

## II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

### A. Tinjauan Pustaka

#### 1. Konsep Agribisnis dan Agroindustri

Agribisnis didefinisikan sebagai suatu rangkaian kegiatan mulai proses produksi, panen, pasca panen, pemasaran dan kegiatan lainnya yang berkaitan dengan kegiatan pertanian tersebut (Soekartawi, 2001).

Agribisnis sebagai suatu sistem merupakan seperangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas. Agribisnis terdiri dari berbagai sub sistem yang tergabung dalam rangkaian interaksi dan interpedensi secara reguler, serta terorganisir sebagai suatu totalitas.

Agribisnis dalam arti luas mencakup tiga hal, yaitu : agribisnis hulu, *on-farm* agribisnis dan agribisnis hilir. Agribisnis hulu meliputi industri yang menghasilkan sarana produksi (*input*) pertanian. *On-farm* agribisnis meliputi pertanian tanaman pangan, tanaman hortikultura, obat-obatan, perkebunan, perternakan, serta perairan. Agribisnis hilir meliputi kegiatan industri mengolah hasil pertanian menjadi produk-produk olahan. Ke tiga hal ini mempunyai hubungan yang erat, sehingga jika terjadi gangguan pada salah satu kegiatan akan berpengaruh terhadap kelancaran seluruh kegiatan dalam bisnis.

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

Agroindustri merupakan suatu sistem pengolahan secara terpadu antara sektor pertanian dengan sektor industri sehingga akan diperoleh nilai tambah dari hasil pertanian. Agroindustri merupakan bagian dari agribisnis hilir. Agroindustri merupakan usaha meningkatkan efisiensi faktor pertanian hingga menjadi kegiatan yang sangat produktif melalui proses modernisasi pertanian. Melalui modernisasi di sektor agroindustri dalam skala nasional, penerimaan nilai tambah dapat di tingkatkan sehingga pendapatan ekspor akan lebih besar lagi (Saragih, 2004).

## **2. Industri Kecil/Usaha Kecil (UMKM)**

Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan usaha yang memiliki peran yang cukup tinggi terutama di Indonesia yang masih tergolong negara berkembang. Peran UMKM menciptakan kesempatan kerja bagi para pengangguran. UMKM dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan khususnya di daerah pedesaan dan rumah tangga berpendapatan rendah. Menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan, UMKM adalah

kelompok industri kecil modern, industri tradisional, dan industri kerajinan yang mempunyai investasi modal untuk mesin-mesin dan peralatan sebesar Rp 70.000.000,00 ke bawah dan usahanya dimiliki oleh warga Negara Indonesia (Deperindag, 2013).

Menurut Badan Pusat Statistik Tahun 2003, Usaha kecil adalah usaha yang mempunyai tenaga kerja sebanyak 5 sampai 9 orang tenaga kerja. Industri rumah tangga adalah industri yang memperkerjakan kurang dari 5 orang. UMKM adalah usaha yang mempunyai modal awal yang kecil atau nilai kekayaan (aset) yang kecil dan jumlah pekerja yang kecil (terbatas), nilai modal (aset) atau jumlah pekerjaannya sesuai definisi yang diberikan oleh pemerintah atau intitusi lain dengan tujuan tertentu. Definisi usaha kecil yang dilihat dari omset usahanya adalah usaha yang mempunyai aset tetap kurang dari Rp 200.000.000,00 dan omset per tahun kurang Rp 1.000.000.000,00.

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil (Undang-Undang RI No. 20, 2008). Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut UU digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

Tabel 7. Kriteria Usaha UMKM menurut UU No. 20 Tahun 2008

No	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 50 juta	Maks. 300 juta
2	Usaha Kecil	>50 juta - 500 juta	>300 juta – 2,5 Milyar
3	Usaha Menengah	>500 juta – 10M	>2,5 Milyar – 50 M

Sumber : UU No.20 Tahun 2008.

Industri dapat digolongkan berdasarkan pada jumlah tenaga kerja, jumlah investasi dan jenis komoditi yang dihasilkan. Berdasarkan jumlah pekerja, industri dapat dikategorikan ke dalam empat kelompok, yaitu :

- a) Jumlah pekerja 1 hingga 4 orang untuk industri rumah tangga
- b) Jumlah pekerja 5 hingga 19 orang untuk industri kecil
- c) Jumlah pekerja 20 hingga 99 orang untuk industri menengah
- d) Jumlah pekerja lebih atau sama dengan 100 orang untuk industri besar

### 3. Agroindustri Emping melinjo

#### 3.1 Ciri khas tanaman melinjo

Melinjo (*Gnetum gnemon, L.*) termasuk tumbuhan berbiji terbuka (*Gymnospermae*), dengan tanda-tanda : bijinya tidak terbungkus daging tetapi hanya terbungkus kulit luar. Tanaman melinjo bercabang banyak dan pada seluruh bagian batang, cabang, dan rantingnya, tampak ruas-ruas bekas tempat tumbuh tangkai daun, ranting, dan cabang. Ranting dan cabang tanaman melinjo tidak berhubungan kuat dengan batang tanaman, sehingga mudah lepas (Sunanto, 1991). Tanaman melinjo dapat tumbuh pada tanah-tanah liat atau lempung, berpasir dan berkapur, tetapi tidak tahan terhadap

tanah yang tergenang air atau yang berkadar asam tinggi dan dapat tumbuh dari ketinggian 0 - 1.200 mdpl. Lahan yang akan ditanami melinjo harus terbuka atau terkena sinar matahari.

Menurut Sukarman (2002), melinjo merupakan tanaman serbaguna, dan hampir seluruh bagian tanaman ini dapat dimanfaatkan. Bijinya dapat diolah menjadi emping dan sangat digemari oleh masyarakat luas. Tanaman ini sangat ekonomis, karena apabila sudah dewasa setiap pohon dapat menghasilkan 20-25 kg.

Mengingat prospeknya yang cukup cerah maka usaha pengembangan tanaman ini dapat dilakukan secara generatif maupun vegetatif seperti cangkok, setek, dan sambung pucuk. Pengembangan secara generatif dan sambung pucuk sangat diperlukan benih bermutu, mengingat masa dormansi benih melinjo cukup lama (3-7). Taksonomi tanaman melinjo adalah sebagai berikut:

*Kingdom* : Plantae

*Divisio* : Spermatophyta

*Class* : Dicotiledoneae

*Ordo* : Gnetales

*Familia* : Gnetaceae

*Genus* : Gnetum

*Species* : *G. gnemon*

### 3.2 Emping melinjo

Emping melinjo adalah sejenis keripik yang dibuat dari biji melinjo yang telah tua. Proses pembuatan emping tidak sulit dan dapat dilakukan dengan menggunakan alat-alat sederhana. Emping melinjo merupakan salah satu komoditi pengolahan hasil pertanian yang memiliki nilai tinggi, baik karena harga jual yang relatif tinggi.

Emping melinjo dapat dibagi menjadi beberapa jenis tergantung kualitas emping. Jenis emping melinjo yang dimaksud adalah emping mentah. Jenis emping melinjo mentah, diantaranya yaitu:

1. Emping biji 2-3, yaitu emping yang terbuat dari 2 – 3 biji melinjo.  
Emping jenis ini merupakan jenis emping yang paling banyak diproduksi dan yang umumnya kita kenal di pasaran.
2. Emping Remaja, yaitu emping yang terbuat dari 7 – 10 biji melinjo. Emping jenis ini jarang diproduksi, biasanya diproduksi kalau ada pesanan khusus saja seperti pesanan untuk rumah-rumah makan.
3. Emping Benggol yaitu emping yang terbuat dari >10 biji melinjo.  
Emping jenis ini juga jarang sekali diproduksi, biasanya diproduksi kalau ada permintaan khusus saja.

Emping yang bermutu tinggi adalah emping yang sesuai dengan standar (SNI 01-3712-1995) yaitu emping yang tipis sehingga kelihatan agak bening dengan diameter seragam kering sehingga dapat digoreng langsung. Emping dengan mutu yang lebih rendah

mempunyai ciri lebih tebal, diameter kurang seragam, dan kadang-kadang masih harus dijemur sebelum digoreng (Rahayu, 2012).

Emping melinjo adalah salah satu jenis makanan ringan yang terbuat dari buah melinjo yang sudah tua dan berbentuk pipih bulat. Emping digunakan sebagai pelengkap makanan. Proses pembuatan emping melinjo juga sangat mudah dan sederhana yaitu dengan menyangrai biji melinjo kemudian biji melinjo yang sudah disangrai dipukul-pukul sampai tipis dan dijemur sampai kering. Biasanya emping melinjo dipasarkan dalam keadaan masih mentah (Munawir, 2013).

Menurut Sunanto (1997) varietas melinjo ada tiga yaitu varietas kerikil, ketan dan gentong. Biji melinjo terbungkus 3 lapisan kulit. Lapisan pertama, kulit luar yang lunak, lapisan ke dua agak keras berwarna kuning bila biji muda, dan coklat ke hitam bila biji tua dan lapisan ketiga berupa kulit tipis berwarna putih kotor. Daging biji terletak di bawah lapisan kulit ketiga, sebagai persediaan makanan, bagi lembaga biji bila akan berkecambah.

Kualitas melinjo sangat menentukan emping yang dihasilkan. Biji melinjo yang kualitasnya paling baik adalah biji melinjo yang ukurannya terbesar dan sudah tua benar. Biji melinjo yang sudah tua benar dapat diketahui dengan cara :

- 1) Apabila masih berkulit luar, maka warna kulit luarnya merah tua. Sangat baik bila biji melinjo yang berkulit luar merah tua tersebut jatuh dari pohon sendiri.

2) Apabila sudah tidak berkulit luar, maka biji melinjo itu mempunyai kulit luar yang keras, berwarna cokelat kehitam-hitaman, dan mengkilat. Hal ini penting, karena pada umumnya produsen emping mendapatkan biji-biji melinjo dari pedagang sudah dalam keadaan sudah tidak berkulit.

Ada dua cara yang dikenal dalam proses pembuatan emping melinjo, yaitu biji-biji melinjo sebelum dipipihkan dipanaskan dahulu dengan cara digoreng sangan yaitu digoreng pada wajan alumunium atau wajan yang terbuat dari tanah (layah, kual) tanpa diberi minyak goreng atau direbus biji melinjanya. Pada umumnya proses pembuatan emping melinjo itu menggunakan cara menggoreng sangan. Penggorengan dilengkapi dengan pasir, maka biji-biji melinjo yang digoreng sangan akan dapat masak secara merata karena pasir sifatnya cepat menerima panas (dari api tungku atau kompor) dan dengan mencampurkan biji-biji melinjo berbaur dengan pasir yang panas sambil dibolak-balik, maka kemasakan biji melinjo dapat merata.

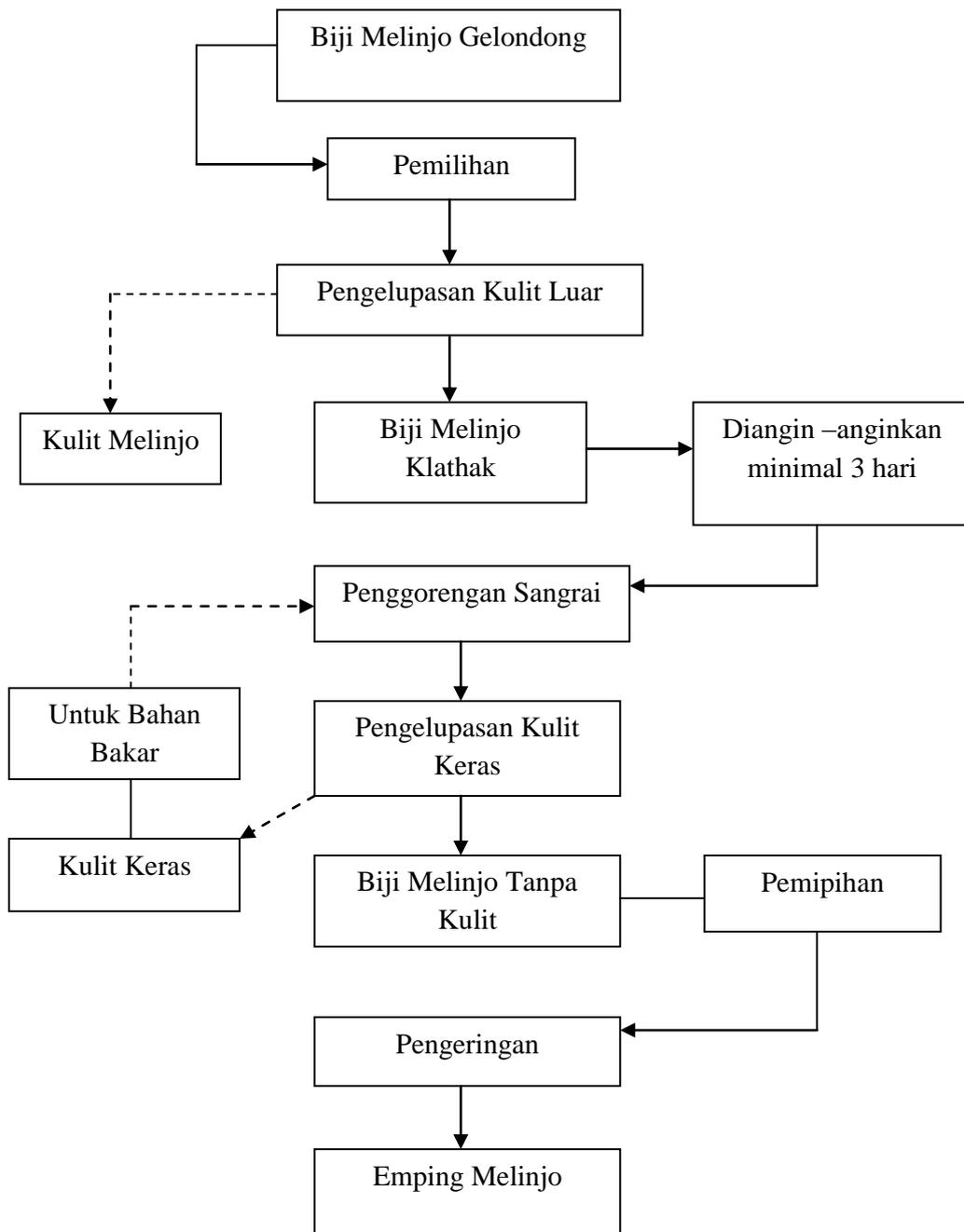
Penggorengan emping dengan cara menggoreng sangan maka aroma dan zat-zat yang terkandung di dalam biji melinjo itu tidak hilang, sehingga akan diperoleh emping melinjo yang rasanya lezat. Lain halnya bila direbus, aroma dan zat-zat yang terkandung dalam biji melinjo akan larut dalam air rebusan. Akibatnya, rasa empingnya

kurang lezat dan aromanya yang khas itu banyak berkurang (Sunanto, 1997 ) dalam Yuni (2010).

Proses pembuatan emping melinjo memerlukan kesabaran untuk memperoleh hasil yang berkualitas. Tenaga kerja produksi, yang sering disebut pengrajin, umumnya adalah perempuan, yang biasanya berumur paruh baya (ibu-ibu). Tidak ada keterampilan khusus yang diperlukan dalam industri emping. Keahlian membuat emping biasanya didapatkan dari turun-temurun. Tenaga kerja yang digunakan dalam industri emping biasanya tenaga kerja yang berasal dari dalam keluarga.

Bagi pengrajin emping, pekerjaan membuat emping merupakan pekerjaan sampingan dari pekerjaan utamanya yaitu bertani.

Ketersediaan bahan baku melinjo juga mempengaruhi pengrajin emping dalam membuat emping. Untuk menghasilkan emping yang berkualitas baik diperlukan bahan baku yang berkualitas. Biji melinjo yang berkualitas baik adalah biji melinjo yang sudah tua, yang secara fisik dapat diketahui dari kulit luar yang berwarna merah dan relatif segar (tidak disimpan terlalu lama). Proses pembuatan emping melinjo dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Proses pembuatan emping melinjo

Sumber : Sunanto (1997) dalam Yuni (2010)

Proses pembuatan emping melinjo adalah sebagai berikut :

1) Tahap pertama pembuatan emping yaitu pengupasan kulit luar biji melinjo. Kulit luar biji melinjo dikupas dengan menggunakan pisau. Biji melinjo yang sudah dikupas kulit luarnya dan sudah dikeringkan selama beberapa waktu seperti yang telah disebutkan di atas, kemudian disangrai.

2) Jika pasirnya sudah panas, biji melinjo dimasukkan dan diaduk-aduk bersama pasir hingga panasnya merata. Pasir yang digunakan adalah pasir bangunan yang telah dicuci bersih sebelumnya. Agar menghasilkan emping yang berkualitas bagus (rasanya gurih dan warna empingnya bening) maka selama proses penyangraian, waktunya tidak boleh terlalu cepat maupun terlalu lama.

Apabila terlalu lama, maka biji melinjo akan hangus dan ini akan membuat rasa emping menjadi kurang enak/pahit serta warnanya kuning gelap/gosong. Apabila terlalu cepat, biji melinjo kurang matang, akan mengakibatkan kulit keras (cangkang) biji melinjo sulit untuk dilepaskan (dipecahkan) Waktu yang diperlukan proses penyangraian ini biasanya  $\pm 2$  menit.

3) Biji melinjo yang sudah dipanaskan segera diangkat. Dalam keadaan masih panas tersebut biji melinjo dipukul agar kulit keras dapat terlepas. Biji melinjo yang kulit kerasnya telah terlepas segera diletakkan diatas batu landasan. Dalam keadaan masih

panas atau hangat, biji dipukul dengan palu dan pipihkan hingga rata.

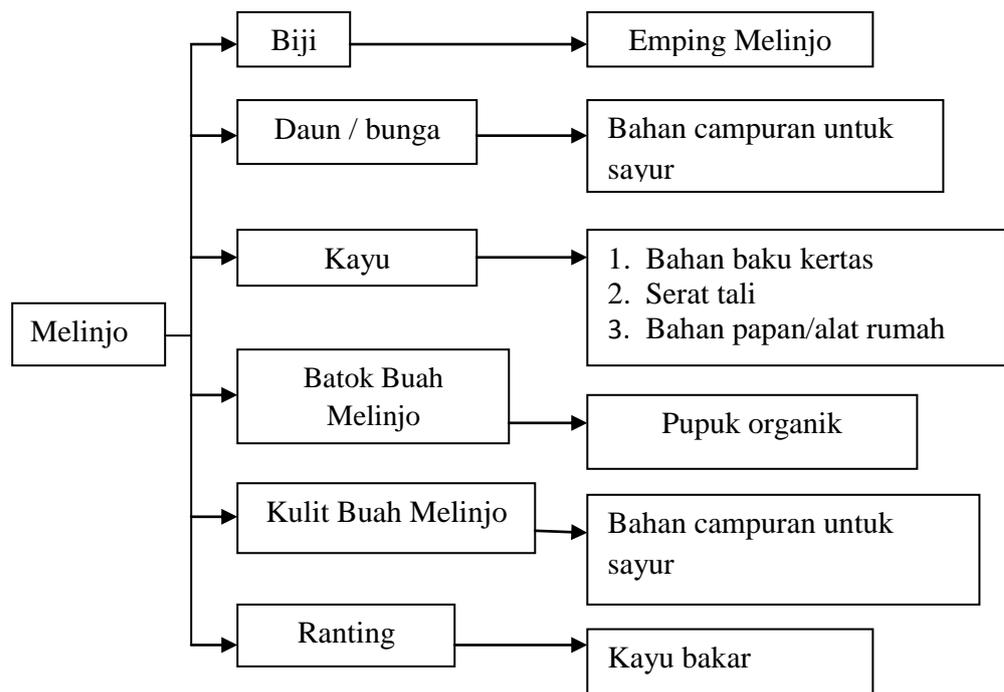
Hal ini merupakan prinsip pembuatan emping untuk satu buah biji melinjo. Apabila ingin membuat emping dengan ukuran yang lebih besar, maka pemukulan biji berikutnya diusahakan agar berdekatan dengan biji pertama.

- 4) Proses selanjutnya adalah emping di jemur sehingga kandungan air dalam emping berkurang. Emping yang telah diangkat dari umpak, kemudian diletakkan di atas anyaman bambu/rigen.
- 5) Selanjutnya emping dikemas dan siap untuk dipasarkan.

### 3.3 Pohon Agroindustri Melinjo

Tanaman melinjo (*Gnetum gnemon L*), termasuk jenis tanaman yang telah dikenal sejak ratusan tahun silam. Tanaman ini sampai sekarang belum dikembangkan secara serius. Keistimewaan tanaman ini, selain memberikan keuntungan seumur hidup bagi petani, juga dapat menjadi tanaman warisan dan hampir seluruh bagian tanaman melinjo dapat dimanfaatkan dan tanaman ini usianya bisa sampai ratusan tahun (Rahayu, 2012).

Melinjo merupakan bahan baku yang penting untuk industri emping melinjo, kayu tanaman melinjo dapat digunakan untuk bahan baku kertas, serat tali bahan papan atau alat rumah tangga sederhana, daun dan buah melinjo sering dipakai untuk bahan campuran sayur. Pohon agroindustri emping melinjo dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pohon agroindustri emping melinjo

Sumber : Rahayu (2012)

#### 4. Kinerja

Kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2009). 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*

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{Output}}{\text{Input}}$$

b. Kapasitas

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

$$\text{Capacity Utilization} = \frac{\text{Actual Output}}{\text{Design Input}}$$

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

Fleksibel yaitu mengukur bagaimana proses transformasi menjadi lebih baik dengan membutuhkan kinerja disini. 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. Ke dua adalah kemampuan bereaksi untuk berubah dalam volume. Ke tiga adalah 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.

## 5. Kesempatan Kerja

Menurut Badan Pusat Statistik (2003) yang dimaksud kesempatan kerja adalah banyaknya orang yang dapat tertampung untuk bekerja pada suatu organisasi atau perusahaan. Kesempatan kerja ini akan menampung semua tenaga kerja apabila lapangan pekerjaan yang tersedia mencukupi atau seimbang dengan banyaknya tenaga kerja yang ada.

Kesempatan kerja merupakan kesempatan bagi angkatan kerja untuk menciptakan lapangan pekerjaan dengan harapan untuk mendapat imbalan dari usaha yang telah dilakukannya dan dikerjakannya. Usaha perluasan kesempatan kerja tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, faktor-faktor tersebut antara lain : kependudukan, letak geografis dan sumber daya alam, kondisi ekonomi, kondisi politik dan kondisi sosial dan budaya

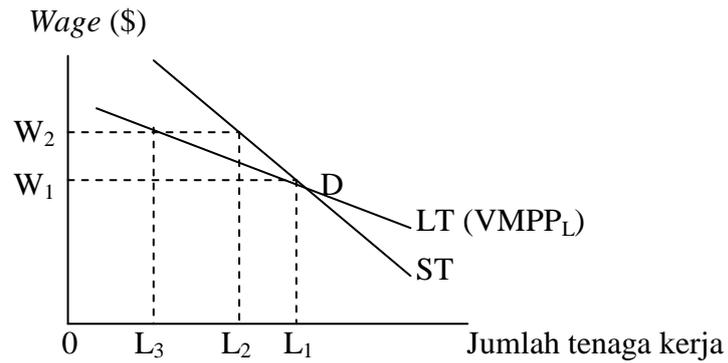
Dalam ilmu ekonomi, kesempatan kerja berarti peluang atau keadaan yang menunjukkan tersedianya lapangan pekerjaan sehingga semua orang yang bersedia dan sanggup bekerja dalam proses produksi dapat memperoleh pekerjaan sesuai dengan keahlian, keterampilan dan bakat yang dimilikinya. Permintaan tenaga kerja di dasarkan dari permintaan produsen terhadap input tenaga kerja sebagai salah satu input dalam proses

produksi. peningkatan permintaan tenaga kerja oleh produsen, tergantung dari peningkatan permintaan barang dan jasa oleh konsumen. Dengan demikian permintaan tenaga kerja merupakan permintaan turunan dari permintaan output.

Dalam kerangka makro ekonomi, permintaan output agregat seringkali diukur berdasarkan sumber-sumber pertumbuhan ekonomi (PDB/PDRB) suatu perekonomian (Mankiw, 2003). Karena itu, permintaan tenaga kerja agregat selain dipengaruhi oleh upah, juga ditentukan oleh berbagai variabel sumber-sumber pertumbuhan ekonomi, seperti konsumsi masyarakat, investasi, pengeluaran pemerintah, ekspor, impor.

Kemajuan teknologi, peningkatan produktivitas tenaga kerja seringkali dianggap bersifat mereduksi kesempatan kerja. Menurut Siregar (2006), peningkatan teknologi pada sektor padat karya (seperti pertanian dan agroindustri) justru meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Kenaikan permintaan ini pada gilirannya meningkatkan penyerapan tenaga kerja.

Kurva permintaan menunjukkan hubungan antara jumlah kesempatan kerja yang akan digunakan oleh suatu perusahaan pada saat upah tenaga kerja berubah, dengan asumsi modal tidak berubah. Kurva permintaan tenaga kerja ditentukan oleh kurva nilai produk fisik marjinal karena nilai produk fisik marjinal tenaga kerja menurun pada saat lebih banyak pekerja yang disewa, maka penurunan tingkat upah akan meningkatkan permintaan tenaga kerja. Kurva permintaan tenaga kerja jangka pendek dan panjang dapat dilihat pada Gambar 3.



Keterangan :

*Long-Term* : jangka panjang

*Short-Term* : jangka pendek

Gambar 3. Kurva permintaan tenaga kerja jangka pendek dan jangka panjang

Sumber : Siregar (2006).

Dalam jangka pendek, faktor produksi modal dianggap tetap sebesar  $K_0$ . Dasar pengusaha untuk menambah atau mengurangi pekerja adalah dengan memperkirakan tambahan output yang diperoleh pengusaha sehubungan dengan penambahan seorang pekerja (*marginal physical product of labor*= $MPP_L$ ). Selain itu, pengusaha perlu menghitung nilai dari produk fisik marginal. Nilai produk fisik marginal tenaga kerja (*value marginal physical product of labor*= $VMPP_L$ ) adalah tambahan penerimaan dalam dolar yang dihasilkan oleh tambahan pekerja, *ceteris paribus*. Nilai produk fisik marginal tenaga kerja sama dengan produk fisik marginal tenaga kerja dikalikan dengan harga output.

Perubahan permintaan tenaga kerja merupakan pergeseran garis permintaan. Pertama pergeseran ini disebabkan oleh pertambahan hasil produksi secara besar-besaran, peningkatan produktivitas kerja karyawan dan penggunaan teknologi baru. Ke dua, pergeseran ini disebabkan oleh

produktivitas kerja. Ke tiga, pergeseran ini dikarenakan perubahan dalam metode produksi. Gambar 3 dalam kurva permintaan tenaga kerja jangka pendek dan jangka panjang, sebagai reaksi terhadap naiknya tingkat upah dari  $W_1$  ke  $W_2$ , perusahaan dalam jangka pendek akan mengurangi penggunaan tenaga kerja dari  $L_1$  ke  $L_2$ . Dalam jangka panjang, sementara perusahaan menggantikan tenaga kerja dengan modal, perusahaan selanjutnya mengurangi tenaga kerja sampai  $L_3$ .

## 6. Analisis Nilai Tambah

Nilai Tambah adalah pertambahan nilai yang terjadi karena suatu komoditi mengalami proses pengolahan, pengangkutan dan penyimpanan dalam suatu proses produksi (penggunaan/pemberian input fungsional). Nilai tambah dipengaruhi oleh faktor teknis dan faktor non teknis. Informasi atau keluaran yang diperoleh dari hasil analisis nilai tambah adalah besarnya nilai tambah, rasio nilai tambah, margin dan balas jasa yang diterima oleh pemilik-pemilik faktor produksi (Hayami 1987 dalam Nurhayati, 2004). Nilai tambah menggambarkan tingkat kemampuan menghasilkan pendapatan disuatu wilayah. Nilai tambah juga dapat digunakan untuk mengukur tingkat kemakmuran masyarakat setempat dengan asumsi seluruh pendapatan itu dinikmati masyarakat setempat (Tarigan, 2004).

Menurut Marimin dan Maghfiroh (2010), konsep nilai tambah adalah suatu perubahan nilai yang terjadi adanya perlakuan terhadap suatu *input* pada suatu proses produksi. Nilai tambah secara kuantitatif dihitung dari

peningkatan produktivitas, sedangkan nilai tambah secara kualitatif adalah nilai tambah dari meningkatnya kesempatan kerja, pengetahuan dan keterampilan SDM.

Sudiyono (2002), menyatakan nilai tambah dapat dilihat dari dua sisi yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Nilai tambah untuk pengolahan dipengaruhi oleh faktor teknis yang meliputi kapasitas produksi, jumlah bahan baku, dan tenaga kerja, serta faktor pasar yang meliputi harga output, harga bahan baku, upah tenaga kerja dan harga bahan baku lain selain bahan bakar dan tenaga kerja. Besarnya nilai tambah suatu hasil pertanian karena proses pengolahan adalah merupakan pengurangan biaya bahan baku dan input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan, tidak termasuk tenaga kerja.

Menurut Suprpto (2006), perhitungan nilai tambah yang diperoleh dari proses pengolahan suatu produk dapat menggunakan Metode Hayami. Kelebihan dari analisis nilai tambah dengan menggunakan Metode Hayami adalah pertama, dapat diketahui besarnya nilai tambah, nilai output, dan produktivitas, kedua, dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik-pemilik faktor produksi, serta ketiga, prinsip nilai tambah menurut Hayami dapat diterapkan untuk subsistem lain diluar pengolahan, misalnya untuk kegiatan pemasaran.

Suatu agroindustri diharapkan mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi selain mampu untuk memperoleh keuntungan yang berlanjut. Nilai tambah yang diperoleh lebih dari 50 persen maka nilai tambah dikatakan

besar, jika nilai tambah yang diperoleh kurang dari 50 persen maka nilai tambah dikatakan kecil (Sudiyono, 2004). Perhitungan nilai tambah pada agroindustri lebih sesuai menggunakan metode analisis nilai tambah (Metode Hayami) karena menghasilkan produk sebagai berikut :

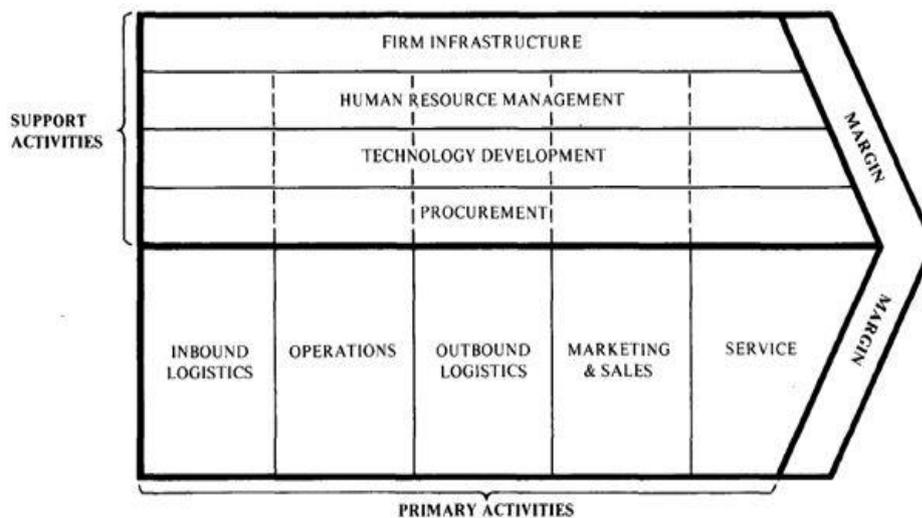
- a) Perkiraan nilai tambah (rupiah)
- b) Rasio nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan (persen)
- c) Imbalan terhadap jasa tenaga kerja

## **7. Strategi Pengembangan**

Strategi adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai fungsi multifungsional atau multidimensional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan (David, 2004).

Rantai Nilai (*Value Chain*) berpengaruh dalam menentukan strategi yang diperlukan bagi suatu perusahaan. Konsep Rantai Nilai yang dikembangkan oleh Michael Porter memandang suatu perusahaan sebagai rangkaian dari aktivitas dasar atau rantai yang menambah nilai kepada produk dan jasanya untuk mendukung pencapaian suatu keuntungan. Di dalam konsep rantai nilai terdiri dari beberapa aktivitas bisnis yang merupakan aktivitas utama sedangkan aktivitas yang lain merupakan

aktivitas pendukung. Aktivitas-aktivitas dari rantai nilai ini dilaksanakan oleh suatu perusahaan akan sangat menentukan biaya dan keuntungan dari perusahaan tersebut. Aktivitas utama dan pendukung dapat dilihat pada Gambar 4 (Porter,2000).



Gambar 4. Aktivitas utama dan pendukung dalam rantai nilai Porter

Sumber : Porter (2000).

Aktivitas utama adalah semua aktivitas yang secara langsung berhubungan dengan penambahan nilai terhadap masukan-masukan dan menginformasikannya menjadi produk atau jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Aktivitas utama terdiri dari :

1. *Inbound Logistics* : adalah semua aktivitas yang diperlukan untuk menerima, menyimpan, dan mendistribusikan masukan-masukan yang berhubungan dengan pemasok.
2. *Operations* : semua aktivitas yang diperlukan untuk mentransformasikan semua masukan menjadi keluaran (produk/jasa).

3. *Outbound Logistics* : semua aktivitas yang diperlukan untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mendistribusikan keluaran
4. *Marketing and Sales* : kegiatan yang dimulai dari menginformasikan para calon pembeli mengenai produk/jasa dan mempengaruhi mereka agar membelinya dan memfasilitasi pembelian mereka.
5. *Services* : semua aktivitas yang diperlukan agar produk/jasa yang telah dibeli konsumen tetap berfungsi dengan baik setelah produk/jasa tersebut terjual dan sampai ditangan konsumen.

Aktivitas pendukung adalah semua aktivitas yang mendukung atau memungkinkan aktivitas utama berfungsi dengan efektif. Aktivitas pendukung terdiri dari :

1. Pengadaan : pengadaan berbagai masukan atau sumber daya untuk suatu perusahaan atau organisasi.
2. Manajemen Sumber Daya Manusia : segala aktivitas yang menyangkut perekrutan, pemecatan, pemberhentian, penentuan upah, pengelolaan, pelatihan dan pengembangan SDM.
3. Pengembangan teknologi : menyangkut masalah pengetahuan teknis yang digunakan dalam proses transformasi dari masukan menjadi keluaran dalam suatu perusahaan.
4. Infrastruktur : diperlukan untuk mendukung keperluan suatu perusahaan dan menyelaraskan kepentingan dari berbagai bagian seperti hukum, keuangan, perencanaan, dan bagian umum.



## 2. Ancaman pesaing

pesaingan terjadi karena satu atau lebih pesaing merasakan adanya tekanan atau melihat peluang untuk memperbaiki posisi. Beberapa bentuk persaingan, khususnya harga sangat tidak stabil dan sangat mungkin membuat keadaan industri memburuk.

## 3. Ancaman pendatang baru

pendatang baru pada suatu industri membawa kapasitas baru, keinginan untuk merebut bagian pasar, serta seringkali juga sumberdaya yang besar. Ancaman masuknya pendatang baru ke dalam industri tergantung pada rintangan masuk yang ada, digabung dengan reaksi pesaing yang sudah ada yang dapat diperkirakan oleh pendatang baru.

## 4. Daya tawar pemasok

pemasok dapat menggunakan kekuatan tawar menawar terhadap para peserta industri dengan mengancam dan menaikkan harga atau menurunkan mutu produk yang akan dibeli.

## 5. Daya tawar konsumen

konsumen bersaing dengan industri dengan cara memaksa harga turun, tawar menawar untuk mutu yang lebih tinggi dan pelayanan yang lebih baik, serta berperan sebagai pesaing satu sama lain.

Analisis lima kekuatan Michael Porter ini biasanya dilakukan dengan kombinasi dengan analisis SWOT. (Porter, 2000).

Perumusan strategi didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal 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).

Analisis ini terbagi atas empat komponen dasar yaitu :

1. *Strength* (S), adalah karakteristik positif internal yang dapat dieksploitasi organisasi untuk meraih sasaran kinerja strategis.
2. *Weakness* (W), adalah karakteristik internal yang dapat menghalangi atau melemahkan kinerja organisasi.
3. *Opportunity* (O), adalah karakteristik dari lingkungan eksternal yang memiliki potensi untuk membantu organisasi meraih atau melampaui sasaran strategiknya.
4. *Threat* (T), adalah karakteristik dari lingkungan eksternal yang dapat mencegah organisasi meraih sasaran strategis yang ditetapkan.

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. Komponen Lingkungan Internal dan Eksternal Analisis SWOT

Lingkungan internal adalah lingkungan yang terdiri dari variabel kekuatan dan kelemahan dalam kontrol manajemen perusahaan. Menurut Kotler (2009), pengidentifikasian faktor internal dapat memberikan gambaran kondisi suatu perusahaan, yaitu faktor kekuatan dan kelemahan. Perusahaan menghindari ancaman yang berasal dari faktor eksternal melalui kekuatan yang dimilikinya dari faktor internal. Sedangkan kelemahannya dari faktor internal dapat diminimalkan dengan melihat peluang dan faktor eksternalnya. Pengkategorian analisis lingkungan internal sering diarahkan pada lima aspek. Aspek-

aspek tersebut meliputi produksi, keuangan atau permodalan, sumber daya manusia, lokasi dan pemasaran.

#### 1. Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut Kotler (2009) adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dengan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

#### 2. 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).

#### 3. 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 produktifitas (Umar, 2008).

#### 4. Sumber daya manusia

Manusia merupakan sumber daya terpenting bagi perusahaan. Oleh karena itu, manajer perlu berupaya agar terwujud perilaku positif dikalangan 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).

## 5. 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

Lingkungan eksternal meliputi variabel peluang dan ancaman di luar kontrol manajemen perusahaan. Audit eksternal terfokus pada upaya mengidentifikasi dan menilai trend, 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 ekonomi sosial dan budaya, pesaing, bahan baku, iklim dan cuaca, serta kebijakan pemerintah.

### 1. Pesaing

Pesaing adalah pihak yang menawarkan kepada pasar produk sejenis atau sama dengan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan atau produk substitusinya, di wilayah tertentu.

### 2. 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.

### 3. Kebijakan pemerintah

Maksudnya adalah lembaga yang mengawasi perusahaan seperti badan pemerintah, kelompok penekan yang mempengaruhi dan membatasi ruang gerak organisasi dan individu dalam masyarakat.

### 4. Bahan baku

Ketersediaan bahan baku mendukung keberlangsungan suatu perusahaan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

### 5. Iklim dan cuaca

Iklim dan cuaca akan mempengaruhi harga pembelian bahan baku sehingga dapat mempengaruhi biaya produksi dalam perusahaan.

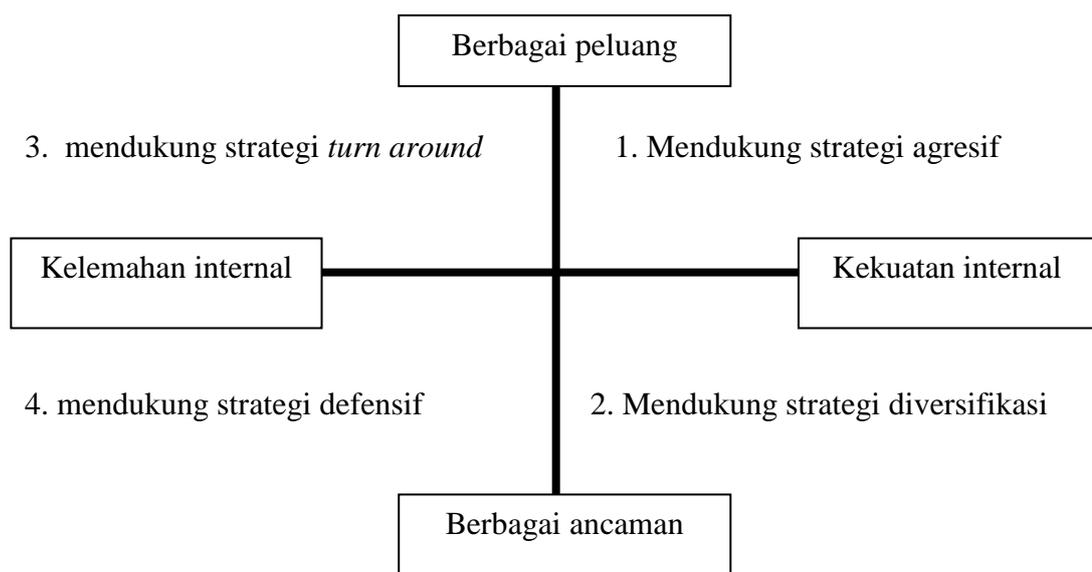
## c. Tahap analisis SWOT

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. Kombinasi tersebut dapat diterangkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Diagram Analisis SWOT  
Sumber : Rangkuti, 2006.

Keterangan gambar :

Kuadran 1 : ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan.

Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran 2 : meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini

masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar,

tetapi dilain pihak, perusahaan menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan hingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : merupakan situasi yang tidak menguntungkan,

perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

## **8. Focus Group Discussion (FGD)**

*Focus Group Discussion* (FGD) adalah suatu kegiatan diskusi kelompok yang diadakan untuk mendiskusikan suatu masalah tertentu melalui curah pendapat dengan peserta terfokus bersifat homogen ( Munir, 2004). *Focus*

*Group Discussion* (FGD) merupakan salah satu teknik pengumpulan data kualitatif yang banyak digunakan, khususnya oleh pembuat keputusan atau peneliti, karena relatif cepat selesai dan lebih murah.

Teknik *Focus Group Discussion* (FGD) mempermudah pengambilan keputusan atau peneliti dalam memahami sikap, keyakinan, ekspresi dan istilah yang biasa digunakan oleh peserta mengenai topik yang dibicarakan, sehingga sangat berguna untuk mengerti alasan-alasan yang tidak terungkap dibalik respons peserta. Tujuan *Focus Group Discussion* (FGD) adalah untuk mengeksplorasi masalah yang spesifik, yang berkaitan dengan topik yang dibahas. FGD digunakan untuk menarik kesimpulan terhadap makna-makna intersubjektif yang sulit diberi makna sendiri oleh peneliti karena dihalangi oleh dorongan subjektivitas peneliti (Kresno, 1999) dalam Paramitha (2013).

Jumlah anggota *Focus Group Discussion* (FGD) yang baik antara 6 sampai 12 orang, apabila jumlah anggota lebih dari 12 orang akan menyulitkan jalannya diskusi dan analisis. Waktu yang digunakan untuk FGD biasanya berlangsung 60 menit sampai 90 menit. *Focus Group Discussion* (FGD) sebaiknya dilakukan disuatu tempat yang netral dan nyaman sehingga peserta diskusi bebas mengemukakan pendapatnya. Tim *Focus Group Discussion* (FGD) terdiri dari fasilitator, moderator, notulis, dan pengamat. Tim fasilitator terutama pengamat sebaiknya memperhatikan reaksi dan bahasa tubuh dari para peserta diskusi untuk menjadikan masukan yang akan memperkaya hasil FGD.

## B. Penelitian Terdahulu

Tabel 8. Penelitian terdahulu dengan metode penelitian yang serupa

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Castarica, 2013	Kinerja usaha dan strategi pengembangan agroindustri kecil kelanting di Desa Karang Anyar Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran	Analisis deskriptif kuantitatif dan analisis deskriptif kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kinerja agroindustri kelanting di desa karang anyar secara keseluruhan menguntungkan, R/C rasio masing-masing kelanting getuk dan parut sebesar 1,24 dan 1,25 (<math>R/C &gt; 1</math>), BEP sebesar 1028,5 kg dan 1173,10 kg (<math>&lt; 1047,41</math> kg dan 1173,62 kg output rata-rata), produktivitas sebesar 16,26 kg/HOK dan 13,82 kg/HOK (<math>&gt; 7,2</math> kg/HOK) dan kapasitas sebesar 0,93 dan 0,85 (0,5).</li> <li>- Nilai tambah kelanting getuk adalah sebesar Rp. 1.344,98 per kilogram bahan baku ubi kayu atau sebesar 36,49 persen dan nilai tambah kelanting parut adalah sebesar Rp. 988,67 per kilogram bahan baku ubi kayu atau sebesar 33,64 persen.</li> <li>- Strategi pengembangan agroindustri kecil kelanting di Desa Karang Anyar berdasarkan tiga strategi prioritas yaitu (a) mengoptimalkan tenaga kerja yang ada sehingga meningkatkan jumlah produksi yang akan menambah pendapatan agar dapat mengadopsi teknologi yang tepat guna (b) memanfaatkan tenaga kerja yang sudah berpengalaman untuk menghadapi pesaing bisnis industri kelanting lainnya (c) memanfaatkan tenaga kerja yang berpengalaman dan banyak untuk mengikuti perkembangan teknologi</li> </ul>
2	Iriyanti, 2010	Analisis kinerja, nilai tambah, dan strategi pengembangan agroindustri kecil kelanting (studi kasus di Desa Gantiwarno		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kinerja keseluruhan telah baik karena nilai R/C rasio atau biaya total yang dipakai <math>\geq 1</math> yaitu (1,42) , produktivitas <math>\geq 7,2</math> kg/HOK (yaitu 11,49 kh/HOK), dan kapasitas <math>\geq 0,5</math> atau 50% (0,91 atau 90%).</li> <li>- Usaha agroindustri kelanting di Desa Gantiwarno Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur memiliki nilai tambah Rp. 1.061,44/kg ubi kayu atau sebesar 41,74 %.</li> </ul>

		Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agroindustri kelanting berada pada kuadran I. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah (1) mempertahankan kualitas produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat (2) mempertahankan kualitas produk untuk melakukan kerjasama dengan pihak luar (3) menghasilkan produk yang berkualitas untuk meningkatkan preferensi penduduk akan makanan terdisional (4) memanfaatkan kerjasama dengan pihak luar untuk memperluas jaringan pasar (5) menggunakan teknologi yang tepat guna mengatasi keterbatasan pekerja</li> </ul>
3	Putri, 2010	Analisis nilai tambah, kelayakan finansial, dan strategi pengembangan agroindustri kopi bubuk organik di Desa Gunung Terang Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat (studi kasus pada perusahaan warung organik)	Analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis nilai tambah, kelayakan finansial dan strategi pengembangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan kopi organik menjadi kopi bubuk organik pada agroindustri ini sebesar Rp. 20.734,54 per kilogram bahan baku biji kopi organik kering atau sebesar 60,23 persen.</li> <li>- Usaha agroindustri kopi bubuk organik di Desa Gunung Terang Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat secara finansial layak untuk dikembangkan dan menguntungkan</li> <li>- Strategi pengembangan agroindustri kopi bubuk ini, didapat tiga strategi prioritas, yaitu : (a) meningkatkan pengalaman pemilik agroindustri dalam usahanya untuk dapat menangkap peluang pasar yang masih terbuka lebar (b) mengadakan perekrutan karyawan untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas, sehingga dapat meningkatkan produksi kopi bubuk yang berdaya saing dan menembus pangsa pasar internasional (c) menjaga produk kopi bubuk agar tetap baik bagi kesehatan tubuh untuk menangkap peluang pasar dalam dan luar negeri yang masih terbuka lebar</li> </ul>
4	Maharani, 2013	Analisis Nilai Tambah dan Kelayakan Usaha Pengolahan Limbah Padat Ubi Kayu (Onggok) di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung	Analisis Nilai Tambah dan Analisis Kelayakan Usaha	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nilai tambah yang diperoleh dari skala menengah dan skala kecil bernilai lebih dari nol yaitu Rp. 236,50/kg onggok kering untuk skala menengah dan Rp. 277,56/kg onggok kering untuk skala kecil. Dengan demikian usaha pengolahan onggok kering di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur dapat memberikan nilai tambah.</li> </ul>

		Timur		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berdasarkan aspek pasar, sosial dan lingkungan serta aspek finansial, usaha ongkok memberikan keuntungan dan layak untuk dikembangkan pada tingkat suku bunga yang berlaku yaitu 12% untuk skala menengah dan 14% untuk skala kecil. Akan tetapi, usaha pengolahan ongkok merupakan unit usaha yang kurang stabil apabila terjadi kenaikan biaya produksi dan penurunan produksi. Ditinjau dari aspek teknis, maka pengolahan ongkok belum melakukan inovasi teknologi dengan menggunakan mesin untuk mengeringkan ongkok yang akan mempercepat waktu penjemuran. Ditinjau dari aspek organisasi dan manajemen, usaha pengolahan ongkok tidak memiliki struktur organisasi dan belum menerapkan fungsi-fungsi manajemen dengan baik.</li> </ul>
5	Andika, 2013	Kinerja usaha, nilai tambah dan strategi pengembangan agroindustri skala kecil kopi bubuk di Kota Bandar Lampung	Analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif (analisis kinerja usaha, nilai tambah dan analisis strategi pengembangan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kinerja usaha agroindustri skala kecil kopi bubuk di Kota Bandar Lampung secara keseluruhan sudah baik, di mana nilai rata-rata R/C rasio, BEP, produktivitas, kapasitas, dan kualitas termasuk dalam kategori baik</li> <li>- Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk pada rata-rata agroindustri ini sebesar Rp. 9.967,89 per kilogram bahan baku biji kopi atau sebesar 33,42 persen</li> <li>- Strategi pengembangan agroindustri skala kecil kopi bubuk di Kota Bandar Lampung yaitu menghasilkan produk yang berkualitas sehingga mampu bersaing dengan agroindustri kopi bubuk yang lain, memanfaatkan tenaga kerja yang sudah berpengalaman dalam menghadapi pesaing bisnis agroindustri kopi bubuk, dan mengoptimalkan kinerja karyawan sehingga kopi bubuk yang dihasilkan dapat bersaing dengan minuman sejenis lainnya</li> </ul>

Tabel 9. Penelitian terdahulu mengenai produk emping melinjo

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Munawir, 2013	Analisis finansial dan sensitivitas agroindustri emping melinjo skala usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM)	Analisis kuantitatif (kelayakan finansial dan analisis sensitivitas)	- Agroindustri emping melinjo di Desa Bernung Kecamatan Gedong Tatan Kabupaten Pesawaran dan Kelurahan Rajabasa Kota Bandar Lampung secara finansial layak untuk dijalankan dengan tingkat suku bunga pinjaman sebesar 12% serta dapat tetap layak pada saat kenaikan biaya produksi sebesar 5,38% dan kenaikan harga bahan baku sebesar 4,3% dan 5,1%.
2	Yuni, 2010	Analisis Usaha Industri Emping Melinjo Skala Rumah Tangga Di Kabupaten Magetan	Analisis Total biaya, total penerimaan, keuntungan dan profitabilitas. Resiko usaha. Efisiensi usaha.	- Biaya total rata-rata industri emping melinjo skala rumah tangga di Kabupaten Magetan adalah sebesar Rp 3.697.399,10 per bulan. Penerimaan rata-rata yang diperoleh sebesar Rp 4.321.000,00 per bulan sehingga keuntungan rata-rata yang diperoleh pengusaha industri emping melinjo adalah sebesar Rp 623.600,90 per bulan. Sedangkan profitabilitas usaha industri emping melinjo di Kabupaten Magetan adalah sebesar 1,17%, yang berarti usaha industri emping melinjo menguntungkan. - Industri emping melinjo skala rumah tangga di Kabupaten Magetan memiliki nilai koefisien variasi (CV) lebih dari 0,5 yaitu sebesar 0,56 dan nilai batas bawah keuntungan (L) sebesar Rp 43.807,00 sehingga usaha industri emping melinjo berisiko dengan kemungkinan kerugian sebesar Rp 43.807,00 per bulan. - Industri emping melinjo skala rumah tangga di Kabupaten Magetan mempunyai nilai efisiensi lebih dari satu yaitu sebesar 1,17. Hal ini berarti bahwa setiap Rp 1,00 yang dikeluarkan pengusaha pada awal kegiatan usaha akan mendapatkan penerimaan 1,17 kali dari biaya yang dikeluarkan pada akhir kegiatan usaha tersebut.

3	Riastuti, 2008	Analisis pemasaran emping melinjo di Kabupaten Sragen	Analisis biaya, margin pemasaran dan analisis efisiensi pemasaran.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Di dalam pemasaran emping melinjo di Kabupaten Sragen terdapat tiga saluran pemasaran yaitu : Saluran Pemasaran I : Produsen – Konsumen Saluran Pemasaran II : Produsen - Pedagang – Pengecer – Konsumen Saluran Pemasaran III : Produsen - Pedagang - Pengumpul - Pedagang – Pengecer – Konsumen</li> <li>- Pada saluran I besarnya biaya pemasaran adalah Rp 0/kg, keuntungan pemasaran Rp 3.813,14/kg, dan margin pemasaran 19,55%. Untuk saluran II besarnya biaya pemasaran Rp 1.670,42/kg, keuntungan pemasaran Rp 2.608,28/kg, dan margin pemasaran 21,38%. Sedangkan pada saluran III baik biaya dan margin pemasaran paling besar dibandingkan dengan saluran I dan II, yaitu Rp 2.291,14/kg untuk biaya pemasaran, 26,49% untuk margin pemasaran. Hal ini dikarenakan harga pada saluran ke III lebih tinggi serta saluran pemasarannya yang lebih panjang.</li> <li>- Di dalam pemasaran emping melinjo di Kabupaten Sragen ketiga saluran pemasaran yang ada sudah termasuk kedalam pemasaran yang efisien, karena bagian yang diterima produsen lebih dari 50%. Saluran pemasaran yang terpendek yaitu saluran pemasaran I yang merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dari segi ekonomis dibandingkan saluran pemasaran II dan III, karena saluran pemasaran I mempunyai persentase margin pemasaran terendah (19,55%) dan <i>produsentertinggi</i> (80,45%).</li> </ul>
4	Rahayu, 2012.	Analisis keragaan agroindustri emping melinjo di Kecamatan Cikedal Kabupaten Pandeglang Provinsi	Analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistem pengadaan bahan baku emping melinjo pada agroindustri pengolahan emping melinjo di Kecamatan Cikedal Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten sudah cukup baik.</li> <li>- Nilai tambah melinjo rata-rata pada agroindustri emping melinjo di Kecamatan Cikedal Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten yaitu</li> </ul>

		Banten		<p>Rp. 3129,50. Nilai tambah tersebut berarti bahwa setiap nilai yang diperoleh merupakan nilai tambah dari setiap pengolahan satu kilogram melinjo menjadi emping mentah.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengusaha untuk membeli bahan baku diluar kabupaten atau kecamatan lainnya adalah harga bahan baku, kapasitas olah, dan tenaga kerja bagian pengolahan sedangkan musim tidak mempengaruhi keputusan pengusaha dalam pembelian bahan baku di luar kabupaten</li> <li>- Alur distribusi pemasaran pada agroindustri emping melinjo di Kecamatan Cikedal Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten sebagian besar memiliki pola 1,2,3,6 dan 7 berawal dari produsen sampai dengan konsumen akhir.</li> </ul>
5	Sari, 2005	Analisis finansial dan prospek pengembangan industri rumah tangga emping melinjo di Kecamatan Teluk Betung Barat Bandar Lampung	Analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Industri rumah tangga emping melinjo di kecamatan Teluk Betung Barat Bandar Lampung merupakan industri yang menguntungkan dan layak dikembangkan. Terlihat keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 3.879.037,05/tahun. Investasi diperhitungkan selama umur ekonomis 5 tahun menghasilkan nilai lini penerimaan bersih sebesar Rp 4,8 juta dengan B/C Rasio 1,12 IRR 48,7% dengan tingkat pengembalian modal swlama 4 tahun 7 bulan.</li> <li>- Kenaikan harga jual 8% dan penurunan harga jual 8% tetap memberikan keuntungan terhadap industri rumah tangga emping melinjo di Kecamatan Teluk Betung Barat Bandar Lampung</li> <li>- Industri rumah tangga emping melinjo di kecamatan Teluk Betung Barat memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan karena tingginya permintaan emping melinjo sehingga peningkatan produksi dapat memenuhi kebutuhan tersebut.</li> </ul>

Dari hasil penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa ada 6 tipe pengukuran kinerja yaitu produktivitas, kapasitas, kualitas, kecepatan pengiriman, fleksibel dan kecepatan proses. Nilai tambah secara kuantitatif dihitung dari peningkatan produktivitas, sedangkan nilai tambah secara kualitatif adalah nilai tambah dari meningkatnya kesempatan kerja, pengetahuan dan keterampilan Sumber Daya Manusia. Analisis nilai tambah digunakan untuk mengetahui peningkatan nilai tambah suatu produk selama proses produksi. Strategi mempengaruhi kehidupan agroindustri dalam waktu jangka panjang. Strategi mempunyai fungsi multifungsional atau multidimensional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi agroindustri.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dalam penelitian ini menggunakan produk emping. Penelitian ini memfokuskan mengenai kinerja usaha, nilai tambah dan strategi pengembangan agroindustri emping di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja produksi terkait produk emping sehingga mampu memberikan nilai tambah dan mampu menciptakan strategi-strategi yang digunakan untuk perkembangan agroindustri ke depannya. Khusus untuk strategi pengembangannya dianalisis dengan menggunakan SWOT, sehingga harapannya dapat disusun strategi-strategi yang mantap yang berguna untuk pengembangan agroindustri emping.

### C. Kerangka Pemikiran

Agribisnis dapat dibagi menjadi empat sektor yang saling bergantung secara ekonomis, yaitu sektor masukan (*input*), produksi (*farm*), sektor pengolahan dan sektor pemasaran. Pengolahan sebagai salah satu subsistem dalam agribisnis merupakan suatu alternatif terbaik untuk dikembangkan.

Pengembangan industri pengolahan (agroindustri) diperlukan guna terciptanya keterkaitan antara sektor pertanian dengan sektor industri.

Sebagai salah satu subsistem dalam agribisnis, agroindustri mempunyai peran yang sangat penting karena mampu menghasilkan nilai tambah dari produk hasil pertanian. Sektor agroindustri dapat diandalkan sebagai penyerap lapangan kerja produktif yang secara bertahap menggantikan peran sektor pertanian.

Kegiatan industri pengolahan (agroindustri) tergantung pada ketersediaan bahan baku, teknologi yang digunakan, dan kualitas tenaga kerja untuk memperlancar proses produksi sehingga menciptakan *output* yang menguntungkan dan meningkatkan pendapatan. Kegiatan agroindustri bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah, menghasilkan produk (*output*) yang dapat dipasarkan atau dikonsumsi, serta meningkatkan pendapatan dan keuntungan produsen.

Industri emping melinjo di Kota Bandar Lampung merupakan industri yang mengolah biji melinjo yang sudah tua menjadi produk makanan olahan berupa emping melinjo. Agroindustri pengolahan emping melinjo cocok untuk dikembangkan di Kota Bandar Lampung karena didukung dengan

adanya ketersediaan bahan baku melinjo. Namun pada kenyataannya agroindustri emping melinjo mengalami kemunduran karena tidak mampu bersaing dengan agroindustri skala mikro yang lain sehingga diperlukannya peningkatan kinerja usaha dan strategi pengembangan terhadap agroindustri skala mikro emping melinjo di Kota Bandar Lampung. Kinerja produksi dan Lingkungan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi pengembangan agroindustri skala mikro emping melinjo. Oleh karena itu diperlukan analisis terhadap kinerja dan lingkungan untuk perkembangan agroindustri emping melinjo. Kinerja ini dapat dilihat berdasarkan laporan rugi/laba, produktivitas, kapasitas dan kualitas. Kinerja agroindustri emping dapat berpengaruh terhadap produksi yang dihasilkan yang secara langsung mempengaruhi pendapatan yang akan diterima oleh agroindustri tersebut.

Pengembangan agroindustri emping dapat memberikan nilai tambah dari bahan baku melinjo yang diproses dengan faktor-faktor produksi lain pada proses pengolahan. Agroindustri emping dipengaruhi oleh bahan baku, bahan penolong, tenaga kerja dan peralatan. Faktor-faktor tersebut sangat menentukan kelancaran proses produksi untuk menghasilkan produk akhir (*output*) berupa emping. Biaya bahan baku merupakan biaya yang terbesar dalam pengolahan agroindustri emping. Semua biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi disebut sebagai biaya produksi. Penerimaan merupakan hasil perkalian antara produk dengan harga produk. Keuntungan atau pendapatan akan dihitung dari selisih antara penerimaan dan biaya produksi. Untuk mengetahui apakah agroindustri emping memberikan nilai

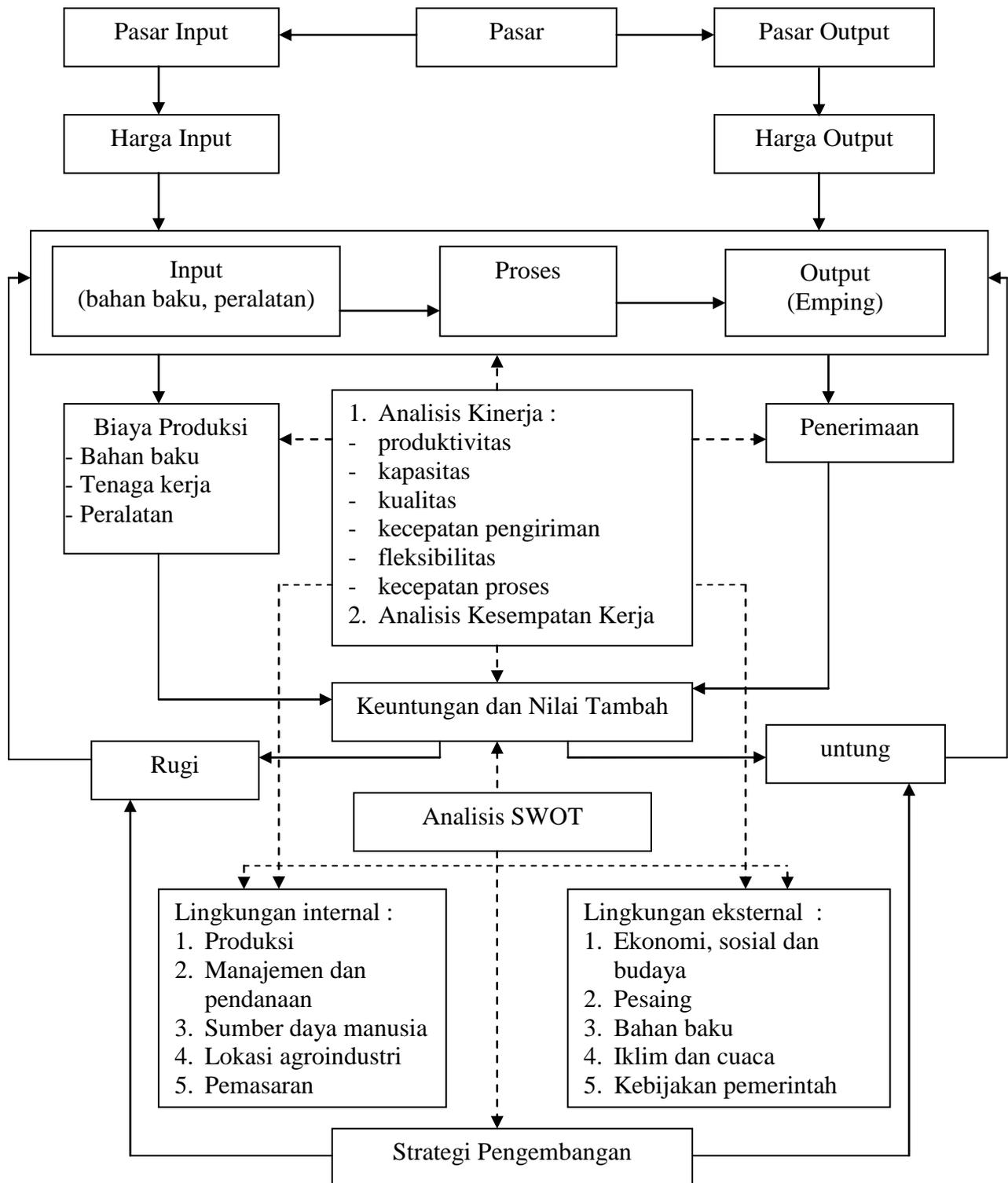
tambah atau tidak, dilihat dari selisih antara nilai produk dikurang dengan harga bahan baku dan sumbangan bahan lain.

Selanjutnya akan dilakukan analisis mengenai lingkungan agroindustri.

Agroindustri mempunyai lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

Analisis lingkungan internal meliputi produksi, manajemen dan pendanaan, sumber daya manusia, lokasi agroindustri dan pemasaran, sedangkan analisis lingkungan eksternal meliputi aspek ekonomi, sosial dan budaya, pesaing, bahan baku, iklim dan cuaca serta kebijakan pemerintah. Dari lingkungan internal akan diperoleh kelemahan dan kekuatan sedangkan dari lingkungan eksternal akan diperoleh peluang dan ancaman.

Variabel internal dan eksternal tersebut kemudian diringkas dan dijabarkan dalam matriks *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) dan matriks *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS). Matriks IFAS untuk mengidentifikasi faktor internal sedangkan matriks EFAS untuk faktor eksternal, dan hasil dari kedua matriks tersebut dimasukkan ke dalam diagram SWOT. Kerangka pemikiran analisis kinerja, nilai tambah dan strategi pengembangan agroindustri emping melinjo di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Kerangka pemikiran kinerja produksi, nilai tambah dan strategi pengembangan agroindustri emping melinjo di Kota Bandar Lampung