

**ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN  
AGROINDUSTRI KERIPIK UBI DI KECAMATAN  
TENAYAN RAYA KOTA PEKANBARU**

**OLEH**

**NURDIN TANJUNG**  
**164210075**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU**

ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN  
AGROINDUSTRI KERIPIK UBI DI KECAMATAN  
TENAYAN RAYA KOTA PEKANBARU

SKRIPSI

NAMA : NURDIN TANJUNG  
NPM : 164210075  
JURUSAN : AGRIBISNIS

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN  
KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL 10  
SEPTEMBER 2020 SESUAI SARAN YANG TELAH DISEPAKATI,  
KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT PENYELESAIAN  
STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVESITAS ISLAM RIAU

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing




Hj. Sri Ayu Kurniati, SP., M.Si

Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Islam Riau



Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP

Ketua Program Studi  
Agribisnis



Sisca Vaulina, SP., MP

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN  
DALAM UJIAN KOMPREHENSIF FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

TANGGAL 10 SEPTEMBER 2020

NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Hj. Sri Ayu Kurniati, SP., M.Si	Ketua	
2	Ir. Tibrani, M.Si	Anggota	
3	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Anggota	
4	Darus, SP., M.M.A	Notulen	

Dokumen ini adalah Arsip Miilik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## *Kata Persembahan*



“Jangan kamu besikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman”  
(Q.S Al’ imran ayat 139)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain), dan hanya kepada tuhanmulah engkau berharap”  
(Q.S Al’ insyirah: 6-8)

Alhamdulillah hirobbil’alamin

Sujud Syukurku kupersembahkan kepada Allah Azza Wa Jalla yang Maha Agung, Maha Tinggi dan Maha Adil serta Maha Penyayang, atas takdir dan kehendakmu engkau jadikan diriku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga langkah kecil ini menjadi awal keberhasilan bagi diriku untuk meraih cita-cita besar yang telah digantungkan. Sholawat dan salam senantiasa dilimpahkan kepada beliau Nabi Muhammad SAW, betapa hambamu ini mencintainya dirinya, keluarganya, para sahabatnya dan segenap pengikutnya.

Dengan menadahkan tangan seraya berdoa dalam syukur yang tak terkira terima kasih untukmu, kupersembahkan sebuah karya kecil untuk ayahanda **Amri (Alm)** dan ibunda tercinta **Saniar** yang tidak pernah berhenti memberiku semangat, doa, dorongan, dukungan moril atau materil serta kasih sayang dan pengorbanannya yang tidak akan pernah bisa tergantikan dengan apapun dan sampai kapanpun. Wahai ibunda terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua yang telah diberikan kepadaku. Mohon maaf yang sebesar-besarnya sampai detik ini ananda masih saja menyusahkanmu.

Terima kasih kepada Keluarga Besar ananda yang tak hentinya memberikan semangat, nasehat dan motivasi untuk adiknya yang berjuang dalam pendidikan. Terima kasih kepada 3 abang kandung ananda yakni Agusman, Asrizal dan Risman. Terima kasih juga kepada 4 kakak kandung ananda yakni Asniar, Rita Gusmaryeni, Rosmina dan Junidar Tanjung dan dua belas kopanakan ananda yang memberikan senyuman manis, tawa dan tingkah laku polos mereka yang membuat hati lelah menjadi indah. Semoga kebaikan dan doa yang baik menjadikanku orang yang baik pula, I love Family.

Terima kasih aku ucapkan kepada :

Ibu Hj. Sri Ayu Kurniati, SP., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikiran dalam memberikan bimbingan dan dorongan kepada ananda untuk menyelesaikan skripsi ini. Bapak Ir. Tibrani, M.Si dan Ibu Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si selaku dosen penguji selama dari seminar proposal sampai dengan skripsi yang telah memberikan arahan terhadap skripsi ini dan memberikan masukan agar skripsi ini lebih baik lagi. Bapak Ir. Tibrani, M.Si selaku dosen Penasehat Akademis yang telah banyak mengarahkan ananda selama proses perkuliahan. Ibu Sisca Vaulina, SP., MP selaku Ketua Prodi Jurusan Agribisnis yang telah memberikan kesan-kesan selama ananda mendaftar proposal hingga kompre.

Untuk semua teman-temanku :

Buat sahabat-sahabatku Cherity Wm Vermila, SP, Yonaldi Sardevi, SP, Binsar Doy Hutagaol, SP, Sigit Prayitno, SP. Terima kasih telah mau menemaniku selama proses pembuatan karya ilmiah ini, tanpa dukungan dan semangat yang kelian berikan mungkin ananda belum sampai dititik ini. Terima kasih juga kepada Anwar Prawinata, Febriandika Yones, Ari Anggara, Maydah Hermayanthi, Diana Sella Gustina yang telah mau menemani ananda selama menyusun karya ilmiah ini dan mau membantu dalam segala hal semoga kita dapat wisuda bareng pada periode pertama ini sama-sama meskipun dalam kondisi keadaan covid-19 ini. Terima kasih juga aku ucapkan kepada

sahabat-sahabatku dari masa sekolah yang sama-sama berjuang untuk masa depan Frastyo, Fathur Ridho, Hamzani Arbi, semoga kelian juga diberikan kemudahan dalam mencapai tujuan. Terima kasih juga untuk kamu yang selalu meluangkan waktu untuk ananda, kamu adalah sosok terbaik yang tidak bisa tetap acuh pada masalah orang-orang yang membutuhkan bantuan. Betapa beruntungnya aku bertemu denganmu di jalan hidupku. Terimakasih atas dukungan, kebaikan, perhatian, dan kebijaksanaan dalam memberi tahu ananda cara hidup dengan jujur dan bahagia. Dan juga saya ucapkan banyak terima kasih kepada kawan-kawan seperjuangan terutama AGB A angkatan 16 yang selama ini berjuang bersama melewati masa-masa perkuliahan yang tidak mungkin terulang kembali, tidak perlu berkecil hati karena belum bisa menyelesaikan tugas ini tepat pada waktunya. Selagi kita mau berusaha, percayalah Allah akan memberikan petunjuk-Nya. Dimana ada kemauan disitu ada jalan. semoga kawan-kawan semua diberikan kemudahan dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.

Teruslah berusaha, tak lupa diiringi doa. Jatuh bangkit lagi. Gagal coba lagi.

“Man Jadda Wa Jada”

“Barang siapa bersungguh-sungguh pasti akan mendapatkan hasil”

Never give up guys!!!

“Percayalah satu hal, Allah tidak akan menguji hamba-Nya di luar batas kemampuannya”

Nurdin Tanjung

## BIOGRAFI PENULIS



Nurdin Tanjung dilahirkan di Kota Bagan Batu Rokan Hilir pada Tanggal 23 Juni 1998, merupakan anak bungsu dari delapan bersaudara dari pasangan Bapak Amri dan Ibu Saniar. Sekolah Dasar tamat pada tahun 2010 di SDS Pembangunan 041 Bagan batu dan melanjutkan Sekolah Madrasah Tsanawiyah Negeri 2 Rokan Hilir dan tamat pada tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan Sekolah Menengah Kejuruan di SMKS Pembangunan Bagan batu dan tamat pada tahun 2016. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi Swasta di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau pada program studi agribisnis strata satu (S-1). Pada tanggal 10 September 2020 penulis dinyatakan lulus ujian sarjana dengan judul skripsi “Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru”.

**Nurdin Tanjung, SP**

## ABSTRAK

**Nurdin Tanjung (164210075). Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Bimbingan Ibu Hj. Sri Ayu Kurniati, SP., M. Si**

Sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat besar dalam menyediakan bahan baku pada industri pengolahan (agroindustri), seperti usaha agroindustri keripik ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, (1) Karakteristik pengusaha dan profil usaha, (2) Penggunaan bahan baku dan bahan penunjang, proses pengolahan, biaya produksi, produksi, pendapatan dan Efisiensi, (3) Strategi pengembangan usaha. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru yang dilakukan selama 6 bulan dari bulan april sampai september 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dan responden diambil secara sensus pada usaha agroindustri keripik ubi. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata umur pengusaha agroindustri keripik ubi berada pada kelompok umur yang produktif yaitu 44 tahun. Lama pendidikan pengusaha rata-rata 12 tahun. Tanggungan keluarga pengusaha rata-rata 3 jiwa. Pengalaman usaha pengusaha rata-rata 6 tahun. Profil usaha agroindustri keripik ubi terdiri dari skala usaha yang termasuk kedalam skala rumah tangga, jumlah tenaga kerja rata-rata 2 orang dengan sumber modal rata-rata 6.750.000. Penggunaan bahan baku ubi kayu untuk satu kali proses produksi rata-rata 400 kg dengan penggunaan bahan penunjang, meliputi: minyak goreng 40 liter, kayu bakar 3 m<sup>3</sup>, penyedap rasa asin 1,25 gr, penyedap rasa manis 6,30 gr, plastik kemasan 0,75 kg, label kemasan 126 lembar. Total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 1.608.484/proses produksi. Pendapatan kotor sebesar Rp 2.515.000/proses produksi dan pendapatan bersih sebesar Rp 906.516/proses produksi. *Return Cost Ratio* (RCR) yang diperoleh sebesar 1,56 yang berarti usaha layak untuk diusahakan. Berdasarkan analisis SWOT, usaha agroindustri keripik ubi berada pada kuandran 1 dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang dengan alternatif strategi SO yaitu: 1) pengembangan lokasi dalam bentuk gerai oleh-oleh, 2) Memperbanyak jumlah produksi dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan.

*Kata Kunci: Keripik Ubi, Analis Usaha, Strategi Pengembangan, Biaya Produksi, Pendapatan, Efisiensi.*



## ABSTRAK

**Nurdin Tanjung (164210075). Business Analysis and Development Strategy of Sweet Potato Chips Agroindustry in Tenayan Raya District, Pekanbaru City, Guided by Mrs. Hj. Sri Ayu Kurniati, SP., M. Si**

The agricultural sector plays a very big role in providing raw materials for the processing industry (agro-industry), such as the sweet potato chips agro-industry in Tenayan Raya District, Pekanbaru City. This study aims to analyze, (1) entrepreneur characteristics and business profile, (2) use of raw materials and supporting materials, processing, production costs, production, income and efficiency, (3) business development strategies. This research was conducted in Tenayan Raya Subdistrict, Pekanbaru City which was conducted for 6 months from April to September 2020. The method used in this study was a survey method and respondents were taken census in the sweet potato chips agro-industry business. The data collected consists of primary data and secondary data. The results showed that the average age of the sweet potato chips agro-industry entrepreneur was in the productive age group, namely 44 years. The average length of education for entrepreneurs is 12 years. The average family dependents of 3 people. The average business experience of entrepreneurs is 6 years. The profile of the sweet potato chips agro-industry consists of a business scale that is included in the household scale, with an average workforce of 2 people with an average source of capital of 6,750,000. The use of raw cassava raw materials for one production process averages 400 kg with the use of supporting materials, including: 40 liters of cooking oil, 3 m<sup>3</sup> of firewood, 1.25 grams of salty flavoring, 6.30 grams of sweet flavoring, plastic packaging 0.75 kg, 126 sheets packaging label. The total cost incurred is IDR 1.608.484 / production process. Gross income of IDR 2.515.000/production process and net income of IDR 906.516 / production process. The Return Cost Ratio (RCR) obtained is 1.56, which means the business is feasible to run. Based on the SWOT analysis, the sweet potato chips agro-industry business is in quadrant 1 by utilizing the power to seize opportunities with alternative SO strategies, namely: 1) Development of locations in the form of souvenir outlets, 2) Increasing the number of production and improving service to customers.

**Keywords:** Sweet Potato Chips, Business Analyst, Development Strategy, Production Costs, Income, Efficiency.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alaamin Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan karunianya seperti diberikan kekuatan kemudahan dan kelancaran dalam menghadapi setiap masalah untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1) diperlukan suatu karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru.” Adapun skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada

1. Ibu Dr. Ir. Siti Zahrah, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.
2. Ibu Sisca Vaulina, SP., MP selaku Ketua Prodi Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.
3. Ibu Hj. Sri Ayu Kurniati, SP., M.Si selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikiran dalam memberikan bimbingan dan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Bapak Ir. Tibrani, M.Si dan Ibu Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si selaku dosen penguji selama dari seminar proposal sampai dengan skripsi yang telah memberikan arahan terhadap skripsi ini dan memberikan masukan agar skripsi ini lebih baik lagi. Bapak Ir. Tibrani, M.Si selaku dosen Penasehat Akademis yang telah banyak mengarahkan penulis selama proses perkuliahan, serta seluruh dosen dan staf karyawan

Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau yang telah mendidik serta memberikan ilmu dan membantu penulis selama perkuliahan di Universitas Islam Riau.

4. Terutama sekali penulis mempersembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua tercinta, Ibunda Saniar dan Ayahanda Amri yang tiada henti-hentinya memberikan semangat, dorongan, dukungan moril dan materil serta doa yang tiada putus-putusnya bagi penulis dalam menjalani kehidupan dan pendidikan selama ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada saudara-saudariku dan keponaanku yang telah memberikan semangat dan arahan kepada penulis. Terimakasih juga kepada sahabat-sahabatku yang kebersamaiku selama jenjang pendidikan, dan terimakasih keluarga baruku yang bernama sengklek yang mau membantu dalam menyelesaikan skripsi ini serta menghibur, dan seseorang yang telah mau meluangkan waktu untuk menerima keluh kesahku selama menyusun.

Akhir kata dengan sepuluh jari tersusun rapi, permohonan maaf kepada semua pihak atas segala kekurangan dan kesalahan penulis dalam persembahan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua.

Pekanbaru, Oktober 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	4
1.4 Ruang Lingkup.....	4
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Ubi Kayu ( <i>Manihot utilissima</i> ) .....	6
2.2 Keripik Ubi .....	8
2.3 Agroindustri Keripik Ubi .....	9
2.4 Karakteristik Pengusaha.....	11
2.5 Profil Usaha .....	14
2.6 Analisis Usaha .....	15
2.6.1 Biaya Produksi .....	15
2.6.2 Produksi .....	19
2.6.3 Pendapatan.....	20
2.6.4 Efisiensi .....	21
	12

2.7 Strategi Pengembangan Usaha..... 23

2.8 Penelitian Terdahulu ..... 26

2.9 Kerangka Berpikir Penelitian ..... 34

**III. METODOLOGI PENELITIAN ..... 37**

3.1 Metode, Tempat dan Waktu Penelitian..... 37

3.2 Teknik Penentuan Responden..... 37

3.3 Teknik Pengumpulan Data..... 38

3.4 Konsep Operasional ..... 38

3.5 Analisis Data..... 42

3.5.1 Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri  
Keripik Ubi ..... 42

3.5.2 Penggunaan Bahan Baku, Proses Pengolahan, Biaya  
Produksi, Produksi, Pendapatan dan Efisiensi  
Agroindustri Keripik Ubi ..... 42

3.5.3 Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ubi..... 45

**IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN ..... 51**

4.1 Keadaan Geografis dan Topografi Kecamatan Tenayan Raya ... 51

4.2 Keadaan Penduduk Kecamatan Tenayan Raya..... 51

4.2.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 52

4.2.2 Tingkat Pendidikan ..... 53

4.2.3 Mata Pencaharian Penduduk..... 54

4.2.4 Sarana dan Prasarana ..... 55

4.3 Keadaan Pertanian Kecamatan Tenayan Raya..... 57

**V. HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 59**

5.1 Karakteristik Pengusaha dan Profil Agroindustri Keripik Ubi ..... 59

5.1.1 Karakteristik Pengusaha Agroindustri Keripik Ubi ..... 59

5.1.2 Profil Usaha Agroindustri Keripik Ubi.....	63
5.2 Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang, Proses Pengolahan, Biaya Produksi, Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Agroindustri Keripik Ubi.....	65
5.2.1 Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang .....	66
5.2.2 Proses Pengolahan dan Penggunaan Tenaga Kerja .....	70
5.2.3 Biaya Produksi, Produksi, Pendapatan dan Efisiensi.....	75
5.3 Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ubi .....	78
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>89</b>
6.1 Kesimpulan .....	89
6.2 Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>94</b>

## DAFTAR TABEL

No	Halaman
1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Ubi Kayu di Kota Pekanbaru Tahun 2018 .....	2
2. <i>Internal Faktor Analisis Summary (IFAS)</i> .....	47
3. <i>Eksternal Faktor Analisis Summary (EFAS)</i> .....	48
4. Matriks SWOT .....	49
5. Jumlah Penduduk menurut Kelurahan dan Jenis Kelamin di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2018 .....	52
6. Jumlah Penduduk Kecamatan Tenayan Raya Menurut Tingkat Pendidikan, Tahun 2018 .....	53
7. Jumlah Penduduk Kecamatan Tenayan Raya Menurut Pekerjaan, Tahun 2018 .....	54
8. Jumlah Sekolah Menurut Kelurahan dan Tingkat Pendidikan di Kecamatan Tenayan Raya.....	55
9. Jumlah Tempat Peribadahan di Kecamatan Tenayan Raya .....	56
10. Luas Panen dan Produksi palawija di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2018 .....	57
11. Distribusi Umur, Tingkat Pendidikan, Jumlah Tanggungan Keluarga dan Pengalaman Usaha Pada Usaha Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2020 .....	60
12. Modal Awal untuk Usaha Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2020 .....	65
13. Distribusi Rata-rata Jumlah Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang Per Proses Produksi Pada Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2020.....	67
14. Distribusi Jumlah Penggunaan Alat-alat Pada Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2020 .....	69
15. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Pekerjaan Per Proses Produksi Usaha Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2020.....	75

16. Distribusi Rata-rata Jumlah Biaya Produksi, Produksi, Pendapatan, RCR Usaha Agroindustri Keripik Ubi Per Proses Produksi di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2020 .....	76
17. Matriks IFAS Usaha Agroindustri Keripik Ubi.....	81
18. Matriks EFAS Usaha Agroindustri Keripik Ubi.....	84
19. Matriks SWOT Usaha Agroindustri Keripik Ubi .....	87





## DAFTAR GAMBAR

No	Halaman
1. Pohon Industri Ubi Kayu.....	10
2. Diagram Analisis SWOT.....	25
3. Bagan Kerangka Berpikir.....	36
4. Proses Pengolahan Ubi Kayu Menjadi Keripik Ubi Pada Usaha Keripik Ubi.....	70
5. Bahan Baku Ubi Kayu.....	71
6. Pencucian ubi kayu.....	72
7. Pemotongan Ubi Kayu.....	72
8. Pengorengan Ubi Kayu.....	73
9. Pengemasan Keripik Ubi.....	74
10. Diagram Hasil Analisis SWOT.....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Halaman
1. Karakteristik Pelaku Usaha Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2020 .....	94
2. Disrtibusi Penggunaan Alat dan Nilai Penyusutan pada Agroindustri Keripik Ubi Di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2020 .....	95
3. Distribusi Jumlah Penggunaan Tenaga Kerja dan Biaya Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Kerja Per Proses Produksi pada Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2020 .....	98
4. Rincian Produksi, Pendapatan Kotor, Pendapatan Bersih dan Efisiensi Usaha Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2020 .....	99

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pertanian merupakan sektor ekonomi yang utama di Negara-Negara Berkembang. Peran atau kontribusi sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi suatu negara menduduki posisi yang penting sekali, yaitu sumber persediaan bahan makanan dan bahan mentah, menyediakan faktor-faktor yang dibutuhkan untuk ekspansi sektor-sektor lain terutama sektor industri, merupakan sektor basis dari hubungan-hubungan pasar yang penting berdampak pada proses pembangunan, sumber pekerjaan dan pendapatan dari sebagian besar penduduk negara-negara berkembang yang hidup di pedesaan (Mardikanto, 2000).

Ubi kayu salah satu tanaman pangan terpenting ketiga setelah beras dan jagung. Pengembangan ubi kayu mudah dilakukan atau dibudidayakan untuk mendapatkan keuntungan, disamping itu ubi kayu memiliki biaya penanaman dan pemeliharaan yang lumayan rendah, sementara hasilnya atau produksinya sangat berpengaruh terhadap pasar, dan ubi kayu digunakan sebagai bahan makanan cadangan sehingga digunakan masyarakat sebagai bahan makanan pokok.

Kota Pekanbaru merupakan salah satu daerah penghasil ubi kayu yang cukup berkembang terdapat di empat kecamatan, yaitu Kecamatan Tampan, Payung Sekaki, Tenayan Raya, dan Rumbai Pesisir.

Kecamatan Tenayan Raya merupakan salah satu kecamatan yang memproduksi olahan ubi kayu menjadi keripik ubi. Kecamatan Tenayan Raya menghasilkan produksi ubi kayu lebih banyak dibandingkan dengan kecamatan yang lain. Secara terinci produksi ubi kayu di Kecamatan Tenayan Raya dapat dilihat dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Ubi Kayu di Kota Pekanbaru, Tahun 2018.

Kecamatan	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (Ton/ha)
Tampan	9,0	346,1	38,45
Payung Sekaki	1,0	38,5	38,50
Tenayan Raya	75,0	2.884,5	38,46
Rumbai Pesisir	57,0	2.192,2	38,45

Sumber : Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Pekanbaru Tahun 2019

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil produksi ubi kayu di kecamatan Tenayan Raya terbesar dibandingkan dengan kecamatan lainnya, karena ubi kayu cocok dikembangkan di Kecamatan Tenayan Raya yang memiliki suhu rata-rata diatas 28-30°C dan diatas ketinggian 50-70 m dpl, kondisi tanah sesuai untuk penanaman ubi kayu, selain itu juga diberi pupuk sampah rumah tangga (pupuk kompos) yang merupakan salah satu pupuk organik yang dibuat dengan cara menguraikan sisa-sisa tanaman dan hewan dengan bantuan organisme hidup sehingga ubi kayu mampu memproduksi lebih besar.

Kelurahan Pebatuan dan Sialang Rampai salah satu kelurahan di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Kelurahan ini dibentuk dari wilayah Kelurahan Kulim dalam pemekaran wilayah di Kota Pekanbaru tahun 2017, dan Kelurahan Pebatuan dan Sialang Rampai merupakan salah satu tempat pengusaha agroindustri keripik ubi, juga memproduksi dan memasarkan keripik ubi, dari dua kelurahan tersebut memiliki masalah dalam menjalankan usahanya seperti bahan baku tidak tahan lama dan alat yang digunakan masih sederhana perlu adanya pengembangan lebih lanjut.

Banyaknya produk sejenis dari berbagai daerah lain juga menambah semakin ketatnya persaingan antar pelaku usaha industri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya. Harapannya dengan adanya pengembangan agroindustri keripik ubi tersebut

mampu bersaing dengan agroindustri lainnya dan lebih banyak menyerap tenaga kerja serta mampu memperdayakan ekonomi masyarakat khususnya masyarakat kecamatan Tenayan Raya.

Keputusan dalam menentukan strategi pengembangan juga berpengaruh besar untuk menjaga keberlangsungan serta untuk mengatasi kendala-kendala yang ada pada industri pengolahan keripik ubi. Hal tersebut juga yang menjadikan dasar peneliti dalam memilih lokasi penelitian di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka perlu dilakukan penelitian dengan judul Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang ada:

1. Bagaimana karakteristik pengusaha dan profil usaha agroindustri keripik ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana penggunaan bahan baku dan bahan penunjang, proses pengolahan, biaya produksi, produksi, pendapatan dan efisiensi usaha agroindustri keripik ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha agroindustri keripik ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru?

### 1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah untuk menganalisis :

1. Karakteristik pengusaha dan profil usaha agroindustri keripik ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru?
2. Penggunaan bahan baku dan bahan penunjang, proses pengolahan, biaya produksi, produksi, pendapatan dan efisiensi usaha agroindustri keripik ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru?
3. Strategi pengembangan usaha agroindustri keripik ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru?

Adapun manfaat penelitian ini adalah untuk:

1. Bagi penulis, sebagai bahan untuk menerapkan ilmu yang telah di peroleh selama di perkuliahan dan sebagai studi banding antara pengetahuan teori dengan praktek yang ada di lapangan.
2. Bagi pengusaha, sebagai bahan perencanaan bagi pengusaha keripik ubi dalam mengatasi masalah yang ada dan sebagai bahan pertimbangan bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat menjadi bahan atau dasar pemikiran dalam membuat kebijakan yang berhubungan dengan pengembangan agroindustri keripik ubi di masa akan datang sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pengusaha keripik ubi.

### 1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian adalah batasan atau cakupan penelitian meliputi: Lokasi penelitian di Kecamatan Tenayan Raya khususnya di Kelurahan Pebatuan dan Sialang Rampai, karena di dua kecamatan tersebut terdapat agroindustri yang

masih aktif dalam membuat keripik ubi. Tujuan penelitian difokuskan pada analisis karakteristik pengusaha dan profil usaha, umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, pengalaman usaha, penggunaan bahan baku, Proses pengolahan agroindustri keripik ubi, biaya produksi, produksi, pendapatan dan efisiensi dan strategi pengembangan. Analisis data yang digunakan yaitu Deskriptif.



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Ubi Kayu (*Manihot utilissima*)

Tanaman ubi kayu menurut Purwono dan Purnawati (2013), merupakan salah satu hasil komoditi pertanian Indonesia yang biasanya dipakai sebagai bahan makanan. Seiring dengan perkembangan teknologi, maka ubi kayu ini bukan hanya dipakai sebagai bahan makanan pengganti misalnya saja keripik ubi, pembuatan keripik ubi ini merupakan salah satu cara pengolahan ubi kayu untuk menghasilkan suatu produk yang relatif awet dengan tujuan untuk menambah jenis produk yang dihasilkan.

Ubi kayu atau ketela pohon atau *cassva* sudah lama dikenal dan ditanam oleh penduduk dunia ubi kayu mempunyai banyak nama daerah diantaranya adalah ketela pohon, singkong, ubi jendral, ubi inggris, telo puhung, kasape, bodin, telo jendral, dan ubi perancis Purwono dan Purnawati (2013).

Secara sistematika tumbuhan, kedudukan tanaman ubi kayu diklasifikasikan sebagai berikut (Purwono dan Purnawati, 2013):

Kingdom	: <i>Plantae</i>
Divisi	: <i>Magnoliophyta</i>
Kelas	: <i>Magnoliopsida</i>
Ordo	: <i>Malpighiales</i>
Famili	: <i>Euphorbiaceae</i>
Genus	: <i>Manihot</i>
Spesies	: <i>Manihot utilissima</i>

Perlu diketahui bahwa ubi kayu memiliki beberapa kelemahan, antara lain adalah mudah mengalami penurunan kualitas (rusak) apabila tidak segera di jual



dan diolah setelah pemanenan. Peningkatan nilai ekonomi ubi kayu dapat dilakukan dengan mengolah ubi kayu tersebut menjadi berbagai macam produk olahan baik dalam bentuk basah maupun kering. Beberapa macam produk olahan ubi kayu antara lain adalah tepung ubi kayu, keripik ubi kayu, patilio, kue kaca, tape, kue bolo pelangi, dan kue cantik manis (Purnomo dan Purnamawati, 2013).

Keberadaan ilmu tentang tanaman dan tumbuhan tanpa disadari sebenarnya telah tersirat dalam Al-Qur'an sebelum ilmu pengetahuan modern seperti sains yang berkembang sedemikian hingga seperti saat ini. Jadi manusia tinggal mengkaji lebih luas apa yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An-Nahl ayat 11 yang berbunyi :

يُنْبِتُ لَكُمْ بِهِ الزَّرْعَ وَالزَّيْتُونَ وَالنَّخِيلَ وَالْأَعْنَابَ وَمِنَ  
 كُلِّ الثَّمَرَاتِ إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١١﴾

Artinya: Dia menumbuhkan bagi kamu dengan air hujan itu tanam tanaman, zaitun, korma, anggur dan segala macam buah-buahan. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar ada tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang memikirkan (An-Nahl: 11).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT telah menciptakan berbagai macam tumbuh-tumbuhan, termasuk di dalamnya adalah pepohonan, buah-buahan, padi-padian, umbi-umbian, sayur-sayuran, rerumputan dan sebagainya. Penciptaan beraneka tumbuhan tersebut semata-mata hanya ditujukan untuk manusia selama mengarungi bahtera hidup di dunia. Selain itu, ayat tersebut juga menganjurkan agar manusia berfikir dengan akalnyanya untuk mengolah, merawat, memanfaatkan dan menggunakan berbagai macam tumbuhan yang telah Allah SWT ciptakan bagi manusia sesuai dengan kebutuhannya. Dengan mengagumi ciptaan Allah

diharapkan akan menambah dan mempertebal keimanan seseorang tentang kekuasaan, kebesaran dan nikmat yang telah Allah SWT berikan kepada manusia.

## 2.2 Keripik Ubi

Keripik Ubi adalah sejenis makanan ringan berupa irisan tipis dari umbi-umbian yang mengandung pati. Biasanya keripik ubi melalui tahap penggorengan, tetapi ada pula yang hanya melalui penjemuran, atau pengeringan. Keripik ubi yang sangat populer dikalangan masyarakat karena sifatnya renyah, gurih, tidak terlalu mengenyangkan dan tersedia dalam aneka rasa seperti asin, pedas dan manis. Keripik ubi sangat praktis, sehingga lebih awet dan mudah disajikan kapanpun (Sriyono, 2012).

Proses pembuatan keripik ubi mulai bahan baku mentah sampai siap jual melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

### 1. Pengupasan kulit

Ubi kayu yang telah dipilih dikupas tetapi sebelumnya dipotong terlebih dahulu masing-masing ujungnya. Pengupasan kulit ubi kayu dilakukan digarit dengan ujung pisau, kemudian kulit tersebut mulai dikupas atau dikupas seperti mengupas buah mangga.

### 2. Pencucian

Ubi kayu yang telah dikuliti dicuci dengan air hingga seluruh kotoran bersih. Kemudian dibilas dengan air bersih sehingga kotoran yang melekat pada ubi kayu benar-benar bersih.

### 3. Perajangan/pengirisan

Ubi kayu yang telah dicuci diiris (dirajang) tipis dengan memakai pisau atau alat pasah sehingga diperoleh irisan yang sama tebalnya.

#### 4. Penggorengan

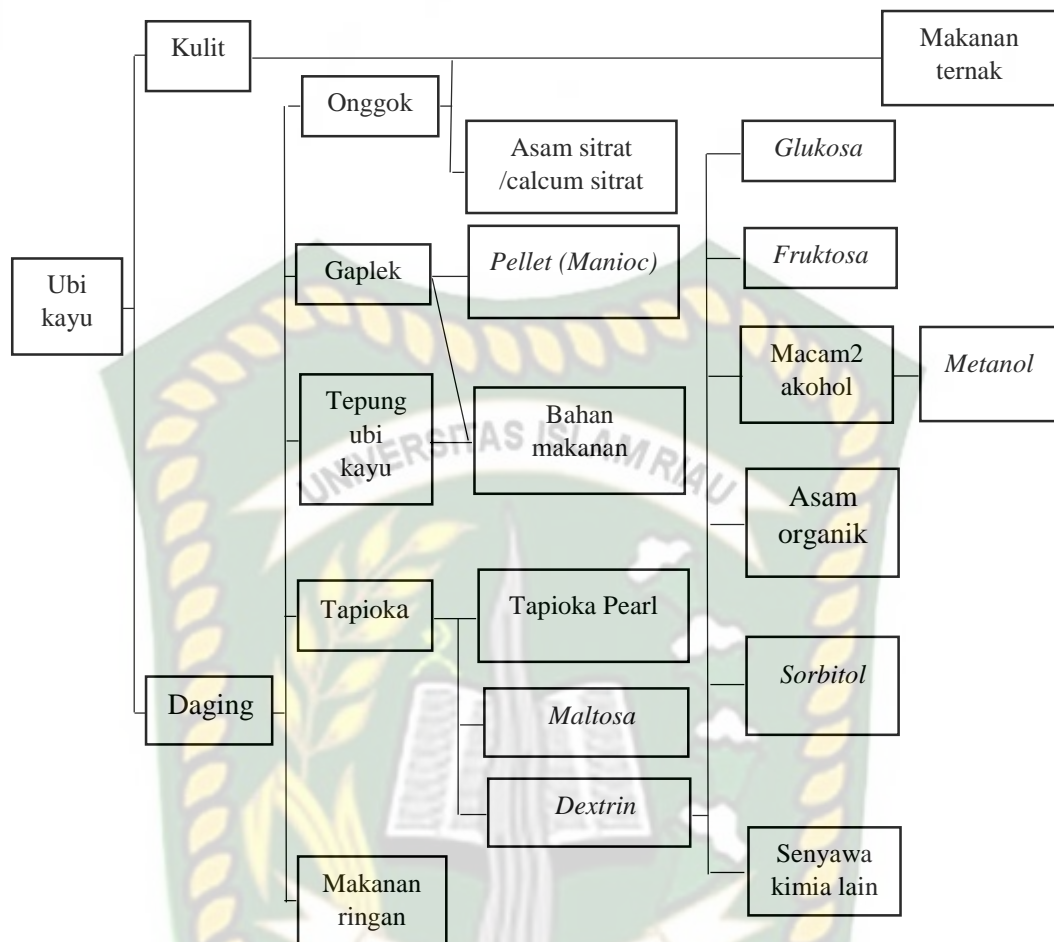
Ubi kayu yang telah dirajang langsung bisa dilakukan penggorengan, tetapi minyak gorengnya harus benar-benar sudah panas ( $\pm 100\text{--}200^{\circ}\text{C}$ ). Penggorengan dilakukan sampai irisan ubi kayu berwarna kuning atau selama 10 menit. Jika keripik yang diinginkan mempunyai beberapa rasa, maka keripik ubi sebelum diangkat dari penggorengan terlebih dahulu diberi bumbu seperti garam, gula dan lain-lain. Minyak goreng yang digunakan sangat berpengaruh pada hasil keripik ubi yang bermutu baik dan tahan lama disimpan. Minyak goreng yang sudah hitam dan berbau tidak bisa digunakan lagi karena akan berpengaruh terhadap produksi selanjutnya.

#### 5. Pengemasan

Sebelum dikemas keripik ubi diangin-anginkan sampai dingin, lalu dimasukkan dalam plastik dengan ketebalan 0,05 mm. Keripik ubi dengan berat 200 gram dapat dikemas dalam plastik ukuran 20x25 cm. Selain menggunakan plastik dapat juga digunakan kaleng. Pada kemasan dicantumkan label (nama perusahaan, berat netto, merek dagang, ijin depkes dan lain-lain yang diperlukan). Keripik ubi yang dikemas dalam plastik dapat tahan disimpan (Prasasto, 2007).

### 2.3 Agroindustri Keripik Ubi

Ubi kayu diolah untuk menghasilkan berbagai produk yang sangat dibutuhkan bagi kehidupan manusia, baik sebagai produk pangan, senyawa kimia, aplikasi dalam bidang teknik (industri) dan sebagai pakan. Dibawah ini adalah gambar proses pengolahan ubi kayu menjadi berbagai produk.



Gambar 1. Pohon industri ubi kayu  
 Sumber: Djaafar, dkk, (2003)

Produk pangan yang di olah dari ubi kayu yang populer di kalangan masyarakat Indonesia adalah produk fermentasi seperti tapai, macam-macam alkohol, dan non permentasi seperti onggok, geplek, tepung ubi kayu, tapioka, makanan ringan terbuat dari ubi, pakan ternak, kulit dari ubi kayu dapat diolah menjadi pakan ternak.

Keripik ubi merupakan salah satu produk yang terbuat dari bahan bakunya ubi kayu, usaha pembuatan keripik ubi ini sangat sederhana sehingga dapat dijadikan alternatif dan juga mampu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat khususnya pada petani pada daerah tersebut.

## 2.4 Karakteristik pengusaha

Secara konsep karakteristik pengusaha keripik ubi yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berusaha.

### a. Umur

Umur adalah salah satu faktor yang ikut menentukan bagaimana seseorang (pengusaha) mampu mengelola usahanya dengan maksimal, dalam hal ini terkait dengan kondisi fisik dan kemampuan berfikir seseorang. Selanjutnya, Suratiyah (2008), menyatakan umur seseorang menentukan prestasi kerja atau kinerja orang tersebut. Semakin tua tenaga kerja akan semakin turun pula prestasinya. Namun, dalam hal ini tanggung jawab semakin tua umur tenaga kerja tidak akan berpengaruh karena justru semakin berpengalaman.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2018), pengelompokan umur menjadi beberapa kelompok:

1. kelompok penduduk umur 0-14 tahun dianggap sebagai kelompok penduduk yang belum produktif secara ekonomis.
2. Kelompok penduduk umur 15-64 tahun sebagai kelompok penduduk yang produktif.
3. Kelompok penduduk umur 64 tahun keatas sebagai kelompok yang tidak lagi produktif.

### b. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai dan kemauan yang dikembangkan. Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap perubahan sikap dan

perilaku hidup sehat. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan memudahkan seseorang atau masyarakat untuk menyerap informasi dan mengimplementasikan dalam perilaku dan gaya hidup sehari-hari, khususnya dalam hal kesehatan. Pendidikan formal membentuk nilai bagi seseorang terutama dalam menerima hal baru (Suhardjo, 2007).

Menurut Hasyim (2003), tingkat pendidikan formal yang dimiliki pengusaha akan menunjukkan tingkat pengetahuan serta wawasan yang luas untuk pengusaha menerapkan apa yang diperolehnya untuk meningkatkan usahanya. Mengenai tingkat pendidikan pengusaha, dimana mereka yang berpendidikan tinggi relatif lebih cepat dalam melaksanakan adaptasi inovasi.

Menurut Hasibuan (2007), Mengatakan bahwa pendidikan merupakan indikator yang mencerminkan kemampuan seseorang untuk dapat menyelesaikan pekerjaan. Individu akan dianggap mampu menduduki suatu jabatan tertentu dengan latar belakang pendidikan yang jelas dan tinggi.

Sikula (2003), Tingkat pendidikan adalah suatu proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, yang mana tenaga kerja manajerial mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan umum.

Tingkat pendidikan menurut Notoatmodjo (2003), tingkat pendidikan dapat dibedakan berdasarkan tingkatan-tingkatan tertentu seperti:

1. Pendidikan dasar awal selama 9 tahun meliputi SD/ sederajat .
2. Pendidikan lanjut
3. Pendidikan menengah minimal 3 tahun meliputi SMA atau sederajat dan;
4. Pendidikan tinggi meliputi diploma, sarjana, magister, doktor, dan spesialis yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi.

c. Jumlah tanggungan keluarga

Menurut Hasyim (2003), Jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya. Banyaknya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong petani untuk melakukan banyak aktivitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya.

Jumlah tanggungan anggota keluarga berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan anggota keluarga sehingga sangat ditentukan oleh besarnya pendapatan (*income*) dari usaha yang dijalankannya. Semakin banyak jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan maka akan semakin meningkat kebutuhan keluarganya.

d. Pengalaman usaha

Pengalaman berusaha merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kemampuan usaha dalam mengelola usahanya dengan hasil yang optimal, karena semakin lama pengalaman seseorang dalam berusaha maka akan semakin mahir pula dalam mengambil keputusan dan pertimbangan dalam menjalankan usahannya.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2017), definisi pengalaman adalah segala sesuatu yang pernah dialami (dijalani, dirasakan, ditanggung dan sebagainya). Sehingga pengalaman berusaha adalah segala sesuatu yang pernah dialami dalam melakukan kegiatan usaha. Seseorang dikatakan mempunyai pengalaman apabila telah mengalami atau melakukan pekerjaan sehingga tahu seluk beluk dan cara terbaik untuk menghasilkan barang dan jasa. Tinggi rendahnya pengalaman seseorang tergantung pada lama orang tersebut menjalani pekerjaannya. Pengalaman merupakan faktor utama dalam perkembangan

seseorang yang di peroleh dari hubungan lingkungannya. Seseorang yang melakukan pekerjaanya secara berulang-ulang dalam jangka waktu yang cukup lama akan memiliki keterampilan dan pengetahuan khusus.

## **2.5 Profil Usaha**

### **2.5.1 Skala Usaha**

Jumlah karyawan yang diperkerjakan dapat menggambarkan seberapa besar perusahaan tersebut semakin banyak karyawan yang diperkerjakan maka skala perusahaan tersebut juga semakin besar. Jumlah pendapatan yang dihasilkan perusahaan dapat menunjukkan perputaran asset atau modal yang dimiliki oleh perusahaan. Agar dapat mengatur keuangan yang semakin kompleks maka diperlukan informasi akuntansi sebagai alat untuk mengambil keputusan.

### **2.5.2 Tenaga Kerja**

Tenaga kerja adalah penduduk yang usia kerja 15-64 tahun atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu negara yang memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka, dan berpartisipasi dalam aktivitas tersebut (Kusumosuwidho dan Sisdjiatmo, 2007).

Menurut Elfindri dan Bactiar (2004), tenaga kerja terdiri dari angkatan kerja dan bukan angkatan kerja.

1. Angkatan kerja yaitu penduduk yang kegiatan utamanya selama seminggu yang lalu bekerja, atau sedang mencari pekerjaan, untuk kategori bekerja minimum bekerja selama 1 jam selama seminggu yang lalu untuk kegiatan produktif sebelum pencacahan dilakukan.
2. Bukan angkatan kerja adalah mereka yang berusia kerja 15 tahun ke atas, namun kegiatan utamanya selama seminggu yang lalu adalah sekolah mereka bekerja



minimal 1 jam selama seminggu yang lalu tetapi kegiatan utamanya adalah sekolah, maka individu tersebut tetap masuk ke dalam kategori bukan angkatan kerja.

### 2.5.3 Modal usaha

Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai jumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangat diperlukan, akan tetapi bagaimana mengelola secara optimal sehingga bisnis yang dijalankan dapat berjalan lancar (Amirullah, 2009).

## 2.6 Analisis Usaha

### 2.6.1 Biaya Produksi

Menurut Bustami, dkk (2009), biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Biaya produksi ini disebut juga biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk, dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan.

Menurut Mulyadi (2006), pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi, sedangkan terjadi atau yang memungkinkan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Biaya produksi adalah besarnya biaya yang di

keluarkan pengusaha dalam melakukan agroindustri keripik ubi. Dalam kegiatan agroindustri, besar kecilnya biaya produksi akan menentukan keberhasilan agroindustri tersebut untuk memperoleh pendapatan atau penerimaan yang maksimal. Pengeluaran biaya produksi yang besar belum tentu memberikan hasil yang besar pula, hal ini tergantung pada sejauh mana pengusaha dapat mengalokasikan biaya tersebut sesuai dengan kebutuhan agroindustri. Biaya produksi dapat dikemukakan menjadi:

a. Biaya tetap

Mulyadi (2005), Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan dalam berusaha yang tidak tergantung pada jumlah produksi yang akan dihasilkan. Menurut Hanafie (2010), biaya tetap adalah semua jenis biaya yang besar kecilnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi. Biaya tetap dalam usaha terdiri dari:

1. Penyusutan adalah selisih nilai beli alat dengan nilai sisa yang dibandingkan dengan masa pakai alat tersebut dalam kurun waktu tertentu. Contohnya: penyusutan alat, gaji direksi, biaya administrasi, biaya distribusi.
2. Gaji adalah suatu bentuk pembayaran periodik dari seorang majikan pada karyawannya yang dinyatakan dalam suatu kontrak kerja. Contohnya: para manajer, pegawai administrasi, dan pegawai pengolahan ubi kayu, tarif gaji biasanya dinyatakan dalam gaji perbulan.
3. Bunga bank adalah sebagai batas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Contohnya: kita terhutang Rp 100.000.000; dengan bunga 12% per tahun, dengan cicilan pokok Rp 10.000.000; per bulan.

4. Pajak adalah iuran wajib yang di pungut oleh pemerintah dari masyarakat (wajib pajak) untuk menutupi pengeluaran rutin Negara dan biaya pembangunan tanpa balas jasa yang dapat ditunjuk secara langsung. Contohnya: pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai barang dan jasa dan penjualan terhadap industri keripik ubi, pajak bumi dan bangunan.
5. Izin usaha adalah suatu bentuk persetujuan atau pemberian izin dari pihak yang berwenang atas penyelenggaraan kegiatan usaha yang dilakukan oleh perorangan maupun suatu badan. Contohnya: SITU (surat izin tempat usaha atau izin HO lingkungan), SIUP (surat izin usaha perdagangan). NPWP (nomor pokok wajib pajak), NRP (nomor register perusahaan) atau TDP (tanda daftar perusahaan), AMDAL (analisis mengenai dampak lingkungan).
6. Jaminan kesehatan karyawan adalah untuk menjamin kesehatan karyawan apabila terjadi kecelakaan atau sakit bagi karyawan. Contohnya: membiayai karyawan yang sakit.

Biaya-biaya ini akan tetap di keluarkan meskipun tidak melakukan aktivitas apapun atau bahan ketika melakukan aktivitas yang sangat banyak sekalipun.

b. Biaya variabel

Garrison (2009), biaya variabel adalah jenis biaya yang difungsikan untuk melengkapi biaya tetap dan bersifat dinamis, dia mengikuti banyaknya jumlah unit yang di produksi ataupun banyaknya aktivitas yang dilakukan. Pada biaya ini, jumlah yang akan dikeluarkan perunit peraktivitas justru berjumlah tetap sedangkan untuk biaya secara total jumlahnya akan menyesuaikan dengan banyaknya jumlah unit yang di produksi ataupun jumlah aktivitas yang dilakukan.

Biaya variabel terdiri dari:

1. Bahan baku adalah bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan suatu produk yang mana bahan tersebut dapat diolah melalui proses tertentu untuk dijadikan wujud yang lain. Contohnya: ubi kayu yang akan diolah menjadi keripik ubi.
2. Bahan penunjang adalah semua bahan selain bahan baku dan tenaga kerja langsung yang digunakan selama proses produksi berlangsung. Contohnya: bahan bakar, tungku, timbangan, panik, ember.
3. Upah adalah hak pekerja yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha/pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dan di bayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan termasuk tunjangan bagi pekerja/buru dan keluarga atas suatu pekerjaan dan jasa yang telah atau akan dilakukan. Contohnya: gaji buruh, untuk buruh gaji dihitung setiap hari dimana mereka masuk kerja. (undang-undang tenaga kerja No.13 tahun 2000, Bab I, pasal 1, Ayat 30).
4. Transportasi adalah kendaraan yang digunakan untuk proses membawa hasil produksi. Contohnya: seorang produsen yang mengantarkan hasil produksinya ketempat penampungan hasil olahannya, seperti pasar tradisional dan pasar modern.
5. Listrik adalah sumber energi yang disalurkan melalui kabel. Arus listrik yang timbul karena muatan listrik mengalir dari saluran positif kesaluran negatif. Contohnya: dapat membantu dalam proses pembuatan ubi kayu menjadi keripik ubi yang sudah digoreng.
6. Biaya pengawasan adalah biaya yang di keluarkan secara berkala untuk operasional tugas pengawas dalam melakukan kontrol kebersihan dan mutu

produk. Contohnya: kebersihan lingkungan dan peralatan yang digunakan serta kualitas atau mutu produksi yang di hasilkan.

7. Tunjangan hari besar atau hari raya karyawan adalah memberikan tambahan gaji pada karyawan pada hari raya. Contohnya: berupa sembako.
8. Biaya sosial adalah memberikan sumbangan kepada masyarakat yang akan mengadakan hari besar tertentu. Contohnya: perayaan 17 agustus untuk mengadakan perlombaan olahraga.

### 2.6.2 Produksi

Menurut Fuad (2006), produksi adalah sebagian suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan menjadi keluaran dalam arti sempit. Pengertian produksi hanya dimaksudkan sebagai kegiatan yang menghasilkan barang, baik barang jadi atau setengah jadi, barang industri, suku cadang maupun komponen-komponen penunjang.

Produksi adalah menciptakan, menghasilkan, dan membuat segala kegiatan produksi yang tidak akan dilakukan kalau tidak ada bahan yang memungkinkan dilakukannya proses produksi itu sendiri. Untuk bisa melakukan produksi, orang yang memerlukan tenaga manusia, sumber-sumber alam, modal dalam segala bentuknya, serta kecakapan. Semua unsur itu disebut sebagai faktor-faktor produksi (*factors of production*). Jadi, semua unsur yang menopang usaha penciptaan nilai atau usaha memperbesar nilai barang disebut sebagai faktor-faktor produksi.

Pada industri makanan ini membutuhkan berbagai jenis faktor produksi, diantaranya terdiri dari bahan baku utama, bahan penunjang, modal jumlah tenaga kerja dan teknologi yang digunakan. Definisi dari faktor produksi tersebut adalah

jenis-jenis sumberdaya yang digunakan dan diperlukan dalam suatu proses produksi guna menghasilkan barang dan jasa.

Menurut Nicholson (2003), menyatakan produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan produksi mengandung hubungan antar tingkat penggunaan faktor-faktor produksi dengan produk atau hasil yang akan diperoleh. Sehingga produksi merupakan kombinasi berbagai input atau masukan untuk menghasilkan output.

### **2.6.3 Pendapatan**

Pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan sebagai balas jasa dari penyerahan prestasi tersebut untuk mempertahankan hidupnya. Pendapatan merupakan selisih penerimaan dengan semua biaya produksi pendapatan meliputi pendapatan kotor (penerimaan total) dan pendapatan bersih (keuntungan). Pendapatan kotor adalah nilai produksi komoditas pertanian secara keseluruhan sebelum dikurangi biaya produksi. Sedangkan pendapatan bersih adalah penerimaan kotor dikurangi dengan biaya variabel dan biaya tetap (Rahim dkk, 2007).

#### **a. Pendapatan kotor**

Menurut Soekartawi (2006), pendapatan kotor merupakan perkalian antara jumlah produksi yang dihasilkan dengan harga jual dari produk tersebut dan biasanya produksi berhubungan negatif dengan harga, artinya harga akan mengalami penurunan ketika produksi berlebihan. Rumus untuk menghitung penerimaan total (*total revenue*) yaitu didapatkan dari jumlah produk yang dihasilkan (*quantity*) dikalikan dengan harga produk (*price*).

Semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan semakin tinggi harga per unit produk bersangkutan, maka penerimaan total yang diterima produsen akan semakin besar. Sebaliknya jika produk yang dihasilkan sedikit dan harganya rendah maka penerimaan total yang diterima oleh produsen semakin kecil.

b. Pendapatan bersih

Menurut Ibrahim (2009), keuntungan (*profit*) adalah tujuan utama dalam pembukaan usaha yang direncanakan semakin besar keuntungan yang diterima maka semakin layak juga usaha yang sedang dijalankan dapat dihitung dengan rumus keuntungan (*profit*) sama dengan penerimaan total (*total revenue*) dikurang dengan total biaya (*total biaya*).

#### 2.6.4 Efisiensi

Susantun I, (2002), membedakan efisiensi menjadi tiga yaitu efisiensi teknik, efisiensi alokatif (harga) dan efisiensi ekonomis. Efisiensi teknik mengenai hubungan antara input dan output. Efisiensi alokatif tercapai jika penambahan tersebut mampu memaksimalkan keuntungan yaitu menyamakan produk marjinal setiap faktor produksi dengan harganya. Sedangkan efisiensi harga dapat tercapai.

Pendapatan yang tinggi akan selalu menunjukkan efisiensi yang tinggi karena kemungkinan pendapatan yang besar tersebut di peroleh dari investasi yang besar. Efisiensi mempunyai tujuan memperkecil biaya produksi persatuan produk yang dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan yang optimal. Cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut adalah memperkecil biaya keseluruhan dengan mempertahankan produksi yang telah di capai untuk memperbesar produksi tanpa meningkatkan biaya keseluruhan (Ibrahim, 2009).

Efisiensi usaha dapat di hitung dari perbandingan antara besarnya penerimaan dan biaya yang digunakan untuk memproduksi yaitu dengan menggunakan R/C Ratio. Ratio adalah singkatan *return cost ratio* atau dikenal dengan perbandingan (nisbah) antara penerima dan biaya. Kriteria yang digunakan dalam penentuan efisiensi usaha adalah (1)  $R/C > 1$  berarti usaha industri keripik ubi yang dijalankan sudah efisien, (2)  $R/C = 1$  berarti usaha industri keripik ubi belum efisien atau usaha mencapai titik impas, (3)  $R/C < 1$  berarti usaha industri keripik ubi yang di jalankan tidak efisien (Ibrahim 2009).

Pendapatan bersih yang dapat menentukan layak tidaknya suatu usaha tersebut, dapat diukur dari efisiensi usaha dengan menggunakan *Return Cost Ratio (RCR)* merupakan perbandingan antara total output dan total input dari usaha tersebut. Dengan cara membandingkan pendapatan kotor yang diperoleh dengan biaya usaha yang dikeluarkan. *Return Cost Ratio (RCR)* merupakan penerimaan dan biaya, dimana penerimaan dapat diperoleh dengan cara mengalihkan jumlah input dan harga output dan bandingkan dengan cara mengalihkan jumlah input dan harga output dan dibandingkan dengan biaya yang di peroleh dari penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel (Nugent, 2005).

## 2.7 Strategi Pengembangan Usaha

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, terdapat definisi strategi dari berbagai pakar dalam Anoraga (2003), adalah sebagai berikut :

1. Menurut Chandler (1962), strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang di perlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.



2. Menurut Adrew (1971), strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan di bandingkan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang di hadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.

Menurut Porter (2008), berpendapat bahwa tujuan utama strategi oleh perusahaan (yang di dalamnya mencakup berbagai keputusan strategi) adalah agar perusahaan mampu menghadapi perubahan lingkungan dalam jangka panjang.

Menurut David (2006), strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis dapat mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan bisnis , disvestasi, likuidasi dan *foint venture*. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Selain itu, strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multimidasi serta perlu pertimbangan faktor-faktor internal dan eksternal yang di hadapi perusahaan.

Manajemen strategi didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuan. Manajemen strategi berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/ akuntansi, produk atau perasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi. Tujuan manajemen strategi adalah untuk mengeksploitasi dan menciptakan peluang baru dan berbeda untuk masa mendatang, perencanaan jangka panjang, sebaliknya mencoba untuk mengoptimalkan kecenderungan sekarang untuk masa depan (David 2006).

Untuk menerapkan perencanaan strategi untuk pengembangan usaha memerlukan analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2004), dengan melakukan analisis SWOT diharapkan dapat di peroleh perumusan alternatif strategi yang tepat bagi perusahaan guna mengatasi adanya kesenjangan antara peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan yang ada dalam pengembangan usaha. SWOT adalah singkatan dari *strength* (kekuatan), *weakneses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman) yang dihadapi oleh petani dalam mengembangkan usaha. Analisis SWOT membandingkan antara kedua faktor tersebut.

Langkah-langkah penyusunan analisis SWOT pada peneitian ini adalah sebagai berikut:

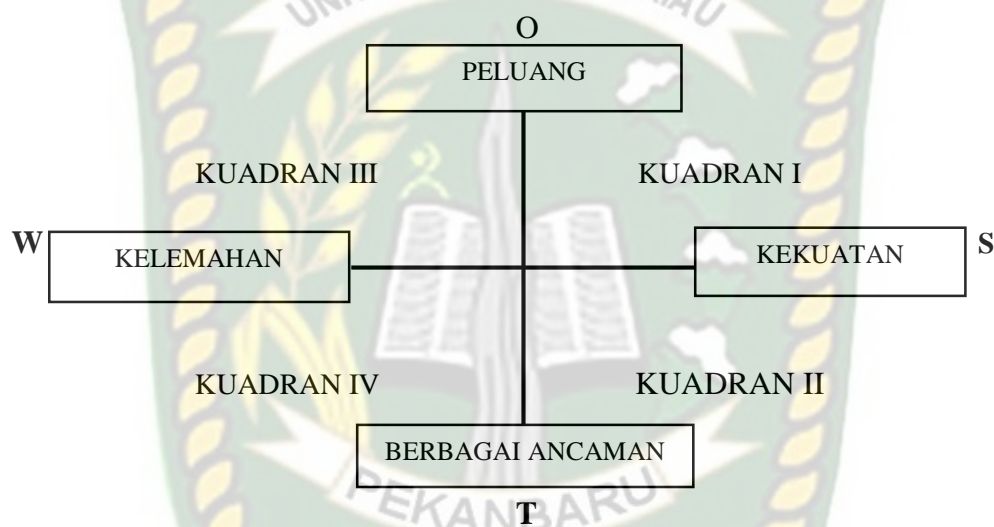
- a. Analisis faktor internal adalah merupakan kondisi intenal pengrajin secara langsung maupun tidak langsung yang mempengaruhi keberhasilan dalam pengembangan usaha sehingga tercapainya tujuan.
- b. Analisis faktor eksternal adalah kondisi dari luar usaha yang secara langsung maupun tidak langsung yang mempengaruhi dalam perkembangan usaha dalam mencapai tujuan. Apabila kondisi ekstenal menjadi penghambat keberhasilan dalam perkembangan usaha industri kecil maka itu merupakan ancaman.
- c. Pembobotan merupakan nilai bobot yang diberikan pada setiap indikator yang dikaji dalam usaha industri kecil.

Dalam menganalisis identitas peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, dapat dibuat kemungkinan strategi berdasarkan pertimbangan kondisi empat faktor diatas sebagai berikut:

1. Strategi SO adalah strategi yang berdasarkan pemanfaatan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST adalah strategi untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh usaha dengan cara menghindari ancaman.
3. Strategi WO adalah strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.
4. Strategi WT adalah strategi yang didasarkan pada kegiatan yang ditunjukkan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Diagram analisis SWOT (Rangkuti, 2004) dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram analisis SWOT

Keterangan:

**Kuadran I :** Situasi yang sangat menguntungkan. Dimana perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

**Kuadran II :** Meskipun menghadapi berbagai ancaman, usaha ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara diversifikasi.

Kuadran III : Usaha ini menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak menghadapi berbagai berbagai kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah-masalah internal, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang lebih baik.

Kuadran IV: Ini merupakan situasi yang tidak menguntungkan, usaha tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

Nizar R, dkk (2019), melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Ikan Salai Lele (*Clarias Gariepinus*) di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Bapak Ahmadin Margolang). Tujuan Penelitian 1) Mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi. 2) Mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pengusaha. 3) Mengetahui strategi apa yang tepat dalam pengembangan usaha ikan salai lele. Pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*), dengan alasan usaha yang aktif dan memiliki skala produksi yang besar. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Peluang pada Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang adalah, dapat dijadikan sebagai oleh-oleh, harga jual produk masih bisa bersaing dengan produk sejenis dipasaran, adanya kerja sama dengan pemasok bahan baku, dukungan dari pemerintah, daerah usaha berada dikawasan masyarakat ramai. Ancamannya adalah, adanya pesaing dengan produk sejenis, permintaan akan pasar tidak stabil, harga bahan baku yang tidak stabil, perubahan selera konsumen, menurunnya minat beli masyarakat. Kekuatan pada

Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang adalah, lingkungan usaha yang kondusif, bahan baku mudah diperoleh, ketahanan produk atau awet, kualitas produk dan tampilan menarik, memiliki pelanggan tetap, melakukan promosi, tenaga kerja terampil. Kelemahannya adalah, kurangnya outlet pemasaran, teknologi yang digunakan masih sederhana, biaya produksi yang relatif tinggi, kurangnya tenaga kerja di bidang pemasaran, produk yang dihasilkan masih dipasarkan di daerah lokal. Strategi yang tepat dalam pengembangan Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang ini adalah Strategi *Strenght-opportunities* (SO), dimana strategi yang harus diterapkan adalah memanfaatkan kualitas dan tampilan menarik supaya tetap dapat di jadikan sebagai oleh-oleh makanan khas pekanbaru.

Vaulina S, dan Wahyudy HA, (2018), melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Perkebunan Kelapa Dalam (*Cocos Nucifera* Linn) Sebagai Komoditi Unggulan Di Kabupaten Indragiri Hilir. Tujuan Penelitian ini adalah untuk: (1) Mengetahui *multiplier effect* dari tanaman perkebunan di Kabupaten Indragiri Hilir, (2) Menyusun konsep dan strategi pengembangan perkebunan berbasis komoditi unggulan di Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini menggunakan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan secara sensus, responden pada penelitian ini berjumlah 9 orang sebagai *keyinforman* yaitu tokoh masyarakat yang sekaligus memiliki kebun kelapa, petugas penyuluh lapangan dan petani kelapa. Analisis data menggunakan *Multiflier effect* dan SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengganda pendapatan Kelapa Dalam pada tahun 2010-2016 nilai *multiplier effect* Kelapa Dalam berfluktuasi. Dari tujuh tahun terakhir, nilai tertinggi terjadi pada tahun 2011 dengan nilai 1,931.

Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan basis Kelapa Dalam pada gilirannya akan menaikkan pendapatan kegiatan non basis. Kegiatan basis (perkebunan Kelapa Dalam) mempunyai kekuatan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah. Kelapa dalam di Kabupaten Indragiri Hilir berada pada Kuadran III yang artinya kelapa dalam meskipun memiliki kelemahan namun masih memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan. Salah satu caranya dengan meminimalkan masalah-masalah internal kelapa dalam sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Maka strategi yang harus diterapkan adalah mendukung strategi *turn-around*.

Thomas dan Sulistyowati (2018), melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Mangga (Studi Kasus pada UMKM Satria di Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon). Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan agroindustri pada UMKM satria yang merupakan salah satu pelaku pengolahan manisan manga di Kabupaten Cirebon. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dan teknik studi kasus dengan analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan agroindustri manisan manga pada UMKM satria yang dapat dilakukan yaitu: mempertahankan sistem manajemen bahan baku, mempertahankan pangsa pasar dan penjualan, dan meminimalisasi resiko serta menetapkan harga yang kompetitif. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara perawatan fasilitas produksi, meningkatkan konsistensi produk baik kualitas maupun kuantitas dan merencanakan volume produksi optimal.

Kurniati dan Jumanto (2017), melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila Di Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis: 1) Karakteristik pengusaha dan profil usaha ikan nila, 2) Strategi pengembangan usaha ikan nila. Penelitian ini menggunakan metode survei di Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dengan jumlah responden 60 orang. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif analisis SWOT.

Hasil penelitian menyatakan bahwa karakteristik pengusaha rata-rata berumur 49 tahun, lama pendidikan hanya 6 tahun, pengalaman berusaha ikan sekitar 4-8 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga umumnya 4 jiwa. Skala usaha umumnya skala kecil yang dikelola oleh pengusaha sendiri, dengan jumlah modal awal dan penggunaan tenaga kerja sedikit. Strategi pengembangan usaha ikan nila menyatakan bahwa usaha ini berada pada kuadran ketiga sehingga dapat menjalankan strategi WO, diantaranya memberikan gambaran tentang usaha ikan nila kepada pihak terkait agar mendapat penyaluran kredit, memperluas jangkauan pemasaran dengan cara meningkatkan kualitas produk ikan nila yang dihasilkan, meningkatkan promosi produk unggulan untuk memenuhi permintaan pasar, dan memberikan bonus pada karyawan jika penjualan produksi meningkat untuk menambah semangat kerja.

Hidayat dan Yuroh (2017), melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Singkong (Studi Kasus Pada Perajin Keripik Singkong di Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis). Tujuan penelitian untuk mengetahui: 1) Faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan agroindustri keripik singkong. 2) Alternatif strategi yang dapat

diterapkan dalam pengembangan agroindustri keripik singkong di. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada pengembangan agroindustri keripik singkong di Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis terdiri dari kekuatan, kelemahan dan peluang, ancaman. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan yaitu tersedianya cukup jumlah tenaga kerja, produksi mudah dilakukan, produk keripik singkong yang tahan lama, harga produk yang terjangkau. Sedangkan faktor-faktor yang menjadi kelemahan yaitu keterbatasan permodalan, pengemasan produk masih sederhana, kualitas SDM yang masih kurang, dan promosi masih kurang. Faktor-faktor yang menjadi peluang yaitu, pangsa pasar yang masih luas, permintaan semakin meningkat, cuaca tidak mempengaruhi produksi, ketersediaan bahan baku, Lokasi perusahaan strategis Faktor-faktor yang menjadi ancaman yaitu, persaingan dari industri sejenis, kurang adanya peran dari pemerintah, kenaikan harga sarana produksi, meningkatnya tarif transportasi Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri keripik singkong di Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis yaitu mempertahankan kualitas produksi dan pengembangan pasar, meningkatkan produksi untuk memenuhi permintaan, mempertahankan kontinuitas produksi untuk memenuhi permintaan, optimalisasi Kualitas SDM untuk memenuhi permintaan produk, diversifikasi produk untuk memenuhi pangsa pasar, meningkatkan promosi dengan memanfaatkan lokasi perusahaan yang strategis, pengelolaan tenaga kerja, keseragaman harga jual dengan peran serta pengawasan pemerintah, penganekaragaman pengemasan dan diversifikasi produk untuk



bersaing dengan Industri sejenis, menjalin kerjasama dengan pihak terkait dalam menyikapi permodalan.

Maesaroh I, (2016), melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ubi Kayu (Studi Kasus pada Perusahaan Jaya Sari di Desa Selamanik Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis). Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui (1) Besarnya biaya, penerimaan dan pendapatan, (2) Faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan agroindustri keripik ubi kayu, (3) Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri keripik ubi kayu di Desa Selamanik Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Besarnya biaya total yang dikeluarkan oleh pengusaha keripik ubi kayu dalam satu kali proses produksi sebesar Rp 1.152.500,00 penerimaannya sebesar Rp 2.850.000,00 dan pendapatannya sebesar Rp 1.697.500,00, Faktor-faktor yang menjadi kekuatan yaitu tersedianya cukup jumlah tenaga kerja, produksi mudah dilakukan, produk keripik ubi kayu yang tahan lama, harga produk yang terjangkau. Sedangkan faktor-faktor yang menjadi kelemahan yaitu keterbatasan permodalan, kualitas SDM yang masih kurang, pengemasan produk masih sederhana, dan promosi masih kurang. Faktor-faktor yang menjadi peluang yaitu tidak ada pesaing produk sejenis disatu daerah, pangsa pasar yang masih luas, permintaan semakin meningkat, cuaca tidak mempengaruhi produksi. Faktor-faktor yang menjadi ancaman yaitu kelangkaan bahan baku, fluktuasi harga bahan baku, kurang adanya peran dari pemerintah, dan kenaikan harga sarana produksi, Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri keripik ubi kayu di Desa Selamanik Kecamatan Cipaku

Kabupaten Ciamis yaitu mempertahankan kualitas produksi dan pengembangan pasar, mempertahankan kontinuitas produksi untuk memenuhi permintaan, optimalisasi kualitas SDM untuk memenuhi permintaan produk, diversifikasi produk untuk memenuhi pangsa pasar, pengelolaan tenaga kerja dan ketersediaan bahan baku, keseragaman harga jual dengan peran serta pengawasan pemerintah, penganeekaragaman pengemasan untuk memaksimalkan produksi dan menjalin kerja sama dengan pihak terkait dalam menyikapi permodalan.

Tanaya P, (2016), melakukan penelitian dengan judul Strategi Usaha Agroindustri Keripik Ubi Jalar di Desa Dopeng Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui serta mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha keripik ubi jalar, (2) mengetahui strategi usaha yang digunakan oleh para pengusaha keripik ubi jalar. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran keripik ubi jalar pada industri rumah tangga di Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat berdasarkan matriks IFAS dan matriks EFAS adalah Faktor-faktor yang menjadi kekuatan yaitu kualitas terjaga, Faktor-faktor yang menjadi kelemahan yaitu terbatasnya modal operasional dan kurang promosi, Faktor-faktor yang menjadi peluang yaitu minat konsumen tinggi dan kegunaan keripik ubi jalar bagi konsumen, Faktor-faktor yang menjadi ancaman yaitu persaingan produk antar daerah, dan (2) Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan keripik ubi jalar pada industri rumah tangga di Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat adalah: (a) Memanfaatkan musim liburan dengan bekerjasama antar pengusaha untuk

memenuhi permintaan pasar dan mengusahakan bahan baku dengan menanam ubi jalar sendiri sehingga menghemat biaya produksi, (b) Pengusaha menjaga kualitas dan kontinuitas keripik ubi jalar dengan memanfaatkan dukungan pemerintah dan Pemerintah lebih terbuka dan berhubungan baik dengan pengusaha keripik ubi jalar, (c) Pengusaha meningkatkan produksi dengan menambah kemampuan dan keterampilan, (d) Pemerintah menambah dukungan modal bagi pengusaha, (e) Pengusaha memberi merek untuk media promosi terutama saat keripik ubi jalar dibeli dan dibawa konsumen dari luar daerah, dan (f) Menjaga kualitas keripik ubi jalar dan menambah pemasaran keluar daerah.

Djalil dan Sulaiman (2015), melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ubi Kayu Pada Industri Pundi Mas di Kota Palu. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kondisi faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan faktor eksternal (Peluang dan Ancaman) dan strategi pengembangan usaha keripik ubi kayu pada industri Pundi Mas. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Oktober sampai dengan Bulan Desember 2014. Ada sebanyak 6 responden telah diwawancarai yang diambil secara *purposive*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT.

Hasil analisis dari matriks SWOT IFAS dan EFAS adalah beberapa strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan pada industri Pundi Mas yaitu (a) Strategi promosi industri keripik ubi kayu Pundi Mas dirasa kurang melaksanakan dan memanfaatkan kegiatan promosi baik melalui media cetak, brosur-brosur, periklanan maupun internet (b) Ketersediaan tenaga kerja Pundi Mas kurang bertahan dalam industri ini hanya ada beberapa tenaga kerja yang bertahan sehingga pimpinan perlu meningkatkan motivasi dan produktifitas tenaga kerjanya (c)

Perkembangan teknologi ini harus difikirkan dan dilaksanakan industri Pundi Mas karena industri sendiri saat ini belum memikirkan untuk mengganti alat yang lebih modern atau menambah teknologi yang sudah ada dan kondisi usaha keripik ubi kayu pada Industri Pundi Mas saat ini berada pada Kuadran I, yaitu strategi S-O dimana usaha tersebut dapat menciptakan strategi internal seperti rasa produk beragam, harga terjangkau, ketersediaan bahan baku dengan memanfaatkan berbagai strategi peluang eksternal seperti berkembangnya media promosi, perkembangan teknologi, dan dukungan Stasiun Televisi Swasta.

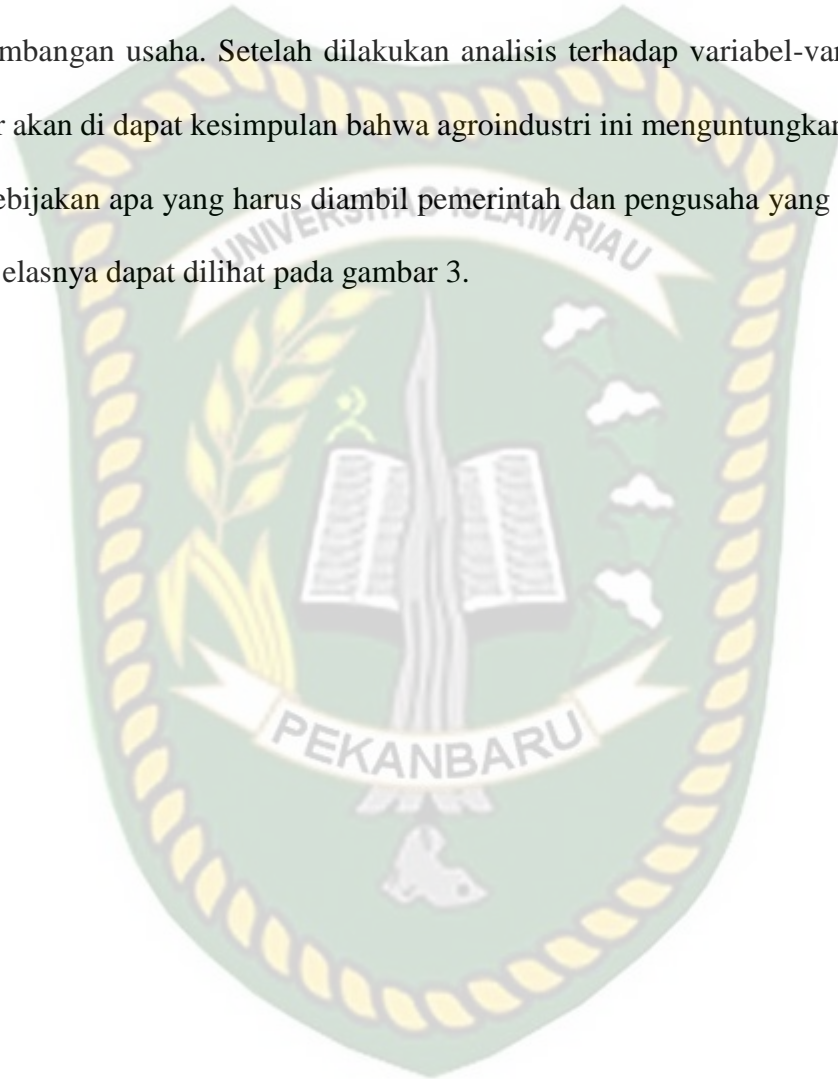
## **2.9 Kerangka Berpikir Penelitian**

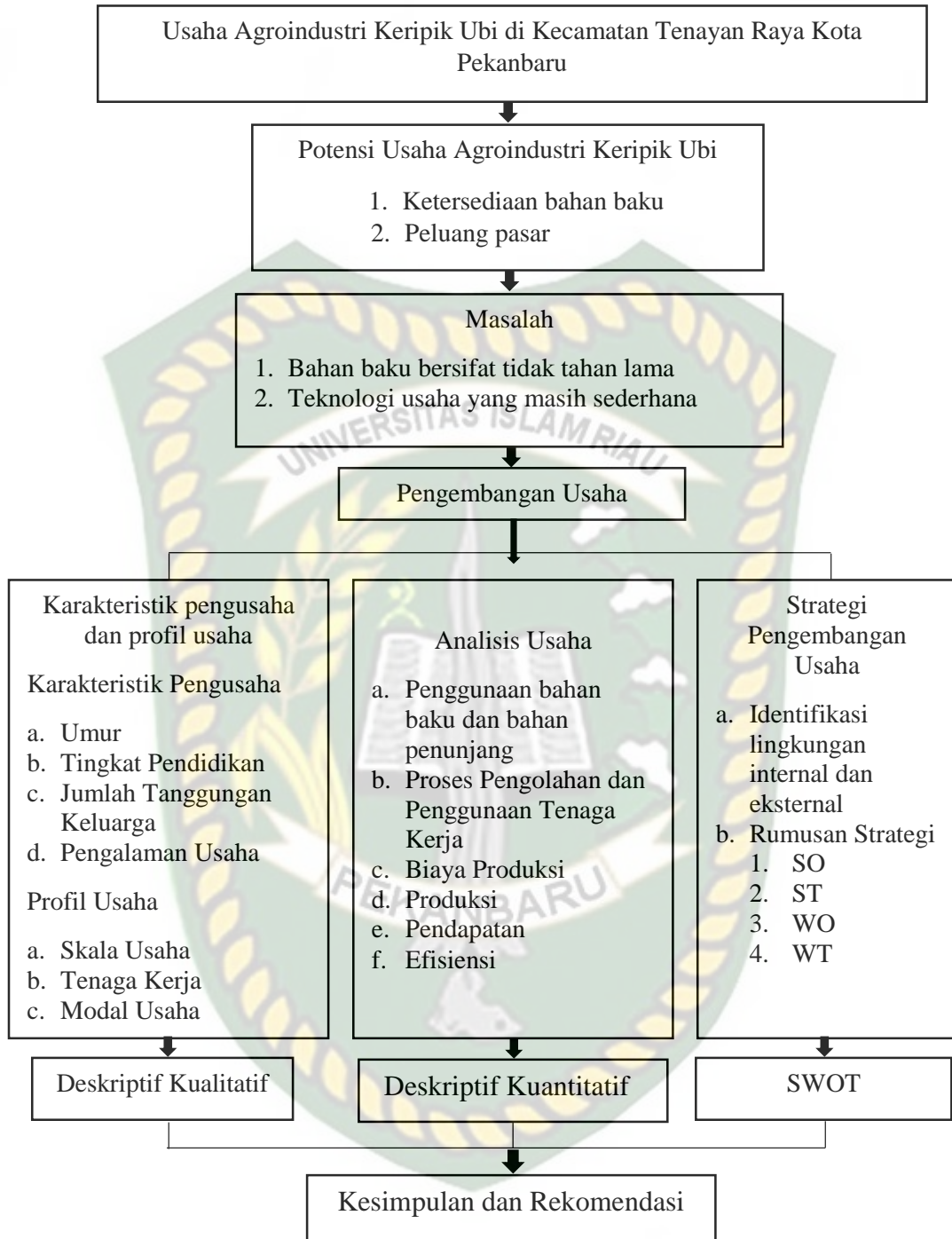
Agroindustri keripik ubi merupakan usaha industri kecil dan industri rumah tangga yang bertujuan meningkatkan pendapatan rumah tangga dari industri mengolah ubi kayu menjadi keripik ubi. Pengolahan ubi tersebut dapat dilakukan karena adanya potensi yang dimiliki dimana komoditi tersebut dimanfaatkan menjadi produk olahan seperti kripik lainnya.

Melihat dari potensi ubi kayu yang ada salah satu upaya dalam memberikan nilai tambah, penerimaan dan keuntungan terhadap komoditi ubi kayu adalah melalui industrial berbasis pertanian (agroindustri) dengan memanfaatkan teknologi dan kekuatan sumber daya alam serta sumber daya manusia.

Agroindustri ubi kayu yang ada merupakan agroindustri skala kecil yang memiliki nilai tambah, hal ini bisa dilihat dari perbandingan harga jual ubi kayu tanpa olahan dinilai belum efektif. Produk yang memberikan nilai tambah tinggi memberikan pengertian bahwa produk tersebut layak dikembangkan dan memberikan keuntungan.

Penelitian mengenai agroindustri keripik ubi ini menggunakan Analisis Deskriptif, Analisis Usaha, dan analisis Swot. Analisis Deskriptif digunakan untuk menganalisis karakteristik pengusaha dan profil usaha, Analisis Usaha digunakan untuk agroindustri keripik ubi sedangkan Analisis Swot digunakan untuk strategi pengembangan usaha. Setelah dilakukan analisis terhadap variabel-variabel yang diukur akan di dapat kesimpulan bahwa agroindustri ini menguntungkan atau tidak dan kebijakan apa yang harus diambil pemerintah dan pengusaha yang ada. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.





Gambar 3. Bagan Kerangka Berpikir

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei di Kecamatan Tenayan Raya. Penentuan tempat penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive Sampling*) atas dasar pertimbangan bahwa usaha keripik ubi di Kecamatan Tenayan Raya merupakan salah satu tempat pembuatan keripik ubi dengan skala rumah tangga di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru.

Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan, di mulai dari bulan April sampai September 2020, yang meliputi tahapan kegiatan yaitu: tahap persiapan (penyusunan usulan penelitian, seminar proposal, dan perbaikan), tahapan pelaksanaan penelitian (pengumpulan data, tabulasi data dan analisis data) dan tahap penyusunan laporan penelitian (seminar hasil, perbaikan, dan perbanyakan skripsi).

#### 3.2 Teknik Penentuan Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha keripik ubi di Kecamatan Tenayan Raya, khususnya pengusaha yang terdapat hanya di dua kelurahan, yaitu Kelurahan Pebatuan dan Kelurahan Sialang Rampai. Berdasarkan penelitian diketahui hanya 4 pengusaha yang memproduksi keripik ubi yaitu pengusaha dari Kelurahan Pebatuan sebanyak 1 pengusaha dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 2 orang dan Kelurahan Sialang Rampai sebanyak 3 Pengusaha dengan jumlah tenaga kerja 2 orang untuk setiap pengusaha. Seluruh pengusaha dijadikan responden, atau pengambilan data dilakukan secara sensus.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari pemilik usaha keripik ubi. Pengambilan data primer pada usaha keripik ubi dilakukan melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner atau daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan pada usaha Keripik Ubi.

Jenis data primer yang dibutuhkan dalam usaha Keripik Ubi ini meliputi: (1) Karakteristik pengusaha (umur, tingkat Pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga), Profil usaha meliputi (skala usaha, tenaga kerja, modal usaha). (2) Analisis usaha (biaya, produksi, pendapatan, dan efisiensi). (3) Faktor internal dan eksternal dalam strategi pengembangan usaha keripik ubi.

Data sekunder adalah data yang diambil dari berbagai sumber atau literatur-literatur yang dapat dijadikan bahan pustaka. Data tersebut seperti buku-buku, dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian serta penunjang lainnya yang bersumber dari BPS seperti: keadaan geografis daerah penelitian, jumlah penduduk, keadaan penduduk, pendidikan, mata pencarian, serta informasi yang dianggap penting dan metode penelitian, dan jurnal yang masih ada hubungan dengan materi Strategi Pengembangan, dan Sumber-sumber dari internet yang masih relevan dengan penelitian ini (Narimawati, 2008).

### 3.4 Konsep Operasional

Untuk menyeragamkan pengertian tentang variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu disajikan batasan-batasan dalam konsep operasional sebagai berikut:



1. Agroindustri keripik ubi adalah kegiatan pengolahan ubi kayu sebagai bahan baku dan ditambah bahan penunjang hingga dihasilkan keripik ubi.
2. Karakteristik pengusaha adalah ciri khas pelaku usaha berkaitan dengan umur (th), tingkat pendidikan (th), pengalaman berusaha (th), dan jumlah tanggungan keluarga (jiwa).
3. Umur adalah lamanya masa hidup pengusaha hingga penelitian dilakukan (Th).
4. Tingkat pendidikan adalah tahapan pendidikan formal yang diikuti oleh pengusaha (Th).
5. Pengalaman Usaha adalah lamanya pengusaha menjalankan usahanya (Th)
6. Jumlah Tenaga Kerja adalah banyaknya orang yang terlibat dalam satu kali proses produksi (Jiwa)
7. Profil usaha adalah beberapa dari komponen dari skala usaha dan penggunaan tenaga kerja, meliputi skala usaha, tenaga kerja dan modal usaha.
8. Bahan baku adalah bahan dasar yang digunakan dalam pembuatan keripik ubi yaitu bahan baku ubi kayu (kg/proses produksi).
9. Bahan penunjang adalah bahan yang digunakan untuk meningkatkan nilai rasa dan penampilan dari produk agroindustri keripik ubi seperti: garam dan penyedap rasa lainnya.
10. Proses Produksi adalah kegiatan mengolah ubi kayu menjadi keripik ubi mulai dari pengupasan kulit ubi hingga pengemasan dan produk siap dipasarkan (Hari).
11. Produksi adalah produk hasil olahan keripik ubi yang berasal dari bahan ubi kayu yang dihasilkan satu kali proses produksi (kg/ proses produksi).

12. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan baik biaya tetap maupun biaya tidak tetap dalam proses produksi (Rp/proses produksi).
13. Biaya tetap adalah biaya yang tidak habis dipakai dalam satu kali proses produksi dan tidak terpengaruh terhadap besarnya produksi yang dihasilkan (Rp/proses produksi).
14. Biaya variabel adalah biaya yang habis dipakai dalam proses produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, bahan penunjang dan tenaga kerja (Rp/Proses produksi).
15. Pendapatan kotor adalah jumlah produksi yang di hasilkan dalam satu kali proses produksi pada agroindustri keripik ubi (Rp/proses produksi).
16. Pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi pada agroindustri keripik ubi (Rp/proses produksi).
17. Efisiensi (RCR) adalah perbandingan antara pendapatan kotor dengan total biaya.
18. Bobot atau skor/nilai yang diberikan kepada masing-masing faktor dimulai dari 4 sampai 1.
19. *Strenght* atau kekuatan merupakan kelebihan yang berasal dari lingkungan internal dan memberikan keunggulan bagi pengusaha.
20. *Weakness* atau kelemahan merupakan hal-hal internal yang dapat menghambat pengusaha untuk mengakses informasi.
21. *Opportunity* atau peluang merupakan situasi yang menguntungkan pengusaha yang berasal dari lingkungan eksternal.
22. *Threat* atau ancaman merupakan situasi yang tidak menguntungkan bagi pengusaha untuk mengakses informasi yang berasal dari lingkungan eksternal.

23. SWOT merupakan strategi yang menggunakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam usaha keripik ubi.
24. Matrik SWOT adalah sebuah matrik yang menggambarkan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan sehingga harus dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan Internal yang dimiliki.
25. Strategi pengembangan adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang sehingga dapat memadukan atau menginteraksikan antara faktor kunci keberhasilan agar terjadi sinergi dalam mencapai tujuan.
26. Alternatif strategi untuk digunakan menentukan strategi yang tepat untuk memaksimalkan peluang, dengan memanfaatkan peluang dan tantangan sebagai upaya memenangkan persaingan.
27. Strategi SO merupakan strategi yang dibuat dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dalam mengembangkan agroindustri keripik ubi.
28. Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada dalam mengembangkan keripik ubi.
29. )Strategi WO merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam mengembangkan agroindustri keripik ubi.
30. Strategi WT adalah strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman dalam mengembangkan agroindustri keripik ubi.

### **3.5 Analisis Data**

Dalam penelitian ini data yang telah terkumpul dikelompokkan sesuai dengan jenisnya, disajikan dalam bentuk tabel dan gambar. Selanjutnya, akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian.

#### **3.5.1 Karakteristik Pengusaha Dan Profil Usaha Agroindustri Keripik Ubi**

Karakteristik pengusaha dan profil usaha agroindustri keripik ubi dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan tentang karakteristik pengusaha agroindustri keripik ubi meliputi: umur, tingkat pendidikan, pengalaman usaha dan jumlah tanggungan keluarga. Selanjutnya profil usaha meliputi: skala usaha, tenaga kerja dan modal usaha.

#### **3.5.2 Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang, Proses Pengolahan, Biaya, Produksi, Pendapatan dan Efisiensi**

Data yang telah diperoleh di lapangan terlebih dahulu dilakukan pentabulasian dan kemudian dianalisis secara deskriptif kuantitatif, yaitu untuk mengetahui ketersediaan bahan baku dan bahan penunjang, biaya, produksi, pendapatan dan efisiensi, untuk pembuatan agroindustri keripik ubi. Proses pengolahan ubi kayu menjadi keripik ubi di daerah penelitian diselesaikan dengan analisis deskriptif kuantitatif yaitu menjelaskan dari awal pengolahan ubi kayu sampai menjadi keripik ubi.

Untuk menganalisis biaya dapat dianalisis dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

##### **A. Biaya produksi**

Untuk menghitung biaya produksi agroindustri keripik ubi maka digunakan rumus menurut (soekartawi, 2002).

$$TC = TFC + TVC \dots\dots\dots (1)$$

Untuk kepentingan penelitian, maka rumusnya menjadi:

$$TVC = (X_1 \cdot PX_1) + (X_2 \cdot PX_2) + (X_3 \cdot PX_3) \dots\dots\dots (2)$$

$$TC = D + \{(X_1 \cdot PX_1) + (X_2 \cdot PX_2) + (X_3 \cdot PX_3)\} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

- TC = Total Biaya (Rp/Proses Produksi)
- TFC = Total biaya Tetap (Rp/Proses Produksi)
- TVC = Total biaya Variabel (Rp/Proses Produksi)
- X<sub>1</sub> = Jumlah Tenaga Kerja (HOK/Proses Produksi)
- X<sub>2</sub> = Jumlah Bahan Baku (Kg/proses produksi)
- X<sub>3</sub> = Jumlah Bahan Penunjang (Kg/Proses Produksi)
- PX<sub>1</sub> = Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)
- PX<sub>2</sub> = Harga Bahan Baku (Rp/Kg)
- PX<sub>3</sub> = Harga Bahan Penunjang (Rp/Kg)
- D = Penyusutan

Peralatan yang digunakan untuk agroindustri keripik ubi umumnya tidak habis dipakai untuk satu kali proses produksi (lebih dari 1 tahun). Oleh karena itu, biaya peralatan dihitung sebagai komponen biaya produksi adalah nilai penyusutannya. Untuk menghitung besarnya penyusutan alat menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Hertanto (1996) yaitu sebagai berikut:

$$D = \frac{NB - NS}{UE} \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan :

D = Biaya Penyusutan (Rp/proses produksi)

NB = Nilai Beli Alat (Rp/Unit/Tahun)

NS = Nilai Sisa 20% dari harga beli (Rp/Unit/Tahun)

UE = Usia Ekonomi (Tahun)

## B. Pendapatan Usaha Agroindustri

### 1. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor dari suatu usaha dapat diperoleh dari hasil perkalian antara jumlah produk yang dihasilkan (terjual) dengan harga dari produk tersebut. Secara matematis dituliskan dengan rumus menurut Soekartawi (2010):

$$TR = Y \cdot P_y \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan:

TR = Pendapatan Kotor (Rp/Proses Produksi)

Y = Total Produksi Keripik Ubi (Rp/Proses Produksi)

P<sub>y</sub> = Harga jual Keripik Ubi (Rp/Proses Produksi)

### 2. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih merupakan pengurangan antara pendapatan kotor dengan total biaya keseluruhan produksi keripik ubi dalam satu tahun. Tingkat pendapatan bersih pengusaha dari suatu kegiatan produksi dapat digunakan rumus menurut Soekartawi (2010):

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan:

$\pi$  = Pendapatan Bersih Usaha (Rp/Proses Produksi)

TR = Total Penerimaan Produksi ( Rp/Proses Produksi)

TC = Total Biaya Produksi (Rp/proses produksi)

### C. Efisiensi Agroindustri Keripik Ubi

Untuk mengetahui tingkat efisiensi usaha agroindustri keripik ubi dapat dihitung dengan menggunakan analisis R/C ratio dengan rumus Soekartawi (2011):

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan:

RCR = *Return Cost Ratio*

TR = Total Penerimaan (Rp/Proses Produksi )

TC = Total Biaya (Rp/Proses Produksi)

Dengan kriteria :

- a.  $RCR > 1$  = Usaha Keripik Ubi menguntungkan secara ekonomis
- b.  $RCR = 1$  = Usaha Keripik Ubi berada pada titik impas
- c.  $RCR < 1$  = Usaha Keripik Ubi tidak menguntungkan secara ekonomis

### 3.5.3 Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ubi

Potensi dan permasalahan pengembangan agroindustri keripik ubi di dua kelurahan yaitu, Kelurahan Pebatuan Dan Kelurahan Sialang Rampai Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, akan diidentifikasi dan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT diawali dengan mengidentifikasi lokasi kasus dari sisi aspek kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) untuk faktor internal, serta peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) untuk faktor eksternal dalam mengembangkan agribisnis Keripik ubi. Untuk memudahkan

dalam melaksanakan analisis SWOT diperlukan matriks SWOT. Matrik SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi yang perlu atau harus dijalankan, dengan cara mengelompokkan masing-masing masalah unsur SWOT ke dalam tabel atau matrik analisis SWOT.

Selanjutnya dalam metode SWOT dipergunakan model matriks faktor strategi eksternal (EFAS) dan model matriks faktor strategi intenal (IFAS). Adapun tahapan untuk menggunakan matrik IFAS dan Efas adalah sebagai berikut:

#### A. Matriks Faktor Strategi Internal

Setelah faktor-faktor strategi internal suatu analisis usaha diidentifikasi, maka disusun tabel IFAS (*internal Faktor Analisis Summary*) guna merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam rangka kekuatan (*Stengths*) dan kelemahan (*Weakness*), (Rangkuti, 2004).

Tahap merumuskannya adalah sebagi berikut:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan usaha dalam kolom 1. Sususnlah 5 sampai 10 faktor dari kelemahan dan kekuatan pemasaran usaha Keripik Ubi
2. Berikan bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) 0,0 (tidak penting). Berdasarkan pengaruh-pengaruh faktor tersebut terhadap posisi satrategi perusahaan , semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor 1,00
3. Beri rating (pada kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor)



4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan masing-masing skor yang dinilai bervariasi mulai dari 4,0 sampai 1,0.
5. Jumlahkan skor pembobotannya (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan.

Kemudian dilakukan perbandingan antara faktor internal dan eksternal yang meliputi *strength, weakness, opportunity, threat*. Setelah itu kita bias melakukan strategi alternatif untuk dilaksanakan. Strategi yang dipilih merupakan strategi yang paling menguntungkan dengan resiko dan ancaman yang kecil.

Tabel 2. *Internal Faktor Analisis Summary (IFAS)*

No	Faktor-faktor strategi pengembangan	Bobot	Rating	Bobot x rating
kekuatan ( <i>Strenghts</i> )				
1	Lokasi usaha strategis			
2	Produk dapat dijadikan oleh-oleh			
3	Produk tahan lama			
4	Memiliki merek dagang usaha			
5	Memiliki pelanggan tetap			
6	Terdapat varian rasa produk keripik ubi			
Subtotal				
Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )				
1	Teknologi produksi masih sederhana			
2	Keterbatasan modal			
3	Pengemasan produk masih sederhana			
Subtotal				
Total				

## B. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Sebelum membuat matriks faktor eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) disusun untuk merumuskan faktor peluang dan ancaman. (Rangkuti,2004). Tahap perumusan adalah sebagai berikut:

1. Susunlah dalam kolom 1 (peluang dan ancaman ), susun 5 sampai 10 faktor dari peluang dan ancaman pemasaran Usaha Agroindustri Keripik Ubi.
2. Berikan bobot masing-masing faktor dalam kolom 2 dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting).
3. Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 sampai dengan 1. Berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha agroindustri keripik ubi .
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh rating pembobotan pada kolom 4 . Hasilnya berupa pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4 sampai dengan 1.
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor – faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotanya dihitung.
6. Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total pembobotan bagi usaha agroindustri keripik ubi. Nilai total menunjukkan bagaimana usaha agroindustri keripik ubi bereaksi terhadap faktor eksternalnya.

Tabel 3. *Eksternal Faktor Analisis Summary* (EFAS)

NO	Faktor-faktor strategi pengembangan	Bobot	Rating	Bobot x rating
<i>Peluang (Opportunities)</i>				
1	Tersedianya peluang pasar bagi produk			
3	Permintaan masyarakat meningkat terhadap produk			
4	Banyaknya toko yang menjual produk makanan			
5	Harga produk mampu bersaing dengan produk makanan yang lainnya			
Subtotal				
<i>Ancaman (Threats)</i>				
1	Pesaing dari produk substitusi			
2	Permintaan pasar yang sering berubah-ubah			
3	Fluktuasi harga bahan baku dari <i>supplier</i>			
4	Munculnya jamur pada ubi kayu kalau tidak langsung diolah			
Subtotal				
Total				

Matriks SWOT dapat menjelaskan bagaimana peluang dan ancaman yang akan dihadapi pelaku usaha agroindustri keripik ubi disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini akan menghasilkan empat set kemungkinan alternatif.

Tabel 4. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan ( <i>Strenght</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
Peluang ( <i>Opportunity</i> )	STRATEGI SO Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	STRATEGI WO Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan serta memanfaatkan peluang.
Ancaman ( <i>Threath</i> )	STRATEGI ST Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	STRATEGI WT Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman.

Dalam menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki usaha agroindustri keripik ubi dapat dibuat kemungkinan strategi berdasarkan empat pertimbangan diatas, sehingga akan menghasilkan suatu kesimpulan yang didapatkan.



## IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

### 4.1 Keadaan Geografi dan Topografi Kecamatan Tenayan Raya

Kecamatan Tenayan Raya merupakan Kecamatan yang ada di Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Kecamatan Tenayan Raya memiliki luas wilayah 171.27 km<sup>2</sup>.

- a. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Pelalawan dan Kabupaten Siak
- b. Sebelah Barat berbatasan dengan Sungai Sail
- c. Sebelah Utara berbatasan dengan Sungai Siak
- d. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Kampar

Kondisi topografi Kecamatan Tenayan Raya merupakan dataran rendah yang memiliki tinggi dari permukaan laut 10 m dpl. Kecamatan Tenayan Raya memiliki 129 RW dan 462 RT. Jarak dari Kecamatan Tenayan Raya ke Kota Pekanbaru 15 km<sup>2</sup> dapat diakses melalui jalan darat (BPS, 2019)

### 4.2 Keadaan Umum Penduduk Kecamatan Tenayan Raya

Penduduk merupakan sumber daya yang sangat berharga bagi suatu daerah, terutama sumber daya manusianya. Bagi daerah yang sedang berkembang dan dalam proses pembangunan, penduduk merupakan subyek yang sangat menentukan keberhasilan setiap program yang dilaksanakan, dengan keadaan potensi yang dimilikinya merupakan asset tenaga kerja yang potensial yang dapat berperan penting dalam menunjang dan menggerakkan pembangunan di daerah tersebut, khususnya pembangunan di sektor pertanian.

#### 4.2.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Penduduk merupakan unsur penting dalam pembangunan, baik sebagai objek pembangunan maupun sebagai objek pembangunan itu sendiri. Sebagaimana

yang telah di prioritaskan oleh pemerintah bahwa faktor penduduk merupakan modal dasar dalam pelaksanaan pembangunan. Dengan ketetapan tersebut berarti bahwa aspek penduduk akan memberikan harapan sebagai salah satu sumber potensial yang menggerakkan dan digerakkan dalam proses pembangunan.

Jumlah penduduk Kecamatan Tenayan Raya pada tahun 2018 berjumlah 215,620 jiwa, yang terdiri dari 95,111 jiwa laki-laki dan 104,130 jiwa perempuan. Dengan *sex ratio* sebesar 109, menunjukkan tidak adanya perbedaan yang sangat besar untuk komposisi jumlah penduduk laki-laki dan perempuan, karena dalam 100 orang perempuan terdapat 109 orang laki-laki. Dengan luas wilayah Kecamatan Tenayan Raya 171,27km<sup>2</sup> dan jumlah penduduknya 215,620 jiwa.

Tabel 5. Jumlah Penduduk menurut Kelurahan dan Jenis Kelamin di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2018

No	Kelurahan	Laki-Laki	Perempuan	Ratio	Jumlah
1	Kulim	6.857	9.016	131	15.873
2	Tangkerang Timur	9.304	10.599	114	19.903
3	Rejosari	8.745	15.790	180	24.535
4	Bencah Lesung	12.513	9.299	134	21.812
5	Sialang Rampai	6.826	7.604	111	14.430
6	Pebatuan	7.489	6.501	115	13.990
7	Mentangor	6.252	7.538	120	13.790
8	Pematang Kapau	11.753	7.662	153	19.415
9	Sialang Sakti	9.852	8.431	116	18.283
10	Tuah Negeri	8.625	6.401	134	15.026
11	Melebung	2.829	2.564	110	5.393
12	Industri Tenayan	4.034	4.563	113	8.597
13	Bambu Kuning	11.785	12.788	108	24.573
	Jumlah	95.111	104.130	109	215.620

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru 2019

Berdasarkan Tabel 5, jumlah penduduk laki laki di Kecamatan Tenayan Raya berjumlah 95.111 jiwa dan jumlah penduduk perempuan di Kecamatan Tenayan Raya Berjumlah 104.130 jiwa. Jumlah keseluruhan penduduk di Kecamatan Tenayan Raya berjumlah 215.620 jiwa.

*Sex ratio* adalah angka yang menunjukkan perbandingan antara penduduk laki laki dan penduduk perempuan dalam suatu wilayah dan negara. Secara umum perbandingan penduduk laki laki dan penduduk perempuan (*sex ratio*) di Kecamatan Tenayan Raya adalah 109, yang berarti setiap 100 penduduk laki-laki terdapat 109 penduduk perempuan. *Sex ratio* tertinggi terdapat pada Kelurahan Rejosari yaitu 180, sedangkan *sex ratio* terendah terdapat pada kelurahan Bambu Kuning yaitu 108.

#### 4.2.2 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan masyarakat di Kelurahan Pebatuan dan Sialang Rampai lebih sangat bervariasi mulai dari yang belum sekolah sampai tingkat perguruan tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah penduduk kecamatan Tenayan Raya Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2018

No	Tingkat Pendidikan	Sialang Rampai		Pebatuan	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Belum Sekolah	1.076	14,62	1.107	12,55
2	Belum Tamat Sd	867	11,78	975	11,05
2	Tamat SD/Sederajat	1.476	20,05	1.873	21,23
3	Tamat SMP/Sederajat	1.774	24,10	2.197	24,90
4	Tamat SMA/Sederajat	1.866	25,35	2.412	27,33
5	Perguruan Tinggi	301	4,10	260	2,95
Jumlah		7.360	100,00	8.824	100,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru 2019

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan tertinggi di Kelurahan Sialang Rampai yaitu SMA sebanyak 1,866 jiwa (25,35%) dan untuk pendidikan terendah yaitu tamatan perguruan tinggi sebanyak 310 jiwa (4,105%). Kemudian tingkat pendidikan di Kelurahan Pebatuan yang tertinggi yaitu SMA sebanyak 2.412 jiwa (27,33%) dan untuk pendidikan terendah yaitu perguruan tinggi sebanyak 260 jiwa (2,95%).

### 4.2.3 Mata Pencaharian Penduduk

Salah satu faktor menentukan pekerjaan dan pendapatan penduduk adalah mata pencaharian. Mata pencaharian merupakan usaha bagi manusia guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian juga halnya dengan masyarakat Kecamatan Tenayan Raya yang memiliki berbagai ragam mata pencaharian guna memenuhi kebutuhan hidupnya.

Mata Pecaharian yang dilakukan masyarakat banyak berbagai ragam seperti petani, PNS/honor, pedagang, dan jasa lainnya sehingga pendapatan rumah tangga dapat didapatkan dari hasil bekerja. Di daerah penelitian ini lebih banyak masyarakat setempat bekerja sebagai pengusaha salah satunya yaitu pengusaha agroindustri keripik ubi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Penduduk Kecamatan Tenayan Raya Menurut Pekerjaan Tahun 2018.

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Belum/tidak bekerja	54,253	27,23
2	Pegawai Negeri Sipil	4,307	2,16
3	Karyawan Swasta	12,587	6,32
4	Wiraswasta	71,717	35,99
5	Perdagangan	5,469	2,75
6	Pertanian Tanaman Pangan	12,326	6,19
7	Perternakan	879	0,44
8	Perikanan	183	0,09
9	Industri Pengolahan	1,047	0,52
10	Jasa Kesehatan	429	0,21
11	Jasa Pendidikan	1,808	0,91
12	Jasa Transportasi	866	0,44
13	Jasa Lainny3	33,370	16,75
Jumlah		199,241	100,00

Sumber Data: Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru 2019

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa penduduk Kecamatan Tenayan Raya memiliki mata pencaharian yang beragam dengan mayoritas mata pencaharian masyarakat sebagai wiraswasta yakni sebanyak 71,717 jiwa (35,99 %).

Hal ini menunjukkan wiraswasta mempunyai peranan penting untuk memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat Kecamatan Tenayan Raya. Hal ini



didukung oleh jumlah wiraswasta yang ada sehingga mencapai 71,717 jiwa atau 35,99 % total seluruh wiraswasta di Kecamatan Tenayan Raya tersebut.

#### 4.2.4 Sarana dan Prasarana

##### a. Pendidikan

sarana pendidikan yang terdapat pada Kecamatan Tenayan Raya sudah memenuhi kebutuhan yang ada. Sarana pendidikan ini mulai dari jenjang TK hingga SMA/Sederajat. Jumlah masing-masing sarana pendidikan dapat kita lihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Jumlah Sekolah menurut Kelurahan dan Tingkat Pendidikan di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2018

No	Kelurahan	TK	SD	SMP	SMA	SMK	Jumlah
1	Kulim	-	1	-	-	-	1
2	Tangerang Timur	13	8	5	2	1	29
3	Rejosari	5	5	1	2	1	14
4	Bencah Lesung	2	5	4	1	2	14
5	Sialang Rampai	3	2	1	-	1	7
6	Pebatuan	8	2	1	-	-	11
7	Mentangor	8	3	-	-	-	11
8	Pematang Kapau	9	4	2	1	1	17
9	Sialang Sakti	7	3	3	-	1	14
10	Tuah Negeri	1	2	1	-	-	4
11	Melebung	1	1	1	-	-	3
12	Industri Tenayan	-	2	-	-	-	2
13	Bambu Kuning	4	2	3	1	1	11
	Jumlah	61	40	22	7	8	138

Sumber: Kecamatan Tenayan Raya 2019

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa jumlah sekolah di Kecamatan Tenayan Raya memiliki jumlah sekolah sebanyak 138 sekolah. Dimana diantaranya terdiri dari 61 Taman Kanak-Kanak, 40 Sekolah Dasar, 22 Sekolah Menengah Pertama, 7 Sekolah Menengah Atas dan 8 Sekolah Kejuruan.

b. Peribadatan

Masyarakat dikecamatan Tenayan Raya beragam ada yang beragama muslim, non muslim dan tionghoa. Sebagian besar Mayoritas masyarakat Kecamatan Tenayan Raya yaitu beragama muslim, hal ini menyebabkan sarana peribadahan lebih banyak masjid dari pada yang lainnya. Sarana peribadatan ini tersebar dibeberapa titik di Kecamatan Tenayan Raya. Untuk lebih rinci jumlah tempat peribadahan di Kecamatan Tenayan Raya dapat di lihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Jumlah Tempat Peribadatan di Kecamatan Tenayan Raya Tahun 2018.

No	Tempat Ibadah	Unit
1	Masjid	113
2	Musholla	75
3	Gereja	31
4	Klenteng	3

Sumber: Kecamatan Tenayan Raya 2019

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat bahwa jumlah tempat peribadatan terbanyak yaitu masjid dengan jumlah 113 masjid, sedangkan tekecil adalah klenteng sebanyak 3 klenteng.

c. Ekonomi

Pertumbuhan Perekonomian suatu wilayah tentunya tidak dapat berjalan dengan mudah, diperlukan sarana pendukung dalam mengusahakan pertumbuhan ekonomi tersebut. Sarana tersebut digunakan dalam transaksi baik benda maupun jasa. Sarana perekonomian yang terdapat di Kecamatan Tenayan Raya berupa Toko warung atau kios mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya apalagi pasar kaget yang menjamur dimana-mana seiring dengan pertumbuhan ekonomi, peningkatan ini kurang merata disemua kelurahan yang ada di Kecamatan Tenayan

Raya. Tahun 2014 jumlah toko sebanyak 450 unit meningkat menjadi 478 unit pada tahun 2018, dan warung kios mengalami penambahan cukup pesat yang jumlahnya pada tahun 2018 sebanyak 2.456 unit dan 2019 sebanyak 2.756 unit.

#### 4.3 Keadaan Pertanian Kecamatan Tenayan Raya

Sebagian besar mata pencaharian masyarakat Kecamatan Tenayan Raya berasal dari sektor pertanian. Ubi kayu merupakan tanaman palawija yang sebagian besar petani ubi kayu di Kecamatan Tenayan Raya mayoritas untuk berusaha tani ubi kayu tersebut. Luas lahan pertanian ubi kayu di Kecamatan Tenayan Raya jika dilihat seluas 109 ha. Untuk lebih tau keadaan pertanian Kecamatan Tenayan Raya dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Luas Panen dan Produksi Palawija di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2018.

No	Komoditi	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1	Talas	4	3	0,75
2	Jagung	128	173	1,35
3	Kacang Tanah	8	10	1,25
4	Ubi Kayu	109	119	1,09
5	Ubi Jalar	3	3	1

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru 2019

Berdasarkan pada Tabel 10 terlihat bahwa hasil pertanian terbesar adalah ubi kayu sebesar 119 ton dengan produktivitas 1,25 ton/ha. Hal ini menunjukkan bahkan jika agroindustri ingin dikembangkan di Kecamatan Tenayan Raya, maka agroindustri keripik ubi lah yang baik dan sangat potensial untuk dikembangkan atau usahakan.

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Keripik Ubi

Manusia pada dasarnya mempunyai berbagai kebutuhan dan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut seringkali dipengaruhi oleh tinggi rendahnya pendapatan, dimana pendapatan ini dapat dijadikan pola ukur tingkat kesejahteraan pengusaha dan keluarga.

Pengusaha adalah sumber daya manusia yang merupakan pelaku utama dalam mengelola usaha agroindustri keripik ubi. Keberhasilan pengusaha dalam mengelola usahanya dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah: umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, pengalaman berusaha akan diuraikan berikut ini.

#### 5.1.1 Karakteristik Pengusaha Agroindustri Keripik Ubi

##### 1. Umur

Umur dapat dijadikan indikator dalam menentukan produktif atau tidak produktif seseorang, umur juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi cara berfikir dan kemampuan seseorang dalam mengelola usaha agroindustri. Pengusaha yang berumur produktif kemampuannya untuk bekerja akan lebih baik dibandingkan dengan pengusaha yang tidak produktif, begitu juga dalam penerapan teknologi baru. Pengusaha yang berumur muda mempunyai fisik yang sehat akan memiliki kemampuan yang besar dalam bekerja, juga lebih dinamis dan tanggap dalam menerima teknologi dan inovasi baru yang senantiasa cepat berubah.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha dan tenaga kerja berada pada kelompok umur yang produktif untuk bekerja. Selanjutnya untuk

mengetahui distribusi umur pengusaha dan tenaga kerja pada usaha agroindustri keripik ubi dapat dilihat pada Tabel 11 dan Lampiran 1.

Tabel 11. Distribusi Umur, Tingkat Pendidikan, Tanggungan keluarga dan Pengalaman berusaha Pada Usaha Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2020.

No	Responden	Jumlah Pengusaha (jiwa)	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)		
	30-36	1	8,33
	37-43	6	50,00
	44-50	2	16,66
	51-57	2	16,66
	58-64	1	8,32
	Jumlah	12	100,00
2	Tingkat Pendidikan		
	SMP	3	25,00
	SMA	8	66,66
	Perguruan Tinggi	1	8,33
	Jumlah	12	100,00
3	Jumlah Tanggungan Keluarga (jiwa)		
	1-2	3	25,00
	3-4	8	66,66
	5-6	1	8,32
	Jumlah	12	100,00
4	Pengalaman Usaha (Th)		
	2-5	7	58,33
	6-9	2	16,66
	10-13	3	25,00
	Jumlah	12	100,00

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengusaha dalam menjalankan usahanya, terutama terhadap pola pikir dan kemampuan fisik dalam bekerja. Semakin produktif usia seseorang bekerja, biasanya kemampuan fisik yang dimilikinya lebih kuat dan lebih bersemangat dalam bekerja. Jika dibandingkan dengan seseorang dengan kelompok umur yang sudah lanjut usia (tidak produktif).

Berdasarkan Tabel 11 diketahui bahwa umur pengusaha dan tenaga kerja agroindustri keripik ubi berada pada kelompok umur produktif untuk bekerja, yaitu

rata-rata 44 tahun. Kondisi ini akan lebih muda mengarahkan pengusaha untuk lebih maju dalam aktivitas agroindustri dalam menerima inovasi yang diberikan pada kegiatan penyuluhan yang dilakukan lembaga-lembaga terkait.

## 2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan erat kaitannya dengan wawasan atau daya pikir dimiliki pengusaha. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang di miliknya, maka cenderung usaha yang dikelola lebih rasional sebagai hasil dari wawasan dari tingkat pendidikan yang ditempuhnya.

Tingkat pendidikan pengusaha dan tenaga kerja agroindustri industri keripik ubi yaitu tingkat pendidikan SMP hingga S-1. Berdasarkan Tabel 11 menjelaskan bahwa tingkat pendidikan pengusaha dan tenaga kerja keripik ubi yaitu rata-rata 12 tahun atau setara SMA. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan pengusaha dan tenaga kerja agroindustri keripik ubi dalam kategori tinggi, sehingga akan mempengaruhi pola pikir seseorang dalam menerima dan menyerap informasi serta perubahan-perubahan yang terjadi, sehingga akan mempengaruhi pendapatan dan kesejahteraan usaha itu sendiri, dengan pendidikan yang tinggi pengusaha dapat membedakan mana ubi yang baik untuk diproses menjadi keripik ubi dan teknologi yang baik untuk digunakan dalam proses produksi.

## 3. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan merupakan keseluruhan dari anggota keluarga yang terdiri dari kepala keluarga, istri, anak, saudara dan orangtua yang tidak mampu lagi untuk bekerja dan telah menetap pada anggota keluarga tersebut. Jumlah tanggungan anggota keluarga berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan anggota keluarga sehingga sangat ditentukan oleh besarnya pendapatan dari usaha yang

dijalankannya. Semakin banyak jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan maka semakin meningkat kebutuhan keluarganya.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 11 dan Lampiran 1, bahwa jumlah tanggungan keluarga pengusaha dan tenaga kerja agroindustri keripik ubi yaitu rata-rata sebanyak 3 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha dan tenaga kerja harus berusaha bekerja agar dapat meningkatkan pendapatan dari hasil kerjanya, sehingga kebutuhan rumah tangga dapat terpenuhi, untuk anak-anak yang usianya produktif dapat membantu dalam proses produksi sehingga mengurangi biaya dan menjadi tenaga kerja dalam keluarga.

#### 4. Pengalaman Usaha

Pengalaman berusaha merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kemampuan bekerja dalam mengelola usahanya dengan hasil yang optimal, karena semakin lama pengalaman seseorang dalam berusaha maka akan semakin mahir pula dalam mengambil keputusan dan pertimbangan dalam menjalankan usahannya.

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat bahwa pengusaha dan tenaga kerja agroindustri keripik ubi memiliki pengalaman usaha yang cukup lama dalam menjalankan usahanya yaitu rata-rata 6 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha dan tenaga kerja pada usaha agroindustri keripik ubi memiliki pengalaman yang cukup lama dalam berusaha hal ini berkaitan dengan keterampilan yang dimiliki, semakin lama mereka berusaha maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki seperti sudah paham dengan teknik produksi, secara langsung akan mempengaruhi pendapatan pengusaha dan tenaga kerja tersebut.

### 5.1.2 Profil Usaha Agroindustri Keripik Ubi

#### 1. Skala Usaha

Definisi usaha kecil menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, kecil dan menengah. Adapun beberapa kriteria Usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, yaitu
  1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
  2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yaitu dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan anak bagian, baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil, yaitu:
  1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
  2. Memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan, yaitu:



1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Dalam agroindustri keripik ubi di daerah penelitian skala usaha yang dilakukan merupakan skala usaha rumah tangga dengan teknologi yang masih sederhana, jumlah tenaga kerja yang masih sedikit, dan modal yang masih rendah.

## 2. Tenaga Kerja

Industri adalah semua kegiatan ekonomi manusia yang mengolah barang mentah atau bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Usaha yang dilakukan di daerah penelitian ini yaitu mengolah bahan baku ubi kayu menjadi agroindustri keripik ubi. Usaha agroindustri keripik ubi yang dikelola oleh masing-masing pengusaha masih merupakan skala kecil, karena tenaga kerja yang digunakan rata-rata 2 orang. Berdasarkan kriteria pengelompokan industri menurut Badan Pusat Statistik (2002), menyatakan bahwa skala usaha kecil memiliki tenaga kerja antara 1-6 orang. Maka agroindustri keripik ubi yang terdapat di Kecamatan Tenayan Raya termasuk usaha skala kecil.

## 3. Modal Usaha

Modal biasanya menunjukkan kekayaan financial pengusaha, terutama dalam penggunaan awal atau menjaga kelanjutan Usaha. Setiap pengusaha pasti berkaitan dengan keuangan. Hasil penelitian diketahui bahwa modal yang digunakan dalam pengembangan agroindustri keripik ubi adalah berasal dari modal sendiri. Modal

yang digunakan pengusaha dalam mengelola usahanya berkisar 3 sampai 10 juta ini dikatakan modal yang digunakan masih rendah. Modal yang digunakan yaitu untuk membeli bahan baku, bahan penunjang, alat-alat yang digunakan dan biaya tenaga kerja. Untuk lebih jelasnya modal yang digunakan pengusaha pada awal produksi dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Modal Awal untuk Usaha Agroindustri Keripik Ubi Kayu di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2020

Pengusaha	Modal Awal	Sumber Modal
1	5.000.000	Modal Sendiri
2	8.000.000	Modal Sendiri
3	4.000.000	Modal Sendiri
4	10.000.000	Modal Sendiri
Jumlah	27.000.000	
Rata-rata	6.750.000	

## 5.2 Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang, Proses Pengolahan, Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi (RCR)

Demi kelancaran usaha agroindustri keripik ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, maka ada beberapa hal yang menjadi perhatian bagi pengusaha antara lain: penggunaan bahan baku, bahan penunjang, dan peralatan agroindustri keripik ubi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa:

### 5.2.1 Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang

Penggunaan bahan baku dan bahan penunjang pada usaha agroindustri keripik ubi pada empat usaha tersebut terbagi menjadi bahan baku, bahan penunjang dan peralatan.

#### a. Bahan Baku

Bahan baku merupakan salah satu faktor utama didalam kegiatan proses produksi agroindustri. ketersediaan bahan baku baik dari sisi kualitas dan kuantitas akan memperlancar kegiatan usaha agroindustri tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahan baku untuk pembuatan keripik ubi adalah ubi kayu.

Pengusaha memperoleh bahan baku ubi kayu dari petani yang ada disekitar lingkungan usaha. Untuk kebutuhan bahan baku ubi kayu, pengusaha menggunakan rata-rata yaitu 400 kg ubi kayu per proses produksi dengan harga Rp 1.850/kg. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 13 dan Lampiran 2.

b. Bahan Penunjang

Bahan penunjang merupakan bahan tambahan yang diperlukan dalam kelancaran produksi. Bahan penunjang yang digunakan pengusaha antara lain yaitu: minyak goreng, kayu bakar, penyedap rasa asin, penyedap rasa manis, plastik kemasan dan label untuk kemasan.

Bahan penunjang yang digunakan yaitu bahan untuk memproduksi keripik ubi untuk setiap proses produksi. Penggunaan bahan penunjang dan jumlah yang digunakan pengusaha keripik ubi untuk setiap kali proses produksi dapat dilihat pada Tabel 13 dan Lampiran 2.

Tabel 13. Distribusi Rata-rata Jumlah Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang Per Proses Produksi Pada Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2020.

Bahan Baku dan Bahan Penunjang					
No	Uraian	Satuan	Jumlah Penggunaan	Harga Satuan (Rp)	Nilai
1	Bahan Baku	Kilogram	400,00	1.850	740.000
	Ubi kayu				
A	Minyak Goreng	Liter	40,00	9.000	360.000
B	Kayu Bakar	M <sup>3</sup>	3,00	120.833	362.499
C	Penyedap Rasa Asin	Gram	1,25	500	6.250
D	Penyedap Rasa Manis	Gram	6,30	60	37.800
E	Plastik Kemasan	Kilogram	0,75	12.000	9.000
F	Label Kemasan	Lembar	126,00	200	25.200
2	Bahan Penunjang				800.749

Pada tabel 13, dapat dilihat bahwa penggunaan bahan baku yang digunakan setiap kali proses produksi sebanyak 400 kg dengan biaya sebesar Rp 740.000 dan penggunaan bahan penunjang seperti minyak goreng, kayu bakar, penyedap rasa asin dan yang lainnya dengan biaya Rp 800.749.

Bahan penunjang yang digunakan adalah minyak goreng dengan harga Rp 9.000, kayu bakar dengan harga Rp 120.833, penyedap rasa asin dengan harga Rp 500, penyedap rasa manis dengan harga Rp 60, plastik kemasan dengan harga Rp 12.000/kg, label kemasan dengan harga Rp 200/lembar. Untuk mendapatkan bahan-bahan penunjang tersebut pengusaha dapat membelinya di toko-toko klontong yang terdapat disekitar tempat usaha.

#### c. Peralatan

Dalam melaksanakan agroindustri keripik ubi diperlukan peralatan untuk dapat mengelola bahan mentah atau bahan baku menjadi bahan jadi. Adapun peralatan yang digunakan dalam proses pembuatan keripik ubi adalah sebagai berikut:

1. Mesin air, digunakan sebagai untuk mengalirkan air untuk pencucian bahan baku ubi kayu.
2. Mesin pemotong , digunakan sebagai pemotong ubi kayu dengan mekanisme gerak maju mundur, sehingga dapat memotong ubi kayu dengan ukuran yang telah disesuaikan ketebalannya.
3. Kuali Besar, digunakan untuk menggoreng ubi kayu sebelum di jual.
4. Ember, digunakan sebagai wadah untuk mencuci ubi kayu.
5. Talam, digunakan sebagai wadah untuk menampung ubi kayu yang telah diiris.
6. Pisau, pisau digunakan untuk mengupas ubi kayu.

7. Saringan, digunakan sebagai wadah untuk menampung minyak goreng.
8. Jerigen, digunakan sebagai wadah untuk perendam ubi kayu yang telah di
9. Penyaring minyak, digunakan untuk mengangkat keripik ubi dari penggorengan.
10. Mesin blower, digunakan untuk menaikkan atau memperbesar api di dalam tungku api.

Proses pembuatan keripik ubi pada usaha agroindustri keripik menggunakan alat yang sederhana. Alat yang digunakan dalam usaha agroindustri keripik ubi tidak habis digunakan dalam satu kali proses produksi, sebab itu dihitung dalam biaya produksi adalah nilai penyusutan alat. Untuk lebih jelasnya alat yang digunakan dalam proses agroindustri keripik ubi dapat dilihat pada Tabel 14 dan lampiran 3.

14. Distribusi Jumlah Penggunaan Alat-alat Pada Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2020.

No	Jenis Alat	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Jumlah Biaya (Rp)	Penyusutan (Rp/Tahun)	Penyusutan (Rp/PP)
1	Mesin Air	1	1.750.000	1.750.000	70.000	333.000
2	Mesin Pemotong	1	2.825.000	2.825.000	113.000	530.000
3	Kuali Besar	1	900.000	1.125.000	112.500	559.000
4	Ember	5	12.750	60.750	12.150	57.000
5	Talam	8	9.000	67.500	8.775	38.000
6	Pisau	5	1.000	4.750	9.500	4.000
7	Saringan	1	50.000	62.500	12.500	62.000
8	Jerigen Minyak	2	43.000	86.000	6.808	32.000
10	Penyaring Minyak	2	50.000	100.000	20.000	94.000
11	Mesin blower	1	2.200.000	2.200.000	88.000	463.000
Jumlah		27	7.840.750	8.281.500	452.733	2.172.000

Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui bahwa biaya penyusutan alat yang digunakan dalam usaha agroindustri keripik ubi adalah sebanyak Rp 452.733/tahun, sedangkan biaya penyusutan per proses produksi sebesar Rp 2.172.000/proses

produksi, hasil tersebut didapat rata-rata pengusaha hanya melakukan 11 kali proses produksi per bulannya, maka dalam setahun rata-rata pengusaha melakukan proses produksi sebanyak 132 kali, kemudian pada saat hari raya raya idul fitri pengusaha tidak melakukan proses produksi sebanyak 2 kali. Jadi dalam setahun pengusaha keripik ubi melakukan proses produksi sebanyak 130 kali proses produksi. Besarnya jumlah biaya ini dipengaruhi oleh jumlah alat yang digunakan serta harga per unit dan jangka waktu usia alat tersebut.

### 5.2.2 Proses Pengolahan dan Penggunaan Tenaga Kerja

#### a. Proses Pengolahan Keripik Ubi

Proses pengolahan keripik ubi dapat dilakukan dalam beberapa tahapan, dimulai dari penyiapan peralatan dan bahan baku sampai menjadi keripik ubi. Adapun tahapan proses pengolahan ubi kayu menjadi keripik singkong disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Proses Pengolahan Ubi Kayu Menjadi Keripik Ubi Pada Usaha Keripik Ubi

### 1. Ubi kayu

Ubi yang digunakan untuk membuat keripik ubi di usaha agroindustri keripik ubi yaitu ubi mentega atau ubi kuning karena warna ubi nya memang lebih kuning dibandingkan dengan ubi yang lain nya dan rasa nya lebih enak dan manis ketika diolah menjadi keripik ubi, banyak orang yang menyukai ubi kuning ini karena memiliki rasa yang lebih enak.



Gambar 5. Bahan Baku Ubi Kayu

### 2. Pengupasan Kulit

Tahapan awal dalam pengolahan ubi kayu menjadi keripik ubi adalah mengupas ubi kayu yang telah disediakan, sebelum dilakukan pengupas terlebih dahulu dipotong pada masing-masing ujung ubi kayu. Pengupasan ubi kayu dilakukan dengan mengarit kulit ubi kayu dengan menggunakan pisau. Dalam kegiatan pengupasan jumlah tenaga kerja yang di butuhkan adalah sebanyak 3 orang dengan waktu selama 2,5 jam.

### 3. Pencucian Ubi Kayu

Ubi kayu yang telah di bersihkan/dikupas kemudian dicuci sampai seluruh kotoran bersih. Kemudian dibilas dengan menggunakan air bersih sehingga kotoran yang melekat pada daging ubi kayu benar-benar bersih. Dalam pencucian ubi kayu dikakukan oleh 3 orang tenaga kerja dengan waktu selama

0,50 jam. Air yang digunakan dari sumur bor dan dialiri dengan mesin air lalu di isi ke drum yang telah disediakan oleh pengusaha.



Gambar 6. Pencucian ubi kayu

#### 4. Pemotongan Ubi Kayu

Ubi kayu yang telah dicuci, selanjutnya dilakukan ketahap pemotongan. Ubi kayu dipotong/diiris tipis-tipis menggunakan mesin pemotong sehingga diperoleh ukuran ketebalan yang seragam. Dalam pemotongan ubi kayu jumlah tenaga kerja yang digunakan adalah sebanyak 1 orang tenaga kerja dengan waktu selama 1,50 jam.



Gambar 7. Pemotongan Ubi Kayu

#### 5. Penggorengan Ubi Kayu

Ubi kayu yang telah di potong-potong langsung dilakukan ketahap penggorengan, dengan menggunakan minyak goreng yang telah benar-benar panas dengan suhu sekitar 160-200<sup>0</sup>C. Untuk proses penggorengan dalam 5 kg



keripik ubi membutuhkan 1 kg minyak goreng, atau dengan rasio perbandingan 5 : 1. Pengorengan dilakukan selama 5 menit atau sampai irisan ubi kayu telah berwarna kekuning-kuningan. Dalam pengorengan keripik ubi dilakukan oleh 1 tenaga kerja. Sumber kayu bakar didapat oleh petani kayu dan diantar langsung ketempat pengusaha agroindustri keripik ubi, dan ketersediaan kayu bakar sampai yaitu rata-rata 30 hari. Alat yang digunakan dalam proses produksi adalah tungku, kual, talam, saringan dan penyaring minyak. Dalam pengorengan ubi kayu jumlah tenaga kerja yang digunakan adalah sebanyak 1 orang tenaga kerja dengan waktu selama 2,5 jam.



Gambar 8. Pengorengan Ubi Kayu

#### 6. Pengemasan Keripik Ubi

Sebelum keripik ubi dimasukkan kedalam kemasan terlebih dahulu keripik di angin-anginkan sampai keadaan dingin, setelah keripik ubi sudah benar-benar dalam keadaan dingin selajutnya di kemas dalam plastik kemasan dengan harga 20,000/Kg untuk 400 kg dapat 126 kemasan keripik ubi. Daya tahan keripik ubi

dapat bertahan kira-kira 1-3 bulan. Dalam pengemasan keripik ubi dilakukan oleh 3 orang tenaga kerja dengan waktu selama 1,5 jam.



Gambar 9. Pengemasan Keripik Ubi

#### b. Penggunaan Tenaga Kerja

Tenaga kerja sebagai salah satu faktor produksi yang sangat menentukan dalam proses produksi dan peningkatan pendapatan usaha agroindustri, oleh karena itu pengusaha dan tenaga kerja merupakan pelaku utama dan langsung dalam proses produksi. Tenaga kerja yang digunakan dalam proses pengolahan agroindustri keripik ubi adalah tenaga kerja luar keluarga (TKLK) dengan jumlah tenaga kerja rata-rata 3 orang. Dalam proses produksi pengusaha ikut dalam proses pengolahan seperti pengupasan dan pencucian. Dimana, dalam proses pengolahan keripik ubi bahan baku yang disediakan pengusaha rata-rata 400 kg ubi kayu, dan dengan 400 kg ubi dengan produksi sebanyak 126 kg per harinya dalam 1 kali proses produksi. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 15 dan lampiran 4.

Tabel 15. Distribusi Penggunaan Tenaga Berdasarkan Tahapan Pekerjaan Per Proses Produksi Usaha Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2020

Tenaga Kerja Luar Keluarga				
No	Tahapan Kerja	Waktu (Jam)	Jumlah HOK	Biaya Tenaga Kerja (Rp/PP)
1	Pengupasan	2,50	0,65	42.500
2	Pencucian	0,50	0,12	7.800
3	Pemotongan	1,08	0,13	8.450
4	Penggorengan	2,50	0,30	19.500
5	Pengemasan	1,00	0,46	29.900
	Jumlah	8,00	1,66	107.900

Berdasarkan Tabel 15 dapat dilihat bahwa penggunaan HOK yang terbanyak pada agroindustri keripik ubi adalah pada tahapan pengupasan yaitu sebanyak 0,65 HOK/proses produksi dengan biaya tenaga kerja Rp 42,500/proses produksi. Kemudian diikuti tahap pengemasan yaitu 0,46 HOK/proses produksi dengan biaya tenaga kerja Rp 29.900/proses produksi. Sedangkan penggunaan HOK yang sedikit adalah pada tahap pencucian yaitu sebesar 0,12 HOK/proses produksi dengan biaya tenaga kerja masing-masing sebesar Rp 7.800/proses produksi.

### 5.2.3 Biaya Produksi, Produksi, Pendapatan dan Efisiensi

Besarnya input yang digunakan dalam suatu proses agroindustri akan mempengaruhi biaya yang dikeluarkan sekaligus penerimaan yang akan diperoleh pengusaha. Adapun biaya produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam sehari yang meliputi: biaya bahan baku, bahan penunjang, tenaga kerja, dan biaya penyusutan peralatan yang digunakan untuk mengetahui biaya produksi yang dikeluarkan dalam sehari agroindustri keripik ubi dapat dilihat pada Tabel 16.

### a. Biaya Produksi

Biaya produksi dalam agroindustri keripik ubi adalah sejumlah nilai uang yang dikeluarkan oleh pengusaha untuk kegiatan produksi keripik ubi. Besarnya input yang digunakan dalam suatu proses agroindustri akan mempengaruhi biaya yang dikeluarkan, sekaligus penerimaan yang akan diperoleh pengusaha.

Biaya produksi usaha agroindustri keripik ubi dari biaya sarana produksi seperti: biaya bahan baku, bahan penunjang, biaya penyusutan alat yang digunakan dan biaya tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi. Adapun biaya produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi agroindustri keripik ubi dapat dilihat pada Tabel 16 dan lampiran 5.

Tabel 16. Distribusi Rata-rata Jumlah Biaya Produksi, Produksi, Pendapatan, RCR Usaha Agroindustri Keripik Ubi Per Proses Produksi di Kecamatan Teanyan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2020

No	Uraian	Jumlah	Harga (satuan)	Nilai (Rp)	Persentase (%)
A.	Biaya Variabel			1.605.750	99,83
	1. Bahan Baku				
	Ubi kayu (Kg)	400,00	1.850	740.000	46,00
	2. Bahan Penunjang				
	a. Minyak Goreng (Liter)	40,00	9.000	360.000	22,38
	b. Kayu Bakar (M3)	3,00	120.833	362.499	22,53
	c. Penyedap Rasa Asin (gr)	1,25	500	6.250	0,38
	e. Penyedap Rasa Manis (gr)	6,30	60	37.800	2,35
	f. Plastik Kemasan (kg)	0,75	12.000	9.000	0,55
	g. Label Kemasan (Lembar)	126,00	200	25.200	1,56
	3. Tenaga Kerja Luar Keluarga (HOK)	1,66	65.000	107.900	6,70
B.	Biaya Tetap				
	Penyusutan Alat			2.734	0,16
C.	Total Biaya			1.608.484	100,00
D.	Produksi Keripik Ubi	126,00	20.000	2.515.000	
E.	Pendapatan				
	a. Pendapatan Kotor			2.515.000	
	b. Pendapatan Bersih			906.516	
F.	RCR				1,56

## **b. Produksi**

Produksi merupakan hasil akhir dalam setiap proses produksi yang dilaksanakan. Pengusaha akan mengalokasikan faktor produksi seefisien mungkin untuk memperoleh produksi yang optimum yang akan berdampak pada peningkatan keuntungan pengusaha keripik ubi.

Keripik ubi yang dihasilkan akan ditentukan oleh penggunaan bahan baku, bahan penunjang dan lainnya. Produk yang dihasilkan akan menentukan jumlah produksi dan harga jual yang berhubungan dengan pendapatan yang akan diterima pengusaha keripik ubi.

Daerah penelitian memperoleh jumlah produksi rata-rata 126 kg/proses produksi dengan harga Rp 20.000/kg maka pendapatan yang diperoleh adalah Rp 2.515.000/proses produksi. Produk yang dihasilkan bervariasi rasa mulai dari rasa asin dan manis.

## **c. Pendapatan**

Menghitung pendapatan merupakan salah satu cara untuk melihat imbalan yang diperoleh pengusaha dari penggunaan faktor produksi dalam proses produksi. Ada dua bentuk pendapatan yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Pendapatan bersih yang diterima pengusaha tergantung pada perolehan produksi dan harga jual produksi, serta alokasi penggunaan bahan baku dan bahan penunjang.

Pendapatan kotor yang diterima pengusaha diperoleh dari hasil pengolahan ubi kayu sebanyak 400 kg kemudian diolah menjadi keripik ubi dan menghasilkan 126 kg keripik ubi dengan harga per Rp 20.000/kg, maka jumlah pendapatan kotor yang diterima pengusaha keripik ubi sebesar Rp 2.515.000/proses produksi. Sedangkan pendapatan bersih yang diterima oleh pengusaha keripik ubi diperoleh

dari hasil pengurangan pendapatan kotor sebesar Rp 2.515.000/proses produksi dengan total biaya sebesar Rp 1.608.542/proses produksi, maka jumlah pendapatan bersih yang diterima pengusaha keripik ubi sebesar Rp 906.458/proses produksi.

#### **d. Efisiensi**

Efisiensi usaha agroindustri keripik ubi diketahui dengan cara membandingkan pendapatan kotor yang diperoleh dengan biaya produksi yang dikeluarkan pada proses produksi agroindustri keripik ubi. Dengan kata lain melihat rasio penerimaan atas biaya produksi yang dikeluarkan.

Pada Tabel 16 dapat diketahui efisiensi usaha agroindustri keripik ubi di daerah penelitian diperoleh nilai RCR sebesar 1,56 yang bermakna bahwa setiap Rp 1 biaya yang dikeluarkan akan diperoleh pendapatan kotor sebesar Rp 1,56 dan pendapatan bersih sebesar Rp 0,56 dengan kata lain agroindustri keripik ubi ini menguntungkan dan layak diusahakan karena mempunyai nilai efisiensi lebih besar dari 1.

### **5.3 Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ubi**

Analisis SWOT dapat dijadikan evaluasi bagi pelaku usaha sebelum usahanya berjalan. Analisa SWOT berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang akan kita hadapi setelah usaha dijalankan. Mekanisme yang dilakukan untuk mengidentifikasi faktor- faktor internal dan eksternal melalui berapa tahapan, yaitu : 1. Tahapan pertama pengumpulan data, 2. Tahapan kedua menganalisis data, 3. Tahapan ketiga pengambilan keputusan.

Adapun model yang digunakan dalam merumuskan strategi adalah dengan menggunakan model matrik SWOT. Berdasarkan hasil penelitian dilapangan,

didapatkan beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran Usaha Keripik Ubi meliputi:

**a. Faktor Internal**

Faktor internal adalah faktor dari dalam yang mempengaruhi usaha itu sendiri. Analisis yang digunakan untuk melihat kekuatan dan kelemahan dari sebuah usaha.

1. Kekuatan (*Strenght*)

a. Lokasi Usaha Strategis

Lokasi usaha pada penelitian ini sangat strategis, usaha ini berlokasi di sekitaran jalan lintas timur dimana orang yang dari kota pekanbaru yang ingin pulang kampung sehingga banyak yang singgah membeli untuk dimakan di perjalanan dan juga bisa untuk oleh-oleh untuk di bawa kekampung halamannya.

b. Produk dapat dijadikan oleh-oleh

Produk ubi kayu dapat dijadikan oleh-oleh bagi orang pendatang yang pergi ke kota pekanbaru dan ingin pulang ke kampung halamannya, produk keripik ubi yang dihasilkan sangat enak dan tahan lama untuk disimpan sampai 1-3 bulan.

c. Produk Tahan lama

Daya tahan produk keripik ubi tahan lama, sehingga apabila tidak langsung habis keripik ubi masih tetap bisa dikonsumsi.

d. Memiliki merek dagang usaha

Adanya merek dagang dari setiap pengusaha yaitu (1. Mak uwo, 2. Family, 3. Ojolali, 4. Dua bersaudara), menjadi kekuatan bagi pelaku usaha dalam menjual serta mempromosikan produk. Merek dagang membuat seluruh masyarakat tahu dan memudahkan konsumen dalam menghubungi pengusaha untuk memesan produk, baik memesan untuk acara maupun lainnya.

e. Memiliki pelanggan tetap

Pengusaha keripik ubi memiliki pelanggan tetap yang berada di kota pekanbaru seperti kios-kios, dan menjual produk makanan, untuk itu pengusaha harus memberikan kepuasan kepada konsumen dengan cara kita memberikan pelayanan yang baik.

f. Terdapat berbagai varian rasa produk keripik ubi

Keripik ubi mempunyai varian rasa (asin dan manis) sehingga konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri dalam membeli produk keripik ubi karena memiliki rasa yang bervariasi.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

a. Teknologi produksi masih menggunakan alat sederhana

Salah satu faktor pendukung dalam pengolahan produk agroindustri keripik ubi adalah pengembangan teknologi yang sangat membantu pengusaha dalam pekerjaannya. Pengusaha agroindustri keripik di Kecamatan Tenayan Raya masih banyak menggunakan alat yang sederhana seperti contohnya alat pengupasan, dan membungkus, sebenarnya udah ada teknologi yang dikembangkan namun pengusaha keripik ubi masih menggunakan alat yang sederhana seperti pengupasan masih menggunakan pisau sedangkan alat teknologinya nya seperti mesin perajang ubi, dan pembungkusan masih menggunakan karet sedang alat teknologinya mesin sealer atau pres.

b. Keterbatasan modal

Kecamatan Tenayan Raya masih banyak golongan pengusaha agroindustri yang sebagai pengusaha yang tidak mermodal kuat, terkadang pengusaha pengusaha takut meminjam modal ke bank karena takut tidak mampu dalam membayar



pinjaman. Pengusaha agroindustri keripik ubi di Kecamatan Tenayan Raya harus meminjam modal ke bank agar mereka mampu mengelola usaha agroindustri keripik ubi dengan baik.

c. Pengemasan produk masih sederhana

Pengemasan yang digunakan pengusah keripik ubi masih sederhana, sebenarnya udah ada kemasan yang dikembangkan namun pengusaha keripik ubi masih menggunakan yang sederhana.

Indikator internal dapat dilihat pada Tabel 19 dan Lampiran 6.

Tabel 17. Matriks IFAS Usaha Agroindustri Keripik Ubi

NO	Faktor-faktor strategi pengembangan	Bobot	Rating	Bobot x rating
<i>kekuatan (Strengths)</i>				
	Lokasi usaha strategis	0,14	3	0,36
1	Produk keripik ubi dapat dijadikan oleh-oleh	0,14	3	0,36
2	Produk tahan lama	0,14	3	0,36
3	Memiliki merek dagang usaha	0,21	4	0,76
4	Memiliki pelanggan tetap	0,13	2	0,31
5	Terdapat berbagai varian rasa produk keripik ubi	0,14	3	0,36
Subtotal		0,90		2,51
NO	Faktor-faktor strategi pengembangan			
<i>kelemahan (Weaknesses)</i>				
2	Keterbatasan modal	0,11	2	0,23
3	Teknologi yang masih sederhana	0,05	1	0,05
4	Pengemasan produk keripik ubi masih sederhana	0,07	1	0,08
Subtotal		0,23		0,36
Total (subtotal kekuatan+subtotal kelemahan)		1,00		2,87
Selisih (kekuatan-kelemahan)				2,15

**b. Faktor Eksternal**

Faktor eksternal adalah faktor yang dilakukan untuk menganalisis peluang serta ancaman dalam suatu usaha.

## 1. Peluang (*Opportunity*)

### a. Tersedianya peluang pasar bagi produk

Produk keripik ubi merupakan produk yang banyak diminati oleh masyarakat, sehingga peluang pasar keripik ubi masih luas, ditambah lagi harga keripik ubi yang relatif terjangkau.

### b. Permintaan masyarakat meningkat terhadap produk

Permintaan masyarakat meningkat terhadap keripik ubi karena harga keripik ubi stabil dan rasanya juga enak dan memiliki varian rasa (roico, dan jagung manis).

### c. Banyaknya toko yang menjual produk makanan

Semakin banyak toko yang menjual produk makanan semakin tinggi peluang dalam memasarkan produk keripik ubi, sehingga pengusaha keripik ubi dapat menitipkan pada toko yang baru buka tersebut.

### d. Harga produk mampu bersaing dengan produk makanan lainnya

Harga produk keripik ubi mampu bersaing dengan produk makanan lainnya, karena harga keripik ubi relatif terjangkau oleh semua kalangan sehingga peluang pasar keripik ubi masih luas dan permintaan terus meningkat.

## 2. Ancaman (*Threat*)

### a. Pesaing dari industri yang sejenis

Pesaing baru merupakan ancaman yang akan dihadapi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Semua itu tidak lepas dari seberapa baik kualitas yang kita berikan kepada konsumen, seberapa bagus pelayanan yang dilakukan pekerja kepada konsumen yang akan menjadi nilai tersendiri bagi konsumen untuk memilih tempat berbelanja yang baik. Untuk itu, pelaku usaha tidak takut

dengan adanya pesaing baru, selagi pelaku usaha memberikan yang terbaik untuk konsumen maka tidak ada yang sia-sia.

b. Permintaan pasar yang berubah-ubah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa permintaan pasar banyak berubah-ubah, terkadang pasar hanya butuh bahan bakunya saja tanpa ada hasil pengolahan. Terkadang, pasar meminta dalam bentuk bahan baku lain seperti talas yang dapat dijadikan keripik sanjai.

c. Fluktuasi harga bahan baku dari supplier

Dalam pengolahan produk keripik ubi yang bahan bakunya adalah ubi kayu. Tidak stabilnya harga bahan baku ubi kayu di pasar maupun pemasok disebabkan karena bahan baku mengalami kenaikan harga dipasar maupun di pemasok, juga akan mengganggu proses pengolahan pembuatan keripik ubi sehingga pengusaha dapat mengurangi jumlah produksi setiap harinya.

d. Munculnya jamur pada ubi kayu kalau tidak langsung diolah

Munculnya jamur pada ubi kayu merupakan suatu ancaman bagi pengusaha keripik ubi, karena ubi kayu harus di olah menjadi keripik ubi sehingga ubi kayu harus cepat untuk di proses agar ubi kayu tidak berjamur.

Indikator eksternal dapat dilihat pada Tabel 19 dan Lampiran 7.

Tabel 18. Matriks EFAS Usaha Agroindustri Keripik Ubi

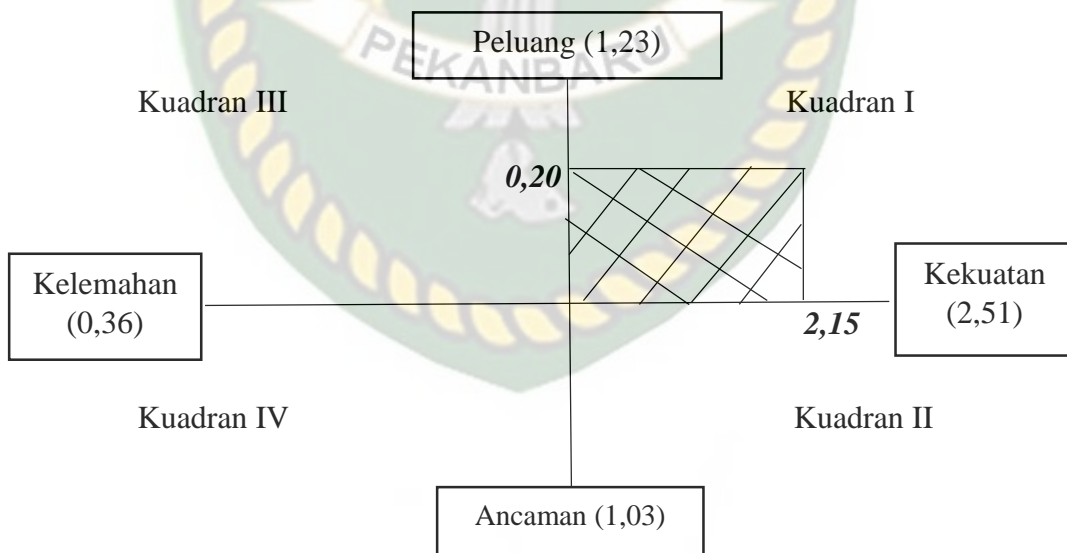
NO	Faktor-faktor strategi pengembangan	Bobot	Rating	Bobot x rating
<i>Peluang (Opportunities)</i>				
1	Tersedianya peluang pasar bagi produk	0.14	3	0.36
2	Permintaan masyarakat meningkat terhadap keripik ubi	0.12	2	0.23
3	Banyak toko yang baru buka menjual produk makanan	0.12	2	0.23
4	Harga produk mampu bersaing dengan produk makanan lainnya	0.15	3	0.41
Subtotal		0,53		1,23
NO	Faktor-faktor strategi pengembangan			
<i>Ancaman (Threats)</i>				
1	Pesaing dari industri yang sejenis	0.14	2	0.34
2	Permintaan pasar yang sering berubah-ubah	0.14	2	0.34
3	Fluktuasi harga bahan baku dari supplier	0.13	2	0.29
4	Munculnya Jamur pada ubi kayu kalau tidak langsung diolah	0.06	1	0.06
Subtotal		0,47		1,03
Total (subtotal kekuatan+subtotal kelemahan)		1,00		2,26
Selisih (kekuatan-kelemahan)				0,20

Berdasarkan Tabel 17 dan 18, dapat diketahui hasil analisis SWOT Usaha Keripik Ubi yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Faktor internal Usaha Agroindustri Keripik Ubi terdiri dari kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*) menunjukkan bahwa nilai dari kekuatan adalah 2,51, nilai dari kelemahan yaitu 0,36. Hasil ini menunjukkan bahwa Usaha Agroindustri Keripik Ubi memiliki kekuatan yang lebih besar dari pada kelemahan dengan selisih sebesar 2,15.
- b. Faktor eksternal Usaha Agroindustri Keripik Ubi meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), menunjukkan bahwa peluang yang dimiliki sebesar 1,23 dan ancaman sebesar 1,03. Hal ini dapat disimpulkan bahwa peluang Usaha Agroindustri Keripik Ubi lebih besar dibandingkan dengan ancaman, dengan selisih sebesar 0,20.

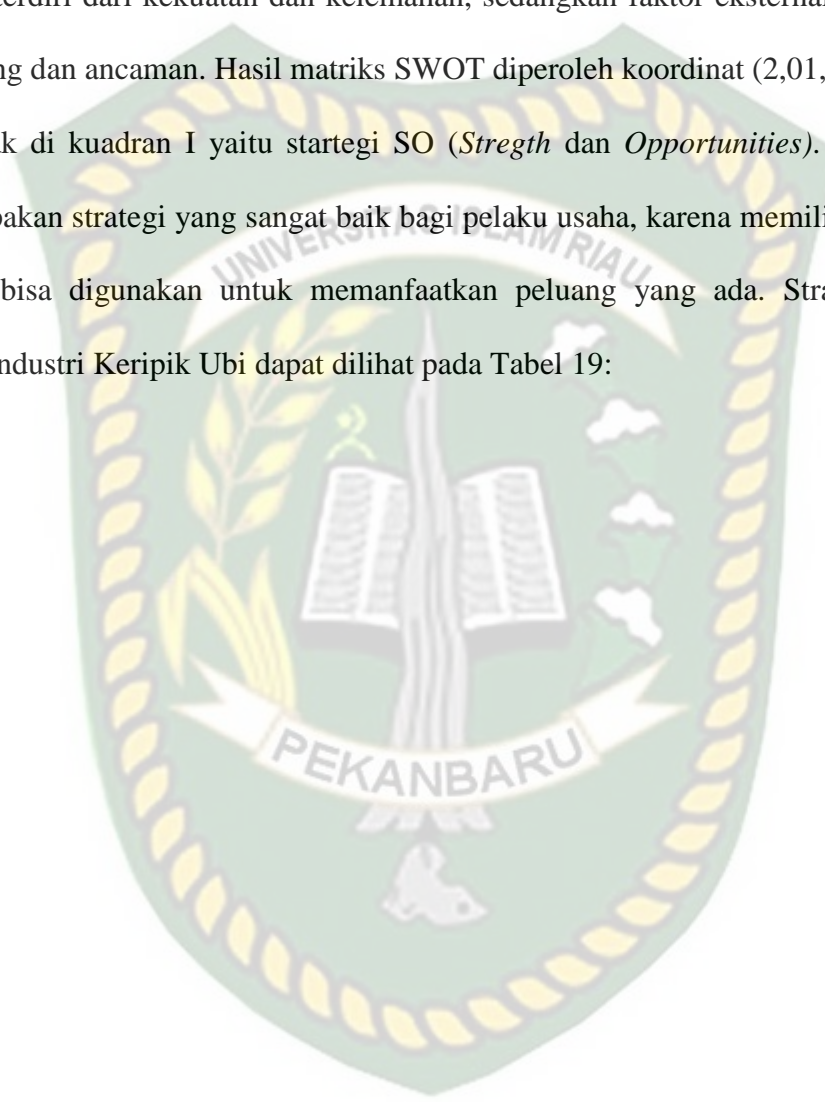
Berdasarkan data, dapat kita lihat bahwa nilai bobot kekuatan dari faktor internal lebih besar dari pada nilai bobot kelemahan, hal ini berarti faktor kekuatan harus dijadikan strategi untuk pengembangan usaha melihat dari faktor peluang dan ancaman yang akan dihadapi kedepannya. Pada faktor eksternal nilai bobot pada peluang lebih besar dibandingkan dengan ancaman, kondisi ini memiliki peluang yang harus dipertahakan dan dijaga untuk mengurangi terjadinya ancaman pada Usaha Agroindustri Keripik Ubi sehingga tujuan dari usaha dapat dicapai dengan baik.

Analisis SWOT memiliki tujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi, baik faktor internal maupun faktor eksternal dan diperoleh skor pembobotan sebagai berikut : faktor kekuatan = 2,51, faktor kelemahan = 0,36, faktor peluang = 1,23, faktor ancaman = 1,03. Dari skor diatas, diperoleh koordinat (2,15; 0,20) yang akan digambar pada analisis diagram berikut:



Gambar 10. Diagram Hasil Analisis SWOT

Analisis SWOT yang dilakukan sebelumnya, merupakan dasar penentu strategi dalam menjalankan Usaha Agroindustri Keripik Ubi. SWOT matriks dibuat berdasarkan hasil analisis faktor- faktor internal maupun eksternal. Faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. Hasil matriks SWOT diperoleh koordinat (2,01,; 0,11) yang terletak di kuadran I yaitu strategi SO (*Strength* dan *Opportunities*). Strategi ini merupakan strategi yang sangat baik bagi pelaku usaha, karena memiliki kekuatan yang bisa digunakan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi Usaha Agroindustri Keripik Ubi dapat dilihat pada Tabel 19:



Tabel 19. Matriks SWOT Usaha Agroindustri Keripik Ubi

Faktor Internal	Kekuatan ( <i>Strenght</i> ) S1. Lokasi usaha straregis S2. Produk keripik ubi dapat dijadikan oleh-oleh S3. Produk tahan lama S4. Memiliki merek dagang usaha S5. Memiliki pelanggan tetap S6. Terdapat berbagai varian rasa produk keripik ubi	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> ) W1. Teknologi produksi masih menggunakan alat sederhana W2. Keterbatasan modal W3. Pengemasan produk masih sederhana
Faktor Eksternal		
Peluang ( <i>Opportunities</i> ) O1. Tersedianya peluang pasar bagi produk O2. Permintaan masyarakat meningkat terhadap keripik ubi O3. Banyak toko yang menjual produk makanan O4. Harga produk mampu bersaing dengan produk makanan lainnya	STRATEGI (SO) 1. Pengembangan lokasi dalam bentuk gerai oleh-oleh (S1, S2, O2) 2. Memperbanyak jumlah produksi dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan (S3, S4, O1, O3)	STRATEGI (WO) 1. Menggunakan media sosial dalam penjualan, misal: Facebook, instgram dll. (W1, W2, O1, O3) 2. Meningkatkan kualitas produk serta pengemasan yang lebih menarik (W3, O4)
Ancaman ( <i>Threaths</i> ) T1. Pesaing dari industri yang sejenis T2. Permintaan pasar yang sering berubah-ubah T3. Fluktuasi harga bahan baku dari supplier T4. Munculnya Jamur pada ubi kayu kalau tidak langsung diolah	STRATEGI (ST) 1. Membuat inovasi baru agar diminati konsumen (S6, T1) 2. Kreatif dalam melakukan pelayanan dan pemasaran terhadap produk (S4, S5, T2)	STRATEGI (WT) 1. Membuat produk olahan lain dengan teknologi yang sudah ada, misal: onde-onde, godok, bola-bola ubi (W1, T4) 2. Bantuan permodalan dari lembaga-lembaga terkait dengan kredit lunak (W2, T2, T3)

Berdasarkan Matriks SWOT dapat diketahui 4 strategi untuk Usaha Agroindustri Keripik Ubi yaitu:

1. Lokasi usaha yang cukup strategis dan produk juga dapat tahan lama, serta memiliki merek dagang setiap 4 pengusaha keripik ubi yaitu (mak uwo, family, ojolali, dua bersaudara) agar konsumen dapat mengenal produk dan juga dapat dijadikan salah satu oleh-oleh baik didalam maupun diluar kota.

2. Keterbasan modal pada pengusaha keripik ubi yang menjadikan pengemasan yang sederhana, dengan adanya teknologi modern maka pengemasan dan penjualan akan lebih baik.
3. Banyaknya toko atau kios yang menjual produk makanan menjadi peluang pasar bagi produk, dengan harga yang terjangkau permintaan masyarakat pun meningkat.
4. Adanya pesaing industri yang sejenis membuat permintaan masyarakat berubah-ubah terhadap produk.





## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

1. Karakteristik pengusaha agroindustri keripik ubi bahwa umur pengusaha termasuk dalam usia produktif yaitu yaitu 44 tahun. Lama pendidikan pengusaha yaitu selama 12 tahun, pengalaman berusaha 6 tahun, dan jumlah tanggungan 3 jiwa dan profil usaha agroindustri keripik ubi merupakan industri skala rumah tangga (*home industry*), tidak memiliki izin usaha, modal usaha berasal dari modal sendiri dan jumlah tenaga kerja rata-rata 2 orang yang berasal dari luar keluarga.
2. Rata-rata penggunaan bahan baku keripik ubi adalah sebesar 400 kg/proses produksi. Penggunaan bahan penunjang per proses produksi adalah minyak goreng 40 liter, kayu bakar 125 m<sup>3</sup>, penyedap rasa asin 1,25 gr, penyedap rasa manis 6,28 gr, plastic kemasan 0,75 kg. Total biaya produksi dalam pengolahan agroindustri keripik ubi adalah sebesar Rp 1.985.042/proses produksi. Produk yang dihasilkan adalah sebanyak 126 kg dengan harga jual Rp 20.000/kg. pendapatan kotor per proses produksi yang diterima pengusaha sebesar Rp 2.515.000 dan pendapatan bersih sebesar Rp 529.958/proses produksi. Efisiensi usaha agroindustri keripik ubi (RCR) sebesar Rp 1,56 dan pendapatan bersih sebesar Rp 0,56 dengan kata lain agroindustri keripik ubi ini menguntungkan dan layak diusahakan karena mempunyai nilai efisiensi lebih besar dari 1.
3. Matrik SWOT berada pada Kuadran I yaitu SO (*strength dan opportunity*), strategi ini berarti menguntungkan bagi pelaku usaha karena memanfaatkan kekuatan dan peluang yaitu pengembangan lokasi dalam bentuk gerai oleh-oleh,

dan memperbanyak jumlah produksi dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan.

## 6.2 Saran

1. Dari hasil penelitian ini pengusaha keripik ubi perlu melakukan evaluasi pada promosi, karena jika promosi dilakukan lebih baik, maka jangkauan pasar lebih luas dan produk lebih dikenal banyak masyarakat.
2. Dari hasil penelitian ini teknologi yang digunakan masih sederhana maka sebab itu perlu meningkatkan penggunaan teknologi yang modern seperti mesin press (mesin sealer) untuk meningkatkan produktivitas kepada pengusaha.
3. Pemerintah dan instansi lebih memperhatikan produk unggulan daerah, agar komoditi unggulan tersebut tidak cepat punah dan daerah dapat berkembang lebih baik sehingga akan berpengaruh terhadap pendapatan daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, Hari. (2009). Dimensi Kecakupan Hidup (*Life Skill*) dalam Pembelajaran Pendidikan Jasmani. *Jurnal Pendidikan Jasmani*, 6 (2): 19-26.
- Andrew, K. 1971. *The Concept Of Corporate Strategy*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Anoraga. 2000. *Manajemen Bisnis*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2002. Kriteria Skala Usaha. Online pada [http://: bps.go.id](http://bps.go.id). Diakses pada tanggal 24 juni 2020.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Riau dalam Angka. Pekanbaru.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Pekanbaru dalam Angka. Pekanbaru.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Kecamatan Tenayan Raya dalam Angka. Pekanbaru.
- Bustami Bastian, dan Nurlela. 2009. *Akutansi Biaya Melalui Pendekatan Manejerial Edisi Pertama*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Chandler. 1962. *Strategy and Structure: Chapters in The History Of The Industrial Enterprise*. Mass: MIT Press. Cambridge.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis Edisi Sepuluh*. Salemba Empat. Jakarta.
- Dinas Pertanian dan Perikanan Pekanbaru. 2019. Luas Panen, Produksi Ubi Kayu. Pekanbaru.
- Djaafar, Titek, F dan Siti R. 2003. *Ubi kayu dan Olahannya*. Kanisius. Yogyakarta.
- Djalil, M, dan Sulaiman. 2015. Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ubi Kayu Pada Industri Pundi Mas di Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis*, 3 (3): 390-401.
- Elfrindi, dan Nasri Bachtiar. 2004. *Ekonomi Ketenagakerjaan*. UNAND Press. Padang.
- Fuad. 2006. *Pengantar Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Garrison. 2009. *Managerial Accounting Edisi 11 buku 1*. Salemba Empat. Jakarta.
- Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Hasibuan. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Aksara. Jakarta.

- Hasyim, Y. 2003. Analisa Hubungan Faktor sosial Ekonomi Petani Terhadap Program Penyuluhan Pertanian. Laporan Hasil Penelitian. Universitas Sumatra Utara. Medan.
- Hidayat, YY. Soetoro, H dan Yuroh, F. 2017. Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Singkong (Studi Kasus Pada Perajin Keripik Singkong Di Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 4 (1): 591-597.
- Ibrahim, Y. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis*. PT Reneka Cipta. Jakarta.
- KKBI. 2017. Pengertian Sejarah. Online pada <http://:harmoni-sejarah.blogspot.com>. Diakses Tanggal 21 oktober 2019.
- Kurniati, SA dan Jumanto. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila Di Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau. *Jurnal agribisnis*, 19 (1): 13-25.
- Kusumosuwidho, Sisdjiatmo. 2007. *Dasar-Dasar Demografi*. Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Maesaroh, I. 2016. Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Ubi Kayu (Studi Kasus pada Perusahaan Jaya Sari di Desa Selamanik Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis). *Jurnal Agribisnis*, 1 (3): 253-260.
- Mulyadi, 2005. *Akutansi Biaya*, Edisi Ke-6. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Mulyadi, 2006. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Nicholson, W. 2003. *Mikro Ekonomi Intermediate dan Aplikasinya*. Erlangga. Jakarta.
- Narimawati, 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Agung Media. Bandung.
- Nizar, R, Sitompul, T dan Putri, A. 2019. Strategi Pengembangan Usaha Ikan Salai Lele (*Clarias Gariepinus*) Di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Bapak Ahmadin Margolang). *Jurnal Agribisnis*, 21 (2): 187-198.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan dan Prilaku Kesehatan*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Nugent. 2005. *The Educate Together Ethos and Parental Participation*. Jakarta.
- Porter. 2008. *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Karisma Publishing Group. Tangerang.
- Prasasto, S. 2007. Aspek Produksi Keripik Singkong. Online pada <http://WordPress.com>. Diakses Tanggal 29 Januari 2020.

- Purwono dan Heni Purnamawati. 2013. *Budidaya 8 Jenis Tanaman Pangan Unggul*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rahim, A dan Hastuti, D. 2007. *Ekonomi Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2004. *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sikula 2003. *Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi Pada Maharani Handi-Craft di Kabupaten Bantul*. Skripsi Fakultas Ekonomi UNY. Yogyakarta.
- Soekartawi. 2006. *Pengantar Agroindustri*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sriyono, 2012. *Pembuatan Kripik Umbi Talas (Colocasia Giganteum) Dengan Variabel Lama Waktu Penggorengan Menggunakan Alat Vacuum Fryer*. Skripsi Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Suhardjo, Drajat. 2007. *Definisi Tingkat Pendidikan*. Jakarta.
- Susantun, I. 2002. *Fungsi Keuntungan Cobb Douglas dalam perdagangan Efisiensi Ekonomi Relatif*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5 (2): 149-161.
- Sutojo, S. 2000. *Studi Kelayakan Proyek Konsep, Teknik dan Kasus*. PT. Damar Mulia Pustaka, Jakarta.
- Tanaya, P. dan Hidayati, A. 2016. *judul Strategi Usaha Agroindustri Keripik Ubi Jalar di Desa Dopeng Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat*. *Jurnal Agribisnis*, 3 (3): 1-22.
- Thomas, JS dan Sulistyowati, L. 2018. *Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Mangga (Studi Kasus pada UMKM Satria di Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 5 (1): 961-972.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil, dan Menengah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
- Umar, H. 1999. *Studi Kelayakan Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Vaulina, S dan Wahyudi, HA. 2018. *Strategi Pengembangan Perkebunan Kelapa Dalam (Cocos Nucifera Linn) Sebagai Komoditi Unggulan Di Kabupaten Indragiri Hilir*. *Jurnal Dinamika Pertanian*, 34 (1): 47-54.