dicapai melalui bauran pemasaran 7P (*Produk, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidance, dan Process*). Keberhasilan agroindustri dalam mencapai tujuannya sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku agroindustri dalam memasarkan produknya dan disukai banyak konsumen. Toko Roti Nan's Bakery perlu memadukan konsep 7P dengan baik, agar perusahaan memperoleh keuntungan yang maksimal.

Seluruh kegiatan utama pada agroindustri roti tersebut tentu akan berjalan lebih efisien jika ada jasa layanan pendukung. Jasa layanan pendukung meliputi lembaga keuangan, lembaga penelitian, lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, teknologi informasi dan komunikasi, dan asuransi (Firdaus, 2008). Peran layanan pendukung bagi agroindustri roti harus dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk menciptakan keuntungan lebih bagi agroindustri itu sendiri. Penggunaan layanan pendukung yang belum optimal membutuhkan solusi untuk perkembangan agroindustri.

Agroindustri roti di Indonesia memiliki potensi dan pertumbuhan yang menjanjikan ke depan. Peningkatan jumlah produsen roti juga akan meningkatkan jumlah pesaing di industri roti, sehingga menyebabkan tingkat persaingan yang lebih tinggi untuk merebut pangsa pasar. Produsen roti perlu menyusun strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat agar dapat bertahan di industri bakery. Nan's Bakery perlu mengamati dan mengevaluasi faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal apa sajakah yang sebenarnya mendorong dan mempengaruhi pertumbuhan usaha ini. Faktor internal (produksi, pendapatan, sumber daya manusia, pemasaran

dan pengelolaan usaha), sedangkan faktor eksternal (pesaing, ilmu pengetahuan dan teknologi, pelanggan atau konsumen dan kebijakan pemerintah).

Nan's Bakery perlu menetapkan bagaimana strategi operasional yang akan diterapkan sehingga konsumen atau pelanggan semakin loyal dalam melakukan pembelian produk roti di Nan's Bakery di tengah intensitas persaingan yang semakin ketat, sehingga pertumbuhan penjualan tidak hanya stabil seperti selama ini, tetapi juga bisa meningkat secara signifikan.

Perusahaan juga dituntut untuk mengantisipasi perubahan yang terjadi agar dapat beradaptasi sehingga mampu bertahan dan mengembangkan usahanya. Analisis lingkungan akan memberikan kesempatan kepada manajemen untuk meneliti faktor-faktor lingkungan dan eksternal yang menjadi kendala atau yang memberi peluang terhadap pelaksanaan strategi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Keragaan dan Strategi Operasional Agroindustri Roti di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan (Studi Kasus pada Toko Roti Nan's Bakery)”.

Berdasarkan uraian terdahulu, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

- (1) Bagaimana manajemen persediaan bahan baku yang dilakukan pada agroindustri roti berdasarkan metode EOQ di Toko Roti Nan's Bakery ?
- (2) Berapa keuntungan terkait dengan kegiatan pengolahan produk roti, bolu dan *cake* Toko Nan's Bakery ?
- (3) Bagaimana bauran pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk roti, bolu dan *cake* di Toko Nan's Bakery ?
- (4) Bagaimana peranan jasa layanan pendukung terhadap agroindustri roti, bolu dan *cake* di Toko Roti Nan's Bakery ?
- (5) Bagaimana strategi operasional yang diterapkan Toko Roti Nan's Bakery pada posisinya agar dapat bertahan dan berkembang di masa mendatang ?



### C. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- (1) Menganalisis persediaan bahan baku yang dilakukan pada agroindustri roti berdasarkan metode EOQ di Toko Roti Nan's Bakery.
- (2) Menganalisis keuntungan terkait kegiatan pengolahan roti, bolu dan *cake* di Toko Roti Nan's Bakery.
- (3) Menganalisis bauran pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk roti, bolu dan *cake* di Toko Roti Nan's Bakery.
- (4) Menganalisis peranan jasa layanan pendukung terhadap Toko Roti Nan's Bakery.
- (5) Menyusun strategi operasional yang tepat untuk agroindustri roti di Toko Roti Nan's Bakery.

### D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

- (1) Agroindustri Roti Nan's Bakery  
Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memilih berbagai pilihan alternatif strategi usaha yang dapat diterapkan oleh Toko Nan's Bakery guna mengembangkan usahanya dan meningkatkan nilai tambah.
- (2) Pemerintah  
Penelitian ini dapat membantu dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi Pemerintah Kabupaten Lampung Selatan dalam menentukan kebijakan yang sesuai bagi perusahaan terkait.
- (3) Peneliti lain  
Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber referensi dan masukan bagi penelitian sejenis selanjutnya.

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

### **A. Tinjauan Pustaka**

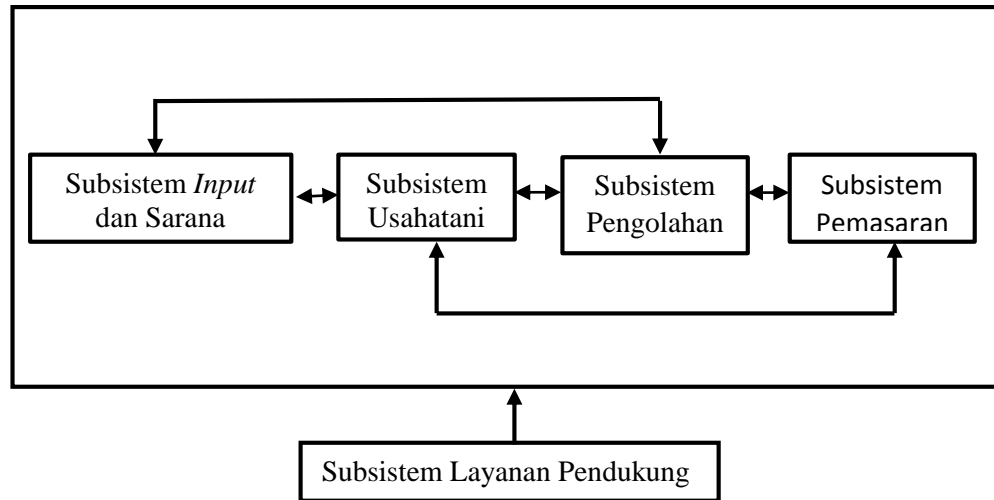
#### **1) Konsep Agribisnis**

Pengertian agribisnis menurut Downey and Erickson (1998) dalam buku Saragih (1998) adalah kegiatan yang berhubungan dengan penanganan komoditi pertanian dalam arti luas, yang meliputi subsistem pengadaan sarana produksi, subsistem usahatani, subsistem pengolahan, subsistem pemasaran, dan subsistem jasa layanan pendukung. Sektor agribisnis dari dulu hingga sekarang merupakan bidang usaha yang telah lama berperan penting dalam perekonomian negara. Hal ini didasarkan pada beberapa hal sebagai berikut :

- a. Mampu menyediakan lapangan pekerjaan mulai dari sektor masukan produksi sampai dengan pengolahan dan pemasaran.
- b. Mampu mendukung sektor industri hulu maupun hilir.
- c. Mampu mengurangi angka kemiskinan di pedesaan.
- d. Mampu menyediakan keragaman mutu pangan, karena itu sangat mempengaruhi tingkat konsumsi dan gizi masyarakat.
- e. Mampu menyumbang devisa negara dari sektor ekspor pertanian.

Suparta (2005) mengemukakan bahwa konsep sistem agribisnis yaitu keseluruhan aktivitas bisnis di bidang pertanian yang saling terkait dan saling tergantung satu sama lain, mulai dari subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi, subsistem usahatani, subsistem pengolahan dan penyimpanan hasil (agroindustri), subsistem pemasaran, dan jasa layanan pendukung. Kelima subsistem tersebut saling berhubungan

antara subsistem yang satu dengan subsistem yang lain. Keterkaitan antar subsistem dalam agribisnis dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Keterkaitan antar subsistem agribisnis  
Sumber : Sutawi, M.P., 2002

Gambar 1 menunjukkan bahwa ada keterkaitan ke belakang dan ke depan dan saling tergantung satu sama lain, mulai dari subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi, subsistem usahatani, subsistem pengolahan dan penyimpanan hasil (agroindustri), subsistem pemasaran, dan jasa layanan pendukung. Sehingga agribisnis akan dapat dijalankan dengan baik apabila mekanisme hubungan antar setiap subsistem agribisnis berjalan dengan baik pula. Subsistem input dan sarana berkaitan juga dengan subsistem pengolahan. Keterkaitan kedua sektor tersebut sangat kuat, baik keterkaitan ke depan (*forward linkage*) maupun keterkaitan ke belakang (*backward linkage*), dengan begitu industri pengolahan (agroindustri) akan memiliki kemampuan yang baik. Keterkaitan ke belakang, karena proses produksi pertanian membutuhkan alat dan alat produksi pertanian. Keterkaitan di masa depan, karena produk pertanian bersifat musiman, voluminous, dan mudah rusak (Soekartawi, 2000). Subsistem pengolahan akan berjalan karena adanya subsistem input dan sarana. Subsistem usahatani berkaitan dengan subsistem pemasaran. Subsistem usahatani akan tetap bisa dipasarkan tanpa atau tidak melalui subsistem pengolahan,

seperti halnya produk segar. Hasil produk yang dihasilkan oleh subsistem pengolahan sangat memerlukan peran subsistem pemasaran agar produk dapat sampai ke tangan konsumen dengan sistem pemasaran yang baik. Keempat subsistem tersebut akan berjalan lancar jika di dukung dengan jasa layanan pendukung (Sutawi, 2002).

Agribisnis dapat dilihat dari perspektif mikro dan makro. Pada tingkat mikro, agribisnis adalah unit usaha yang berkeadilan atau rasional di bidang pertanian, mulai dari pengadaan benih, pemeliharaan, pengolahan pasca panen hingga pemasaran. Agribisnis pada tingkat makro adalah suatu sistem yang meliputi: *Multiple subsystems*, dimana satu subsistem saling berhubungan dan terintegrasi dengan subsistem lainnya untuk mendapatkan nilai tambah yang maksimal bagi pelakunya (Davis dan Goldberg 1957 dalam Syahyuti, 2006).

## 2) Agroindustri Roti

Ruang lingkup agribisnis berkaitan dengan konsep agroindustri. Agroindustri terbukti mampu meningkatkan pendapatan agribisnis, menyerap tenaga kerja, menambah devisa negara, dan mendorong bangkitnya industri lain. Strategi pembangunan pertanian dari perspektif agribisnis dan agroindustri pada dasarnya menunjukkan bahwa mengembangkan agribisnis merupakan upaya penting untuk mencapai beberapa tujuan yaitu menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian, menciptakan struktur ekonomi yang kuat, efisien dan fleksibel, menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pembagian pendapatan (Soekartawi, 2000).

Agroindustri adalah bagian atau subsistem dari sistem agribisnis yang memproses atau mengolah dan mengubah produk pertanian mentah menjadi produk setengah jadi atau produk jadi yang dapat langsung dikonsumsi atau digunakan langsung dalam proses produksi. Agroindustri

terdiri dari dua suku kata, yaitu agro berasal dari kata *agriculture* yang berarti pertanian dan industri. Industri pengolahan hasil pertanian merupakan industri yang menggunakan bahan baku hasil pertanian. Berdasarkan pengertian industri pertanian di atas, dapat diartikan dari dua aspek, yaitu: pertama, agroindustri adalah industri dengan produk pertanian sebagai kegiatan utamanya. Studi agroindustri pada konteks ini adalah menekankan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan yang bahan bakunya adalah produk pertanian. Pengertian yang kedua adalah agroindustri didefinisikan sebagai suatu tahapan pembangunan kelanjutan dari pembangunan pertanian (Soekartawi, 2000)

Berbagai macam Agroindustri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut mencakup Industri Pengolahan Hasil Pertanian (IPHP), Industri Peralatan dan Mesin Pertanian (IPMP) dan Industri Jasa Sektor Pertanian (IJSP). Agroindustri roti termasuk ke dalam Industri Pengolahan Hasil Pertanian yang memanfaatkan tanaman pangan kaya karbohidrat yaitu padi-padian yang diolah menjadi tepung terigu.

Agroindustri atau industri roti (*bakery*) merupakan bagian dari industri makanan jadi yang memanfaatkan tepung terigu sebagai bahan baku utama dalam proses produksinya. Kegiatan pengolahan roti dibuat dengan proses yang sama yaitu pencampuran (*mixing*), fermentasi, pembentukan (*proofing*), pengempesan (*sheeting*), pencetakan (*molding*), pemanggangan (*baking*), penurunan suhu (*cooling*), dan terkadang pengirisan (*slicing*) (Zhou dan Hui, 2006).

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 ketersediaannya.
- d. Manajemen dan teknologi, meliputi tenaga manajemen yang memadai, kontrol kualitas, dan ketersediaan teknologi yang sesuai.
- e. Fasilitas penunjang, meliputi penelitian dan pengembangan, sistem informatika, dan infrastruktur (Muelgini dkk, 1993 dalam Aldhariana, Lestari, dan Ismono, 2016).

Kehadiran agroindustri diharapkan dapat meningkatkan daya saing sektor industri, terutama untuk produk-produk komoditas unggulan. Hal ini karena karakteristik industri pertanian yang memiliki keunggulan dibandingkan industri lainnya, diantaranya memiliki keterkaitan yang kuat dari industri hulu ke hilir, memanfaatkan sumber daya alam lokal dan terbarukan, memungkinkan keunggulan komparatif dan kompetitif, mampu menampung tenaga kerja dalam jumlah besar, dan produk agroindustri biasanya cukup elastis (Bantacut, 2002).

### 3) Agroindustri Nan's Bakery

Agroindustri Nan's Bakery merupakan sebuah usaha dibidang makanan yaitu berupa roti. Agroindustri roti Nan's Bakery memiliki sebuah toko yang sudah menetap di Jl. Lintas Sumatera, Merak Batin, Natar, Kabupaten Lampung Selatan dan memiliki dua cabang toko roti yang berada di Jl. ZA Pagar Alam, Kota Bandar Lampung dan Jl. Pramuka, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Usaha roti Nan's Bakery ini sudah berjalan kurang lebih tiga (4) tahun sejak 2019 hingga 2023 saat ini. Usaha Nan's Bakery ini memproduksi berbagai jenis roti, *cake*, dan bolu yang memiliki cita rasa sendiri.

#### 4) Roti

Roti merupakan produk pangan berbahan dasar tepung terigu yang di fermentasi dengan ragi roti atau bahan pengembang lainnya yang diolah dengan cara dipanggang. Roti termasuk dalam salah satu produk bioteknologi konvensional karena adanya proses fermentasi yang memanfaatkan mikroorganisme (Mudjajanto dan Yulianti, 2010).

Roti dibuat melalui dua proses yaitu pembuatan dan pemanggangan, dimana keduanya sangat penting dalam menentukan mutu produk akhir dari roti. Jenis roti ada berbagai macam yaitu roti kukus, roti panggang, dan roti goreng. Roti tawar dan roti manis merupakan jenis roti yang dipanggang (Suprapti, 2003). Menurut jenisnya, definisi roti tawar dan roti manis adalah sebagai berikut :

##### a. Roti Manis

Roti manis adalah jenis roti yang mempunyai cita rasa manis yang menonjol serta bertekstur empuk (*soft*) dengan atau tanpa isian. Roti manis ini di lihat dari adonannya termasuk dalam kategori *rich dough* (adonan dengan kadar gula dan margarine lebih dari 10% ).

##### b. Roti Tawar

Roti tawar adalah jenis roti yang umumnya memiliki warna putih dengan kandungan gula dan lemak rata-rata di bawah 10% dan bertekstur empuk (*soft*).

Zat gizi yang terdapat didalam roti yaitu  $\beta$ -karoten, tiamin (vitamin B1), riboflavin (vitamin B2), niasin, serta sejumlah mineral berupa zat besi, iodium, kalsium dan sebagainya. Roti juga diperkaya dengan asam amino tertentu untuk meningkatkan mutu protein bagi tubuh. Kandungan protein yang terdapat dalam roti mencapai 9,7%, lebih tinggi dibandingkan nasi yang hanya 7,8% (Jenie, 1993).

Berdasarkan data Statistik Konsumsi Pangan 2020 yang dirilis Kementerian Pertanian, rata-rata konsumsi roti manis per kapita mencapai

1.129 ons per minggu pada tahun 2020. Konsumsi per kapita roti manis ini meningkat 2,26% pada tahun 2020 dari 1.104 ons per minggu pada tahun 2017. Peningkatan konsumsi roti dan perubahan pola konsumsi oleh masyarakat Indonesia dalam beberapa tahun terakhir sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kemajuan teknologi produksi roti dan perubahan gaya masyarakat.

## 5) **Bahan Baku Roti**

Bahan baku roti terdiri dari tepung terigu, ragi, gula, telur, garam (NaCl), air, susu, dan mentega (Auliana, 2009)

### a. **Tepung Terigu**

Salah satu bahan utama pembuat roti yaitu tepung terigu. Tepung yang digunakan dalam pembuatan roti merupakan tepung yang mengandung protein tinggi sebesar 11-13% protein. Tepung terigu hasil penggilingan harus bersifat mudah tercurah, kering, tidak mudah menggumpal jika ditekan, berwarna putih, bebas dari kulit, tidak berbau asing seperti busuk, tidak berjamur atau tengik, juga bebas dari serangga tikus, kotoran, dan kontaminasi benda-benda asing lainnya. Bahan dasar tepung yang biasa digunakan adalah gandum dan jagung. Dalam pembuatan roti disarankan menggunakan tepung gandum guna menghasilkan pengembangan roti yang lebih baik karena beberapa jenis protein dalam gandum akan menghasilkan glutein jika dicampur dengan air.

### b. **Ragi atau Yeast**

Ragi atau *yeast* merupakan mikroorganisme atau suatu makhluk hidup berukuran kecil, pada umumnya yaitu jenis *Saccharomyces cerevisiae* yang biasa dimanfaatkan dalam pembuatan roti. Ragi berfungsi sebagai pengembang adonan dengan produksi gas CO<sub>2</sub>, serta sebagai pelunak glutein dengan asam yang dihasilkan, pemberi rasa dan aroma.



Jenis-jenis ragi yang terdapat dipasaran yaitu ragi tape berbentuk bulat pipih berwarna putih, dan ragi roti berbentuk butiran.

**c. Gula**

Gula yang digunakan dalam proses pembuatan roti umumnya adalah gula sukrosa (gula pasir) yang berasal dari tebu atau beet. Pada proses pembuatan roti, gula berfungsi sebagai makanan ragi (*yeast*) untuk membantu jalannya proses fermentasi sehingga adonan roti dapat mengembang. Gula juga memberi rasa manis serta memperbaiki warna dan aroma karena proses karamelisasi dan reaksi Maillard (khususnya gula reduksi) selama pemanggangan.

**d. Telur**

Telur merupakan sumber zat protein hewani yang bergizi tinggi. Fungsi telur sebagai pengental, perekat atau pengikat dalam pengolahan pangan. Telur dapat memberikan pengaruh pada warna, rasa, dan melembutkan tekstur roti dengan daya emulsi dari lesitin yang terdapat pada kuning telur. Penggunaan kuning telur dapat memberikan tekstur yang lembut pada roti dimana kuning telur mengandung lesitin (*emulsifier*).

**e. Garam (NaCl)**

Garam dapur (NaCl) sering kali dimanfaatkan dalam industri pangan. Penggunaan garam dengan jumlah yang sedikit berfungsi sebagai pembentuk cita rasa, sedangkan dalam jumlah yang cukup banyak berperan sebagai pengawet. Garam pada pembuatan roti harus memenuhi kriteria yang baik yaitu bersih (bebas dari bahan-bahan yang tidak dapat larut), halus, tidak bergumpal, dan mudah larut saat diolah.

**f. Air**

Air yang digunakan dalam pembuatan roti biasanya adalah air es. Air berperan penting dalam pembentukan adonan karena dapat mengontrol kepadatan dan suhu adonan. Air memiliki fungsi sebagai pelarut garam, penyebar dan pelarut bahan-bahan bukan tepung secara seragam dan memungkinkan adanya aktivitas enzim. Air dapat mempengaruhi penampilan bahan pangan, seperti tekstur, warna, dan cita rasa. Kandungan air dalam bahan makanan juga menentukan *acceptability*, kesegaran, dan daya tahan makanan.

**g. Susu**

Penggunaan susu untuk produk *bakery* berfungsi membentuk *flavor*, mengikat air, sebagai bahan pengisi, membentuk struktur yang kuat karena adanya protein berupa kasein, membentuk warna karena terjadi reaksi pencoklatan dan menambah keempukan karena adanya laktosa. Keutamaan susu yaitu meningkatkan nilai gizi. Susu mengandung protein (kasein), gula laktosa dan mineral kalsium.

**h. Mentega**

Mentega dapat dibuat dari lemak susu yang manis atau yang asam. Mentega dari lemak yang asam memiliki citarasa yang kuat. Mentega berfungsi sebagai pelumas untuk memperbaiki remah roti, memperbaiki daya iris roti, melunakkan kulit roti, dan dapat menahan air sehingga umur simpan lebih lama. Selain itu lemak juga bergizi, memberikan rasa lezat, mengempukkan, dan membantu pengembangan susunan fisik roti.

**6) Bolu**

Bolu atau kue bolu adalah kue berbahan dasar tepung terigu, gula, mentega, dan telur. Kue bolu umumnya dimatangkan dengan cara dipanggang di dalam oven, dan ada juga yang dikukus. Bolu panggang dibuat menggunakan alat mixer untuk mengocok telur atau mentega dengan gula

hingga mengembang. Tekstur dari kue bolu panggang ini lebih kering berbeda dengan kue bolu kukus yang sedikit lembab (Braker, 2003).

### 7) *Cake*

*Cake* adalah produk semi basah yang dibuat dengan pemanggangan adonan. Adonan *cake* biasanya terdiri dari terigu, gula, telur, susu, aroma dan lemak serta bahan pengembang dengan atau tanpa penambahan bahan makanan dan bahan tambahan makanan lain yang diijinkan. *Cake* biasanya berbentuk bulat, dan dihias dengan lapisan (*icing*) yang terbuat dari krim mentega, coklat, atau dengan fondan. Proses pengolahan *cake* biasanya dilakukan dengan cara dipanggang, dioven, ataupun dengan cara dikukus (Subagio, 2007).

### 8) **Pengadaan Bahan Baku**

Pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang mendukung terlaksananya proses produksi yang ada di agroindustri. Kuantitas dan kualitas bahan baku yang dibutuhkan akan tergantung pada jenis dan jumlah bahan baku yang dibutuhkan untuk melaksanakan proses produksi dalam jangka waktu tertentu. Pengadaan bahan baku bertujuan untuk menyediakan bahan baku dalam jumlah yang tepat, kualitas yang baik, tersedia secara berkesinambungan dengan biaya yang layak dan terorganisasi dengan baik. Kekurangan bahan baku atau terputusnya pasokan bahan baku dapat menyebabkan tidak efektif dan inefisiensi dalam sistem kerja, dan penurunan kualitas bahan baku dapat menurunkan kualitas produk olahan, oleh karena itu, pengadaan bahan baku pada agroindustri harus terorganisir dengan baik (Mulyadi, 1990).

Menurut Assauri (1999), pengadaan bahan baku juga dapat dibedakan atau digolongkan menurut jenis posisi bahan baku di dalam urutan pengolahan produk, yaitu:

- a. Pengadaan bahan baku, yaitu pengadaan dari barang-barang berwujud yang digunakan dalam proses produksi yang dapat diperoleh dari

sumber-sumber alam ataupun dibeli dari pemasok yang menghasilkan bahan baku bagi perusahaan.

- b. Pengadaan bahan baku pembantu, yaitu pengadaan bahan-bahan yang diperlukan dalam proses produksi untuk menunjang keberhasilan proses produksi.
- c. Pengadaan bahan baku setengah jadi atau barang dalam proses, yaitu pengadaan bahan-bahan yang berasal dari setiap bagian dari proses produksi atau bahan yang telah diolah dan perlu diproses kembali untuk kemudian menjadi produk jadi.

### 9) Metode *Economic Order Quantity* (EOQ)

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui proses pengadaan dan pengendalian persediaan bahan baku tepung terigu pada Agroindustri roti di Toko Roti Nan's Bakery di Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan adalah metode deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif berdasarkan metode *Economic Order Quantity* (EOQ) probabilistik. Menurut (Siswanto, 1985), suatu model dikatakan probabilistik apabila satu dari *demand* atau *lead time* atau bahkan keduanya tidak dapat diketahui dengan pasti dimana perilakunya harus diuraikan dengan distribusi probabilitas. Distribusi probabilitas ini diestimasi berdasarkan data masa lalu. Dalam menentukan total pesanan yang dapat dikatakan ekonomis dengan menggunakan metode EOQ Probabilistik tidak dapat secara langsung didapat nilai q ekonomis dengan menggunakan metode deterministik, tetapi dilakukan secara bertahap.

### 10) Subsistem Pengolahan

Pengolahan sebagai salah satu subsistem agribisnis merupakan alternatif pengembangan yang terbaik. Artinya, industri perlu dikembangkan untuk menciptakan keterkaitan antara sektor pertanian dan sektor industri. Jika keterkaitan kedua sektor tersebut sangat kuat, baik keterkaitan ke depan (*forward linkage*) maupun keterkaitan ke belakang (*backward linkage*), maka industri pengolahan (agroindustri) akan memiliki kemampuan yang

baik. Keterkaitan ke belakang, karena proses produksi pertanian membutuhkan alat dan alat produksi pertanian. Keterkaitan di masa depan, karena produk pertanian bersifat musiman, voluminous, dan mudah rusak (Soekartawi, 2000).

Menurut Saragih (1998) dalam Hidayatullah (2004) Pengembangan agroindustri ke depan perlu diarahkan ke dalam struktur agroindustri lebih ke hilir (pengolahan dan pemasaran), dengan tujuan menciptakan dan meningkatkan nilai tambah (*added value*) sebesar mungkin di dalam negeri, mendiversifikasikan produk yang mengakomodasikan preferensi konsumen, dan memanfaatkan segmen-segmen pasar yang berkembang, baik dalam negeri maupun di pasar internasional.

Terdapat beberapa alasan pentingnya peranan agroindustri pada pengolahan hasil pertanian, antara lain (Soekartawi, 2000):

- a. Meningkatkan nilai tambah.
- b. Meningkatkan kualitas hasil.
- c. Meningkatkan penyerapan tenaga kerja.
- d. Meningkatkan keterampilan produsen.
- e. Meningkatkan pendapatan produsen.

Kegiatan pengolahan merupakan kegiatan menciptakan produk. Selain menciptakan produk, kegiatan pengolahan yang baik akan menghasilkan produk roti yang berkualitas baik dan dapat memberikan keuntungan bagi pihak agroindustri roti. Untuk menghasilkan produk roti yang berkualitas Toko Roti Nan's Bakery harus memperhatikan beberapa aspek yang mempengaruhi kegiatan pengolahan. Kegiatan pengolahan sangat dipengaruhi oleh proses penyediaan bahan baku, bahan tidak langsung, peralatan produksi, tenaga kerja serta biaya.

Kinerja subsistem pengolahan merupakan total perkembangan barang yang didapatkan oleh produsen dalam periode waktu tertentu setelah penyelesaian

kerja produksi. Menurut Prasetya dan Fitri (2009) ada enam tipe pengukuran kinerja yaitu produktivitas, kapasitas, kualitas, kecepatan pengiriman, fleksibel dan kecepatan proses.

(a) Produktivitas

Produktivitas adalah suatu ukuran seberapa naik kita mengonversi *input* dari proses transformasi ke dalam *output*. Produktivitas dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{Unit yang diproduksi (unit)}}{\text{Jam kerja yang dipakai (jam)}} \dots\dots\dots (1)$$

(b) Kapasitas

Kapasitas adalah suatu ukuran yang menyangkut kemampuan *output* dari suatu proses.

$$\text{Capacity Utilization} = \frac{\text{Actual Output}}{\text{Design Input}} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

*Actual output*: *output* yang diproduksi (kg)

*Design capacity*: kapasitas maksimal memproduksi (kg)

(c) Kualitas

Kualitas dari proses pada umumnya diukur dengan tingkat ketidaksesuaian dari produk yang dihasilkan.

(d) Kecepatan pengiriman

Kecepatan pengiriman ada dua ukuran dimensi, pertama jumlah waktu antara produk ketika dipesan untuk dikirimkan ke pelanggan, kedua adalah variabilitas dalam waktu pengiriman.

(e) Fleksibel

Ada tiga dimensi dari fleksibel, pertama bentuk dari fleksibel menandai bagaimana kecepatan proses dapat masuk dari memproduksi satu produk atau keluarga produk untuk yang lain. Kedua adalah kemampuan bereaksi untuk berubah dalam volume. Ketiga, kemampuan dari proses produksi yang lebih dari satu produk secara serempak.

(f) Kecepatan proses

Kecepatan proses adalah perbandingan nyata melalui waktu yang diambil dari produk untuk melewati proses yang dibagi dengan nilai tambah waktu yang dibutuhkan untuk melengkapi produk atau jasa.

Kinerja produksi yang dilihat hanya dari sisi kualitas produk. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) kualitas produk merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk produk tersebut. Komponen kualitas produk berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat kesesuaian bentuk, ukuran, kemasan, merek, dan keawetan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen kualitas produk akan dinilai dengan melihat tampilan, pengemasan, cap (merek), rasa dan keawetan roti.

Pengolahan roti cukup mudah, tetapi harus memperhatikan prinsip dan bahan baku dalam proses pembuatannya. Bahan baku yang berlebih atau kurang akan menyebabkan tekstur dan rasa roti yang kurang sesuai. Dasar pembuatan roti adalah pembuatan adonan, lalu adonan akan melalui proses fermentasi, setelah itu bahan adonan akan di cetak sesuai bentuk yang diinginkan, lalu roti dipanggang atau dibakar dalam oven pada suhu kira-kira 200 – 230 °C sampai kulit atas dari roti biasanya berwarna coklat. Mikroglobule menggelembung karena gas CO<sub>2</sub> mengembang oleh suhu oven yang tertinggi dan dinding glutein mempertahankan volume globula tersebut, sehingga konsistensi roti seperti spons yang lunak dan empuk merata (Sediaoetama, 1993).

Pembuatan roti dilakukan dengan melakukan beberapa tahapan proses. Tahapan-tahapan proses pembuatan roti yaitu pencampuran, peragian, pembentukan dan pemanggangan. Secara lebih rinci dijelaskan seperti berikut.

(a) Pencampuran (*mixing*)

*Mixing* berarti mencampur secara homogen semua bahan, membentuk dan melunakkan gluten, serta menahan gas pada gluten. *Mixing* harus berlangsung hingga tercapai perkembangan optimal dari gluten dan penyerapan airnya. *Mixing* yang berlebihan akan merusak susunan gluten, adonan akan semakin panas, dan peragiannya semakin lambat. Proses *mixing* tergantung pada alat yang digunakan, kecepatan pencampuran penyerapan air dari gluten, formula dan masa peragian, dan jenis roti yang diinginkan (Mudjajanto dan Yulianti, 2004).

(b) Peragian

Tahap kedua yaitu peragian. Tahap ini penting dalam pembuatan roti dimana terjadinya pembentukan volume dan rasa. Fermentasi sangat dipengaruhi oleh suhu pembuatan dan kelembaban udara. Kondisi yang baik saat fermentasi adonan roti yaitu dengan kelembaban udara 75% dan suhu ruangan 35°C. Semakin panas suhu ruangan, semakin cepat proses fermentasi dalam adonan roti. Namun sebaliknya, semakin dingin suhu ruangan semakin lama proses fermentasinya. Selama peragian, adonan menjadi lebih besar dan ringan. Pada adonan langsung, adonan perlu sekali dilipar, ditusuk, atau dipukul 1-2 kali selama peragian dan pada akhir peragian. (Mudjajanto dan Yulianti, 2004).

(c) Pembentukan

Tahap pembentukan terdiri dari pengadonan dan pencetakan. Pembentukan adonan dilakukan dengan cara adonan yang telah diistirahatkan digiling menggunakan roll pin, kemudian digiling atau dibentuk sesuai dengan jenis roti yang diinginkan. Pada saat penggilingan, gas yang ada di dalam adonan keluar dan adonan mencapai ketebalan yang diinginkan sehingga mudah untuk digulung atau dibentuk (Mudjajanto dan Yulianti, 2004).



Agar roti sesuai dengan besarnya cetakan atau berdasarkan bentuk yang diinginkan, adonan perlu ditimbang. Sebelum ditimbang, adonan dipotong-potong dalam beberapa bagian. Proses penimbangan harus dilakukan dengan cepat karena proses fermentasi tetap berjalan. Adonan yang sudah digulung dimasukkan kedalam cetakan dengan cara bagian lipatan diletakkan di bawah agar lipatan tidak lepas yang mengakibatkan bentuk roti tidak baik. Selanjutnya, adonan diistirahatkan dalam cetakan sebelum dimasukkan ke dalam pembakaran. Proses ini dilakukan agar roti mengembang, sehingga hasil akhir roti diperoleh dengan bentuk dan mutu yang baik (Mudjajanto dan Yulianti, 2004).

(d) Pemanggangan

Tahap terakhir yaitu pemanggangan. Roti dipanggang dalam oven pada suhu kira-kira 205°C. Suhu pemanggangan roti kecil sekitar 220-230°C selama 14-18 menit. Sebelum pemanggangan selesai, pintu oven dibuka sedikit sekitar 23 menit. Untuk roti lainnya, pembakaran dengan suhu oven 220-230°C, kemudian menurun hingga 200°C selama 5-10 menit dan sebelum selesai, pintu oven dibuka sedikit (Mudjajanto dan Yulianti, 2004).

Peralatan produksi sangat diperlukan dalam proses pengolahan roti. Alat Produksi merupakan media untuk mengolah bahan menjadi produk jadi dengan bantuan pekerja. Terdiri dari alat produksi langsung (fasilitas produksi yang berupa mesin, perkakas, peralatan, perkakas bantu dan sebagainya) dan alat produksi tak langsung (tanah, jalan, bangunan, gudang dan sebagainya). Dengan adanya alat produksi dengan kualitas baik maka akan memberikan kualitas keluaran yang baik pula.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam penggunaan alat produksi tersebut tergantung dari upaya perusahaan untuk mencari dan memilih dengan teliti jenis alat produksi yang akan digunakan dalam proses produksi. Dengan kualitas bahan baku yang semakin baik maka akan mengurangi terjadinya

kesalahan produksi maupun proses produksi ulang. Alat produksi yang berkualitas adalah suatu subyek produksi yang cocok pada proses produksi (Sukardi, 2009). Beberapa peralatan yang digunakan dalam proses produksi roti yaitu

- (a) *Hand mixer listrik* dengan lengan pengaduk berbentuk buah alpokat digunakan untuk mengocok telur dan mencampur adonan lunak misalnya untuk adonan roti dan *cake*.
- (b) *Planetary Mixer* adalah alat pencampur yang bekerja dengan cara lengan pengaduk berputar sambil berotasi seperti bumi mengelilingi matahari.
- (c) *Final Proofer* yaitu alat yang digunakan untuk pengembangan akhir proses fermentasi dalam pembuatan roti dilengkapi dengan pengatur kelembapan nisbi dan suhu.
- (d) Oven alat yang digunakan dalam pemanggangan roti. Sumber panas dalam berasal dari elemen pemanas listrik. Oven otomatis dilengkapi pengontrol suhu, uap air, pengatur waktu pemanggangan.
- (e) Meja kerja SS digunakan dalam proses pembuatan roti. Meja kerja ini tahan karat dan mudah untuk dibersihkan. Ukuran meja kerja yang digunakan adalah 2000x750x850 mm sesuai dengan standar dalam pembuatan roti
- (f) Pan Alumunium/loyang alumunium digunakan dalam proses pemanggangan roti baik pemanggangan roti tawar maupun roti manis. Penggunaan Pan Alumunium dalam setiap untuk pemanggangan roti manis jumlahnya 15 piece setiap loyang dengan ukuran 60 gr. Untuk roti tawar jumlahnya 6 loaf setiap loyang dengan ukuran 900 gr dan 9 loaf dengan ukuran 450 gr.
- (g) Loaf pan adalah wadah yang digunakan sebagai cetakan dalam proses akhir pembuatan roti tawar dan roti sobek. Loaf pan ada yang mempunyai cover dan tanpa dengan cover.
- (h) *Rack trailer* berfungsi untuk menempatkan loaf pan/loyang yang telah digunakan. Scoop adalah Alat bantu yang digunakan untuk

mengambil bahan yang akan ditimbang. Misalkan pengambilan tepung terigu dan gula pasir.

- (i) *Roller* adalah alat bantu untuk memipihkan adonan dalam pembuatan roti manis dan *Puff Pastry*.
- (j) Tong adalah alat bantu untuk mengambil atau memindahkan roti dalam loyang yang telah dipanggang.
- (k) *Mixing Bowl* adalah wadah tempat mencampur adonan dalam pembuatan roti.
- (l) *Oven Gloves* adalah Sarung pelindung tangan yang tahan sampai suhu 200°C yang digunakan untuk mengambil loyang dari dalam oven.
- (m) Loyang adalah wadah untuk menampung adonan kue untuk dipanggang.

Kegiatan pengolahan akan berlangsung dengan adanya tenaga kerja.

Menurut Undang-Undang (UU) No. 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, tenaga kerja merupakan setiap orang atau individu yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun masyarakat. Umumnya, tenaga kerja dapat dikelompokkan berdasarkan klasifikasi pokok dalam perusahaan. Berdasarkan fungsi ini dapat diklasifikasikan menjadi 3 bagian antara lain:

- (a) Tenaga Kerja Bagian Produksi, merupakan tenaga kerja yang berada di bagian produksi yang pekerjaannya adalah membuat produk-produk yang akan dijual. Tenaga kerja bagian produksi di agroindustri roti biasa disebut dengan baker. Baker merupakan sebuah profesi dalam dunia kuliner sebagai pembuat kue, dimana mereka secara langsung terlibat dalam pembuatan produk yaitu berupa roti, bolu dan *cake*.
- (b) Tenaga Kerja Bagian Pemasaran, merupakan salah satu bagian terpenting dari suatu perusahaan. Tenaga kerja di bidang pemasaran adalah meruka yang terlibat dalam proses pemasaran produk dari suatu perusahaan ke publik. Pada agroindustri roti Nan's Bakery tenaga kerja bagian pemasaran disebut dengan *team marketing*.

- (c) Tenaga Kerja Bagian Administrasi dan Umum, adalah orang-orang yang bekerja di suatu perusahaan yang kepentingannya diluar bagian produksi dan bagian pemasaran. Pada agroindustri roti Nan's Bakery tenaga kerja bagian administrasi dan umum ini berupa admin toko, kepala toko, pelayan toko, dan supir.

### 11) Teori Keuntungan

Keuntungan adalah selisih antara pendapatan dengan semua biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usaha. Menurut Kartadinata (2000), terdapat beberapa pengertian dalam menganalisis keuntungan antara lain:

- (a) Pendapatan adalah jumlah produksi yang dihasilkan dalam suatu kegiatan usaha dikalikan dengan harga jual yang berlaku di pasar.
- (b) Keuntungan adalah pendapatan yang dikurangi dengan biaya produksi.
- (c) Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dinyatakan dengan uang yang diperlukan untuk menghasilkan produksi.

Mulyadi (2012) mengemukakan dalam pengertian luas, biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Menurut Supriyono (2002), biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) dan akan digunakan sebagai pengurang keberhasilan. Biaya dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

(a) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku utama yang dipakai untuk memproduksi barang.

(b) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja utama yang langsung berhubungan dengan produk yang diproduksi dari bahan baku mentah menjadi barang jadi.

(c) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang, selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* dikelompokkan atas dasar tingkah laku perubahannya terhadap volume aktivitas yaitu biaya tetap dan biaya variabel (Mulyadi, 2009).

1) Biaya *Overhead* Pabrik Variabel

Biaya yang jumlahnya tergantung dari volume produk yang akan dihasilkan. Semakin banyak produk yang ingin dihasilkan, biaya variabel akan semakin tinggi dan sebaliknya. Contohnya biaya bahan tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya transportasi, biaya listrik.

2) Bahan *Overhead* Pabrik Tetap

Biaya tidak langsung yang jumlahnya tidak berubah, walaupun ada perubahan volume produksi. Contohnya biaya sewa tempat, penyusutan alat, dan biaya izin usaha.

Semakin banyak produk yang ingin dihasilkan, biaya variabel akan semakin tinggi dan sebaliknya, contohnya biaya bahan tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya transportasi, biaya listrik.

Perhitungan biaya produksi dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Perhitungan biaya produksi

<b>Biaya Bahan Baku</b>		
Biaya bahan baku langsung	Xxx	
Biaya bahan baku tidak langsung	Xxx	
<b>Total biaya bahan baku</b>		<b>Xxx</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja</b>		
Biaya tenaga kerja langsung	Xxx	
Biaya tenaga kerja tidak langsung	Xxx	
<b>Total biaya tenaga kerja</b>		<b>Xxx</b>
<b>Biaya Produksi</b>		<b>Xxx</b>

Sumber : Kartadinata (2000)

Menurut Kartadinata (2000), keuntungan adalah selisih antara pendapatan dengan semua biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usaha. Pendapatan adalah nilai dari produksi yang dihasilkan dikalikan dengan

harga produk tersebut, sedangkan biaya adalah seluruh pengeluaran yang dikeluarkan untuk membayar faktor-faktor produksi. Saat perubahan pendapatan lebih besar dari perubahan biaya total dari setiap output maka keuntungan yang diterima akan meningkat, dan berlaku sebaliknya. Secara matematis besarnya keuntungan agroindustri dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Keuntungan} = \text{Total Pendapatan} - \text{Biaya Operasional} \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan :

$\Pi$  = Keuntungan (Rp)

Biaya Operasional = Biaya yang digunakan untuk produksi (Rp)

## 12) Bauran Pemasaran

Pemasaran mempunyai peran yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan. Untuk mencapai keberhasilan pemasaran, setiap perusahaan harus menyusun strategi pemasaran yang efektif dengan menggabungkan elemen-elemen dalam bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2008). Bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis mencakup produk, harga, tempat, dan promosi yang diperlukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan perusahaan di pasar sasaran. Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran serta variabel mana yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para konsumen (Assauri, 1999).

Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2010), saat ingin mengembangkan strategi untuk barang industri, pemasar biasanya mengacu pada empat elemen dasar strategis yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Istilah yang dipakai untuk menyebut keempatnya biasanya disebut sebagai “4P” dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Perkembangan penerapan 4P saat ini dipandang terlalu

sempit. Hal ini mendorong para pakar pemasaran untuk mendefinisikan ulang bauran pemasaran, sehingga lebih *apikastif* untuk sektor jasa. Hasil dari perkembangan 4P tradisional adalah 7P (*Product, Price, Place, Promotion, Process, People* dan *Physical Evidence*) (Yazid, 2011). Secara kolektif, keseluruhan tujuh elemen (7P) dari bauran pemasaran menunjukkan unsur-unsur yang dibutuhkan untuk menciptakan strategi yang layak dalam memenuhi kebutuhan pelanggan sekaligus menghasilkan laba dalam pasar yang kompetitif (Lovelock, Wirtz, dan Mussry, 2010) adalah sebagai berikut :

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar, agar menarik perhatian, akusisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk dalam arti luas meliputi objek-objek fisik, jasa, cara, orang, tempat, organisasi, ide atau bauran entitas-entitas ini (Kotler dan Armstrong, 2012). Produk dalam pengertian umum adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Nana, 2015).

Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Unsur produk yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang bauran produk, merek dagang, cara pengemasan atau kemasan produk, tingkat mutu atau tas dari produk dan pelayanan yang diberikan (Assauri, 1999). Penelitian ini melihat komponen produk berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat bentuk, ukuran, dan jumlah produksi, kemasan, merek, dan keawetan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen produk akan dinilai

dengan melihat kualitas, kuantitas, tampilan, pengemasan, cap (merek), rasa dan keawetan roti.

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Pada penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi baik langsung maupun tidak langsung (Kotler dan Armstrong, 2012). Harga merupakan unsur terpenting ke dua dalam bauran pemasaran setelah produk dan merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan, sedangkan unsur-unsur lainnya merupakan pengeluaran biaya saja. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, serta adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya. Faktor tidak langsung erat hubungannya dalam penetapan harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing. Ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil, yaitu:

- 1) Memperoleh harga yang maksimum.
- 2) Mendapatkan *share* pasar tertentu.
- 3) Memerah pasar.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), ada dua faktor umum yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga, yaitu:

- 1) Faktor internal perusahaan meliputi: tujuan pemasaran, perusahaan, strategi bauran pemasaran, dan biaya produksi.
- 2) Faktor eksternal perusahaan meliputi: sifat pasar dan permintaan, adanya persaingan, kebijaksanaan, dan peraturan pemerintah.

Komponen harga berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat bagaimana metode penetapan harga, pemberian potongan harga serta bagaimana cara pembayaran yang dilakukan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau



pembeli, komponen harga akan dinilai dengan melihat apakah harga yang ditetapkan terjangkau, harga yang ditetapkan sesuai harapan konsumen, pemberian potongan harga dan sistem pembayaran yang dilakukan. Harga bagi sebagian besar masyarakat masih menduduki tempat teratas, sebelum membeli barang atau jasa.

c. *Place* (Tempat)

*Place* atau tempat dapat memiliki arti yang berbeda, pada unit usaha yang memproduksi barang, *place* berarti saluran distribusi dari barang yang diproduksi agar sampai ke tangan konsumen, sedangkan *place* (tempat pelayanan) merupakan keputusan manajemen mengenai kapan, dimana, dan bagaimana menyajikan layanan yang baik kepada pelanggan. Tempat menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menjadikan suatu produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat yang tepat di mana konsumen berada. Untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran. Kebijakan penyaluran merupakan salah satu kebijakan pemasaran terpadu yang mencakup penentuan saluran pemasaran dan distribusi fisik. Kedua faktor ini mempunyai hubungan yang sangat erat dalam keberhasilan penyaluran dan sekaligus keberhasilan pemasaran produk perusahaan (Kotler dan Keller, 2008). Menurut Suryana (2013), tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien. Untuk mencapai sasaran tempat yang baik dapat dilakukan dengan jalan sebagai berikut:

- 1) Memperbanyak saluran distribusi.
- 2) Memperluas segmentasi atau cakupannya.
- 3) Menata penampilan tempat usaha.
- 4) Menggunakan cara penyampaian barang seefisien mungkin.

- 5) Mengubah-ubah persediaan dari gudang yang satu ke gudang yang lain. Hal ini penting untuk mengendalikan persediaan dan penawaran.

Komponen tempat berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat bagaimana kestrategisan lokasi penjualan, dilihat dari alat transportasi yang ada dan melihat bagaimana penyampaian produk hingga ke tangan konsumen dan sasaran pemasaran, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen tempat akan dinilai dengan melihat kestrategisan lokasi, jangkauan transportasi, kenyamanan tempat pemasaran, jasa pesan antar yang ditawarkan, dan distribusi produk.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi atau *promotion* merupakan salah satu unsur yang digunakan untuk memberitahukan, membujuk, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen, agar membeli produk dari perusahaan. Kegiatan promosi dilakukan agar sesuai dengan rencana pemasaran secara keseluruhan dan diharapkan akan dapat berperan secara aktif dalam meningkatkan penjualan dan *share* pasar. Selain itu, kegiatan promosi ini juga diharapkan akan dapat mempertahankan popularitas merek selama ini dan bahkan ditingkatkan, bila menggunakan program promosi yang tepat (Hasyim, 2012).

Promosi menurut Kotler dan Amstrong (2012) merupakan suatu program yang memberi informasi kepada konsumen mengenai keunggulan produk. Promosi mempunyai beragam alat yang digunakan untuk meraih tujuan pemasarannya, yaitu melalui periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung. Komponen kombinasi promosi terdiri dari kegiatan-kegiatan periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pameran dan demonstrasi, yang kesemuanya

dipergunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan barang. Peralatan promosi yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan terdiri dari advertensi, *personal selling*, promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (*publicity*) (Hasyim, 2012).

Komponen promosi berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan oleh agroindustri serta media apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi tersebut, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, promosi akan dinilai dengan melihat apakah promosi yang dilakukan menarik dan membantu konsumen, kegencaran promosi, promosi yang dilakukan sesuai kenyataan serta media promosi yang digunakan.

e. *Process* (Proses)

Proses atau *process* adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan barang atau jasa. Bagian proses ini memiliki arti sesuatu untuk menyampaikan barang dan jasa. Proses yang dipilih akan mempunyai dampak jangka panjang pada efisiensi dan produksi, begitu juga pada fleksibilitas biaya dan kualitas barang yang diproduksi, oleh karena itu, banyak strategi perusahaan ditentukan saat keputusan proses ini.

Strategi proses juga berhubungan dengan tata letak ruang alur produksi dan alur penjualan produk. Tata letak merupakan suatu keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi dalam jangka panjang. Tata letak memiliki banyak dampak strategis, karena tata letak menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, biaya, kualitas lingkungan kerja, kontak pelanggan dan citra perusahaan. Tata letak yang efektif dapat membantu organisasi mencapai sebuah strategi yang menunjang pembeda, biaya rendah, atau respon cepat (Heizer dan Render, 2006).

Komponen proses pada bauran pemasaran berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual dinilai dengan melihat bagaimana pemilik usaha melayani konsumen yang membeli produk, proses produksi yang sesuai, dan kompetensi karyawan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen proses akan dinilai dengan melihat apakah pelayanan dilakukan dengan baik, pelayanan dilakukan dengan cepat dan tangkas, proses pemilihan produk yang nyaman, dan pengawasan karyawan yang ketat pada saat pemilihan produk.

f. *People* (Sumberdaya Manusia)

Sumberdaya Manusia atau *People* adalah orang yang memiliki andil dalam memberikan atau menunjukkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang. Pegawai yang bekerja di dalam pekerjaan yang berhadapan dengan pelanggan menjadi faktor produksi utama dalam menghantarkan keunggulan layanan dan keunggulan bersaing (Nirwana, 2004). Komponen sumberdaya manusia berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat bagaimana pemilik usaha menjaga kualitas layanan terhadap konsumen dan memuaskan konsumen dilihat dari pelayanan karyawan dan penampilan karyawan, pembagian kerja, motivasi kerja serta penghargaan yang diberikan kepada karyawan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen sumberdaya manusia akan dinilai dengan melihat pelayanan karyawan, sikap (*attitude*) karyawan, penampilan karyawan, pekerjaan karyawan yang optimal, dan kehandalan karyawan.

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik (*physical evidence*) adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana. Karakteristik lingkungan merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Situasi dalam hal ini adalah situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, peletakkan dan *layout*

yang nampak sebagai objek. *Physical evidence* merupakan lingkungan dimana suatu perusahaan memberikan layanannya dan lokasi dimana perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen (Zeithaml, Bitner, dan Gremler, 2006).

Komponen bukti fisik berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat kerapihan produk, kondisi lingkungan agroindustri dalam memberikan kenyamanan terhadap konsumen, kenyamanan tempat, dan fasilitas parkir, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen bukti fisik akan dinilai dengan melihat penataan produk, tampilan ruangan, kebersihan lokasi, ruangan yang nyaman bagi konsumen, serta fasilitas parkir yang tersedia.

Berdasarkan definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah unsur-unsur pemasaran yang saling terikat, dibaurkan, diorganisirkan dan digunakan dengan tepat, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

### **13) Jasa Layanan Pendukung**

Jasa layanan pendukung adalah subsistem akhir yang membantu subsistem lainnya seperti subsistem pengadaan sarana produksi, subsistem pengolahan dan subsistem pemasaran. Subsistem jasa layanan pendukung agribisnis (kelembagaan) adalah semua jenis kegiatan yang berfungsi untuk mendukung dan melayani serta mengembangkan kegiatan subsistem hulu, subsistem usaha tani, dan subsistem hilir. Termasuk kedalamnya adalah lembaga penelitian dan pengembangan, perkreditan dan asuransi, transportasi, pendidikan, lembaga pelatihan dan penyuluhan, teknologi komunikasi dan informasi, serta dukungan kebijaksanaan pemerintah (Soekartawi, 2000).

Lembaga-lembaga yang terkait dalam kegiatan pendukung agribisnis adalah penyuluh, konsultan, keuangan, dan penelitian. Lembaga penyuluhan dan konsultan memberikan layanan informasi yang dibutuhkan oleh petani dan pembinaan teknik produksi, budidaya pertanian, dan manajemen pertanian. Lembaga keuangan seperti perbankan dan asuransi yang memberikan layanan keuangan berupa pinjaman dan penanggung risiko usaha (khusus asuransi). Lembaga penelitian baik yang dilakukan oleh balai-balai penelitian atau perguruan tinggi memberikan layanan informasi teknologi produk, atau teknik manajemen mutakhir hasil penelitian dan pengembangan (Soehardjo, 1997). Berdasarkan pengertian menurut beberapa ahli, maka dapat disimpulkan bahwa lembaga-lembaga yang termasuk ke dalam jasa layanan pendukung adalah :

- a. Lembaga keuangan (Bank dan Non Bank)
- b. Lembaga penyuluhan pertanian
- c. Lembaga penelitian
- d. Kebijakan pemerintah
- e. Transportasi
- f. Teknologi informasi dan Komunikasi (TIK)

#### **14) Strategi Operasional**

Strategi merupakan suatu tindakan yang menuntut keputusan pihak manajemen yang berada pada posisi puncak untuk dapat merealisasikannya. Dengan adanya strategi, dapat mempengaruhi kehidupan suatu lembaga jangka panjang, sehingga strategi sifatnya adalah berorientasi untuk masa depan. Dalam perumusan strategi, diperlukan pertimbangan mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi suatu perusahaan. Salah satu alat analisis strategis yang menggabungkan faktor internal dan eksternal perusahaan adalah matriks SWOT, di mana matriks tersebut mencakup kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang suatu perusahaan. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), yaitu berupa

kekuatan dan kelemahan. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*), yaitu berupa peluang dan ancaman (David, 2004).

Strategi operasional merupakan strategi fungsional atau strategi dari unit-unit bisnis yang diarahkan oleh strategi pengembangan dan akan menghasilkan suatu pola yang konsisten dalam keputusan jangka pendek. Inti dari strategi operasional yaitu misi, keunggulan khusus, tujuan, dan kebijakan (Schroeder, 1989). Strategi operasional merupakan bagian vital dalam penyempurnaan strategi perusahaan dan memastikan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Perbedaan strategi operasional dan strategi pengembangan terletak pada jangka waktunya. Strategi operasional memiliki jangka waktu yang pendek untuk sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) atau agroindustri, sedangkan strategi pengembangan merupakan strategi bisnis secara umum di suatu perusahaan yang besar untuk jangka panjang. Strategi operasional juga merupakan strategi fungsional yang harus didukung dengan strategi bisnis dan harus menjadi pola yang konsisten dalam keputusan (Hayes dan Wheel, 1984).

Perumusan strategi didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat, sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut (Rangkuti, 2006).

#### (a) Analisis SWOT

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

(*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2006).

1. *Strength* (S), yaitu karakteristik yang sifatnya positif internal yang dapat dimaksimalkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan.
2. *Weakness* (W), yaitu karakteristik internal yang bersifat menghalangi dan melemahkan perusahaan.
3. *Opportunity* (O), yaitu karakteristik eksternal yang mempunyai potensi membantu perusahaan mencapai tujuan.
4. *Threat* (T), yaitu karakteristik eksternal yang dapat mencegah perusahaan dalam mencapai tujuan.

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengambilan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, peluang, ancaman dan kelemahan) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk menganalisis situasi adalah analisis SWOT.

Analisis SWOT yang digunakan untuk mendapatkan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, dengan jalan mengamati lingkungan eksternal untuk melihat kesempatan dan ancaman dan mengamati lingkungan internal untuk melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan.

(b) Tahap analisis SWOT

Menurut David (2009), matriks SWOT merupakan alat analisa yang penting untuk mengembangkan strategi dari kombinasi faktor internal perusahaan, terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang ada di perusahaan dan faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman



yang dihadapi perusahaan. Matriks analisis SWOT dibentuk melalui tahapan sebagai berikut:

1. Menentukan aspek mempengaruhi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan.
2. Menghubungkan antara aspek kekuatan dan kelemahan sehingga menghasilkan strategi kekuatan dan peluang (SO).
3. Menghubungkan antara aspek kelemahan dan peluang sehingga menghasilkan strategi kekuatan dan peluang (WO).
4. Menghubungkan antara aspek kekuatan dan ancaman sehingga menghasilkan strategi kekuatan dan peluang (ST).
5. Menghubungkan antara aspek kelemahan dan ancaman, sehingga menghasilkan strategi kekuatan dan peluang (WT)

Analisis SWOT merupakan identifikasi sistematis dari faktor internal maupun eksternal serta strategi yang digambarkan dengan keterkaitan antara aspek-aspek didalamnya. Hal ini dengan asumsi bahwa suatu perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimumkan kelemahan dan ancaman. Kinerja suatu perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT.

Analisis SWOT memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi baik positif maupun negatif dari dalam dan dari luar perusahaan. Menurut Rangkuti (2016) tujuan dari analisis SWOT adalah sebagai berikut:

- (a) Mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang terlibat sebagai input untuk merancang proses, sehingga proses yang dirancang dapat berjalan optimal, efektif, dan efisien.
- (b) Menganalisis suatu kondisi dimana akan dibuat sebuah rencana untuk melakukan sesuatu.
- (c) Mengetahui keuntungan yang dimiliki perusahaan.
- (d) Menganalisis prospek perusahaan untuk penjualan, keuntungan, dan pengembangan produk yang dihasilkan.

- (e) Menyiapkan perusahaan untuk siap dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.
- (f) Menyiapkan untuk menghadapi adanya kemungkinan dalam perencanaan pengembangan di dalam perusahaan.

### **15) Analisis Lingkungan Internal**

Lingkungan internal merupakan lingkungan yang terdiri dari variabel kekuatan dan kelemahan dalam kontrol manajemen perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2008), pengidentifikasian faktor internal dapat memberikan gambaran kondisi suatu perusahaan, yaitu faktor kekuatan dan kelemahan. Perusahaan menghindari ancaman yang berasal dari faktor eksternal melalui kekuatan yang dimilikinya dari faktor internal. Pengkategorian analisis lingkungan internal sering diarahkan pada lima aspek. Aspek-aspek tersebut meliputi berikut:

- (a) Produksi, fungsi produksi/operasi mencakup semua aktivitas yang mengubah *input* menjadi barang atau jasa. Kegiatan produksi dan operasi perusahaan paling tidak dapat dilihat dari keteguhan prinsip efisiensi, efektivitas dan produktivitas (Umar, 2008).
- (b) Keuangan atau permodalan, kondisi keuangan perusahaan menjadikan ukuran dalam melihat posisi bersaing dan daya tarik keseluruhan bagi investor. Menentukan kekuatan dan kelemahan keuangan dalam suatu organisasi sangat penting, agar dapat merumuskan strategi secara efektif (David, 2009).
- (c) Pemasaran, adalah suatu proses social yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan (Kotler dan Keller, 2008).
- (d) Sumberdaya manusia, manusia merupakan sumberdaya terpenting bagi perusahaan. Oleh karena itu, manajer perlu berupaya agar terwujud perilaku positif di kalangan karyawan perusahaan. Berbagai faktor-faktor yang perlu diperhatikan adalah langkah-langkah yang jelas mengenai manajemen SDM, keterampilan dan motivasi kerja, produktivitas dan sistem imbalan (Umar, 2008).

- (e) Lokasi industri, aktivitas ekonomi suatu perusahaan/industri akan sangat dipengaruhi oleh lokasi industri yang ditempatinya. Keputusan lokasi yang dipilih merupakan keputusan tentang bagaimana perusahaan-perusahaan memutuskan dimana lokasi pabriknya atau fasilitas-fasilitas produksinya secara optimal (Umar, 2008).

Tahap-tahap mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dalam matriks IFE adalah sebagai berikut :

- (a) Menulis faktor internal
- (b) Memberi bobot untuk masing-masing faktor. Jumlah seluruh bobot (internal dan eksternal) harus sebesar 1.
- (c) Memberi rating 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor.
- (d) Mengalikan masing-masing bobot dengan rating untuk menentukan rata-rata tertimbang (Skor) untuk masing-masing variabel.
- (e) Menjumlah rata-rata tertimbang untuk masing-masing variabel. Total rata-rata tertimbang dibawah 2,5 menggambarkan organisasi yang lemah secara internal, sementara total nilai diatas 2,5 mengidentifikasi posisi internal yang kuat.

## **16) Analisis Lingkungan Eksternal**

Analisis lingkungan eksternal perusahaan terutama bertujuan untuk mengidentifikasi sejumlah peluang dan ancaman yang berada di lingkungan eksternal perusahaan. Peluang merupakan tren positif yang berada di lingkungan eksternal perusahaan dan apabila peluang tersebut dimanfaatkan oleh perusahaan, maka peluang usaha tersebut berpotensi untuk menghasilkan laba bagi perusahaan secara berkelanjutan. Ancaman adalah berbagai tren negatif yang berada di lingkungan eksternal perusahaan dan apabila ancaman tersebut tidak diantisipasi dengan baik oleh perusahaan, maka peluang usaha tersebut berpotensi menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Lingkungan eksternal meliputi variabel

peluang dan ancaman di luar kontrol manajemen perusahaan (Solihin, 2012).

Penilaian eksternal terfokus pada upaya identifikasi dan menilai tren, serta peristiwa di luar kendali suatu perusahaan. Tujuan audit eksternal adalah membuat daftar terbatas mengenai berbagai peluang yang dapat menguntungkan perusahaan dan berbagai ancaman yang harus dihindari (David, 2009). Lingkungan eksternal meliputi aspek sebagai berikut:

- a. Pesaing, adalah pihak yang menawarkan kepada pasar produk sejenis atau sama dengan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan atau produk substitusinya di wilayah tertentu.
- b. Ekonomi, sosial dan budaya, merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli dan pola pembelanjaan konsumen. Daya beli ini diukur dari tingkat pendapatan masyarakat dan perkembangan tingkat harga-harga umum.
- c. Bahan baku, ketersediaan bahan baku mendukung keberlangsungan suatu perusahaan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.
- d. Konsumen, komponen ini melihat apakah tingkat kebutuhan konsumen akan produk roti sangat besar atau sebaliknya.
- e. Kebijakan pemerintah, adalah lembaga yang mengawasi perusahaan seperti badan pemerintah, kelompok penekan yang mempengaruhi dan membatasi ruang gerak organisasi dan individu dalam masyarakat.

Tahap-tahap mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan eksternal dalam matriks EFE adalah sebagai berikut :

- (a) Menulis faktor eksternal.
- (b) Memberi bobot untuk masing-masing faktor. Jumlah seluruh bobot (internal dan eksternal) harus sebesar 1.
- (c) Memberi 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor.
- (d) Mengalikan masing-masing bobot dengan rating untuk menentukan rata-rata tertimbang (Skor) untuk masing-masing variabel.

- (e) Menjumlah rata-rata tertimbang untuk masing-masing variabel. Total rata-rata tertimbang dibawah 2,5 menggambarkan organisasi yang lemah secara eksternal, sementara total nilai diatas 2,5 mengidentifikasi posisi eksternal yang kuat.

### **17) Kajian Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian terdahulu memberikan gambaran kepada penulis tentang penelitian sejenis yang pernah dilakukan, sehingga dapat dijadikan acuan bagi penulis untuk menentukan metode yang digunakan dalam menganalisis data penelitian sebelumnya yang memiliki persamaan dan perbedaan segi dari produk, waktu, tempat dan metode penelitian. Diperlukan penelitian sebelumnya sebagai bahan referensi bagi peneliti untuk membandingkan penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya.

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai keragaan agroindustri dan strategi operasional sudah terbilang cukup banyak, akan tetapi penelitian mengenai keragaan agroindustri dan strategi operasional agroindustri roti dapat terbilang masih sangat sedikit. Hasil penelitian terdahulu tidaklah semata-mata digunakan sebagai acuan penulisan hasil dan pembahasan penelitian ini. Hal ini dapat dilihat dari terdapatnya persamaan dan perbedaan penelitian yang hendak dilaksanakan dengan penelitian terdahulu. Penelitian tentang analisis keragaan dan strategi operasional belum pernah dilakukan di agroindustri roti Nan's Bakery, sehingga untuk menjawab tujuan penelitian perlu rujukan penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki kesamaan tujuan dengan penelitian ini dan juga dengan kesamaan penggunaan metode.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu yang tercantum pada Tabel 6, maka dapat dilihat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Penelitian Analisis Keragaan dan Strategi Operasional Agroindustri Roti di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung

Selatan (Studi Kasus pada Toko Roti Nan's Bakery) memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu pada beberapa tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis keragaan agroindustri berupa pengadaan bahan baku, pengolahan, pemasaran dan juga penetapan strategi dengan metode analisis SWOT. Selain itu, kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah kesamaan pada metode yaitu menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif (pengadaan bahan baku, bauran pemasaran, analisis SWOT) dan metode analisis deskriptif kuantitatif (keuntungan) hanya saja pada penelitian terdahulu, komoditas yang digunakan berbeda dengan komoditas yang digunakan pada penelitian saat ini.

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah beberapa metode analisis yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian sebelumnya pada analisis bauran pemasaran menggunakan metode analisis 4P dan pada penelitian ini menggunakan metode analisis 7P yang dilihat dari perspektif pemilik agroindustri dan konsumen yang diukur menggunakan skala *likert*. Selain itu, terdapat perbedaan dengan penelitian saat ini yaitu tidak digunakan analisis kinerja produksi, analisis nilai tambah, strategi pemasaran, dan finansial, tetapi pada penelitian ini menggunakan analisis keuntungan. Hal lain yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi operasional yang dilakukan oleh Agroindustri Roti Nan's Bakery, sedangkan pada penelitian-penelitian terdahulu bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan agroindustri.

Hasil dari penelitian ini akan mengetahui bagaimana pengadaan bahan baku dengan metode metode *Economic Order Quantity* (EOQ) adalah suatu cara untuk memperoleh sejumlah barang dengan biaya minimum dan adanya pengawasan terhadap biaya pemesanan (*ordering cost*) dan biaya penyimpanan (*carrying cost*) dengan membandingkan ketepatan penyediaan bahan baku terhadap kenyataan sebenarnya, analisis titik impas untuk melihat efisiensi agroindustri, keuntungan pada kegiatan

pengolahan, sistem pemasaran berupa bauran pemasaran yang akan dilihat dari perspektif pemilik agroindustri dan konsumen, peran jasa layanan pendukung yang berperan serta penetapan strategi yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang di masa mendatang pada agroindustri Roti Nan's Bakery. Berikut disajikan penelitian terdahulu dalam Tabel 6.

Tabel 6. Kajian penelitian terdahulu

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Keragaan Usaha dan Nilai Tambah pada Agroindustri Keripik Tike (Studi Kasus di Desa Jumbleng Kecamatan Losarang Indramayu). Djuwendah, Trimo, Sonjanawati (2018)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Menganalisis keragaan usaha agroindustri keripik tike.</li> <li>Menganalisis besarnya nilai tambah agroindustri tike yang berada di Desa Jumbleng Kecamatan Losarang Kabupaten Indramayu.</li> </ol>	Menggunakan metode analisis deskriptif Kualitatif dan Analisis nilai tambah metode Hayami.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengadaan bahan baku umbi tike diperoleh dari Kecamatan Karang Wetan dan Kampung Laut. Terjadi keterbatasan bahan baku tike terjadi saat peralihan musim. Sumber modal penyedia bahan baku berupa modal pribadi dan modal pinjaman. Terdapat tujuh tahap pengolahan keripik tike. Pemasaran keripik tike dilakukan oleh pedagang perantara yaitu penyalur dan pengecer. Wilayah pemasaran keripik tike sebagian besar terdapat di wilayah Kabupaten Indramayu dan Cirebon.</li> <li>Nilai tambah per kilogram bahan baku adalah Rp35.320 dan rasio nilai tambah sebesar 45,99%. Margin balas jasa terhadap faktor produksi paling besar dimiliki oleh keuntungan pengrajin yaitu 57,16%, pendapatan tenaga kerja 13,43% merupakan balas jasa terhadap sumbangan faktor produksi lain.</li> </ol>
2.	Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku dengan Menggunakan Metode <i>Economic Order Quantity</i> (EOQ) pada Perusahaan Roti Bonansa.(Slamet, 2016)	Menganalisis efisiensi pengendalian persediaan bahan baku dengan menggunakan metode conomic Order quantiti (EOQ) pada perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif</li> <li>Metode <i>Economic Order Quantity</i> (EOQ)</li> </ol>	Perhitungan persediaan bahan baku gula pasir yang ekonomis berdasarkan metode EOQ adalah sebesar 1244 kg. Untuk ROP bahan baku tepung terigu pada tahun 2014 adalah sebesar 1188 kg sedangkan ROP untuk bahan baku gula pasir adalah sebesar 578 kg. Untuk perhitungan <i>Total Inventory Cost</i> (TIC) menggunakan metode EOQ bahan baku dari tepung terigu menghasilkan Rp 12.559.196,00 sedangkan untuk TIC menggunakan EOQ pada bahan baku gula pasir



Tabel 6. (lanjutan)

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		Roti Bonansa.		adalah sebesar Rp 3.461.934,00. Total persediaan baik bahan baku dari tepung terigu maupun gula pasir ternyata lebih efisien menggunakan metode EOQ ini dapat dibuktikan dengan selisih biaya untuk tepung terigu senilai Rp 2.200.804,00 dan untuk bahan baku gula pasir adalah senilai Rp 1.898.066,00.
3.	Analisis Titik Impas Agroindustri Pengolahan Kopi Robusta Studi Kasus pada Agroindustri Panawangan Coffee di Desa Sagalaherang Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis (Solihin, Rochdiani, Isyanto, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis besar biaya produksi dan pendapatan</li> <li>2. Menganalisis besar tingkat efisiensi (R/C).</li> <li>3. Menganalisis besar nilai titik impas (BEP).</li> </ol>	<p>Menggunakan metode Analisis biaya produksi dan pendapatan.</p> <p>Analisis efisiensi usaha (R/C).</p> <p>Analisis titik impas (BEP penerimaan, BEP produksi, BEP harga).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biaya produksi yang dikeluarkan adalah Rp9.453.555,3 dan besarnya penerimaan yang diperoleh adalah Rp13.800.000. Pendapatan yang diperoleh dari usaha tersebut adalah Rp4.346.444,7 per satu kali proses produksi.</li> <li>2. Besarnya nilai R/C agroindustri pengolahan kopi robusta adalah 1,46 yang mengindikasikan bahwa usaha tersebut menguntungkan dan layak untuk diusahakan.</li> <li>3. Besarnya titik impas penerimaan adalah Rp656.613,52, titik impas volume produksi sebanyak 28,55 unit dan titik impas harga penjualan produk adalah Rp15.755.93/unit dalam satu kali proses produksi.</li> </ol>
4.	<i>Analisis Break Even Point</i> (Bep) Untuk Perencanaan Laba Pada Yuri's <i>Cake And Bakery</i> Sekayu. (Irwadi, Safari, 2021).	Menganalisis besar nilai titik impas (BEP) untuk perencanaan laba pada Yuri's <i>Cake Bakery</i> Sekayu.	<p>Menggunakan metode analisis titik impas (BEP harga).</p> <p>Analisis pendekatan margin kontribusi, dan Analisis <i>Budget Sales</i>.</p>	Break Even Point (BEP) untuk produk Roti Tawar sebesar Rp 23.058.333, sebanyak 2.010 unit, dan untuk Roti Manis sebesar Rp 20.721.428, sebanyak 3.908 unit. Penjualan produk yang direncanakan sebesar 20 % pada budget sales untuk produk Roti Tawar sebesar 3.684 unit, dan untuk produk Roti Manis sebesar 9.498 unit.

Tabel 6. (lanjutan)

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
5.	Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Produk Kopi Bubuk Cap Gunung di Kabupaten Waykanan (Wiryaningsih, Haryono, dan Marlina, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis nilai tambah agroindustri kopi cap Gunung.</li> <li>2. Menyusun strategi pengembangan produk kopi cap Gunung.</li> </ol>	Menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Analisis nilai tambah Hayami. Analisis SWOT.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agroindustri kopi bubuk Cap Gunung memberikan nilai tambah sebesar Rp13.386/kg dengan rasio nilai tambah 32,81 persen.</li> <li>2. Hasil analisis strategi pengembangan produk, menempatkan agroindustry berada pada kuadran I (growth). Strategi yang dapat diterapkan adalah memperluas daerah pemasaran dengan memanfaatkan kekuatan produk yang dimiliki, meningkatkan hasil produksi kopi bubuk dengan memanfaatkan situasi trend kopi, dan mengembangkan usaha dengan memanfaatkan legalitas produk, keterbukaan terhadap kritik dan saran, atau kerjasama dengan pihak tertentu</li> </ol>
6.	Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dan Strategi Pengembangan (Studi Kasus Pada Agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan Di Kota Bandar Lampung (Ledy, Haryono, dan Situmorang, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui Bauran pemasaran yang diterapkan dalam kegiatan pemasaran.</li> <li>2. Merumuskan Strategi Pengembangan yang ada pada agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan</li> </ol>	Menggunakan metode analisis bauran pemasarn (4P) dan Analisis SWOT.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bauran pemasaran yang diterapkan adalah produk berkualitas baik, harga ditentukan oleh harga pesaing, berlokasi di tempat strategis, dan kegiatan promosi dengan cara penjualan tatap muka.</li> <li>2. Strategi pengembangan pada agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan yaitu pemilik agroindustri menentukan kebijakan dalam memanfaatkan teknologi, memanfaatkan lokasi di pasar dan terus bekerjasama dengan PTPN 7 sehingga memiliki peluang lebih besar, meningkatkan kualitas produk, mempertahankan kualitas agar produk tetap dapat bersaing dengan pelaku usaha sejenis ke pasar, memberdayakan SDM</li> </ol>

Tabel 6. (lanjutan)

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
7.	Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen (Afridhal, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan Usaha Roti Tanjong Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen.</li> <li>2. Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Usaha Roti Tanjong Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen.</li> </ol>	Menggunakan metode analisis SWOT.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alternatif strategi yang diterapkan perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan SDM, penanaman modal swasta, meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan kuantitas roti tanjong serta efisiensi penggunaan sarana dan prasarana produksi, meningkatkan kualitas sumber daya pengusaha secara teknis, moral dan spiritual melalui kegiatan pembinaan.</li> <li>2. Analisis internal yaitu kualitas roti tanjong, kontinuitas, usaha mudah dan resiko kecil, saprodi mudah didapat, potensi sumber daya alam yang dimiliki, modal kecil, kemampuan pengusaha terbatas, kondisi transportasi yang kurang mendukung, pengelolaan usaha kurang ekonomis, pengelolaan keuangan kurang baik. Analisis eksternal yaitu hubungan yang dekat dengan stakeholder, kondisi lingkungan yang aman, perhatian pemerintah terhadap pengembangan usaha roti tanjong, diversifikasi produk roti tanjong, perkembangan teknologi pengolahan pangan, kenaikan harga bahan baku, kesenjangan sosial, pembuangan limbah, kurangnya bimbingan teknis dan pengawasan dari Dinas terkait, dan adanya roti dari daerah lain.</li> </ol>

Tabel 6. (lanjutan)

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
8.	Analisis Kinerja dan Lingkungan Internal Eksternal Agroindustri Keripik Pisang (Studi Kasus di Desa Sungai Langka Kabupaten, Pesawaran) (Putri, Haryono, dan Nugraha, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="752 328 999 584">1. Menganalisis manajemen pengadaan bahan baku, manajemen rantai pasokan, kinerja produksi.</li> <li data-bbox="752 587 999 839">2. Menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal agroindustri keripik pisang.</li> </ol>	Menggunakan metode analisis kinerja produksi, manajemen. rantai pasok, lingkungan internal eksternal, dan pengadaan bahan baku.	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1323 328 1995 695">1. Agroindustri keripik pisang dalam pengadaan bahan baku belum sesuai dengan tepat waktu, dan tepat kuantitas, karena komponen tersebut tidak sesuai harapan. Manajemen rantai pasok agroindustri keripik pisang sudah berjalan baik. Kinerja agroindustri keripik pisang secara keseluruhan sudah berproduksi dengan baik yaitu dengan produktivitas rata-rata sebesar 11,10 kg/HOK dan kapasitas rata-rata sebesar 78 persen.</li> <li data-bbox="1323 699 1995 1319">2. Identifikasi lingkungan internal dan eksternal agroindustri keripik pisang didapatkan bahwa kekuatan yang dimiliki agroindustri keripik pisang adalah kebutuhan bahan baku produksi mudah diperoleh dan kualitas pisang yang digunakan sesuai serta lokasi usaha yang strategis. Kelemahan yang dimiliki agroindustri keripik pisang adalah sulit menambah teknologi, karena terkendala modal, dan rata-rata pendidikan yang rendah pada tenaga kerja, tidak adanya pembagian tugas yang jelas dalam organisasi perusahaan. Peluang yang dimiliki agroindustri adalah keripik pisang dapat diterima oleh masyarakat Indonesia, khususnya Provinsi Lampung, permintaan keripik pisang yang tidak terpengaruh musim dan cuaca. Ancaman yang dihadapi agroindustri keripik pisang berupa</li> </ol>

Tabel 6. (lanjutan)

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				perekonomian yang belum stabil terutama gejala harga Bahan Bakar Minyak, pengembangan teknologi produksi, adanya produk substitusi berupa keripik singkong dan keripik salak.
9.	Analisis Harga Pokok Produksi Roti Berdasarkan Metode <i>Full Costing</i> dan <i>Variable Costing</i> (Yuliyanti, Saputra, 2017).	Menganalisis Harga Pokok Produksi (HPP) roti menggunakan metode <i>full costing</i> dan <i>variabel costing</i> .	Menggunakan metode analisis Harga Pokok Produksi (HPP)	Hasil perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>variable costing</i> sebesar Rp.7,969,771,800 dengan jumlah produksi Roti sebanyak 6,084,000 Roti dalam satu tahun. Harga pokok produksi Roti perpotong diperoleh sebesar Rp.1,309,96. Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode <i>full costing</i> lebih tinggi sebesar Rp. 8,151,771,800 dengan menghasilkan 6,084,000 Roti dan diperoleh harga pokok produksi per potong Roti sebesar Rp. 1,339,87 dalam satu tahun.
10.	Manajemen Persediaan Bahan Baku pada Industri Kopi “Bumi Mutiara” di Kota Palu (Tumijo, Kassa, dan Dafina, 2015).	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui jumlah pemesanan yang optimal EOQ dalam perediaan bahan baku.</li> <li>Mengetahui pemesanan kembali <i>reorder points</i> (ROP) terhadap persediaan bahan baku.</li> </ol>	Menggunakan metode analisis EOQ, metode <i>safety stock</i> , metode <i>reorder point</i> .	<ol style="list-style-type: none"> <li>Jumlah pemesanan yang optimal EOQ untuk persediaan bahan baku Bulan Januari-Desember 2014, rata-rata sebesar 1.499,02 kg.</li> <li>Pemesanan kembali yang harus dilakukan industri kopi “Bumi Mutiara” pada Bulan Januari-Desember 2014, pada saat jumlah persediaan bahan baku dalam gudang rata-rata sebesar 83,00 kg.</li> <li>Persediaan <i>safety stock</i> industri kopi “Bumi Mutiara” sebesar 33,3 kg.</li> <li>Total biaya persediaan bahan baku kopi yang dilakukan di industri kopi “Bumi Mutiara” rata-rata sebesar Rp. 145.462,56.</li> </ol>

Tabel 6. (lanjutan)

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		3. Mengetahui besarnya persediaan ( <i>Safety Stock</i> ).		
		4. Mengetahui total biaya persediaan bahan baku.		
11.	Keragaan Agroindustri Dan Posisi Produk Berdasarkan Siklus Hidup Produk Pada Sosis Gulung Varian <i>Noodle</i> Di CV Cucurutuku Ceria (Sari, Lestari dan Sayekti, 2021).	<p>1. Menganalisis proses penyediaan bahan baku langsung, pendapatan, harga pokok produksi, dan BEP.</p> <p>2. Menganalisis bauran pemasaran, posisi produk berdasarkan siklus hidup produk sosis, dan mengetahui peran jasa layanan pendukung di CV CC.</p>	Menggunakan metode analisis pendapatan, HPP, BEP, Bauran Pemasaran (7P), dan Jasa Layanan Penunjang.	<p>1. Penyediaan bahan baku langsung pada sosis gulung varian noodle belum sesuai dengan harapan pemilik CV CC untuk kriteria tepat waktu, kualitas dan jenis. Usaha sosis gulung varian <i>noodle</i> CV CC menguntungkan dengan nilai R/C atas biaya total sebesar 3,23. Harga pokok produksi sosis gulung varian noodle sebesar Rp1.046,53. BEP harga sebesar Rp1.113,88 per buah. Dengan harga jual sebesar Rp4.000,00 per buah, maka BEP unit telah cukup lama tercapai yaitu sebesar 42.791 dari hasil perhitungan BEP sebesar 579 buah.</p> <p>Bauran pemasaran yang dilakukan yaitu, produk setiap varian sosis gulung yang memiliki ciri khas, harganya terjangkau, tempat yang digunakan strategis, menggunakan media sosial sebagai media promosi, bekerja sama dengan aplikasi <i>e-commerce</i> dalam proses pemesanan, karyawan telah mengikuti pelatihan dari perusahaan, dan memiliki tampilan outlet dan kemasan yang unik. CV CC juga memanfaatkan</p>

Tabel 6. (lanjutan)

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				media sosial sebagai kegiatan promosi sosis gulung varian <i>noodle</i> . Posisi produk sosis gulung varian <i>noodle</i> dalam siklus hidup produk ( <i>Product Life Cycle</i> ) berada pada tahap penurunan. Jasa layanan pendukung berupa kebijakan pemerintah tentang perlindungan dan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) belum dimaksimalkan oleh CV CC.
12.	Bauran Pemasaran Dan Strategi Pengembangan Produk Olahan Kopi Robusta Di Koperasi Tirta Kencono Air Naningan Kabupaten Tanggamus (Ryantika M, Tanggamus (Ryantika M, Hasyim, Dan Murniati, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis bauran pemasaran produk olahan kopi robusta.</li> <li>2. Mengetahui faktor lingkungan internal.</li> <li>3. Menyusun strategi pengembangan produk olahan kopi robusta.</li> </ol>	Menggunakan metode analisis Bauran Pemasaran (4P), Analisis IFE dan EFE, dan Analisis SWOT	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bauran pemasaran yang diterapkan oleh Koperasi Tirta Kencono meliputi bauran produk yang memiliki kualitas baik, bauran harga menggunakan sistem pembayaran tunai, bauran promosi hanya melakukan <i>personal selling</i>, dan bauran tempat akses jalan menuju lokasi sudah baik.</li> <li>2. Faktor internal utama untuk kekuatan adalah produk berkualitas baik. Faktor internal utama untuk kelemahan adalah produk belum memiliki label halal. Faktor eksternal utama untuk peluang adalah pangsa pasar luas. Faktor eksternal utama untuk ancaman adalah banyaknya pesaing sejenis.</li> <li>3. Strategi pengembangan yang diterapkan adalah: mempertahankan kualitas produk olahan kopi robusta yang dihasilkan dengan memanfaatkan teknologi yang telah modern, mendirikan lokasi</li> </ol>

Tabel 6. (lanjutan)

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				yang mudah dijangkau masyarakat agar meminimalisir biaya dan mempermudah pendistribusian produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat peminat kopi, meningkatkan pendidikan SDM yang rendah dengan memanfaatkan dukungan dari pemerintah melalui pelatihan-pelatihan UMKM yang diberikan, dan menerapkan media sosial sebagai media promosi sehingga pemasaran semakin luas untuk meningkatkan volume penjualan.
13.	Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Produksi Roti Wilton Kualasimpang (Daud, 2017).	Menganalisis pengendalian persediaan kebutuhan bahan baku produksi roti Wilton Kualasimpang	Menggunakan metode analisis EOQ	Sistem pengendalian persediaan bahan baku tepung terigu di Wilton Kualasimpang belum efektif dari segi biaya persediaan. Hal ini ditunjukkan dari tingginya biaya persediaan yang dihasilkan perusahaan dibandingkan sistem pengendalian menggunakan metode EOQ yang menghasilkan penghematan dibandingkan metode perusahaan. berdasarkan analisis metode EOQ kuantitas persediaan pengaman adalah 1.451,57 kg dan titik pesan kembali adalah 1.552 kg.
14.	Analisis Titik Impas Agroindustri Tahu (Suatu Kasus di Desa Buniseuri Kecamatan Cipaku	1. Menganalisis besar biaya produksi dan pendapatan dalam satu kali proses produksi. 2. Menganalisis besar tingkat	Menggunakan metode Analisis biaya produksi dan pendapatan, Analisis efisiensi usaha (R/C), dan Analisis titik impas (BEP penerimaan,	1. Biaya produksi agroindustri tahu di Desa Buniseuri dalam satu kali proses produksi sebesar Rp566.912,23, produksi yang dihasilkan sebanyak 3.215,63 potong tahu harga produk Rp225,00 per potong tahu, sehingga penerimaan yang didapat oleh perajin sebesar Rp723.515,63 per satu kali proses produksi dan pendapatan sebesar Rp156.603,4141 per satu kali proses



Tabel 6. (lanjutan)

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Kabupaten Ciamis (Kurniawati, 2016).	efisiensi (R/C) dalam satu kali proses produksi.	BEP produksi, BEP harga).	produksi. 2. R/C agroindustri tahu di Desa Buniseuri sebesar 1,28, artinya untuk setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan, maka akan diperoleh penerimaan sebesar Rp1,28, sehingga pendapatan yang diperoleh sebesar Rp0,28 3. Titik impas (BEP) agroindustri tahu di Desa Buniseuri tercapai pada nilai penjualan sebesar Rp48.298,29 dengan volume produksi minimum sebanyak 214,66 potong.
15.	Analisis Pendapatan Agroindustri Tahu di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi. (Noprita, Mashadi, dan Vermila, 2020).	1. Menganalisis besar biaya produksi dan pendapatan pada Agroindustri Tahu di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi 2. Menganalisis besar tingkat efisiensi (R/C) pada Agroindustri Tahu di Kecamatan	Menggunakan metode Analisis biaya produksi dan pendapatan, Analisis efisiensi usaha (R/C), dan Analisis titik impas (BEP penerimaan, BEP produksi, BEP harga).	1. Biaya yang dikeluarkan diantaranya biaya tetap atau penyusutan setiap produksi usaha Agroindustri Tahu Pak Iskandar sebesar Rp11.373,33/produksi. Biaya variabel yang dikeluarkan sebesar Rp949.207,20/produksi. Penerimaan kotor yang diperoleh sebesar Rp1.800.000,00/produksi dengan keuntungan bersih sebesar Rp710.848,04 per produksi. 2. Analisis R/C ratio yang diperoleh Rp1.800.000,00/ produksi dan total biaya terbesar Rp1.089.151,96 per produksi yang memberikan R/C ratio sebesar 1,65. Hal ini menunjukkan usaha Agroindustri Tahu Pak Iskandar menguntungkan dan layak untuk dikembangkan. 3. <i>Break event point</i> produksi Agroindustri Tahu

Tabel 6. (lanjutan)

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		Benai Kabupaten Kuantan Singingi. 3. Menganalisis besar nilai titik impas (BEP) Agroindustri Tahu di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi.		Pak Iskandar sebesar 5,2 kg agar mencapai titik impas (tidak untung juga tidak rugi). <i>Break event                      point</i> harga Agroindustri Tahu Pak Iskandar yang diterima sebesar Rp28.345,88 agar mencapai titik impas (tidak untung dan juga tidak rugi).

## B. Kerangka Pemikiran

Perubahan gaya hidup merupakan salah satu faktor pendorong terjadinya perubahan pola konsumsi. Seiring dengan tingkat kesibukan dan aktivitas masyarakat yang semakin meningkat yang didukung oleh kemajuan di berbagai bidang maka kondisi tersebut menuntut pada segala sesuatu yang lebih praktis dan efisien. Salah satunya, yaitu dalam hal pemenuhan kebutuhan makanan jadi yang lebih praktis namun beragam. Dengan adanya peluang pasar tersebut maka saat ini berkembang berbagai industri makanan jadi, misalnya industri roti. Berdasarkan ini juga, perusahaan pengolahan pangan berpacu untuk menghasilkan aneka ragam produk pangan olahan roti yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan pangan dalam rumah tangga konsumen.

Ruang lingkup agribisnis masih berakaitan dengan konsep agroindustri. Agroindustri merupakan kegiatan mentransformasikan produk-produk hasil pertanian menjadi produk setengah jadi atau produk jadi sehingga nilainya bertambah dan dapat memberikan keuntungan bagi pelaku usaha. Salah satu agroindustri yang melakukan pengolahan terhadap hasil pertanian adalah agroindustri Roti Nan's Bakery. Agroindustri roti memiliki tiga kegiatan utama yaitu kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan dan kegiatan pemasaran yang dapat disebut dengan keragaan atau *performance* agroindustri. Ketiga kegiatan utama agroindustri ini memiliki keterkaitan antara kegiatan yang satu dengan yang lain. Seluruh kegiatan dalam agroindustri roti didukung oleh jasa layanan pendukung.

Kegiatan pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang sangat penting dalam industri pertanian, termasuk agroindustri roti. Hal ini dikarenakan bahan baku merupakan faktor utama dalam pembuatan suatu produk dalam kegiatan agroindustri. Pengadaan bahan baku bertujuan untuk menyediakan bahan baku dalam jumlah yang tepat, kualitas yang baik, tersedia secara berkesinambungan dengan biaya yang layak dan terorganisasi dengan baik. Kekurangan bahan baku atau terputusnya pasokan bahan baku dapat

menyebabkan tidak efektif dan inefisiensi dalam sistem kerja, dan penurunan kualitas bahan baku dapat menurunkan kualitas produk olahan. Maka dari itu, perlu adanya manajemen yang baik dalam mengatur persediaan bahan baku bagi agroindustri roti. Manajemen persediaan bahan baku pada agroindustri juga harus tepat, baik kualitas maupun kuantitas sehingga diperlukan analisis manajemen persediaan dengan analisis *Economic Order Quantity* (EOQ) Probabilistik. Semua kegiatan pengadaan bahan baku akan lancar apabila manajemen EOQ tersebut diterapkan dengan baik dalam agroindustri roti, dan diharapkan dapat meminimalisasi kemungkinan masalah-masalah yang terkait dengan kegiatan pengadaan bahan baku. Selain itu, faktor produksi lain yang juga harus diperhatikan dalam agroindustri roti yaitu, bahan tidak langsung, tenaga kerja, mesin, dan peralatan. Keempat faktor produksi tersebut yang dapat memperlancar kegiatan di suatu agroindustri.

Kegiatan lain yang harus diperhatikan adalah kegiatan pengolahan. Agroindustri Roti Nan's Bakery menggunakan tepung terigu, ragi, telur, gula, mentega, susu, garam dan air sebagai bahan baku utama yang akan diolah menjadi produk roti, *cake*, dan bolu. Kegiatan pengolahan merupakan kegiatan menciptakan produk. Selain menciptakan produk, kegiatan pengolahan yang baik akan menghasilkan produk roti yang berkualitas baik dan dapat memberikan keuntungan bagi pihak agroindustri roti. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) kualitas produk merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut.

Menurut John s dan Harding (2001) pengertian luas keuntungan merupakan selisih antara pendapatan dengan biaya produksi. Dalam hal ini, terdapat dua komponen utama yang menentukan keuntungan perusahaan, yaitu pendapatan penjualan dan biaya produksi. Pengendalian pendapatan penjualan dan biaya produksi dilakukan melalui *cost, profit, and volume analysis* (Sutrisno, 2000). Penentuan harga jual dilakukan dengan lihat dari perspektif pemilik agroindustri dan perspektif konsumen dengan skala *likert*.

Kegiatan pengolahan tersebut akan memperoleh *output* yang juga dapat menciptakan harga *output* atau harga jual yang merupakan nilai bagi produk roti. Jumlah *output* yang dihasilkan dikalikan dengan harga *output* akan menghasilkan pendapatan. Selisih antara pendapatan dengan biaya produksi roti tersebut merupakan jumlah keuntungan yang akan diperoleh agroindustri. Harga jual pada suatu agroindustri dalam memproduksi suatu produk harus tepat, karena apabila penentuan harga jual tidak tepat akan berakibat buruk pada masalah keuangan dan akan mempengaruhi keberlanjutan agroindustri roti tersebut.

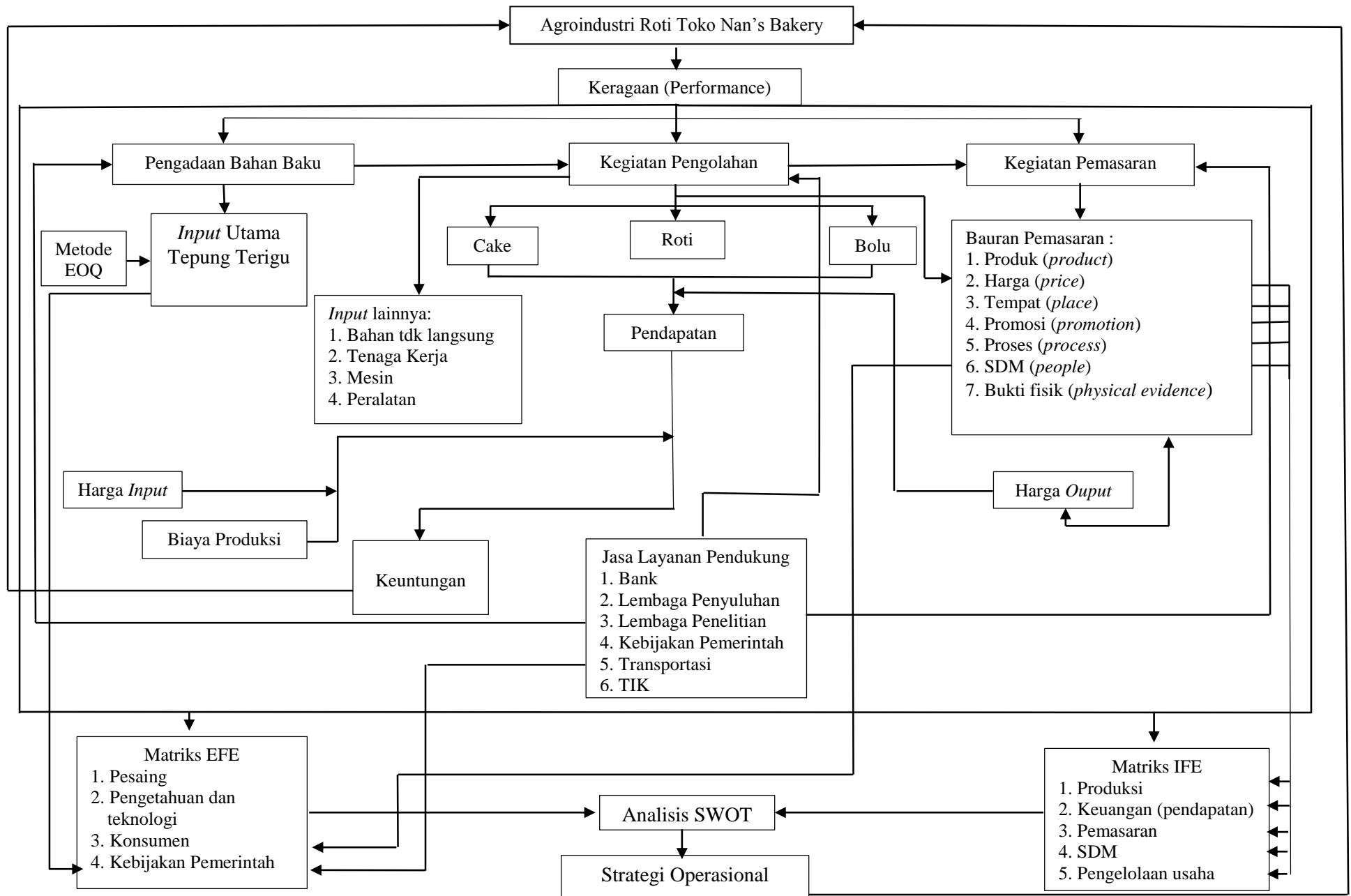
Tahap berikutnya setelah kegiatan pengolahan adalah kegiatan pemasaran. Untuk sampai kekonsumen akhir, produk roti Nan's Bakery membutuhkan adanya pemasaran. Kegiatan pemasaran tersebut dilakukan oleh agroindustri Roti Nan's Bakery untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas, dan perusahaan dapat bertahan serta berkembang. Setiap produsen dapat memperluas pangsa pasar dan merebut pasar dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran merupakan kombinasi antara tujuh unsur pemasaran, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process* (Yazid, 2011). Bauran pemasaran akan dilihat berdasarkan dua perspektif yaitu perspektif pemilik agroindustri atau penjual dan perspektif konsumen atau pembeli. Dengan diterapkannya bauran pemasaran ini akan berguna bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli produk roti.

Subsistem jasa layanan pendukung merupakan subsistem akhir yang juga penting untuk memperlancar seluruh kegiatan subsistem kegiatan utama seperti pengadaan bahan baku, pengolahan dan juga pemasaran. Subsistem jasa layanan pendukung meliputi lembaga keuangan, lembaga penelitian, lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, teknologi informasi dan komunikasi, dan asuransi. Jika dilihat pada agroindustri Nan's Bakery yang belum memanfaatkan jasa layanan pendukung dengan maksimal,

maka perlu adanya solusi dalam penggunaan jasa layanan pendukung tersebut agar perusahaan dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

Meninjau perkembangan industri roti pada saat ini yang semakin ketat dalam persaingannya, maka diperlukan strategi yang tepat untuk Nan's Bakery agar dapat bertahan dan terus berkembang. Untuk menetapkan strategi yang tepat maka diperlukan analisis SWOT dengan menganalisa faktor-faktor internal (IFE) dan faktor-faktor eksternal (EFE). Agroindustri mempunyai lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Analisis lingkungan internal meliputi produksi, pendapatan, pemasaran, sumber daya manusia, dan pengelolaan usaha, sedangkan analisis lingkungan eksternal meliputi aspek pesaing, ekonomi, sosial dan budaya, teknologi dan pengetahuan, konsumen serta kebijakan pemerintah. Toko roti Nan's Bakery masih belum maksimal dalam melihat faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal apa saja yang dapat menjadi kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman yang dapat digunakan untuk menetapkan strategi operasional yang tepat guna keberlangsungan toko roti Nan's Bakery.

Banyaknya agroindustri sejenis yaitu agroindustri roti yang masuk ke pasar membuat persaingan menjadi semakin tinggi dan membuat posisi agroindustri ini di mata konsumen tidak begitu kuat. Berdasarkan lingkungan internal akan diperoleh kelemahan dan kekuatan sedangkan dari lingkungan eksternal akan diperoleh peluang dan ancaman sehingga diperoleh strategi operasional yang akan dijalankan oleh agroindustri. Secara rinci, diagram alir penelitian Analisis Keragaan Dan Strategi Operasional Agroindustri Roti Di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan (Studi Kasus Pada Toko Roti Nan's Bakery) disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram alir Penelitian Analisis Keragaan dan Manajemen Operasional Agroindustri Roti Nan's Bakery

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Dasar Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus pada Agroindustri Roti Nan's Bakery. Menurut Arikunto (2004) metode studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu individu, lembaga tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit selama kurun waktu tertentu. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai keragaan agroindustri roti yang dimulai dari subsistem kegiatan pengadaan bahan baku, subsistem pengolahan, subsistem pemasaran dan subsistem jasa layanan pendukung yang saling terkait satu sama lainnya serta untuk mengetahui lingkungan usaha berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Agroindustri Roti Nan's Bakery.

#### **B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional**

Konsep dasar dan definisi operasional mencakup semua pengertian dan pengukuran yang diberikan kepada variabel yang digunakan untuk mendapatkan data yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Agribisnis adalah konsep dari suatu sistem yang yang integratif yang terdiri dari lima subsistem agribisnis, dimana antara satu subsistem dengan subsistem lainnya saling terkait dan terpadu dari hulu ke hilir. Kelima subsistem agribisnis adalah pengadaan dan penyaluran sarana produksi pertanian,



usahatani, pengolahan hasil pertanian (agroindustri), pemasaran dan lembaga pendukung. Agroindustri adalah subsistem dari sistem agribisnis yang memanfaatkan dan memiliki kaitan langsung dengan produk-produk pertanian melalui kegiatan pengolahan untuk meningkatkan nilai tambah, sekaligus menjadi suatu tahapan pembangunan pertanian berkelanjutan.

Agroindustri roti merupakan kegiatan pengolahan yang memanfaatkan bahan baku pokok berupa tepung terigu, ragi, telur, susu, mentega, garam dan air serta bahan pendukung lainnya untuk dijadikan suatu produk yang memiliki nilai tambah yaitu berupa berbagai macam roti.

Keragaan agroindustri roti merupakan berbagai kegiatan yang mencakup kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan, kegiatan pemasaran dan nantinya seluruh kegiatan pada agroindustri didukung dengan adanya jasa layanan pendukung.

Roti merupakan produk pangan berbahan dasar tepung terigu yang di fermentasi dengan ragi roti atau bahan pengembang lainnya yang diolah dengan cara dipanggang.

Bolu atau kue bolu adalah kue berbahan dasar tepung terigu, gula, mentega, dan telur. Kue bolu umumnya dimatangkan dengan cara dipanggang di dalam oven, dan ada juga yang dikukus.

*Cake* adalah produk semi basah yang dibuat dengan pemanggangan adonan yang berbentuk bulat, dan dihias dengan lapisan (*icing*) yang terbuat dari krim mentega, coklat, atau dengan fondan.

Bahan baku merupakan bahan utama yang digunakan dalam suatu proses produksi. Bahan baku yang digunakan dalam agroindustri roti ini adalah (tepung terigu, ragi, mentega, susu, gula, garam dan air) sebagai bahan utama yang diukur dalam satuan gram (gr/ml/produksi).

Pengadaan bahan baku adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk menyediakan tepung terigu, ragi, telur, susu, gula, garam, air dan mentega sebagai bahan baku utama agroindustri roti. Cara memperoleh bahan baku dengan biaya minimum dan adanya pengawasan terhadap biaya pemesanan dan biaya penyimpanan menggunakan metode Metode *Economic Order Quantity* (EOQ) Probabilistik.

Metode *Economic Order Quantity* (EOQ) adalah suatu cara untuk memperoleh sejumlah bahan baku roti dengan biaya minimum dan adanya pengawasan terhadap biaya pemesanan dan biaya penyimpanan. Metode EOQ dapat diukur dalam satuan kilogram per pesanan (Kg/pesanan).

*Economic Order Quantity* (EOQ) probabilistik adalah suatu model EOQ dimana parameter-parameter dari sistem pengawasan persediaan tidak dapat diketahui dengan pasti.

Persediaan pengaman (*safety stock*) adalah persediaan ekstra yang perlu ditambah untuk menjaga sewaktu-waktu ada tambahan kebutuhan atau keterlambatan kedatangan barang. Penentuan *safety stock* dilakukan dengan mengacu pada interaksi antara permintaan dan *lead time*.

Waktu tunggu (*lead time*) adalah waktu antara mulai dilakukannya pemesanan bahan baku sampai dengan kedatangan bahan yang dipesan tersebut dan diterima di gudang persediaan.

Pemesanan kembali (*reorder point*) adalah titik pemesanan kembali dimana adanya asumsi bahwa permintaan terjadi terus menerus dan kontinu sehingga mengurangi tingkat jumlah persediaan yang ada.

Persediaan minimum (*minimum inventory*) adalah batas jumlah persediaan yang paling rendah atau kecil yang harus ada untuk suatu jenis bahan atau barang.

Persediaan maksimum (*maximum inventory*) adalah jumlah maksimum yang diperbolehkan disimpan dalam persediaan.

Frekuensi pemesanan adalah jumlah periode pemesanan dalam satu tahun.

Masukan (*input*) adalah bahan-bahan dan alat-alat yang digunakan untuk menghasilkan produk (roti). Jenis *input* yang digunakan pada agroindustri roti dalam melakukan proses produksi adalah bahan baku utama (tepung terigu, ragi, mentega, susu, gula, garam dan air), bahan tidak langsung, modal, tenaga kerja, mesin dan peralatan.

Harga *input* adalah semua harga yang dikeluarkan dalam memperoleh *input* yang dibutuhkan dalam proses produksi roti yang diukur dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

Harga bahan baku adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan (tepung terigu, ragi, mentega, susu, gula, garam dan air) sebagai bahan baku utama dalam proses produksi roti. Harga bahan baku ini diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Tenaga kerja adalah sejumlah orang yang melakukan tahap-tahap pembuatan roti pada agroindustri roti, yang diukur dalam satuan setara hari atau setara dengan delapan jam kerja efektif. Tenaga kerja dapat dibedakan menjadi tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung.

Tenaga kerja langsung merupakan tenaga kerja yang langsung terlibat dalam kegiatan produksi dan biayanya dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu.

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang pekerjaannya tidak terlibat langsung pada proses produksi dan biayanya dikaitkan pada biaya operasional perusahaan.

Upah tenaga kerja adalah kompensasi 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 hari (Rp/hari/produksi).

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

Biaya *overhead* pabrik (BOP) adalah semua biaya tidak langsung yang terdiri dari biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. BOP terdiri dari biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* tetap, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp/produksi)

Biaya *overhead* pabrik (BOP) variabel adalah biaya yang jumlahnya tergantung dari volume produk yang akan dihasilkan, semakin banyak produk yang ingin dihasilkan, biaya variabel akan semakin tinggi dan sebaliknya, contohnya biaya penolong, biaya transportasi, biaya listrik yang diukur dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

Bahan tidak langsung (bahan tambahan) merupakan bahan pelengkap yang tidak langsung digunakan selain dari bahan baku dalam kegiatan produksi yang bertujuan untuk membantu, agar bahan baku dapat diproses lebih lanjut. Bahan tambahan tersebut dapat berupa bahan pelembut, keju, coklat, sosis, mayonaisse, selai, menses, plastik pembungkus.

Tepung terigu adalah tepung atau bubuk halus yang berasal dari bulir/biji gandum yang di haluskan. Tepung terigu digunakan untuk pembuatan roti, tepung terigu diukur dengan satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Ragi atau *yeast* merupakan mikroorganisme atau suatu makhluk hidup berukuran kecil, pada umumnya yaitu jenis *Saccharomyces cerevisiae* yang

biasa dimanfaatkan dalam pembuatan roti. Ragi berfungsi sebagai pengembang adonan dan pemberi rasa serta aroma, ragi diukur dengan satuan rupiah per kilogram (Rp/kg)

Gula adalah bahan tambahan yang digunakan dalam pembuatan roti. Penambahan gula pada adonan roti berfungsi untuk memberikan cita rasa manis pada roti. Gula berperan besar dalam memberi kelembaban dan tekstur roti. Gula diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Telur merupakan sumber zat protein hewani yang bergizi tinggi. Fungsi telur sebagai pengental, perekat atau pengikat dalam pengolahan pangan. Telur dapat memberikan pengaruh pada warna, rasa, dan melembutkan tekstur roti. Telur diukur dengan satuan rupiah per kilogram (Rp/kg)

Susu adalah bahan utama yang digunakan dalam pembuatan roti. Penggunaan susu untuk produk *bakery* berfungsi membentuk *flavor*, mengikat air, sebagai bahan pengisi, membentuk struktur yang kuat, dan menambah kelembutan roti. Susu diukur dengan satuan rupiah per liter (Rp/l).

Mentega adalah bahan tambah yang digunakan dalam pembuatan roti, yang berfungsi sebagai pelumas untuk memperbaiki remah roti, memperbaiki daya iris roti, melunakkan kulit roti, dan dapat menahan air sehingga umur simpan lebih lama. Mentega diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Garam adalah bahan tambahan yang digunakan dalam pembuatan roti. Penambahan garam pada adonan roti berfungsi untuk memberikan cita rasa gurih pada roti. Garam diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

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

Keju adalah bahan tambahan dalam pembuatan roti. Keju digunakan sebagai pelembut yang dicampurkan pada adonan roti dan juga sebagai *topping* pada roti. Keju diukur dalam satuan rupiah per Pack (Rp/pack)

Coklat adalah bahan tambahan dalam pembuatan roti. Coklat digunakan untuk menambah varian rasa pada roti dan sebagai *topping* roti. Coklat diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Sosis adalah bahan tambahan dalam pembuatan roti, yang digunakan untuk isian roti dan juga *topping* roti. Sosis diukur dalam satuan rupiah per *pack* (Rp/*pack*).

Mayonaise bahan tambahan dalam pembuatan roti, digunakan untuk *topping* roti yang sudah siap di kemas. Mayonaise diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Selai adalah adalah bahan tambahan dalam pembuatan roti, sebagai isian atau *topping* roti. Selai yang digunakan ada beberapa macam seperti selai sarikaya, selai strawberry, selai durian, dll. Selai diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

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

Faktor produksi lain merupakan faktor produksi lain yang diperhitungkan ke dalam biaya produksi roti, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp). Faktor produksi lain yang digunakan pada agroindustri roti dalah biaya transportasi, biaya listrik, penyusutan alat, dan izin usaha. .

Biaya transportasi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pengangkutan faktor produksi ataupun hasil produksi roti yaitu berupa biaya bahan bakar (bensin). Biaya transportasi dapat diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya listrik adalah biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri sebagai biaya pemenuhan sumber energi yang digunakan untuk menopang kegiatan produksi roti, seperti mesin produksi dan lampu sebagai sumber penerangan agroindustri yang membutuhkan tenaga listrik untuk menjalankan fungsinya. Listrik dapat diukur dalam satuan rupiah per Bulan (Rp/produksi).

Biaya *overhead* pabrik (BOP) tetap adalah biaya tidak langsung yang jumlahnya tidak berubah, walaupun ada perubahan volume produksi. Contohnya biaya penyusutan alat, sewa tempat, dan izin usaha yang diukur dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

Mesin adalah suatu alat yang digunakan untuk membantu memperlancar kegiatan produksi roti. Mesin tersebut berperan dalam pengolahan roti.

Peralatan adalah serangkaian alat yang digunakan dalam proses produksi roti, berupa mesin pengaduk adonan roti, mesin pemanggang (oven), mesin dinamo, timbangan, saringan, ayakan, alat pemotong roti, dan alat pengembang, dan alat pendingin, dll.

Biaya operasional adalah Biaya total adalah semua biaya yang dikeluarkan yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel, dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

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

Izin usaha adalah segala bentuk peraturan-peraturan yang dibuat dan diterapkan untuk memberikan koridor yang jelas dalam membangun perusahaan. Izin usaha dapat diukur dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

Pengolahan adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang bernilai tambah. Pengolahan roti adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk mengolah tepung terigu, ragi, gula, garam, susu, air, dan mentega menjadi berbagai produk roti.

Harga *output* adalah harga jual produk roti per satuan yang diukur dalam satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Pendapatan adalah hasil perkalian antara jumlah produksi roti yang dihasilkan dengan harga jual roti per satuan, yang diukur dengan satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

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

Pemasaran merupakan kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dan atau jasa dari produsen ke konsumen. Tujuan pemasaran untuk menyalurkan semua kebutuhan konsumen.

Bauran pemasaran adalah komponen-komponen yang dikombinasikan dalam *marketing mix* atau yang sering disebut dengan 7P, yaitu *product, price, promotion, place, process, people, dan physical evidence*. Suatu barang harus memiliki keterpaduan dari komponen-komponen tersebut untuk mencapai kesuksesan dalam pemasaran. Bauran pemasaran diukur berdasarkan perspektif *supervisor* agroindustri.



Produk (*product*) adalah keluaran yang dihasilkan dari proses kegiatan agroindustri yaitu berupa barang (roti). Produk akan dianalisis dengan melihat bentuk, ukuran, variasi, jumlah produksi, kemasan, keawetan dan kualitas roti.

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

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

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

Proses (*process*) adalah kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian produk roti. Proses akan dianalisis dengan melihat bagaimana pemilik usaha melayani konsumen yang membeli produk roti.

Sumber daya manusia (*people*) adalah orang yang bekerja di dalam agroindustri, dimana yang berhadapan dengan pelanggan menjadi faktor produksi utama dalam menghantarkan keunggulan layanan dan keunggulan bersaing. Sumber daya manusia akan dianalisis dengan melihat bagaimana

pemilik usaha menjaga kualitas layanan terhadap konsumen dan memuaskan konsumen.

Bukti fisik (*physical evidence*) adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana pada agroindustri. Karakteristik bukti fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi agroindustri, seperti kondisi geografi, lingkungan, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca dan peletakan yang nampak atau lingkungan yang penting sebagai obyek stimuli. Bukti fisik akan dianalisis dengan melihat kondisi lingkungan agroindustri dalam memberikan kenyamanan terhadap konsumen.

Jasa layanan pendukung adalah seluruh lembaga-lembaga dan seluruh kegiatan yang mendukung kelancaran agroindustri roti yang memberikan manfaat pada agroindustri tersebut. Jasa layanan pendukung antara lain adalah lembaga keuangan (bank), kebijakan pemerintah, lembaga penelitian, sarana transportasi, teknologi informasi, dan komunikasi, pasar, dan jalan.

Lembaga keuangan (bank) adalah suatu lembaga keuangan yang memberikan jasa-jasa keuangan kepada nasabah dan menarik dana dari masyarakat secara langsung.

Lembaga penelitian merupakan suatu lembaga yang memberikan fasilitas kepada lembaga-lembaga lain seperti lembaga pendidikan yang membutuhkan fasilitas untuk penelitian.

Lembaga penyuluhan atau konsultan memberikan layanan informasi yang dibutuhkan oleh petani dan pembinaan teknik produksi, budidaya pertanian, dan manajemen pertanian.

Peraturan pemerintah suatu peraturan yang dipegang oleh pemerintah, biasanya peraturan ini mengatur kebijakan harga di kalangan produsen atau konsumen.

Sarana transportasi adalah kegiatan pemindahan penumpang dan barang dari satu tempat ke tempat lain. Terdapat unsur pergerakan (*movement*) dalam transportasi, dan secara fisik terjadi perpindahan tempat atas barang atau penumpang dengan atau tanpa alat angkut ke tempat lain.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) didefinisikan sebagai segala hal yang berkaitan dengan proses, manipulasi teknologi pengolahan dan penyebaran data dan informasi dengan menggunakan *hardware* dan *software*, komputer, komunikasi, dan elektronik digital secara tepat dan efektif.

Pasar merupakan tempat bertemunya produsen dan konsumen serta tempat terjadinya proses permintaan dan penawaran terhadap suatu produk.

Analisis strategis yang menggabungkan faktor internal dan eksternal perusahaan adalah Matriks SWOT, matriks yang mencakup kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang yang dihadapi agroindustri.

Matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*) merupakan matriks yang memuat faktor strategis internal berupa kekuatan dan kelemahan dari pengolahan roti. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) merupakan matriks yang memuat faktor strategis eksternal berupa peluang dan ancaman dari pengolahan roti.

Kekuatan merupakan faktor internal yang dimiliki oleh suatu agroindustri yang dapat menentukan keberhasilan suatu agroindustri.

Kelemahan merupakan faktor internal yang dimiliki agroindustri yang dapat menghambat perkembangan agroindustri.

Ancaman merupakan faktor eksternal yang berasal dari luar agroindustri yang dapat mempengaruhi keberlanjutan agroindustri.

Peluang merupakan faktor eksternal yang berasal dari luar agroindustri yang dapat memberikan kesempatan bagi agroindustri untuk mengembangkan usahanya.

Bobot adalah besarnya nilai yang diberikan pada masing-masing faktor strategis internal dan eksternal, sedangkan rating adalah peringkat yang diberikan pada saat penilaian, jika kondisinya sesuai dengan yang diharapkan maka ratingnya tinggi dan sebaliknya.

Analisis SWOT adalah metode yang digunakan dalam perencanaan strategis untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan memberikan bobot dan rating.

### **C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Agroindustri Roti Nan's Bakery yang berlokasi di Desa Merak Batin, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*). Menurut Sugiyono (2010), *purposive* adalah teknik penentuan lokasi dengan pertimbangan tertentu. Lokasi penelitian dipilih dengan pertimbangan bahwa Agroindustri Nan's Bakery merupakan usaha pengolahan roti yang masih terbilang baru dan cukup menarik yang ada di Kabupaten Lampung Selatan dan memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan.

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan (kepala toko), pihak dinas perindustrian dan perdagangan serta pakar akademis yaitu dosen Jurusan Agribisnis untuk membantu menentukan persentase bobot faktor internal dan eksternal dalam menyusun strategi operasional. Konsumen yang dijadikan responden adalah pembeli dari agroindustri roti Nan's Bakery. Pemilik memberikan informasi terkait agroindustri dan juga membantu menyusun faktor internal dan eksternal agroindustri, karyawan (kepala toko) membantu memberikan informasi tentang proses pengolahan roti sampai dengan

pemasaran. Pemilik, konsumen, dan pihak dinas membantu memberikan rating dan bobot ada faktor-faktor yang telah dibuat. Dengan pertimbangan bahwa pemilik, karyawan (kepala toko) agroindustri lebih mengetahui mengenai keadaan Agroindustri Nan's Bakery di Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan.

Teknik penarikan sampel untuk konsumen pada analisis bauran pemasaran adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2010), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Supranto (1998) menyatakan bahwa sampel yang tepat untuk kebanyakan penelitian meliputi persyaratan sejumlah 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 membeli roti Nan's Bakery.

Pengumpulan data dalam penelitian dilaksanakan pada Bulan Desember 2022 sampai dengan Januari 2023.

#### **D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik dan *supervisor* (pemilik, kepala administrasi, kepala pengadaan bahan baku, kepala produksi, bagian personalia (ketenagakerjaan), dan bagian pemasaran) agroindustri menggunakan kuesioner terkait sejarah agroindustri, kondisi agroindustri, struktur organisasi dan daftar tenaga kerja agroindustri, serta pengamatan langsung tentang keadaan di lapangan dan juga konsumen Agroindustri Roti Nan's Bakery. Data sekunder merupakan data yang diperoleh berdasarkan literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian dan data dari instansi-instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan, Badan Pusat Statistik, Kecamatan Natar, Dinas

Koperasi Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Lampung Selatan, Kementerian Pertanian, dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Dalam pengumpulan data primer pada analisis bauran pemasaran perspektif konsumen menggunakan kuesioner tertutup yang diukur berdasarkan skala likert. Menurut Djaali (2008), skala likert adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu gejala atau fenomena pendidikan.

Penilaian dalam skala likert pada kuesioner penelitian ini terdiri dari lima kriteria skor yaitu “1” untuk tidak setuju, “2” untuk tidak setuju, “3” untuk cukup, “4” untuk setuju, dan “5” untuk sangat setuju. Kuesioner tersebut dapat menjadi alat ukur yang baik dalam penelitian bila dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas perlu dilakukan dalam penelitian agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner tersebut dilakukan terhadap 30 responden konsumen agroindustri roti Nan’s Bakery.

a. Uji Validitas

Validitas mempunyai arti ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur atau instrumen dalam melakukan fungsi ukur. Instrumen dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut menjalankan fungsi ukur sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran, oleh karena itu kuesioner sebagai alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini harus dinyatakan valid (Sugiyono, 2010). Langkah-langkah uji validitas instrumen yang dilakukan adalah:

- 1) Mendefinisikan secara operasional konsep peubah yang akan diukur berdasarkan referensi literatur dan konsultasi dengan dosen pembimbing.
- 2) Melakukan uji coba instrumen pada sebagian responden.
- 3) Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.

- 4) Menghitung korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total, menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan bantuan program SPSS.
- 5) Membandingkan angka korelasi dengan angka kritis pada tabel korelasi nilai r pada taraf tertentu. Apabila angka korelasi yang dihasilkan lebih besar daripada angka korelasi pada tabel, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Angka korelasi pada tabel untuk masing-masing indikator adalah 0,20.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian terhadap kuesioner penelitian yang digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut *reliable* atau tidak (Sufren dan Natanael, 2013). Uji reliabilitas dapat dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum ab^2}{\sigma^2} \right] \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

r = koefisien *reliability instrument*

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  = total varians butir

$\sigma^2$  = total varians

Untuk mengukur reliabilitas yaitu melalui uji statistik *cronbach's alpha* dan kuesioner di katakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > r tabel. Nilai r tabel yang digunakan adalah 0,60. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran pada agroindustri roti Nan's Bakery dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran pada agroindustri roti Nan's Bakery

No	Atribut	Uji Validitas		Uji Realibilitas	
		Nilai	Hasil	Nilai	Hasil
<i>Product (Produk)</i>					
1	Kualitas	0,405	Valid	0,928	Reliabel
2	Kuantitas	0,496	Valid		
3	Tampilan	0,548	Valid		
4	Pengemasan	0,492	Valid		
5	Cap (merek)	0,703	Valid		
6	Rasa	0,489	Valid		
7	Keawetan	0,461	Valid		
<i>Price (Harga)</i>					
8	Harga terjangkau	0,539	Valid		
9	Sesuai harapan	0,495	Valid		
10	Potongan harga	0,571	Valid		
11	Sistem pembayaran	0,470	Valid		
<i>Place (Tempat atau distribusi)</i>					
12	Strategis	0,708	Valid		
13	Jangkauan transportasi	0,423	Valid		
14	Kenyamanan	0,550	Valid		
15	Jasa pesan antar	0,482	Valid		
16	Distribusi produk	0,559	Valid		
<i>Promotion (Promosi)</i>					
17	Kegencaran promosi	0,539	Valid		
18	Membantu konsumen	0,616	Valid		
19	Menarik	0,581	Valid		
20	Promosi sesuai kenyataan	0,577	Valid		
21	Media bervariasi	0,498	Valid		
<i>People (SDM)</i>					
22	Pelayanan karyawan	0,441	Valid		
23	Sikap karyawan	0,461	Valid		
24	Penampilan karyawan	0,550	Valid		
25	Pekerjaan optimal	0,483	Valid		
26	Karyawan handal	0,500	Valid		
<i>Process (Proses)</i>					
27	Pelayanan baik	0,544	Valid		
28	Cepat dan tangkas	0,484	Valid		
29	Pelayanan melalui telepon	0,386	Valid		
30	Pemilihan produk	0,414	Valid		
31	Pengawasan ketat	0,559	Valid		
<i>Physical Evidence (Bukti fisik)</i>					
32	Penataan produk	0,374	Valid		
33	Tampilan ruangan	0,373	Valid		
34	Kebersihan lokasi	0,361	Valid		
35	Ruangan yang nyaman	0,388	Valid		
36	Fasilitas parkir	0,387	Valid		

Tabel 7 menunjukkan hasil uji coba kuesioner menggunakan uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran pada agroindustri roti



Nan's Bakery didapatkan 36 daftar pertanyaan yang terdiri dari 7 pertanyaan atribut produk, 4 pertanyaan atribut harga, 5 pertanyaan atribut tempat, 5 pertanyaan atribut promosi, 5 pertanyaan atribut sumberdaya manusia, 5 pertanyaan atribut proses, dan 5 pertanyaan atribut bukti fisik. Berdasarkan hasil uji validitas bahwa 36 pertanyaan tersebut diperoleh nilai corrected item-total correlation lebih dari 0,20. Hal ini berarti 36 pertanyaan tersebut dinyatakan valid yakni atribut yang diukur sesuai dengan variabel yang hendak diteliti.

Uji reliabilitas diperoleh nilai cronbach's alpha sebesar 0,928. Hal ini berarti nilai reliabilitas menunjukkan angka lebih dari 0,60, sehingga atribut pertanyaan dinyatakan reliabel yakni jawaban responden yang diperoleh dari uji kuesioner cenderung stabil atau konsisten. Jadi, berdasarkan uji validitas dan reliabilitas kuesioner bauran pemasaran perspektif konsumen dapat dinyatakan bahwa kuesioner valid dan reliabel sehingga kuesioner dapat dipergunakan untuk penelitian.

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara langsung, serta dilakukan pengamatan secara langsung di agroindustri yang dilakukan yaitu dengan cara ikut serta dalam kegiatan pengolahan hingga pengemasan dalam kurun waktu satu Bulan atau empat minggu, yang dilakukan setiap minggu pada hari yang berbeda.

## **E. Metode Analisis Data**

### **1. Metode Analisis Pengadaan Bahan Baku**

#### *a. Metode Economic Order Quantity Probabilistik*

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui proses pengadaan dan pengendalian persediaan bahan baku tepung terigu pada Agroindustri roti di Toko Roti Nan's Bakery di Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan adalah metode deskriptif kualitatif dan

deskriptif kuantitatif berdasarkan metode *Economic Order Quantity* (EOQ) probabilistik. Menurut (Siswanto, 1985), suatu model dikatakan probabilistik apabila satu dari *demand* atau *lead time* atau bahkan keduanya tidak dapat diketahui dengan pasti dimana perilakunya harus diuraikan dengan distribusi probabilitas. Distribusi probabilitas ini diestimasi berdasarkan data masa lalu. Dalam menentukan total pesanan yang dapat dikatakan ekonomis dengan menggunakan metode EOQ Probabilistik tidak dapat secara langsung didapat nilai q ekonomis dengan menggunakan metode deterministik, tetapi dilakukan secara bertahap. Beberapa tahapan dalam menentukan jumlah persediaan yang ekonomis menggunakan metode EOQ Probabilistik sebagai berikut:

- 1) Melakukan peramalan terhadap pemakaian bahan baku untuk periode yang akan datang menggunakan metode kuadrat terkecil atau *least-square method*

$$Y' = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} \dots\dots\dots(5)$$

- 2) Menentukan Q dengan anggapan tidak terjadi kehabisan persediaan

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \times D \times S}{H}} \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan :

D = Permintaan bahan baku dalam unit per pemesanan (kg)

S = Biaya pesan per pemesanan (Rp/pemesanan)

h = Biaya penyimpanan per unit (Rp/unit)

- 3) Menentukan peluang kehabisan persediaan atau P (KP)

$$P (KP) = \frac{h \times Q}{D \times BKP} \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan:

P (KP) = Probabilitas persediaan habis

Q = Kuantitas persediaan yang ekonomis

BKP = Biaya kehabisan persediaan (Rp)

h = Biaya penyimpanan per unit (Rp/unit)

D = Permintaan bahan baku dalam unit per pemesanan (kg)

4) Menentukan nilai *safety stock*

$$SS = SD \times Z \dots \dots \dots (8)$$

Keterangan:

SS = *Safety stock* (kg)

SD = Standar deviasi

Z = Faktor keamanan yang ditentukan oleh agroindustri atas dasar kemampuan

5) Menentukan *Reorder Point*

$$Reorder Point = (d \times lead\ time) + safety\ stock \dots \dots \dots (9)$$

6) Menentukan pemakaian bahan baku selama lead time

7) Menentukan probabilitas pemakaian selama lead time

8) Menghitung EOQ Probabilistik

$$EOQ\ Probabilistik = \sqrt{\frac{2D(S+BK \times \sum(Ki-SP)P(Ki))}{h}} \dots \dots \dots (10)$$

Keterangan:

D = Permintaan bahan baku dalam unit per pemesanan (kg)

S = Biaya pesan per pemesanan

h = Biaya penyimpanan per unit

BK = Biaya kehabisan persediaan tiap unit (Rp/kg)

SP = *Reorder point* (kg)

Ki = Demand selama *lead time* (kg)

P = Probabilitas *demand* selama *lead time*

9) Menghitung biaya total persediaan

$$BTP = \frac{D.S}{EOQ} + \frac{EOQ.h}{2} \dots\dots\dots 11)$$

Keterangan:

D = Permintaan bahan baku dalam unit per pemesanan (kg)

S = Biaya pesan per pemesanan

h = Biaya penyimpanan per unit

EOQ = Jumlah pembelian bahan baku tepung terigu yang ekonomis (Kg/pemesanan)

Setelah diperoleh jumlah pembelian yang ekonomis per pesanan, kemudian menentukan frekuensi pembelian bahan baku yang ekonomis per tahun menggunakan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{D}{EOQ} \dots\dots\dots (12)$$

Keterangan:

EOQ = Jumlah pembelian bahan baku tepung terigu yang ekonomis (Kg/pemesanan)

D = Penggunaan atau permintaan yang diperkirakan per periode waktu (Rp/Bulan)

I = Frekuensi pemesanan dalam satu Bulan  
(Rangkuti, 2004)

b. Metode *Min-Max*

Metode ini digunakan dalam pengendalian persediaan dengan menentukan persediaan minimum dan persediaan maksimum. Persediaan minimum dan maksimum dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Safety Stock} = s \times Z$$

$$\text{Minimum Inventory} = DL + SS$$

$$\text{Maximum Inventory} = 2DL + SS$$

Keterangan:

s = Standar deviasi

z = Safety factor

DL = Rata-rata pemakaian selama *lead time* (Kg)

## 2. Metode Analisis Keuntungan

### a. Analisis Keuntungan

Keuntungan adalah selisih antara pendapatan dengan semua biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usaha. Pendapatan adalah nilai dari produksi yang dihasilkan berupa roti dikalikan dengan harga produk tersebut. Analisis keuntungan yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan cara menghitung keuntungan pada agroindustri roti Nan's Bakery dalam hitungan satu kali produksi. Keuntungan dari agroindustri roti Nan's Bakery dapat diketahui dengan melakukan analisis keuntungan suatu usaha yang secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Kartadinata, 2000) :

$$\text{Keuntungan} = \text{Total Pendapatan} - \text{Biaya Operasional} \dots \dots \dots (13)$$

Keterangan :

$\Pi$  = Keuntungan (Rp)

Biaya Operasional = Biaya yang digunakan untuk produksi (Rp)

Perhitungan biaya produksi pada penelitian ini dilakukan dengan menghitung biaya total, yaitu total seluruh biaya tetap dan biaya variabel yang digunakan untuk menghasilkan suatu barang jadi dalam satu periode tertentu. *Total cost* yang dianalisis pada penelitian ini

dalam proses produksi roti, *cake* dan bolu adalah biaya bahan baku yang digunakan, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Peralatan-peralatan yang digunakan Agroindustri Nan's Bakery tentunya mengalami penyusutan nilai. Berdasarkan Berdasarkan penelitian Sinaga, Lestari, Situmorang (2019), biaya penyusutan dapat dihitung dengan menggunakan metode garis lurus (*straight line*). Metode garis lurus (*straight line*) dilakukan dengan cara mengurangi harga beli peralatan dengan nilai sisa yang kemudian dibagi dengan umur ekonomis. Dalam penelitian ini, biaya penyusutan juga dihitung menggunakan metode garis lurus. Metode garis lurus cukup sederhana dengan menghubungkan alokasi biaya dengan berlalunya waktu dan mengakui pembebanan periodik yang sama panjang unsur aset. Perhitungan penyusutan menggunakan metode ini secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan Estimasi Nilai-Sisa}}{\text{Estimasi Nilai Ekonomis}} \dots\dots\dots (14)$$

### 3. Metode Analisis Bauran Pemasaran

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan ketiga pada penelitian ini adalah analisis bauran pemasaran pada agroindustri roti. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran yaitu elemen *product, price, place, promotion, process, people* dan *physical evidence* yang dilakukan oleh agroindustri roti dalam memasarkan produknya berdasarkan perspektif pemilik agroindustri. Analisis deskriptif kualitatif juga digunakan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam proses pemasaran roti serta langkah-langkah yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Analisis bauran pemasaran

digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran yang dilakukan oleh agroindustri roti, yaitu berupa :

a. Produk (*product*)

Produk (*product*) keluaran yang dihasilkan dari proses kegiatan agroindustri yaitu berupa barang (roti, bolu, *cake*). Produk akan dianalisis dengan melihat bentuk, ukuran, jumlah produksi, kemasan, keawetan dan kualitas roti, bolu, *cake*.

b. Harga (*price*)

Harga akan dianalisis dengan metode kualitatif dengan melihat perspektif dari pemilik agroindustri dan perspektif konsumen yang diukur menggunakan alat ukur skala *likert*. Komponen harga berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat bagaimana metode penetapan harga, pemberian potongan harga serta bagaimana cara pembayaran yang dilakukan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen harga akan dinilai dengan melihat apakah harga yang ditetapkan terjangkau, harga yang ditetapkan sesuai harapan konsumen, pemberian potongan harga dan sistem pembayaran yang dilakukan. Harga bagi sebagian besar masyarakat masih menduduki tempat teratas, sebelum membeli barang atau jasa.

c. Tempat (*place*)

Lokasi adalah tempat perusahaan mendistribusikan produk atau layanan yang tersedia untuk konsumen. Lokasi akan dianalisis dengan melihat kestrategisan tempat penjualan roti yang dapat dilihat dari alat transportasi yang ada dan bagaimana penyampaian produk roti sampai ke tangan konsumen atau pola distribusi yang dilakukan dan instansi pemasaran apa saja yang terlibat.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi akan dianalisis dengan melihat bagaimana manajemen promosi yang ada, kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan oleh agroindustri roti, serta media apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi tersebut.

e. Proses (*process*)

Proses merupakan kegiatan yang memperlihatkan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian produk roti. Proses akan dianalisis dengan melihat bagaimana pemilik usaha atau pelayan melayani konsumen yang membeli produk roti.

f. Sumberdaya Manusia (*people*)

Orang yang bekerja di dalam agroindustri, dimana yang berhadapan dengan pelanggan menjadi faktor produksi utama dalam mendorong keunggulan layanan dan keunggulan bersaing. Sumberdaya manusia akan dianalisis dengan melihat bagaimana pemilik usaha menjaga kualitas layanan terhadap konsumen dan memuaskan konsumen.

g. Bukti Fisik (*physical evidence*)

Keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana pada agroindustri. Karakteristik bukti fisik merupakan sisi paling menonjol dalam kaitannya dengan situasi agroindustri. Bukti fisik akan dianalisis dengan melihat kondisi lingkungan agroindustri dalam memberikan kenyamanan terhadap konsumen.

Analisis deskriptif kuantitatif juga digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran yaitu elemen *product*, *price*, *place*, *promotion*, *process*, *people* dan *physical evidence* yang dilakukan oleh agroindustri roti Nan's Bakery dalam memasarkan produknya berdasarkan perspektif konsumen. Penilaian konsumen terhadap atribut



pertanyaan komponen bauran pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase jumlah skor} = \frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Skor maksimal}} \times 100 \dots \dots \dots (15)$$

Hasil penilaian atribut pertanyaan menggunakan alat ukur skala *likert* dengan rentang skor penilaian 1-5, dapat diperoleh total penilaian responden per atribut yang dapat dikategorikan sebagai berikut: (Narimawati, 2010).

Tabel 8. Kriteria penilaian responden konsumen per atribut

No	Persentase jumlah skor	Kriteria
1	20,00% - 36,00%	Tidak baik
2	36,01%-52,00%	Kurang baik
3	52,01%-68,00%	Cukup
4	68,01%-84,00%	Baik
5	84,01%-100%	Sanga baik

Sumber : Narimawati, 2010

#### 4. Metode Analisis Peran Jasa Layanan Pendukung

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan ke empat berikutnya adalah analisis deskriptif kualitatif. Pada jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan oleh agroindustri roti. Penelitian ini menganalisis peran dan fungsi jasa layanan pendukung tersebut dalam kegiatan produksi dan menganalisis alasan agroindustri yang belum memanfaatkan salah satu jenis jasa layanan pendukung serta dampak dan solusi terhadap kurangnya pemanfaatan salah satu atau lebih jenis jasa layanan pendukung tersebut. Data keberadaan lembaga pendukung di lokasi penelitian dan bagaimana pemanfaatannya yang dilakukan oleh agroindustri disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Jasa layanan pendukung agroindustri roti

Indikator	Penilaian Indikator	Waktu Pemanfaatan	Manfaat yang diberikan
Lembaga Keuangan (Bank)	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Kebijakan Pemerintah	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Lembaga Penelitian	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Lembaga Penyuluhan	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Sarana Transportasi	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Teknologi Informasi dan Komunikasi	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Pasar	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Infrastruktur (Jalan)	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		

## 5. Metode Analisis SWOT

Metode analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menjawab tujuan ketiga dari aspek lingkungan internal dan lingkungan eksternal agroindustri berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian kuisisioner dengan menggunakan matriks IFE, EFE, dan diagram analisis SWOT. Analisis SWOT dipakai untuk menentukan strategi-strategi yang diperlukan agroindustri untuk terus berkembang. Penelitian ini menentukan strategi yang dianalisa dari aspek-aspek SWOT pada Agroindustri Roti Nan's Bakery di Kabupaten Lampung Selatan. Proses penyusunan strategi operasional melalui tiga tahap analisis, yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis dan tahap pengambilan keputusan. Tahap selanjutnya adalah proses pengambilan keputusan. Untuk

mendapatkan strategi yang tepat diperlukan dua tahap analisis yaitu tahap pengumpulan data dan tahap analisis:

#### 1. Tahap pengumpulan data

Tahap ini, merupakan suatu kegiatan pengumpulan, pengklasifikasian, dan pra analisis data-data eksternal dan internal. Pengklasifikasian data ini dilakukan dengan sistem pendekatan Agroindustri Roti Nan's Bakery. Pendekatan merupakan pendekatan yang memungkinkan Agroindustri Roti Nan's Bakery secara bersama-sama menganalisis masalah kehidupan agroindustri, serta membuat tindakan nyata dalam upaya pengembangannya pada masa yang akan datang. Model yang dipakai yaitu matrik faktor strategi internal dan faktor eksternal.

##### a. Analisis Faktor Internal

Analisis internal dilakukan untuk memperoleh faktor kekuatan yang dapat dimanfaatkan dan faktor kelemahan yang harus diatasi. Faktor tersebut dievaluasi dengan menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dengan langkah sebagai berikut (David, 2002):

(1) Menentukan faktor kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*) dengan responden terbatas.

##### a) Produksi

Penggunaan komponen produksi untuk melihat kekuatan dan kelemahan melalui ketersediaan bahan baku yang mudah, kualitas produk yang dihasilkan, serta upaya yang diterapkan oleh agroindustri roti Nan's Bakery dalam mempertahankan kualitas produk.

##### b) Pengelolaan Usaha

Komponen ini digunakan dengan tujuan untuk melihat penerapan fungsi manajemen yang telah berlangsung pada agroindustri yang hendak diteliti, serta menganalisis perkembangan permodalan dan ketersediaan modal usaha yang diperoleh, baik dari dalam maupun dari luar usaha agroindustri.

## c) Pendapatan

Penggunaan komponen pendapatan yang diperoleh agroindustri didapatkan dari hasil perkalian antara jumlah produksi dengan harga jual per kemasan. Pendapatan total merupakan jumlah pendapatan dari hasil produksi dengan harga jual per kemasan.

## d) Sumber daya manusia

Sumber daya manusia adalah sebagai salah satu komponen internal agroindustri roti Nan's Bakery dengan melihat bagaimana ketersediaan karyawan dalam menunjang jalannya agroindustri, serta bagaimana kualitas kinerja karyawan di agroindustri tahu roti Nan's Bakery.

## e) Pemasaran

Komponen ini digunakan untuk melihat adanya kekuatan dan kelemahan yang akan timbul dari kegiatan pemasaran produk. Komponen ini digunakan untuk melihat adanya kekuatan dan kelemahan yang akan timbul dari pelaksanaan *7P (price, place, product, promotion, people, physical evidence)* pada agroindustri.

## (2) Menentukan derajat kepentingan relatif setiap faktor internal (bobot).

Penentuan bobot faktor internal dilakukan dengan memberikan penilaian atau pembobotan angka pada masing-masing faktor. Penilaian angka pembobotan adalah sebagai berikut: 2 jika faktor vertikal lebih penting dari faktor horizontal, 1 jika faktor vertikal sama pentingnya dengan faktor horizontal dan 0 jika faktor vertikal kurang penting dari faktor horizontal.

(3) Memberikan skala *rating* 1 sampai 4 untuk setiap faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut mewakili kelemahan utama (peringkat = 1), kelemahan kecil (peringkat = 2),

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

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

Faktor-faktor tersebut diberikan penilaian yaitu berupa pemberian bobot dan rating untuk masing-masing faktor. Analisis faktor lingkungan internal dapat menggunakan matriks pada Tabel 10.

Tabel 10. Matriks Strategi IFE

<b>Faktor-Faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating (Skor)</b>
Kekuatan			
1.			
2.			
3.Dst			
Kelemahan			
1.			
2.			
3.Dst.			
<b>Total</b>	<b>100</b>		

Sumber : Rangkuti (2016)

#### b. Analisis Faktor Eksternal

Analisis eksternal digunakan untuk mengetahui pengaruh faktor yang menyangkut persoalan ekonomi, sosial dan budaya, pesaing, teknologi, konsumen, serta kebijakan pemerintah. Analisis eksternal ini menggunakan matriks EFE (*External Factor*

*Evaluation*) dengan langkah-langkah sebagai berikut (David, 2002):

- a. Membuat faktor utama yang berpengaruh penting pada kesuksesan dan kegagalan yang mencakup peluang dan ancaman dengan melibatkan beberapa responden.
  - 1) Pesaing  
Keadaan perekonomian yang semakin terbuka mendorong persaingan antar agroindustri sejenis semakin meningkat.
  - 2) Ilmu pengetahuan dan teknologi  
Penggunaan komponen ini didasarkan pada kepemilikan, ketersediaan dan penerapan teknologi baik berupa alat mesin produksi, teknologi informasi dan lain sebagainya yang ada pada agroindustri.
  - 3) Konsumen  
Komponen ini melihat apakah tingkat kebutuhan konsumen akan produk roti sangat besar atau sebaliknya.
  - 4) Kebijakan pemerintah  
Peran ini biasanya tentang kepedulian pemerintah terhadap agroindustri kecil dan menengah, misalnya pembinaan agroindustri pada instansi mempengaruhi perkembangan agroindustri roti Nan's Bakery.
- b. Menentukan derajat kepentingan relatif setiap faktor eksternal (bobot).  
Penentuan bobot dilakukan dengan memberikan penilaian atau pembobotan angka pada masing-masing faktor. Penilaian angka pembobotan adalah sebagai berikut : 2 jika faktor vertikal lebih penting dari faktor horizontal, 1 jika faktor vertikal sama dengan faktor horizontal dan 0 jika faktor vertikal kurang penting dari faktor horizontal.
- c. Memberikan peringkat (*rating*) 1 sampai 4 pada peluang dan ancaman untuk menunjukkan seberapa efektif strategi mampu

merespon faktor-faktor eksternal yang berpengaruh tersebut. Nilai peringkat berkisar antara 1 sampai 4. Nilai 4 jika jawaban rata-rata dari responden sangat baik dan 1 jika jawaban menyatakan buruk.

- d. Menentukan skor tertimbang dengan cara mengalikan bobot dengan rating.
- e. Menjumlahkan semua skor untuk mendapatkan total skor. Nilai 1 menunjukkan bahwa respon terhadap faktor eksternal sangat buruk dan nilai 4 menunjukkan sangat baik. Rata-rata nilai yang dibobot adalah 2,5. Nilai lebih kecil dari 2,5 menunjukkan respon terhadap eksternal masih lemah, sedangkan nilai lebih besar dari 2,5 menunjukkan respon yang baik.

Faktor-faktor tersebut diberikan penilaian yaitu berupa pemberian bobot dan rating untuk masing-masing faktor. Analisis faktor lingkungan eksternal dapat menggunakan matriks pada tabel 11.

Tabel 11. Matriks Strategi EFE

<b>Faktor-Faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating (Skor)</b>
Peluang			
1.			
2.			
Dst.			
Ancaman			
1.			
2.			
Dst.			
<b>Total</b>	<b>100</b>		

Sumber : Rangkuti (2016)

Menurut Rangkuti (2015), matriks internal-eksternal (IE) bertujuan untuk mempertajam analisis dan melihat posisi perusahaan serta melihat arah perkembangan selanjutnya. Menurut David (2010) matriks IE memposisikan berbagai divisi dari suatu organisasi dalam tampilan 9 sel.

Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci: skor bobot IE total pada sumbu X dan skor bobot EFE total pada sumbu Y. Setiap divisi dalam suatu organisasi harus membuat matriks IFE dan Matriks EFE dalam kaitannya dengan organisasi. Skor bobot total yang diperoleh dari divisi tersebut memungkinkan susunan Matriks IE ditingkat perusahaan.

Masing-masing komponen SWOT pada kuadran IFE-EFE diberikan bobot dan rating. Bobot diperoleh dari nilai rotasi faktor yang dikalikan dengan nilai varian. Sedangkan, rating diperoleh dari hasil penilaian terhadap variabel-variabel yang diuji. Hasil pembobotan dan penilaian selanjutnya dijumlahkan untuk masing-masing komponen SWOT kemudian dicari selisih antara komponen internal (S dan W), dan selisih antara komponen eksternal (O dan T). Selisih komponen internal kemudian menjadi nilai sumbu x dan hasil selisih komponen eksternal selanjutnya menjadi nilai sumbu y, sehingga pada kuadran IFE-EFE didapatkan posisi kuadran.

Matriks IE memiliki 3 (tiga) implikasi strategi yang berbeda, yaitu:

- a. Ketentuan-ketentuan untuk suatu divisi organisasi berada pada sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai bertumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi-strategi yang cocok bagi divisi ini adalah strategi intensif seperti *market penetration*, *market development*, dan *product development* atau strategi terintegrasi seperti *backward integration*, *forward integration*, dan *horizontal integration*.
- b. Divisi yang berada pada sel III, V atau VII paling baik dikendalikan dengan strategi-strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). Strategi-strategi yang umum dipakai yaitu strategi divisi yang berada pada sel VI, VIII atau IX dapat menggunakan strategi panen atau divestasi (*harvest atau divestiture*), *market penetration* dan *product development*.
- c. Divisi yang berada pada sel VI, VIII atau IX dapat menggunakan strategi panen atau divestasi (*Harvest atau Divestiture*).
- d. Perusahaan dianggap paling sukses jika mampu menghasilkan bisnis yang berada pada sel I.



## 2. Tahap Analisis SWOT

Faktor-faktor internal dan eksternal yang didapatkan dari identifikasi yaitu faktor kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang kemudian dimasukkan ke dalam matrik SWOT untuk dianalisis. Analisis SWOT ini menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi agroindustri, yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks analisis SWOT dibentuk melalui tahapan menyilangkan masing-masing faktor sehingga didapat strategi SO, ST, WO dan WT dan selanjutnya faktor yang sudah disilangkan disesuaikan dengan kuadran I, II, III dan IV seperti matriks SWOT pada Gambar 3.

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

Gambar 3. Matriks SWOT  
 Sumber : Rangkuti, 2006

## IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

### A. Gambaran Umum Kabupaten Lampung Selatan

#### 1. Letak Geografis

Kabupaten Lampung Selatan merupakan salah satu kabupaten yang terdapat di Provinsi Lampung dengan luas wilayah sebesar 2.109,47 km<sup>2</sup>. Secara geografis, Kabupaten Lampung Selatan terletak antara 105°14' sampai dengan 105°45' Bujur Timur dan 5°15' sampai dengan 6° Lintang Selatan. Kabupaten Lampung Selatan terdiri dari 17 kecamatan, yaitu Kecamatan Natar, Jati Agung, Tanjung Bintang, Tanjung Sari, Katibung, Merbau Mataram, Way Sulan, Sidomulyo, Candipuro, Way Panji, Kalianda, Rajabasa, Palas, Sragi, Penengahan, Ketapang, dan Bakauheni. Kecamatan Natar merupakan kecamatan terluas dengan luas wilayah sebesar 213,77 km<sup>2</sup>, sedangkan wilayah terkecil adalah Kecamatan Way Panji dengan luas wilayah sebesar 38,45 km<sup>2</sup>.

Secara administrasi, Kabupaten Lampung Selatan memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut :

- a) Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Lampung Tengah dan Lampung Timur.
- b) Sebelah Selatan berbatasan dengan Selat Sunda.
- c) Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Pesawaran.
- d) Sebelah Timur berbatasan dengan Laut Jawa (BPS Kabupaten Lampung Selatan, 2021).

Letak wilayah dan batas-batas wilayah Kabupaten Lampung Selatan ditunjukkan dalam peta Provinsi Lampung sebagai berikut.



Gambar 4. Letak wilayah dan batas-batas wilayah Kabupaten Lampung Selatan berdasarkan peta Provinsi Lampung.

Sumber : BPS Provinsi Lampung (2021)

## 2. Kondisi Iklim dan Topografi

Kabupaten Lampung Selatan merupakan daerah tropis dengan suhu maksimum sebesar  $28,6^{\circ}\text{C}$  dan suhu minimum sebesar  $26,4^{\circ}\text{C}$ . Rata-rata kelembaban udara adalah sebesar 76,33 persen. Jumlah curah hujan tertinggi terjadi pada Bulan Februari sebesar 412,8 mm dan terendah pada Bulan Agustus dan September dimana tidak terjadi hujan. Kabupaten Lampung Selatan memiliki lama penyinaran matahari terbesar yaitu 86,4 persen dan terkecil sebesar 13,2 persen dengan kecepatan angin sebesar 3,6 meter per detik per tahun. Iklim di Kabupaten Lampung Selatan dipengaruhi oleh adanya pusat tekanan rendah dan tekanan tinggi yang berganti di daratan sentra Asia dan Australia pada Bulan Januari dan Juli. Akibat pengaruh angin muson, daerah Kabupaten Lampung Selatan tidak

terasa adanya musim peralihan (pancaroba) antara musim kemarau dan musim hujan (BPS Kabupaten Lampung Selatan, 2022).

Secara topografi, Kabupaten Lampung Selatan merupakan wilayah dataran dengan ketinggian dari permukaan laut yang bervariasi. Daerah dataran tinggi berada di Kecamatan Merbau Mataram dengan ketinggian 102 mdpl, sedangkan Kalianda sebagai ibukota Kabupaten Lampung Selatan memiliki ketinggian 17 mdpl. Kabupaten Lampung Selatan memiliki beberapa gunung dengan Gunung Rajabasa sebagai gunung tertinggi yang memiliki ketinggian 1.280 mdpl.

Wilayah Kabupaten Lampung Selatan sebagian besar berbatuan endesit yang tertutupi turfazam. Batuan endapan meluas ke timur sampai sekitar jalan kereta api arah menuju Kotabumi dengan keadaan tanah bergelombang sampai berbukit. Kabupaten Lampung Selatan memiliki dataran alluvial yang berawa-rawa dengan pohon bakau. Terdapat beberapa sungai di Kabupaten Lampung Selatan yang berperan penting sebagai irigasi sawah dengan cara pembuatan dam-dam. Sungai-sungai tersebut, antara lain Way Sekampung, Way Jelai, Way Ketibung, Way Gatal, dan Way Pisang. Terdapat empat kecamatan di Kabupaten Lampung Selatan yang memiliki pulau, yaitu Kecamatan Katibung, Rajabasa, Ketapang, dan Bakauheni. Pulau terluas terdapat di Kecamatan Rajabasa yaitu Pulau Sebesi seluas 4.643 ha. Selain itu, Kecamatan Rajabasa juga memiliki pulau terbanyak di Kabupaten Lampung Selatan yaitu sebanyak 16 pulau (BPS Kabupaten Lampung Selatan, 2022).

### **3. Kondisi Demografi**

Kabupaten Lampung Selatan memiliki penduduk sebanyak 1.071.727 jiwa yang terdiri atas 548.197 jiwa penduduk laki-laki dan 523.530 jiwa penduduk perempuan. Kabupaten Lampung Selatan memiliki sex ratio sebesar 105,06 persen yang berarti dari 100 penduduk perempuan terdapat 105 penduduk laki-laki. Jumlah penduduk terbanyak terdapat di

Kecamatan Natar, yaitu sebesar 191.800 jiwa atau 18,02 persen dan jumlah penduduk terendah terdapat di Kecamatan Way Panji, yaitu sebesar 18.100 jiwa atau 1,70 persen. Kepadatan penduduk di Lampung Selatan tahun 2022 mencapai 508 jiwa/km<sup>2</sup>. Kepadatan Penduduk di 17 kecamatan cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi terletak di Kecamatan Jati Agung dengan kepadatan sebesar 787 jiwa/ km<sup>2</sup> dan terendah di Kecamatan Rajabasa sebesar 249 jiwa/Km<sup>2</sup>.

Penduduk Kabupaten Lampung Selatan digolongkan menjadi dua bagian, yaitu penduduk asli Lampung dan penduduk pendatang. Penduduk asli Lampung khususnya suku Lampung Peminggir umumnya berkediaman di sepanjang Pantai Pesisir, seperti di Kecamatan Penengahan, Kalianda, dan Katibung, sedangkan penduduk suku Lampung yang lain tersebar di seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Lampung Selatan.

Penduduk yang berdomisili di Kabupaten Lampung Selatan terdiri dari bermacam-macam suku dari seluruh Indonesia, antara lain Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Sulawesi, Sumatera Selatan, Sumatera Barat, Sumatera Utara, Aceh, dan lain-lain. Penduduk pendatang terbesar berasal dari Pulau Jawa, yaitu Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Banten, dan Yogyakarta. Besarnya penduduk Lampung Selatan yang berasal dari Pulau Jawa diakibatkan adanya kolonisasi pada zaman penjajahan Belanda dan dilanjutkan dengan transmigrasi pada masa setelah kemerdekaan, disamping perpindahan penduduk secara swakarsa dan spontan (BPS Kabupaten Lampung Selatan, 2022).

#### **4. Potensi Wilayah**

Kabupaten Lampung Selatan adalah salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Lampung. Ibu Kota kabupaten ini terletak di kecamatan Kalianda. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 2.007,01 km<sup>2</sup>. Kabupaten Lampung Selatan memiliki potensi yang sangat strategis, karena berada di selatan

Pulau Sumatera yang merupakan gerbang utama yang menghubungkan Pulau Sumatera dan Pulau Jawa. Kegiatan perekonomian Kabupaten Lampung Selatan didominasi oleh tiga sektor utama yaitu sektor pertanian, sektor perdagangan, dan sektor industri pengolahan.

Nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Lampung Selatan atas dasar harga berlaku pada tahun 2020 mencapai 44,29 triliun rupiah. Secara nominal, nilai PDRB ini mengalami penurunan sebesar 331 miliar rupiah dibandingkan dengan tahun 2019 yang mencapai 44,62 triliun rupiah. Turunnya nilai PDRB di Kabupaten Lampung Selatan pada tahun 2020 ini dipengaruhi oleh adanya pandemi Covid-19 yang melemahkan aktivitas perekonomian Lampung Selatan sehingga menyebabkan penurunan yang signifikan diseluruh lapangan usaha (BPS Kabupaten Lampung Selatan, 2022).

Tiga lapangan usaha yang memiliki peranan terbesar dalam pembentukan PDRB Kabupaten Lampung Selatan pada tahun 2020 dihasilkan oleh lapangan usaha pertanian, kehutanan, dan perikanan, lapangan usaha industri pengolahan, dan lapangan usaha perdagangan besar dan eceran, dengan persentase secara berturut-turut adalah sebesar 30,26 persen, 23,47 persen, dan 12,43 persen. Dalam lapangan usaha pertanian, subkategori peternakan menjadi penyumbang terbesar ketiga setelah tanaman pangan dan perkebunan (BPS Kabupaten Lampung Selatan, 2022).

Sejumlah industri ekonomi kreatif masyarakat Lampung Selatan semakin menggeliat mensukseskan perekonomian di Kabupaten Lampung Selatan. Denyut nadi dan aktivitas perekonomian di Kabupaten Lampung Selatan taa perna henti disegala aspek dan terus berkembang. Sektor industri di Kabupaten Lampung Selatan berupa agroindustri. Agroindustri usaha makanan yang banyak dikembangkan di masyarakat antara lain usaha keripik, kelanting dan kerupuk, sehingga sektor ini juga menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor penyumbang pendapatan yang cukup besar di Kabupaten Lampung Selatan. Usaha sektor pertanian ini mencakup tanaman pangan seperti padi dan ubi kayu, tanaman hortikultura seperti cabai dan pepaya, tanaman perkebunan seperti kelapa sawit, kelapa, karet, kopi, kakao dan lada, peternakan seperti sapi, kambing dan ayam ras, serta jasa pertanian dan perburuan hewan yang ditujukan untuk dijual. Tahun 2021, produksi perikanan di Lampung Selatan sebesar 62,69 ribu ton dengan 50,00 persen diantaranya berasal dari produksi penangkapan dan 50,00 persen lainnya dihasilkan dari produksi budidaya.

Kabupaten Lampung Selatan juga memiliki potensi yang cukup besar dibidang pariwisata, baik wisata alam, wisata terpadu atau buatan, wisata bahari maupun wisata budaya. Wisatawan yang berkunjung di tempat wisata wilayah Kabupaten Lampung Selatan pada tahun 2021 untuk wisatawan asing sebanyak 6.229 orang dan untuk wisatawan domestik sebanyak 443.250 orang. Jumlah rumah makan/restoran tahun 2021 menurut data hasil pendataan Podes BPS Kabupaten Lampung Selatan sebanyak 155 unit, meningkat jika dibandingkan dengan tahun 2020. Potensi wisata yang memadai terdiri dari wisata pantai, pemandian, alam, hutan/wana, peninggalan sejarah dan lain-lain. Beberapa lokasi wisata yang sudah cukup terkenal adalah Pantai Pasir Putih, Pantai Alau Alau dan beberapa lokasi wisata lainnya yang cukup potensial untuk dikembangkan. Jumlah akomodasi di Kabupaten Lampung Selatan terdiri dari akomodasi hotel sebesar 46,67 persen dan akomodasi penginapan selain hotel sebesar 53,33 persen. Pada tahun 2021, jumlah hotel di Lampung Selatan ada sebanyak 28 unit dengan 653 kamar dan 821 tempat tidur.

Kabupaten Lampung Selatan berkontribusi sebesar 12,38% terhadap pencapaian PDRB Povinsi Lampung atau pada peringkat ke-3 di Provinsi Lampung (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan, 2022).

## B. Gambaran Umum Kecamatan Natar

### 1. Letak Geografis

Kecamatan Natar merupakan salah satu bagian dari wilayah Kabupaten Lampung Selatan yang memiliki luas wilayah sebesar 250,88 km<sup>2</sup>.

Kecamatan Natar berjarak sekitar 30,54 km dari ibukota Provinsi Lampung yaitu Kota Bandar Lampung. Kecamatan Natar membawahi 26 desa, diantaranya yaitu Desa Hajimena, Sidosari, Pemanggilan, Natar, Merak Batin, Krawang Sari, Muara Putih, Tanjungsari, Negara Ratu, Rejosari, Bumisari, Candimas, Pancasila, Sukadamai, Bandar Rejo, Purwosari, Rulung Raya, Brantiraya, Haduyang, Banjarnegeri, Mandah, Rulung Helok, Kali Sari, Wai Sari, Rulung Mulya, dan Rulung Sari.

Secara geografis, Kecamatan Natar memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut.

- a) Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Pesawaran.
  - b) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kota Bandar Lampung.
  - c) Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Pesawaran.
  - d) Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Jati Agung
- (BPS Kabupaten Lampung Selatan, 2022)

Letak Kecamatan Natar dapat dilihat dalam peta daerah Kabupaten Lampung Selatan sebagai berikut.



Gambar 5. Letak Kecamatan Natar dalam peta daerah Kabupaten Lampung Selatan.

Sumber : BPS Kabupaten Lampung Selatan (2022)



## 2. Kondisi Topografi

Secara topografis, wilayah Kecamatan Natar sebagian besar memiliki bentuk permukaan tanah berupa dataran rendah dengan ketinggian kurang dari 100 mdpl. Jenis tanah di Kecamatan Natar berjenis podzolik merah kuning berpasir dengan pH tanah berkisar 5 – 6 (BPS Kabupaten Lampung Selatan, 2021).

## 3. Kondisi Demografi

Kecamatan Natar memiliki jumlah penduduk sebanyak 191.833 jiwa yang terdiri dari 98.274 jiwa laki-laki dan 93.559 jiwa perempuan dengan *sex ratio* sebesar 103,86 persen yang berarti dari 100 jiwa penduduk perempuan terdapat 104 jiwa penduduk laki-laki. Kecamatan Natar memiliki kepadatan penduduk sebesar 718,45 jiwa/km<sup>2</sup>. Secara garis besar, penduduk yang berdomisili di Kecamatan Natar digolongkan menjadi dua bagian, yaitu penduduk asli Lampung dan penduduk pendatang. Walaupun demikian, mayoritas penduduk di Kecamatan Natar merupakan penduduk pendatang. Sebagian kecil penduduk asli Lampung menyebar hampir disemua desa, akan tetapi dalam jumlah yang relatif kecil, beberapa diantaranya terdapat di Desa Sumur, Ruguk, Karang Sari, dan beberapa desa lain. Sementara penduduk pendatang sebagai mayoritas, sebagian besar berasal dari Pulau Jawa (Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Yogyakarta), Bali, Sulawesi (Bugis), dan Pulau Sumatera, seperti Sumatera Barat, Sumatera Utara, dan Sumatera Selatan (BPS Kabupaten Lampung Selatan, 2022).

## 4. Keadaan Perekonomian

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 Natar merupakan

bagian dari Kabupaten Lampung Selatan, yang merupakan salah satu pusat perekonomian di Provinsi Lampung. Walaupun demikian, tidak semua kecamatan yang berada di wilayah Kabupaten Lampung Selatan memiliki kondisi perekonomian yang baik.

Kondisi perekonomian di Kecamatan Natar dapat dicerminkan dari berbagai hal, seperti potensi wilayah yang dimiliki, kondisi infrastruktur, sarana prasarana dan fasilitas yang tersedia, fasilitas sarana perdagangan, jenis pekerjaan, serta tingkat pendapatan masyarakat di Kecamatan Natar. Sarana prasarana serta fasilitas yang ikut berkontribusi dalam perekonomian Kecamatan Natar adalah keberadaan sekolah-sekolah yang terakreditasi, sarana kesehatan yang memadai, seperti pasar, warung kelontong, toko, minimarket, angkutan atau kendaraan umum, serta berbagai lembaga keuangan yang tersedia. Selain itu, terdapat sejumlah industri yang ada di Kecamatan Natar yang berkontribusi pada peningkatan perekonomian Kecamatan Natar.

Agroindustri Nan's Bakery dalam menjalankan usahanya didukung oleh fasilitas sarana-prasarana yang ada di Kecamatan Natar. Salah satu fasilitas yang sangat mendukung kegiatan produksi industri tersebut adalah pasar. Pasar yang berada di Kecamatan Natar dan menjadi pasar induk di kecamatan tersebut yaitu Pasar Natar. Pasar ini sangat dibutuhkan oleh agroindustri roti untuk tempat membeli bahan tidak langsung pada proses produksi.

Pusat Agroindustri roti Nan's Bakery yaitu berada di Kecamatan Natar yang tidak jauh dengan Kota Bandar Lampung dan juga memiliki dua cabang yang terletak di Kota Bandar Lampung, yaitu tepatnya di Jl. ZA Pagar Alam, Kota Bandar Lampung dan Jl. Pramuka, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung, hal ini merupakan hal yang positif bagi Agroindustri roti Nan's Bakery, karena dengan lokasi Agroindustri roti Nan's Bakery yang dekat dengan Kota Bandar Lampung memiliki potensi

perekonomian yang baik akan meningkatkan jaungkauan pasar yang lebih luas dan pendapatan yang lebih tinggi. Keadaan perekonomian memiliki potensi ekonomi yang baik karena didukung oleh potensi ekonomi Kota Bandar Lampung seperti potensi wilayah, kondisi infrastruktur dan jenis pekerjaan serta tingkat pendapatan masyarakat di Kota Bandar Lampung yang baik juga.

## C. Gambaran Umum Toko Roti Nan's Bakery

### 1. Profil Perusahaan

Toko Roti Nan's Bakery merupakan sebuah agroindustri yang berlokasi di Jl. Lintas Sumatera Desa Merak Batin Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung. Toko Roti Nan's Bakery merupakan usaha dibidang makanan yaitu berupa roti, bolu dan *cake*. Toko Roti Nan's Bakery berdiri pada tanggal 18 November 2019. Pendirian agroindustri Toko Roti Nan's Bakery dilatarbelakangi karena melihat peluang usaha yang cukup menjanjikan, dan banyak masyarakat yang menyukai roti. Selain itu pemilik juga memang sangat menyukai berbagai macam roti dan sangat menikmati, maka dari itu pemilik akhirnya berinisiatif untuk memulai usaha Toko Roti Nan's Bakery ini.

Toko Roti Nan's Bakery telah memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang diperoleh dari dinas perindustrian dan perdagangan dengan nomor 8120110291632/2020. Produk roti, *cake* dan bolu dengan merek dagang Nan's Bakery ini juga telah memiliki sertifikat halal dengan nomor ID18110000925640922 yang diterbitkan pada tanggal 19 Desember 2022 dan berlaku sampai tanggal 19 Desember 2026.

Toko roti Nan's Bakery dalam menjalankan bisnisnya perlu melakukan analisis untuk gambaran masa depan. Toko roti Nan's Bakery memiliki visi dan misi yang ingin di capai yaitu sebagai berikut :

## a) Visi

Menyediakan produk roti yang dikenal luas akan kualitas yang tinggi, aman, dan halal dengan harga terjangkau serta berdaya saing tinggi di pasar Industri Bakery pada tahun 2023.

## b) Misi

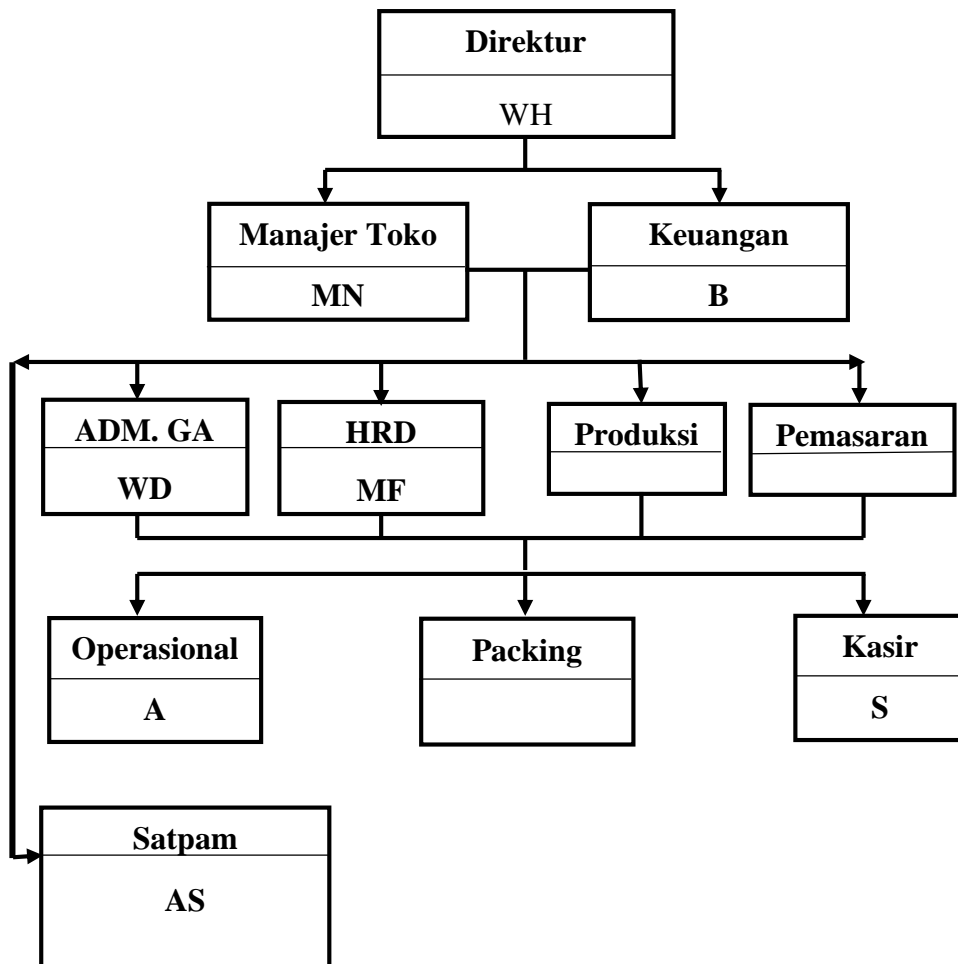
1. Menjadi salah satu toko roti terbaik di Lampung
2. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua pelanggan dengan menyediakan produk tepat kualitas, tepat kuantitas dan tepat waktu.
3. Melakukan inovasi dan penyempurnaan produk, proses produksi sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih unggul dari pesaing dan menjadi pilihan utama konsumen.
4. Menjalani kerjasama yang baik dan saling menguntungkan dengan semua pihak terkait seperti karyawan, pelanggan, supplier dan masyarakat sekitar sehingga perusahaan dapat tumbuh dengan baik dan memberi kontribusi positif bagi bagi semua pihak terkait.

Visi dan Misi Agroindustri roti Nan's Bakery dalam mengembangkan dan menjalankan operasional perusahaan perlu adanya struktur organisasi. Struktur organisasi sangat diperlukan guna menjamin manajemen yang baik. Struktur organisasi Agroindustri roti Nan's Bakery dapat dilihat pada gambar 6.

## 2. Struktur Organisasi Agroindustri Roti Nan's Bakery

Agroindustri roti Nan's Bakery dalam mengembangkan dan menjalankan operasional perusahaan dipimpin oleh seorang Manajer yaitu Ibu. Mn yang didampingi langsung oleh pemiliknya yaitu Bapak WH. Dalam menjalankan tugasnya, Manajer tidak berperan aktif dalam setiap proses produksi, oleh karena itu, dibantu oleh setiap divisi bagian yang memiliki wewenang dan tanggung jawab yang jelas sesuai dengan kemampuan dan keahliannya, sehingga kegiatan perusahaan dapat terlaksana dan terarah

dengan baik. Beberapa divisi yang terdapat pada agroindustri roti Nan's bakery. Divisi keuangan selalu berkordinasi dengan manajer, pada agroindustri ini yaitu keuangan dipegang oleh Bapak B yang bertugas melakukan koordinasi finansial agroindustri dan mengelola akuntansi agroindustri roti Nan's Bakery. HRD pada agroindustri ini yaitu Bapak MF yang bertugas mengurus dan mengembangkan karyawan di agroindustri roti Nan's Bakery. Admin pada agorindustri ini yaitu Ibu WD yang bertugas untuk memenuhi semua kuebutuhan yang diperlukan oleh Agroindustri Nan's Bakery.



Gambar 6. Struktur Organisasi Agroindustri Roti Nan's Bakery

Divisi produksi atau *baker* yaitu yang bertugas dalam proses produksi roti, bolu dan *cake*. Divisi pemasaran bertugas untuk memasarkan produk.

Divisi korlap atau kordinator lapangan yang bertugas untuk mengontrol semua toko Nan's Bakery. Divisi *packing* atau pengemasan bertugas untuk proses pengemasan produk yang akan di pasarkan. Kasir bertugas untuk melayani pembeli. Operasional yang merangkap sebagai sopir bertugas untuk untuk membeli bahan baku atau barang-barang yang dibutuhkan serta bertugas untuk mengantarkan roti ke toko cabang Nan's Bakery.

Satpam bertugas untuk menjaga keamanan toko Nan's Bakery. Organisasi Agroindustri roti Nan's Bakery diciptakan untuk memudahkan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Struktur organisasi Agroindustri roti Nan's Bakery digambarkan pada Gambar 6.

### 3. Aspek Sumberdaya Manusia

Sumber daya manusia sebagai penggerak utama sumber daya perusahaan lainnya harus memiliki kemampuan prima dan kerja yang profesional serta ditempatkan pada posisi yang tepat. Tenaga kerja yang ada di Toko Nan's Bakery berjumlah 20 orang yang terdiri dari 6 tenaga kerja pria dan 14 tenaga kerja wanita dengan posisi dan penempatan yang berbeda. Tenaga kerja tersebut ditempatkan di bidang manajer toko, keuangan, personalia (ketenagakerjaan), produksi, logistik, *packing* (pengemasan), kasir, administrasi, pemasaran, supir hingga satpam dapat dilihat pada Tabel 12.

Jam kerja karyawan yaitu mulai dari manajer toko, keuangan, ketenagakerjaan, administrasi, pemasaran, logistik dan supir yaitu dimulai pada pukul 07.00 - 16.00 WIB. Jam kerja karyawan bagian produksi yaitu dimulai pukul 07.00 – 15.00 WIB. Jam kerja karyawan bagian kasir menggunakan sistem jam kerja *shift* atau bergantian, jam pagi dimulai dari pukul 07.00 - 16.00 WIB, sedangkan jam siang dimulai dari pukul 13.00 - 21.00 WIB. Jam kerja satpam dimulai pukul 19.00 - 06.00 WIB.

Tabel 12. Jumlah tenaga kerja Agroindustri Nan's Bakery

No	Bagian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Manajer Toko	1	5,00
2	Keuangan	1	5,00
3	Personalia (ketenagakerjaan)	1	5,00
4	Produksi	6	30,00
5	<i>Packing</i> (pengemasan)	2	10,00
6	Kasir	2	10,00
7	Administrasi	1	5,00
8	Pemasaran	3	15,00
9	Operasional / Supir	2	10,00
10	Satpam	1	5,00
<b>Jumlah</b>		20	100,00

Khusus untuk setiap hari jum'at, Agroindustri Nan's Bakery mengadakan apel pagi sebelum memulai kegiatan operasional seperti biasanya. Dalam apel pagi ini dimulai dengan *briefing* dan doa bersama. Isi *briefing* biasanya mengenai pengarahan-pengarahan dan juga motivasi kerja kepada karyawan, agar bekerja secara maksimal. Selain itu setiap hari jum'at juga di adakan jum'at berkah yaitu berupa pemberian makan siang gratis kepada semua karyawan. Sebagian besar tenaga kerja yang ada didominasi oleh lulusan SMA/SMK hingga Sarjana, kualifikasi jenjang pendidikan ini memang menjadi salah satu persyaratan untuk bisa mendaftar di Agroindustri Nan's Bakery, karena pengalaman kerja sangat dilihat dan dibutuhkan dalam Agroindustri Nan's Bakery ini. Tingkat pendidikan tenaga kerja Agroindustri Nan's Bakery disajikan dalam Tabel 13.

Tabel 13. Tingkat pendidikan tenaga kerja Agroindustri Nan's Bakery

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
SD	0	0,00
SMP	0	0,00
SMA/SMK	15	75,00
Sarjana	5	25,00
Jumlah	25	100,00

Semua karyawan dapat bekerja dengan baik, karena pekerjaan yang mereka kerjakan sesuai dengan keahlian mereka masing-masing. Para karyawan juga memiliki rasa tanggung jawab terhadap pekerjaannya. Hal tersebut dapat diatasi dengan prinsip “*the right man on the right place*”, sehingga para staff dan karyawan dapat bekerja sesuai dengan kompetensi atau skill masing-masing. Sebagian besar tenaga kerja tersebut ditempatkan di bagian produksi atau *baker* yang merupakan bagian yang membutuhkan tenaga kerja yang cukup banyak.

#### **4. Aspek Permodalan Agroindustri Roti Nan’s Bakery**

Modal atau sumberdaya keuangan merupakan suatu aspek yang penting dalam suatu perusahaan. Sumberdaya keuangan harus dapat dikendalikan dan dimanfaatkan sebaik mungkin, agar dapat mendukung sumberdaya lain yang ada di perusahaan. Modal usaha Agroindustri Nan’s Bakery pada awal berdirinya berasal dari modal milik pribadi dan melakukan pinjaman Bank sekitar Rp 500.000.000,00 – Rp1.000.000.000,00. Namun, seiring bertambah besarnya perusahaan, maka diperlukan pula modal yang lebih besar, dengan melakukan pinjaman di bank dalam permodalan usahanya. Saat ini, keperluan modal perusahaan berasal dari pemasok bahan baku, baik tepung maupun bahan lainnya yang mana perusahaan akan membayar bahan baku tersebut setelah produk terjual, dan ada juga yang langsung dibayar tanpa menunggu produk terjual. Hal tersebut sudah melalui persetujuan antara kedua belah pihak. Selain itu Agroindustri Nan’s Bakery dalam keperluan modal juga menggunakan hasil pendapatan yang didapatkan setiap hari.

#### **5. Sarana dan Prasarana Agroindustri Roti Nan’s Bakery**

Ketersediaan sarana dan prasarana merupakan hal yang sangat penting dan dibutuhkan dalam mendukung kegiatan dan aktivitas pekerja. Sarana dan prasarana yang memadai dapat menunjang kelancaran proses pemasaran



dan keberlangsungan aktivitas perusahaan. Sarana dan prasarana perusahaan merupakan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan untuk digunakan oleh karyawan. Fasilitas Agroindustri roti Nan's Bakery terdiri atas fasilitas bangunan, fasilitas produksi, dan fasilitas penunjang.

a. Fasilitas bangunan yang dimiliki agroindustri roti Nan's Bakery terdiri dari:

- 1) Kantor merupakan bangunan yang terdiri dari beberapa ruangan yakni ruang pimpinan, ruang keuangan, ruang manajer, dan ruang admin yang berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan administrasi perusahaan. Kantor dibagi menjadi dua, kantor bagian depan untuk pimpinan, keuangan, dan amangaer, kantor bagian belakang untuk administrasi dan tim pemasaran.
- 2) Ruang produksi merupakan ruang tempat berlangsungnya kegiatan produksi. Ruang produksi terbagi menjadi dua tempat, di lantai 1 merupakan ruang produksi bolu dan *cake*, sedangkan di lantai 2 merupakan ruang produksi roti.
- 3) Ruang *packing* atau pengemasan merupakan ruang tempat proses pengemasan produk.
- 4) Gudang merupakan ruang penyimpanan berbagai alat dan bahan yang dibutuhkan dan menunjang proses produksi.
- 5) Toilet terdiri dari beberapa toilet yang masing-masing terletak di belakang kantor, di samping ruang produksi dan di dekat dapur umum.
- 6) Tempat parkir merupakan sarana yang ditujukan untuk karyawan, tamu, supplier dan pihak yang berkepentingan lainnya sebagai tempat parkir kendaraan.

b. Fasilitas produksi Fasilitas produksi adalah semua fasilitas yang digunakan dan menunjang proses produksi. Fasilitas produksi yang dimiliki Agroindustri Roti Nan's Bakery terdiri dari:

1) Alat kerja kantor

Alat kerja terdiri dari meja, kursi, laptop, telepon, printer, printer nota dan alat tulis kantor.

2) Alat produksi

Alat produksi terdiri dari *planetary mixer*, *hand mixer listrik*, *final proofer*, oven, meja kerja SS, pan alumunium/loyang alumunium, loaf pan, *rack trailer*, *scoop*, *roller*, tong, *mixing bowl*, *oven gloves*, *container plastic cup*, pisau, spatula, baskom, sendok.

c. Fasilitas penunjang Fasilitas penunjang yang dimiliki Agroindustri Roti Nan's Bakery terdiri dari:

1) Listrik

Sumber listrik Agroindustri Roti Nan's Bakery berasal dari Perusahaan Listrik Negara (PLN).

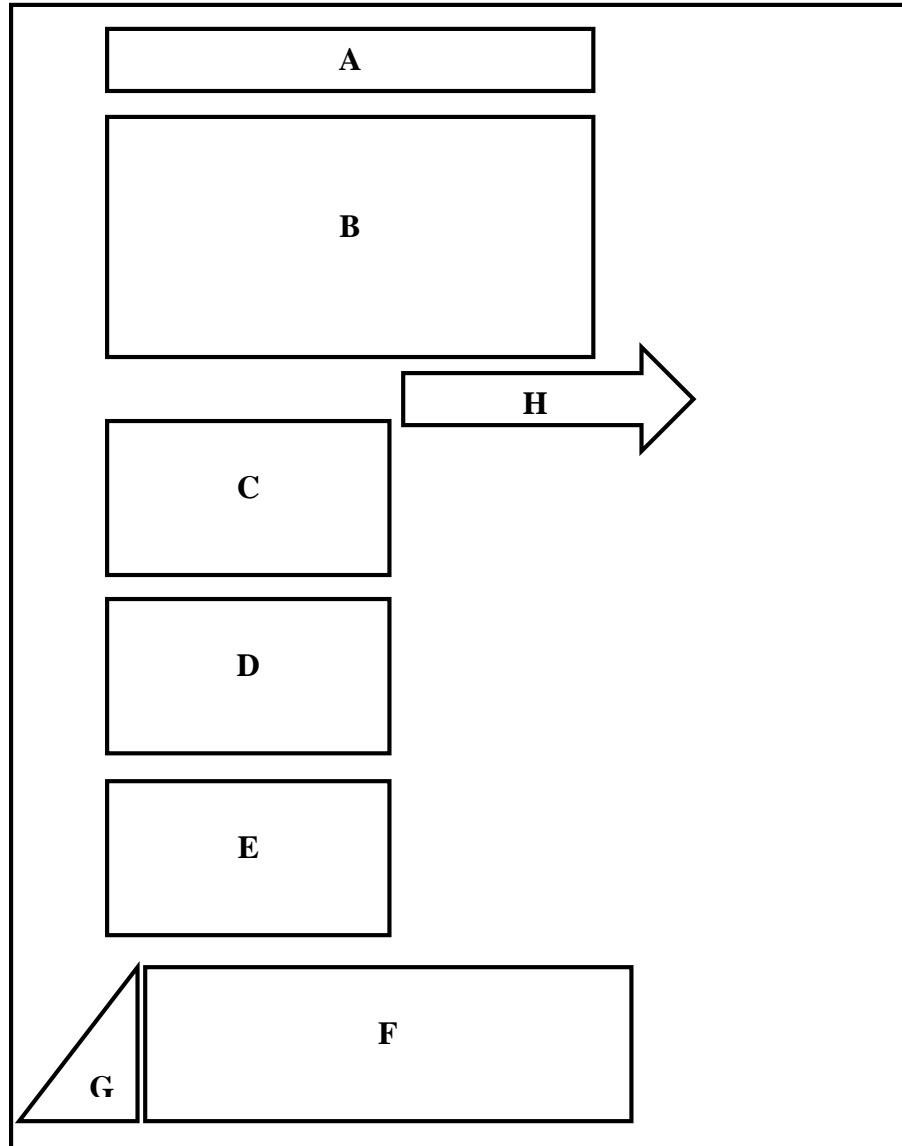
2) Transportasi

Transportasi yang dimiliki Agroindustri Roti Nan's Bakery yaitu mobil, yang digunakan untuk kegiatan operasional terkait kebutuhan bahan baku dan bahan produksi lainnya serta untuk kegiatan pemasaran.

## 6. Tata Letak / *Layout* Agroindustri Roti Nan's Bakery

Tempat yang digunakan untuk memproduksi roti, bolu dan *cake* merupakan bangunan milik pribadi yang berlokasi di Kecamatan Natar. Agroindustri Nan's Bakery yang berlokasi di Natar ini memiliki bangunan 3 lantai. Lantai 1 berupa toko roti tempat untuk menjual roti, bolu dan *cake* yang telah di[produksi, lantai 2 merupakan tempat produksi roti, bolu dan *cake*, dan lantai 3 tidak digunakan. Toko roti Nan's Bakery memiliki dua cabang toko roti yang berada di Jl. ZA Pagar Alam, Kota Bandar Lampung dan Jl. Pramuka, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Dua cabang toko roti Nan's Bakery ini hanya sebagai toko yang menjual roti yang dikirim dari pusat saja yaitu Toko Roti Nan's Bakery

yang berada di Kecamatan Natar. Tata letak (*layout*) toko dan bangunan produksi Agroindustri Nan's Bakery dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Tata letak / *layout* Lt.1 Agroindustri Nan's Bakery

Keterangan:

A : Lahan parkir

B : Toko Nan's Bakery

C : Gudang bahan penunjang lainnya

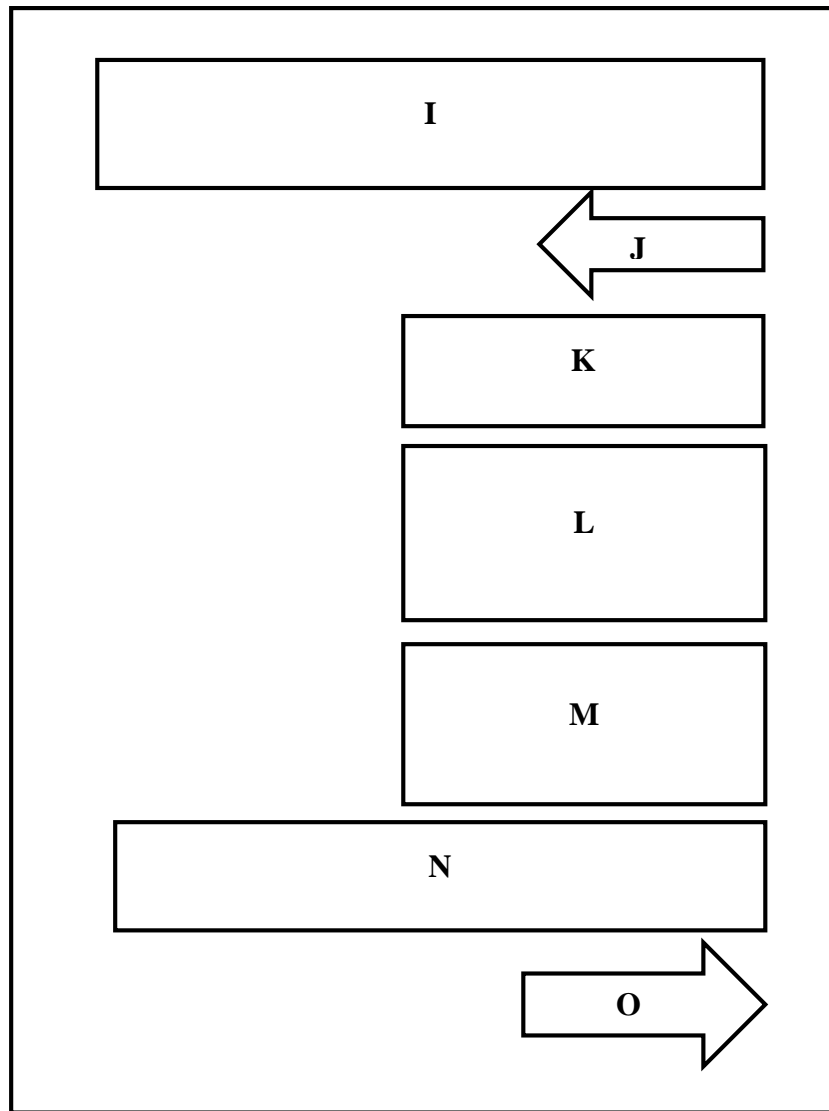
D : Gudang bahan Baku

E : Ruang produksi *cake*

F : Ruang produksi bolu

G : Toilet

H : Tangga menuju Lt.2



Gambar 8. Tata letak / *layout* lt.2 Agroindustri Nan's Bakery

Keterangan :

I : Ruang Produksi

J : Kantor

K : Ruang Admin dan tim marketing

L : Ruang *packing* / pengemasan

M : Toilet dan tempat cuci alat

O : Tangga ke lt.3 (kosong)

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan :

1. Agroindustri Roti Nan's Bakery dalam pengendalian persediaan bahan baku tepung terigu masih menggunakan metode konvensional atau berdasarkan perkiraan saja, sehingga membuat pengendalian persediaan bahan baku tepung terigu belum ekonomis, karena bila dibandingkan dengan penggunaan model EOQ Probabilistik akan menghemat biaya persediaan bahan baku sebesar 37,41% persen dari total biaya persediaan bahan baku tepung terigu pada periode tahun 2022.
2. Keuntungan seluruh produk roti, bolu dan *cake* di Agroindustri Roti Nan's Bakery dalam satu kali produksi sebesar Rp 2.436.183,32. atau sebesar Rp 73.085.499,54 per Bulan. Seluruh produk Agroindustri Roti Nan's Bakery menguntungkan untuk diusahakan.
3. Kegiatan pemasaran pada Agroindustri roti Nan's Bakery sudah menerapkan bauran pemasaran yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat atau distribusi, promosi, sumberdaya manusia, proses, dan bukti fisik. Agroindustri Roti Nan's Bakery dalam menetapkan harga jual ketiga produk roti, bolu dan *cake* sudah sesuai dengan biaya produksi dan harga dipasaran, artinya agroindustri sudah baik dalam penentuan harga jual. Berdasarkan penilaian konsumen Agroindustri Roti Nan's Bakery, agroindustri telah menerapkan komponen bauran pemasaran dengan baik pada seluruh komponen berdasarkan kriteria penilaian responden, namun pada komponen produk, konsumen kurang puas dengan kuantitas produk roti, bolu dan *cake* dikarenakan pengemasannya yang diukur tidak

berdasarkan berat melainkan berdasarkan cetakan produk yang terkadang belum sesuai dengan harga yang ditawarkan. Pada komponen harga, konsumen berpendapat harga roti, bolu dan *cake* tergolong cukup mahal dibandingkan dengan produk roti, bolu dan *cake* pada umumnya.

Konsumen juga mengharapkan adanya jasa layanan pesan antar yang ditawarkan oleh agroindustri Roti Nan's Bakery.

4. Jasa layanan pendukung yang tersedia di sekitar Agroindustri Roti Nan's Bakery sebagian besar sudah dimanfaatkan oleh Agroindustri Roti Nan's Bakery dengan baik, akan tetapi terdapat juga jasa layanan pendukung yang belum dimanfaatkan oleh Agroindustri Roti Nan's Bakery diantaranya lembaga penelitian dan lembaga penyuluhan karena pihak agroindustri beranggapan tidak perlu memanfaatkan jasa layanan pendukung tersebut. Seluruh jasa layanan pendukung tersebut memberikan peran yang positif bagi kelancaran kegiatan pada Agroindustri Roti Nan's Bakery.
5. Strategi operasional pada Agroindustri Roti Nan's Bakery yaitu (a) meningkatkan kualitas dengan memanfaatkan teknologi yang ada, (b) memanfaatkan keterampilan sumber daya manusia agroindustri untuk meningkatkan produksi serta dukungan pemerintah untuk meningkatkan penjualan melalui pameran-pameran yang dilaksanakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lampung Selatan, (c) memanfaatkan dukungan pemerintah dengan menjalin kerjasama dengan pemasok untuk meminimalisasi adanya keterlambatan penyediaan bahan baku, (d) meningkatkan media promosi untuk memperkenalkan kualitas produk terhadap konsumen dan memperluas jaringan pasar agroindustri, (e) melakukan modifikasi produk agar konsumen tidak mudah jenuh dan menciptakan ciri khas produk yang berbeda dibandingkan dengan lainnya dengan memanfaatkan tenaga kerja yang terampil.

## **B. Saran**

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi pengusaha Agroindustri Roti Nan's Bakery agar dapat menjalin kemitraan dengan pemasok bahan baku tepung terigu dan bahan tidak langsung agar ketersediaan bahan tersebut selalu tepat waktu dan harga yang diterima agroindustri lebih stabil, menjual produk dengan harga dan kualitas serta kuantitas yang sesuai, memberikan layanan jasa pesan antar kepada konsumen, dan meningkatkan kegiatan promosi terutama pada penggunaan media promosi. Agroindustri juga diharapkan membuat catatan keuangan akuntansi yang lebih rinci agar dapat diketahui kondisi keuangan usaha, serta melakukan pencatatan yang memadai pada ketersediaan bahan baku, seperti kartu kendali stok bahan baku.
2. Bagi pemerintah dan dinas-dinas terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan hendaknya dapat lebih mendukung pengembangan usaha agroindustri atau UMKM dengan cara memberikan pembinaan atau pelatihan dalam berwirausaha agar pemilik agroindustri dapat mengembangkan usahanya dan produknya dapat dikenal dari skala nasional hingga skala internasional.
3. Bagi peneliti lain sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan mengenai analisis perilaku konsumen seperti kepuasan dan loyalitas konsumen dan analisis risiko baik dari segi harga, produksi ataupun risiko keuntungan agroindustri roti Nan's Bakery. Hal ini perlu dilakukan karena dalam menjalankan usaha pasti tidak terlepas dari suatu risiko. Risiko yang terjadi pada agroindustri akan berpengaruh langsung terhadap kinerja dari agroindustri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal Sains Pertanian*. Vol 1 (3) : 210-812. <https://www.neliti.com/publications/210812/strategi-pengembangan-usaha-roti-tanjong-di-kecamatan-samalanga-kabupaten-bireue>. Diakses 22 Oktober 2022.
- Anderson, J.E. 1984. *Public Policy Making*. Holt, Rinehart and Winston. New York.
- Arikunto, S. 2004. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Bandung.
- Assauri, S. 1999. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit FE-UI. Jakarta.
- Auliana, R. 2009. *Pengolahan Bekatul Sebagai Makanan Fungsional Dalam Pembuatan Aneka Makanan Di Kelurahan Wedomartani Kecamatan Ngemplak Sleman Yogyakarta*. Artikel Pelatihan Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2021. *Provinsi Lampung Dalam Angka 2021*. Diakses pada tanggal 28 September 2022.
- \_\_\_\_\_, 2021. *Provinsi Lampung Dalam Angka 2021*. Diakses pada tanggal 2 Februari 2023.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan, 2020. *Kabupaten Lampung Selatan Dalam Angka 2020*. Diakses pada tanggal 28 September 2022.



- \_\_\_\_\_, 2022. *Kabupaten Lampung Selatan Dalam Angka 2022*. Diakses pada tanggal 2 Februari 2023.
- \_\_\_\_\_, 2021. *Kecamatan Natar Dalam Angka 2021*. Diakses pada tanggal 2 Februari 2023.
- \_\_\_\_\_, 2022. *Kecamatan Natar Dalam Angka 2022*. Diakses pada tanggal 2 Februari 2023.
- Badan Pusat Statistik (Susenas). 2021. *Negara Indonesia Dalam Angka 2021*. Diakses pada tanggal 22 Oktober 2022.
- Bantacut, T. 2002. *Laporan Akhir Studi Kelayakan Penetapan, Perancangan dan Pendidikan serta Pengembangan Agroindustri Komoditas Unggulan Kabupaten Ngada*. Kerjasama Tim Agroindustri Fakultas Teknologi Industri Pertanian IPB Bogor dan Disperindag Kabupaten Ngada NTT. Bogor.
- Biswas, S. K., Karmaker, C. L., Islam, A., Hossain, N., & Ahmed, S. 2017. Analysis of different inventory control techniques: A case study in a retail shop. *Journal of Supply Chain Management Systems*. Vol 6(3). Hal 35–45. <ps://www.i-scholar.in/index.php/jscms/article/view/1588>.
- Braker, F. 2003. *The Simple Art of Perfect Baking*. Chronicle Book. San Francisco.
- David, F.R. 2004. *Konsep Manajemen Strategis Edisi Ketujuh*. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Strategis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Daud, M.N. 2017. Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Produksi Roti Wilton Kualasimpang. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*. Vol 8 (2) : 760-774. <https://ejurnalunsam.id/index.php/jseb/article/view/434>. Diakses 22 Oktober 2022.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lampung Selatan, 2021. *Daftar Toko Roti di Kabupaten Lampung Selatan tahun 2022*. Pemerintah Kabupaten Lampung Selatan. Lampung.
- Djaali. 2008. *Skala Likert*. Pustaka Utama. Jakarta.
- Djuwendah, E., Trimo, L., dan Sonjanawati. 2018. Keragaan Usaha dan Nilai tambah Pada Agroindustri Keripik Tike (Studi Kasus di Desa Jumbleng Kecamatan Losarang Indramayu). *Jurnal Rekayasa Hijau*. Vol 2 (1) : 1-10. <https://ejurnal.itenas.ac.id/index.php/rekayasahijau/article/view/2037>. Diakses 1 Oktober 2022.

- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Fitra, F., Melliana, M., Mesra, T., Azmi, A., & Habibillah, M. F. 2022. Strategi Pengembangan Usaha Roti Ganto Dengan Menggunakan Matriks Perumusan Strategi Dan Software Expert Choice. *Jurnal Teknik Industri. Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*. Vol 8(1) : 37-43. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jti/article/view/17152>. Diakses pada tanggal 23 Mei 2023.
- Handoko, T.H. 2000. *Pengendalian Produksi*. Alfabeta. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. BPPE. Yogyakarta.
- Hasyim, A.I. 1996. *Diktat Manajemen Tataniaga*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Lampung. Lampung.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Hapsari, V. Y. 2013. Evaluasi Perencanaan Persediaan Bahan Baku Tepung Terigu Menggunakan Eoq (*Economic Order Quantity*) Model Probabilistik Pada Pt. Dika Bakery. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*. Hal 1-11.
- Heizer, J. dan B. Render. 2006. *Operation Management*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Hidayatullah, S. 2004. Analisis agroindustri sate bandeng (kasus pada tiga industri rumah tangga di Kabupaten Serang Provinsi Banten). *Skripsi*. Universitas Lampung. Lampung.
- Hunger, J. David dan Thomas L, Wheelen. 2003. *Manajemen Strategi edisi II*. Yogyakarta.
- Indonesia. 2003. *Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan*. Jakarta.
- Irwadi, M., & Safari, D. 2021. Analisis Break Even Point (Bep) Untuk Perencanaan Laba Pada Yuri's Cake And Bakery Sekayu. *Jurnal ACSY: Jurnal Accounting Politeknik Sekayu*. 13 (1) : 44-52. <https://jurnal.polsky.ac.id/index.php/acsy/article/view/275>. Diakses 22 Oktober 2022.
- Jenie, B.S.L. 1993. *Penanganan Limbah Industri Pangan*. Kanisius. Yogyakarta
- Johns, D.T. dan H.A. Harding. 2001. *Manajemen Operasi untuk Meraih Keunggulan Kompetitif*. Penerbit PPM. Jakarta.

- Kartadinata A. 2000. *Akuntansi dan Analisis Biaya*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kurniawati, T. 2016. Analisis Titik Impas Agroindustri Tahu (Suatu Kasus di Desa Buniseuri Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis). *Mimbar Agribisnis*. Vol 1 (3) : 291-296.  
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/mimbaragribisnis/article/view/49>. Diakses 3 Oktober 2022.
- Ledy, D.S., Haryono, D., dan Situmorang, S. 2019. Analisis bauran pemasaran (*marketing mix*) dan strategi pengembangan (Studi kasus pada Agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Vol 7(1): 52 -59.  
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3331>. Diakses tanggal 1 Oktober 2022.
- Lovelock, C., Wirtz, J., dan Mussry, J. 2010. *Pemasaran Jasa. Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Manullang, M. 2005. *Pengantar Manajemen Keuangan*. ANDI. Yogyakarta.
- Martono, A. D. H. 2002. *Manajemen Keuangan Edisi Pertama*. Ekonosia. Yogyakarta.
- Mudjajanto, E.S dan Yulianti, L.N. 2004. *Membuat Aneka Roti*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Mudjajanto, S dan Yulianti, N. 2010. *Membuat Aneka Roti*. Penebar Swadaya: Jakarta.
- Mulyadi. 1990. *Akuntansi Biaya*. BPFE. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2001. *Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Salemba. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Akuntansi Biaya. Edisi Kelima. Cetakan ketujuh*. Unit Penerbitan dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Sistem Akuntansi, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat*. Salemba Empat. Jakarta.
- Nana, H. A. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Pustaka Setia. Bandung.

- Narimawati, U. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Penerbit Genesis. Jakarta.
- Nirwana. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Dioma. Malang.
- Noprita, Mashadi, dan Vermila, C.W.M. 2020. Analisis Pendapatan Agroindustri Tahu di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Green Swarnadwipa*. Vol 9 (2) : 277-284.  
<https://ejournal.uniks.ac.id/index.php/GREEN/article/view/760>. Diakses 3 Oktober 2022.
- Prasetya, H dan Fitri. L. 2009. *Manajemen Operasi*. Media Presindo. Yogyakarta.
- Putri, R. M., Haryono, D., dan Nugraha, A. 2019. Analisis Kinerja dan Lingkungan Internal Eksternal Agroindustri Keripik Pisang (Studi kasus di Desa Sungai Langka Kabupaten Pesawaran). *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol.7(2): 203-210.  
<http://repository.lppm.unila.ac.id/16368/>. Diakses pada tanggal 2 Oktober 2022.
- Rahmah, A. D., Rezal, F., & Rasma. 2017. Konsumsi Serat Mahasiswa Angkatan 2013 Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Halu Oleo Tahun 2017. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kesehatan Masyarakat (JIMKESMAS)*. Vol 2(6): 1-10. <https://www.neliti.com/publications/198088/perilaku-konsumsi-serat-pada-mahasiswa-angkatan-2013-fakultas-kesehatan-masyarakat>. Diakses pada tanggal 3 Oktober 2022.
- Rangkuti, F. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Riyantika, M., Hasyim, A. I., & Murniati, K. (2021). Bauran Pemasaran Dan Strategi Pengembangan Produk Olahan Kopi Robusta Di Koperasi Tirto Kencono Air Nanningan Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol. 9(4):638-645.  
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5401/pdf>. Diakses pada tanggal 3 Oktober 2022.
- Saragih, B. 1998. *Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian, Kumpulan Pemikiran*. Yayasan Mulia Persada, PT Surveyor Indonesia, dan Pusat Studi Pembangunan LP-IPB. Jakarta.
- Sari, M. I., Lestari, D.A.H., dan Sayekti, W.D., 2020. Analisis Keragaan Agroindustri dan Posisi Produk berdasarkan Siklus Hidup Produk Sosis Gulung di CV Cucurutuku Ceria. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Bandar Lampung.

- Schiffman, L.G. dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks. Jakarta.
- Sediaoetama, A.D. 1993. *Ilmu Gizi Jilid II*. Dian Rakyat. Jakarta.
- Simamora, B. 2008. *Riset Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sinaga, Y.J., Lestari, D.A.H., dan Situmorang, S. 2019. Keragaan Agroindustri Mi Basah di Kota Bandar Lampung dan Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Diversifikasi Pangan. *JIA*. Vol 7 (3) : 338-345. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3771>. Diakses 31 Maret 2021.
- Siswanto. 1985. *Persediaan; Model dan Analisis*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Slamet, A. 2016. Analisis Pengendalian Pesediaan Bahan Baku dengan Menggunakan Metode *Economic Order Quantity* (EOQ) pada Perusahaan Roti Bonansa. *Management Analysis Journal*. Vol 5 (4) : 289-298. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/9944>. Diakses tanggal 22 Oktober 2022.
- Soehardjo, A.1997. *Sistem Agribisnis dan Agroindustri*. Makalah Seminar. MMAIPB. Bogor.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*.PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Solihin, I. 2012. *Manajemen Strategik*. Erlangga. Jakarta.
- Solihin, A., Rochdiani, D., dan Isyanto, A.Y. 2019. Analisis Titik Impas Agroindustri Pengolahan Kopi Robusta (Studi Kasus pada Agroindustri Panawangan Coffee di Desa Sagalaherang Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*. Vol 6 (3) : 564-569. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/agroinfoGaluh/article/view/2518>. Diakses 1 Oktober 2022.
- Subagio, A. 2007. Industrialisasi Modified Cassava Flour (MOCAF) sebagai Bahan Baku Industri Pangan untuk Menunjang Diversifikasi Pangan Pokok Nasional. *Jurnal Teknologi Pangan*. Universitas Jember. Jember.
- Sufren dan Natanael, Y. 2013. *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sukardi. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kompetensi dan Praktiknya)*. Bumi Aksara. Jakarta.

- Suparta, N. 2005. *Pendekatan Holistik Membangun Agribisnis. Cetakan I*. CV Bali Media Adhikarsa. Denpasar.
- Supranto, J. 1998. *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suprapti, M. 2003 *Tepung Ubi Jalar pembuatan dan pemanfaatannya*. Kanisius: Yogyakarta.
- Supriyono, R.A. 2002. *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya Serta Pembuatan Keputusan. Buku cetakan kedelapan edisi ke-2*. BPFE. Yogyakarta.
- Suryana, A. 2013. *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Sutawi, M.P. 2002. *Manajemen Agribisnis*. UMM Press. Malang.
- Sutrisno. 2000. *Manajemen Keuangan: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Ekonesia. Yogyakarta.
- Syahyuti. 2006. *30 Konsep Penting Dalam Pembangunan Pedesaan dan Pertanian*. Bina Rena Pariwara. Jakarta.
- Tumijo, S., Kassa, dan H. Dafina. 2015. Manajemen Persediaan Bahan Baku pada Industri Kopi “Bumi Mutiara” di Kota Palu. *Jurnal e-J. Agrotekbis*. Vol 3(5) : 668-679. <https://www.neliti.com/publications/248952/manajemen-persediaan-bahan-baku-pada-industri-kopi-bumi-mutiara-di-kota-palu>. Diakses 22 Oktober 2022.
- Umar, H. 2008. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan, Seri Desain Penelitian Bisnis – No 1*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Strategis Konsep, Buku 1*. Salemba Empat. Jakarta.
- Wiryaningsih, R.C., Haryono, D., dan Marlina, L. 2020. Analisis nilai tambah dan strategi pengembangan produk Kopi Bubuk Cap Gunung di Kabupaten Waykanan. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Vol 9(4): 630-637. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5400>. Diakses tanggal 1 Oktober 2022.
- Yazid. 2001. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Ekonesia. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Ekonesia. Yogyakarta.
- Yuliyanti, Y., & Saputra, R.S. 2017. Analisis Harga Pokok Produksi Roti Berdasarkan Metode Full Costing dan Variable Costing. *Jurnal Online*

*Insan Akuntan*. Vol 2 (2) : 229-236.

<https://www.neliti.com/publications/234107/analisis-harga-pokok-produksi-roti-berdasarkan-metode-full-costing-dan-variable>. Diakses 22 Oktober 2022.

Zeithaml, V. A., Bitner, M.J. dan Gremler, D.D. 2006. *Service Marketing (4<sup>th</sup> edition)*. The MC Graww-Hill Companies, Inc. New York.

Zhou, W. and N. Therdthai. 2006. *Manufacture Science and Technology (dalam Bakery Products, Y. H. Hui, H. Corke, I. D. Leyn, W. K. Nip and R. B. Swanson, Eds.)* Ames: Blackwell Publishing.