

**ANALISIS NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
PRODUK AGROINDUSTRI ROTI DI KECAMATAN SANDUBAYA
KOTA MATARAM**

***ANALYSIS OF ADDED VALUE AND PRODUCT DEVELOPMENT
STRATEGY OF AGROINDUSTRY BREAD IN SANDUBAYA DISTRICT
MATARAM CITY***

Dewi Nur Isnaini^{1*}, Candra Ayu², Syarif Husni²

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

²Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Indonesia

*Email Penulis korespondensi: dewinuris66@gmail.com

ABSTRAK

Roti merupakan produk makanan dari tepung terigu yang difermentasikan dengan ragi roti, air dan atau tanpa penambahan bahan lain kemudian diolah dengan cara dipanggang. Roti berfungsi sebagai Roti berfungsi sebagai substitusi makanan pokok (beras) masyarakat Indonesia. Salah satu sentra agroindustri roti terletak di Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Salah satu sentra agroindustri roti di Kota Mataram terletak di Kecamatan Sandubaya. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis besarnya nilai tambah yang dihasilkan dari produk agroindustri roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram, dan (2) mengetahui strategi pengembangan produk agroindustri roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Jumlah Responden sebanyak 16 orang yang ditentukan secara sensus. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode survei dan data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis nilai tambah dan SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Besarnya nilai tambah yang diperoleh untuk produk agroindustri roti sebesar Rp. 5.428,80,-/KgBB dengan keuntungan sebesar Rp. 3.208,24,-/KgBB. (2) Hasil analisis SWOT agroindustri roti di kecamatan Sandubaya Kota Mataram menunjukkan faktor-faktor kekuatan dan peluang yang lebih kuat sehingga strategi pemasaran yang diperlukan untuk meningkatkan kekuatan dan peluang yang ada yaitu meningkatkan dan memperbanyak varian produk sesuai tren yang berkembang di masyarakat, meningkatkan kualitas serta mutu produk agar dapat menjaga citra yang baik di mata konsumen dan ketersediaan bahan baku yang melimpah akan memperlancar proses produksi roti.

Kata kunci: Roti, Nilai Tambah, Strategi Pengembangan

ABSTRACT

Bread is a food product made from wheat flour which is fermented with bread yeast, water and/or without the addition of other ingredients and then processed by baking. Bread functions as Bread functions as a substitute for the staple food (rice) of Indonesian society. One of the bread agro-industry centers is located in Sandubaya District, Mataram City, West Nusa Tenggara. One of the bread agro-industry centers in Mataram City is located in Sandubaya District. This research aims to: (1) analyze the amount of added value produced from bread agro-industry products in Sandubaya District, Mataram City, and (2) determine the strategy for developing bread agro-industry products in Sandubaya District, Mataram City. The method used in this research is descriptive method. The number of respondents was 16 people determined by census. Data collection was carried out using a survey method and the data collected was analyzed using added value and SWOT analysis. The results of this research show that: (1) The amount of added value obtained for bread agro-industry products is IDR. 5,428.80,-/KgBB with a profit of Rp. 3,208.24,-/KgBB. (2) The results of the SWOT analysis of the bread agroindustry in Sandubaya sub-district, Mataram City show stronger strength and opportunity factors so that the marketing strategy needed to increase existing strengths and opportunities is to increase and expand product variants according to trends developing in society, improve quality as well as product quality so that it can maintain a good image in the eyes of consumers and abundant availability of raw materials will expedite the bread production process.

Keywords: Bread, Value Added, Development Strategy

PENDAHULUAN

Dalam pembangunan ekonomi, sektor pertanian berperan sebagai penyedia bahan pangan, penyedia bahan baku untuk industri kecil, menengah dan besar serta sumber utama pendapatan rumah tangga (Haris et al., 2017). Pada tahun 2022, perekonomian di Indonesia didominasi oleh lapangan usaha industri pengolahan sebesar 17,84 persen, sedangkan sektor pertanian menyumbang angka sebesar 12,98 persen (BPS, 2022). Pembangunan di Indonesia menunjukkan adanya peralihan struktur perekonomian dari sektor pertanian ke sektor industri. Peralihan struktur perekonomian tersebut memiliki potensi untuk menghasilkan nilai tambah.

Nilai tambah merupakan perbedaan nilai suatu produk sebelum dilakukan proses produksi dengan setelah dilakukannya proses produksi (Yosifani et al., 2021). Salah satu sektor industri yang memiliki kontribusi terbesar adalah industri pengolahan produk pertanian primer karena memiliki peran untuk mendukung pertumbuhan ekonomi setiap tahunnya (Yulianti et al., 2019). Salah satu industri yang mengolah hasil pertanian primer menjadi produk yang memiliki nilai tambah adalah agroindustri. Agroindustri roti merupakan industri makanan yang berkembang sangat pesat dan cukup populer di Indonesia (Afridhal, 2017)

Roti berfungsi sebagai substitusi makanan pokok (beras) yang biasa dikonsumsi masyarakat Indonesia. Roti merupakan produk makanan yang terbuat dari tepung terigu yang difermentasikan dengan ragi roti, air dan atau tanpa penambahan bahan lain yang diolah dengan cara dipanggang. Kecamatan Sandubaya menjadi sentra agroindustri pangan maupun non pangan. Salah satu agroindustri pangan yang diusahakan oleh masyarakat Kecamatan Sandubaya Kota Mataram khususnya Kelurahan Babakan, Turida, dan Mandalika yaitu agroindustri roti.

Roti yang di produksi oleh masing-masing unit agroindustri tergolong dalam jenis roti manis dengan aneka varian rasa seperti coklat, selai, keju, dan sebagainya (Bowo et al., 2023). Usaha Agroindustri roti banyak diusahakan dalam lingkup Rumah Tangga atau Usaha Mikro Kecil Menengah. Meskipun demikian, agroindustri roti yang telah berkembang memiliki banyak permasalahan seperti kemasan roti yang masih sederhana, belum memiliki izin edar secara resmi, persaingan yang ketat, serta pemasaran yang masih dalam skala lokal. Sedangkan potensi yang dimiliki oleh para pengusaha roti sangat besar untuk dapat memasarkan produk lebih luas.

Pemasaran menjadi faktor penting dalam menentukan harga yang akan mempengaruhi pendapatan dari hasil kegiatan agroindustri roti. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan agar usaha dapat berkelanjutan. Penggunaan strategi pengembangan yang tepat, efektif, dan baik diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah. Semakin tinggi nilai tambah yang diciptakan maka semakin besar keuntungan yang diperoleh pengusaha Agroindustri. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis nilai tambah dan mengetahui strategi pengembangan produk agroindustri roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif (Ramadhan, 2021). Teknik pengumpulan data pada penelitian menggunakan teknik wawancara berdasarkan daftar pertanyaan atau kuisioner yang telah dibuat sebelumnya sesuai dengan tujuan penelitian (Slamet et al., 2022). Unit analisis yang digunakan adalah pengusaha

agroindustri roti di Kelurahan Babakan, Turida, dan Mandalika Kecamatan Sandubaya Kota Mataram.

Penentuan daerah penelitian menggunakan metode *purposive sampling* (Maulana et al., 2023). Penentuan jumlah responden pada penelitian menggunakan metode *sensus* yaitu sebanyak 16 orang. Jenis data yang digunakan meliputi data kualitatif dan data kuantitatif (Sugiyono, 2019). Sumber data dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder (Naton et al., 2020).

Analisis yang digunakan dalam penelitian meliputi analisis nilai tambah metode Hayami dan analisis SWOT.

Variabel pengukur nilai tambah adalah:

1. Jumlah bahan baku yaitu jumlah tepung terigu yang digunakan untuk satu kali proses produksi dalam pembuatan roti dinyatakan dalam satuan berat kilogram per proses produksi (Kg/PP).
2. Jumlah dan nilai biaya input lain yang diukur perproses produksi kemudian dikonversi untuk setiap penggunaan 1 kg bahan baku (tepung terigu) terdiri biaya ragi, biaya penyusutan, dan bahan input lainnya.
3. Tenaga kerja yaitu para pekerja secara langsung terlibat dalam proses produksi dinyatakan dalam satu hari kerja orang per proses produksi (HKO).
4. Output yaitu banyaknya hasil produksi yang diperoleh dalam satu kali proses produksi yang dinyatakan dalam satuan kilogram (Kg/PP).
5. Nilai produksi yaitu total jumlah produksi dari agroindustri roti dengan harga produk persatuan yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
6. Nilai tambah merupakan nilai produksi dikurangi dengan nilai bahan baku dan nilai sumbangan bahan input lain tetapi tidak termasuk biaya tenaga kerja yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp/KgBB).
7. Keuntungan merupakan seluruh hasil penjualan produksi dikurangi dengan seluruh nilai pengeluaran yang dinyatakan dalam (Rp/KgBB).

Variabel pengukur strategi pengembangan adalah:

1. Faktor internal merujuk pada kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada usaha agroindustri roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram.
 - a. Kekuatan adalah situasi atau kondisi dari kelebihan yang dimiliki pengusaha agroindustri roti.
 - b. Kelemahan adalah situasi atau kondisi dari faktor negatif yang akan mempengaruhi kekuatan dalam usaha agroindustri roti.
2. Faktor eksternal merujuk pada peluang dan ancaman yang terdapat pada usaha agroindustri roti:
 - a. Peluang adalah situasi ataupun kondisi gambaran usaha dapat berkembang dikemudian hari dari sisi luar usaha.
 - b. Ancaman adalah situasi atau kondisi yang menghambat perkembangan usaha agroindustri roti.

Analisis Data

Analisis Nilai Tambah

Untuk mengetahui besarnya nilai tambah yang diperoleh dari produksi agroindustri roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram maka digunakan perhitungan nilai tambah dengan menggunakan metode Hayami.

Tabel 1. Analisis Nilai Tambah Menggunakan Metode Hayami

Variabel	Nilai
I. Output, Input, dan Harga	
1. Produksi (Kg)	(1)
2. Bahan baku (Kg)	(2)
3. Tenaga Kerja (HKO)	(3)
4. Faktor Konversi	$(4) = (1) / (2)$
5. Koefisien tenaga kerja (HKO/Kg)	$(5) = (3) / (2)$
6. Harga produksi (Rp/Kg)	(6)
7. Upah tenaga kerja langsung (Rp/HKO)	(7)
II. Penerimaan dan Keuntungan	
8. Harga bahan baku (Rp/Kg)	(8)
9. Sumbangan input lain (Rp/Kg)	(9)
10. Nilai produksi (Rp/Kg)	$(10) = (4) \times (6)$
11. a. Nilai tambah (Rp/KgBB)	$(11a) = (10) - (9) - (8)$
b. Rasio nilai tambah (%)	$(11b) = (11a/10) \times 100\%$
12. a. Pendapatan tenaga kerja langsung (Rp/Kg)	$(12a) = (5) \times (7)$
b. Pangsa tenaga kerja (%)	$(12b) = (12a/11a) \times 100\%$
	$(13a) = (11a) - (12a)$
13. a. Keuntungan (Rp/KgBB)	$(13b) = (13a/11a) \times 100\%$
b. Tingkat Keuntungan (%)	
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi	
14. Marjin (Rp/Kg)	$(14) = (10) - (8)$
a. Pendapatan tenaga kerja langsung (%)	$(14a) = (12a/14) \times 100\%$
b. Sumbangan input lain (%)	$(14b) = (9/14) \times 100\%$
c. Keuntungan pemilik perusahaan (%)	$(14c) = (13a/14) \times 100\%$

Sumber: Hayami, at all. *Agricultural Marketing and Processing In Up Land Java*, 1989 Dalam (Kalangie et al., 2022)

Kriteria nilai tambah menurut Hubeis dalam Kurniawan et al., (2020) yaitu sebagai berikut:

- Nilai tambah dikatakan rendah jika rasio nilai tambah $<15\%$,
- Nilai tambah dikatakan sedang jika rasio nilai tambah berkisar $15-40\%$,
- Nilai tambah dikatakan tinggi jika rasio nilai tambah $>40\%$.

Analisis SWOT

Untuk mengetahui strategi pengembangan yang baik maka diperlukan analisis SWOT yang meliputi (Mardikaningsih et al., 2022):

- Mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam usaha agroindustri roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram
- Menganalisis setiap faktor pada strategi internal dan eksternal (IFAS dan EFAS) dalam usaha agroindustri roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram.
- Menentukan bobot dan rating dari faktor internal dan eksternal yang telah diperoleh sehingga dapat menentukan posisi titik koordinat usaha agroindustri roti terletak pada kuadran mana.
- Merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha agroindustri roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram menggunakan Matriks SWOT.

Menurut Rangkuti (2018), matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman dari faktor eksternal yang dihadapi oleh suatu usaha agroindustri dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Analisis SWOT digambarkan ke dalam matriks SWOT dengan kemungkinan alternatif strategi

meliputi strategi kekuatan-peluang (*S-O*), strategi kelemahan-peluang (*W-O*), strategi kekuatan-ancaman (*S-T*), dan strategi kelemahan-ancaman (*W-T*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Nilai Tambah Agroindustri Roti

Biaya produksi dalam pengolahan roti meliputi biaya bahan baku, biaya input lain, biaya tenaga kerja, dan biaya penyusutan alat serta biaya lain-lain. Tenaga kerja pada usaha agroindustri roti berasal dari dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga.

Tabel 2. Rincian Biaya Produksi Agroindustri Roti di Kecamatan Sandubaya Tahun 2023

No	Biaya	Satuan	Per Proses		Per Kg (BB)	
			Jumlah	Nilai (Rp)	Jumlah	Nilai (Rp)
1	Bahan baku	Kg	90,63	1.178.125,00	1,00	13.000,00
2	Input Lain					
	a. Telur	Butir	7,38	14.750,00	0,08	162,75
	b. Gula	Kg	6,50	84.500,00	0,07	932,36
	c. Margarin	Kg	3,63	68.875,00	0,04	759,96
	d. Pengembang	Gr	81,75	34.062,50	0,90	375,84
	e. Garam	Gr	60,00	720,00	0,66	7,94
	I. IBIS	Gr	136,25	47.687,50	1,50	526,18
	g. Calsium Propionat	Gr	150,00	2.100,00	1,66	23,17
	h. Air	Liter	11,81	2.953,13	0,13	32,58
	i. Selai Coklat	Kg	4,50	84.000,00	0,05	926,85
	j. Selai Stoberi	Kg	4,50	84.500,00	0,05	932,36
	k. Selai Nanas	Kg	4,50	86.000,00	0,05	948,91
	l. Kemasan	Pcs	2.406,25	192.500,00	26,55	2.124,02
	m. Label	Lembar	96,25	19.250,00	1,06	212,40
	n. Gas	Unit	1,56	30.750,00	0,02	339,29
	o. Isi Steples	Pcs	2.406,25	3.609,38	26,55	39,83
	p. Penyusutan alat			3.540		39,06
	q. Biaya lain-lain			5.000		55,17
	Total Biaya Input			764.797,50		8.438,68
	Lain					
3	Tenaga Kerja					
	a. Dalam Keluarga	HKO	0,28	70.000,00	0,003	772,37
	b. Luar Keluarga	HKO	1,32	131.250,00	0,015	1.448,20
	Total Upah		1,60	96.150,00	0,018	2.220,57
4	Total Biaya			2.144.172,50		23.658,53
5	Produksi	Kg	115,88	2.435.000,00	1,343	26.867,48

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan baku atau bahan utama dalam proses produksi usaha agroindustri roti meliputi tepung terigu. Dari tabel 2 diketahui bahwa rata-rata penggunaan tepung terigu untuk satu kali proses produksi roti sebesar 90,63 Kg/PP dengan nilai sebesar Rp. 1.178.125,-/PP, sedangkan untuk satu kilogram tepung terigu memiliki nilai sebesar Rp. 13.000,-/Kg.

Biaya input lain merupakan biaya yang meliputi biaya bahan penolong, biaya penyusutan alat dan biaya lain-lain. Biaya bahan penolong merupakan biaya yang

dikeluarkan untuk memperoleh bahan-bahan penunjang selain bahan baku. Biaya bahan penolong yang digunakan dalam proses produksi roti terdiri dari telur, gula, margarin, fermipan, garam, IBIS, Propionat, air, selai coklat, selai stroberi, selai nanas, kemasan, label, gas, dan isi steples. Biaya penyusutan alat yang digunakan dalam agroindustri roti meliputi kompor, oven, loyang, steples, tabung gas, mixer, meja, timbangan, rak, kuas, gayung, spatula, wajan, dan pisau. Biaya lain-lain yang dikeluarkan oleh usaha agroindustri roti meliputi biaya listrik, pajak, dan transportasi. Biaya input lain yang digunakan selama produksi sebesar Rp. 764.797,50-/PP atau senilai Rp. 8.438,68,-/Kg.

Biaya tenaga kerja merupakan biaya yang dikeluarkan sebagai bentuk balas jasa yang diberikan kepada karyawan berupa gaji atau upah yang akan diberikan setelah proses produksi. Biaya tenaga kerja usaha agroindustri roti terdiri dari tenaga kerja dalam keluarga dan luar keluarga.

Tabel 3. Rincian Penggunaan Biaya Tenaga Kerja Agroindustri Roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram Tahun 2023

No.	Uraian	Jumlah HKO	Nilai (Rp)
1.	Proses Persiapan Bahan Baku & Penolong	0,14	9.800,00
2.	Proses Pembuatan Adonan	0,14	9.800,00
3.	Proses Pengisian Varian Rasa	0,53	71.225,00
4.	Proses Pengovenan	0,15	20.825,00
5.	Pengemasan	0,64	89.600,00
Total		1,60	201.250,00
Upah TK/HKO			125.585,02

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa upah tenaga kerja pada usaha agroindustri roti yang dikeluarkan sebesar Rp. 125.585,02/PP. Kegiatan yang dilakukan selama proses produksi roti mencakup proses persiapan bahan baku & penolong, pembuatan adonan, pengisian varian rasa, pengovenan, dan pengemasan. Untuk satu hari kerja produksi roti memerlukan waktu sebesar 7 jam yang dimulai pukul 8 pagi sampai dengan pukul 4 sore. Adapun waktu istirahat tenaga kerja diberikan selama 1 jam untuk makan dan minum. Besarnya upah tenaga kerja yang dikeluarkan sudah termasuk biaya konsumsi yang telah disediakan oleh pemilik agroindustri.

Analisis nilai tambah digunakan untuk mengetahui adanya nilai tambah yang terdapat pada 1 kg tepung terigu yang diolah menjadi roti. Adapun besarnya nilai tambah dari pengolahan tepung terigu menjadi roti setelah dianalisis dengan metode Hayami dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis Nilai Tambah Agroindustri Roti per Proses Produksi di Kota Mataram Tahun 2023

No	Variabel	Satuan	Nilai
Output, Input, dan Harga			
1	Produksi (Kg/PP)	1	121,75
2	Bahan Baku (Kg/PP)	2	90,63
3	Tenaga Kerja (HKO/PP)	3	1,60
4	Faktor Konversi (Kg/KgBB)	$(4) = (1) / (2)$	1,34
5	Koefisien tenaga kerja (HKO/KgBB)	$(5) = (3) / (2)$	0,02
6	Harga produksi (Rp/Kg)	6	20.000,00
7	Upah tenaga kerja langsung (Rp/HKO)	7	125.585,02
Penerimaan dan Keuntungan			
8	Harga bahan baku (Rp/Kg)	8	13.000,00

9	Sumbangan input lain (Rp/Kg BB)	9	8.438,68
	a. Sumbangan Bahan Penolong (Rp/Kg BB)	9a	5.628,91
	b. Sumbangan Bahan Pendukung (Rp/Kg BB)	9b	2.715,54
	c. Sumbangan Input Tetap (Rp/Kg BB)	9c	94,23
10	Nilai produksi (Rp/Kg BB)	$(10) = (4) \times (6)$	26.867,48
11	a. Nilai tambah (Rp/Kg BB)	$(11a) = (10) - (9) - (8)$	5.428,80
	b. Rasio nilai tambah (%)	$(11b) = (11a/10) \times 100\%$	20,21
12	a. Pendapatan tenaga kerja langsung (Rp/HKO)	$(12a) = (5) \times (7)$	2.220.,57
	b. Pangsa tenaga kerja (%)	$(12b) = (12a/11a) \times 100\%$	40,90
13	a. Keuntungan (Rp/Kg BB)	$(13a) = (11a) - 12a$	3.208,24
	b. Tingkat Keuntungan (%)	$(13b) = (13a/11a) \times 100\%$	59,10
Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi			
14	Marjin (Rp/Kg)	$(14) = (10) - (8)$	13.867,48
	a. Pendapatan tenaga kerja langsung (%)	$(14a) = (12a/14) \times 100\%$	16,01
	b. Sumbangan input lain (%)	$(14b) = (9/14) \times 100\%$	60,85
	c. Keuntungan pemilik perusahaan (%)	$(14c) = (13a/14) \times 100\%$	23,13

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan nilai tambah untuk roti seperti yang tertera pada Tabel 4 dapat diuraikan menjadi beberapa variabel yang meliputi : (1) Produksi, Bahan Baku, dan Harga; (2) Penerimaan dan Keuntungan per Kilogram bahan baku; dan (3) Balas Jasa Pemilik Faktor-Faktor Produksi.

Analisis Penggunaan Produksi dan Bahan Baku pada Agroindustri Roti

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa rata-rata jumlah bahan baku yang digunakan adalah sebesar 90,63 kg tepung terigu per proses produksi dan rata-rata produksi yang diperoleh sebesar 121,75 kg per proses produksi roti. Faktor konversi yang didapatkan sebesar 1,34 roti per satu kilogram tepung terigu yang artinya setiap pengolahan satu kilogram tepung terigu menjadi roti akan menghasilkan 1,34 kg roti dengan harga rata-rata roti sebesar Rp. 20.000/kg. Untuk 1 kilogram dapat berisi 25 bungkus roti dengan berat roti perbungkusnya sebesar 40 gr untuk ketiga varian roti coklat, stroberi dan nanas diberi harga perbungkus sebesar Rp. 800/bungkus. Berdasarkan Tabel 4, tenaga kerja yang digunakan sebanyak 1,60 HKO per proses produksi dan 0,02 HKO per satu kilogram bahan baku yang artinya setiap penambahan satu kilogram bahan baku membutuhkan 0,02 HKO per satu kilogram bahan baku dan upah tenaga kerja rata-rata adalah Rp. 125.585,02,-/HKO.

Analisis Penerimaan dan Keuntungan pada Agroindustri Roti

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa harga bahan baku untuk pengolahan roti adalah Rp. 13.000/kgBB dengan total biaya input lain sebesar Rp. 8.438,68/kgBB yang artinya setiap penambahan satu kilogram bahan baku maka akan mengeluarkan biaya input lain sebesar Rp. 8.438,68 per satu kilogram. Sumbangan input lain meliputi sumbangan bahan penolong, bahan pendukung dan sumbangan input tetap. Sumbangan bahan penolong meliputi : telur, gula, margarin, permifan, garam, ibis, propionat, air, selai coklat, selai stroberi dan selai nanas. Sumbangan bahan pendukung meliputi : kemasan, label, gas, dan isi steples. Sumbangan input tetap meliputi biaya penyusutan alat dan biaya lain-lain. .

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh rata-rata nilai produksi untuk setiap kilogram bahan baku sebesar Rp. 26.867,48/KgBB. Selisih antara nilai produksi dengan harga bahan baku serta sumbangan input lain menghasilkan nilai tambah sebesar Rp. 5.428,80/KgBB atau sebesar Rp. 492.012,50/PP dengan persentase sebesar 20,21% untuk satu kilogram bahan baku yang artinya setiap penambahan satu kilogram bahan baku akan menciptakan nilai tambah sebesar Rp. 5.428,80/KgBB atau sebesar 20,21%.

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh upah tenaga kerja untuk agroindustri roti sebesar Rp.125.585,02/HKO, sedangkan upah tenaga kerja per proses produksinya sebesar Rp.201.250,00/PP. Upah tenaga kerja kemudian dikonversikan dengan koefisien tenaga kerja sehingga diperoleh pendapatan tenaga kerja untuk setiap satu kilogram bahan baku yang diperoleh dari nilai tambah. Pendapatan tenaga kerja untuk olahan roti sebesar Rp.2.220,57,-/KgBB dengan persentase 40,90%, artinya setiap imbalan tenaga kerja yang diperoleh dari nilai tambah maka bagian tenaga kerja atau pangsa tenaga kerja untuk pengolahan roti sebesar Rp. 40,90%.

Keuntungan yang diperoleh dalam usaha pengolahan roti adalah sebesar Rp. 3.208,24/kgBB atau 59,10%, artinya setiap satu kilogram bahan baku yang digunakan untuk memproduksi roti maka akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 3.208,24/kg roti dengan tingkat persentase keuntungan sebesar 59,10%. Sesuai dengan kriteria nilai tambah, usaha agroindustri roti ini memberikan nilai tambah yang lebih besar dari nol ($20,21\% > 0$) dimana nilai tambah ini berada pada posisi sedang, maka usaha ini positif untuk dijalankan. Menurut Hayami *et al* ada dua cara menghitung nilai tambah yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah pemasaran.

Analisis Balas Jasa untuk Faktor Produksi pada Agroindustri Roti

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat margin keuntungan untuk pengolahan roti sebesar Rp. 13.867,48/kg, dari margin keuntungan ini diketahui bahwa balas jasa yang diterima oleh tenaga kerja 16,01%, artinya setiap Rp. 100,- keuntungan yang diperoleh dari pengolahan roti membutuhkan pengeluaran 16,01% untuk diberikan kepada tenaga kerja. Balas jasa untuk sumbangan input lain pada pengolahan roti sebesar 60,85% artinya setiap Rp. 100,- keuntungan yang diperoleh membutuhkan pengeluaran sebesar 60,85% sebagai biaya untuk input lain seperti biaya penolong, biaya pendukung serta biaya penyusutan alat dan biaya lain-lain. Balas jasa yang diperoleh pemilik perusahaan untuk pengolahan roti sebesar 23,13%, artinya setiap Rp. 100,- keuntungan yang diperoleh maka sebesar 23,13% akan disimpang oleh pemilik perusahaan sebagai keuntungan bersih.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rohadi, 2021), yang menjelaskan bahwa rata-rata nilai tambah yang diperoleh untuk pengolahan setiap satu kilogram biji kedelai menjadi tempe adalah sebesar Rp. 5.769,83- : menjadi tahu sebesar Rp. 5.427,78- ; menjadi marning kedelai adalah Rp. 15.654,56- ; menjadi susu kedelai adalah sebesar Rp. 22.435,50-; dan menjadi kopi kedelai adalah sebesar Rp. 22.470,99.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hutauruk & Wau, 2022) yang menunjukkan nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan kentang menjadi donat kentang adalah Rp. 12. 812,5/kg dengan rasio nilai tambah terhadap outputnya sebesar 52% artinya untuk mengolah 1 kg kentang menjadi donat kentang akan memberikan nilai tambah sebesar 52%. Nilai tambah ini menguntungkan bagi perusahaan donat kentang. Strategi pemasaran agroindustri donat kentang di Kota Madya Medan yakni menerapkan program meningkatkan dan memperbanyak inovasi dan program sistem pemasaran produk.

Analisis Strategi Pengembangan Produk Roti

Strategi pengembangan produk agroindustry roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram dapat ditentukan melalui analisis faktor internal dan faktor eksternal agroindustri

Analisis Faktor Internal

Hasil analisis faktor internal dalam Matriks IFAS dapat dilihat pada tabel Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) Agroindustri Roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram Tahun 2023

Faktor	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
A	Bahan baku berkualitas	0,143	4	0,500
B	Kualitas produk yang baik	0,107	3	0,342
C	Varian produk yang baik	0,107	3	0,315
D	Harga murah	0,107	3	0,308
E	Proses produksi lancer	0,107	3	0,321
Jumlah		0,571	16	1,786
Kelemahan				
A	Promosi yang belum maksimal	0,107	3	0,275
B	Kemasan produk kurang menarik	0,107	3	0,268
C	Kurangnya SDM tenaga pemasaran	0,071	2	0,170
D	Belum memiliki izin produk	0,071	2	0,161
E	Teknologi produksi masih sederhana	0,071	2	0,143
Jumlah		0,429	12	1,016
Total Faktor		1,000	4	0,770

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2023

Dari hasil analisis Tabel 5 dapat diketahui bahwa total skor pembobotan internal adalah 0,770 yang diperoleh dari skor faktor kekuatan sebesar 1,786 dan skor faktor kelemahan sebesar 1,016 menunjukkan bahwa usaha agroindustri roti berada pada posisi internal yang kuat dimana faktor kekuatannya lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan.

Analisis Faktor Eksternal

Hasil analisis faktor internal disimpulkan dalam Matriks IFAS Tabel 6.

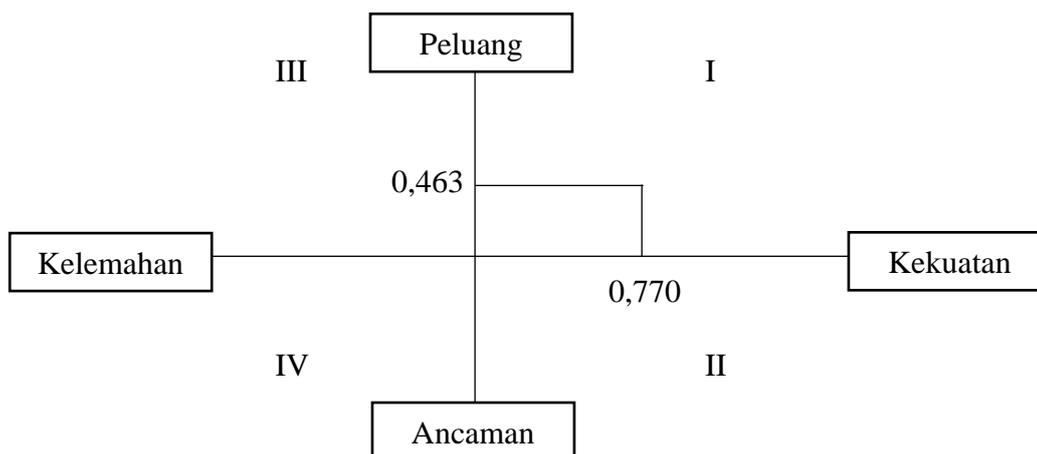
Tabel 6. Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Agroindustri Roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram Tahun 2023

Faktor	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
A	Tren mengonsumsi roti	0,136	3	0,349
B	Loyalitas konsumen dalam membeli roti	0,091	2	0,205
C	Kemajuan teknologi dan informasi	0,091	2	0,216
D	Pangsa pasar yang terbuka lebar	0,136	3	0,341
E	Ketersediaan bahan baku	0,091	2	0,216
Jumlah		0,545	12	1,327
Ancaman				
A	Pesaing yang cukup kuat	0,091	2	0,170
B	Pindahnya konsumen ke pesaing	0,091	2	0,182
C	Kenaikan harga bahan baku yang mempengaruhi harga jual	0,091	2	0,165
D	Produk mudah ditiru	0,091	2	0,176
E	Banyaknya bermunculan makanan modern	0,091	2	0,170
Jumlah		0,455	10	0,864
Total Faktor		1,000	3	0,463

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari hasil analisis Tabel 6 menunjukkan bahwa total skor pembobotan faktor eksternal sebesar 0,463. Hasil ini diperoleh dari total skor faktor peluang sebesar 1,327 dikurangi total skor faktor ancaman sebesar 0,864. Usaha agroindustri roti berada pada posisi eksternal yang kuat dimana faktor peluang lebih besar dari faktor ancaman. Setelah semua faktor internal dan eksternal diketahui, maka selanjutnya dapat mengetahui kondisi atau keadaan usaha agroindustri roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram saat ini dengan melihat gambar mengenai kuadran analisis SWOT.



Gambar 1. Kuadran Analisis SWOT Agroindustri Roti Kecamatan Sandubaya

Berdasarkan gambar dapat dilihat bahwa kondisi usaha berada pada posisi yang menguntungkan (Kuadran 1) karena usaha agroindustri roti di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram memiliki skor kekuatan sebesar 1,786 dan skor peluang sebesar 1,327 yang lebih dominan dibandingkan dengan skor kelemahan sebesar 1,016 dan skor ancaman sebesar 0,864. Poin tersebut diperoleh dari total matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) sebesar 0,770 dan total matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) sebesar 0,463. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan strategi yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Usaha pada posisi ini menghadapi pertumbuhan yang besar dan cepat sehingga memerlukan strategi.

Strategi S-O (*strength-opportunities*) merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal dalam memanfaatkan peluang eksternal yang ada untuk memperoleh keuntungan dalam menentukan strategi pengembangan usaha agroindustri (Arianti & Waluyati, 2019). Alternatif strategi yang dihasilkan meliputi : memperbanyak varian produk sesuai tren yang berkembang di masyarakat, meningkatkan kualitas serta mutu produk dengan memanfaatkan informasi dan teknologi, dan menjaga ketersediaan bahan baku demi kelancaran proses produksi roti.

Strategi W-O (*weakness-opportunities*) merupakan strategi yang bertujuan untuk meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada (Hayati et al., 2023). Alternatif strategi yang dihasilkan meliputi : mendaftarkan izin produk sehingga terdaftar secara tertulis dan produk dapat lebih mudah untuk dipasarkan dan meningkatkan kualitas kemasan produk agar dapat menarik konsumen sesuai dengan tren yang berkembang.

Strategi S-T (*strength-threat*) adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari atau meminimalkan dampak ancaman eksternal dalam menentukan strategi pengembangan usaha agroindustri (Haloho et al., 2022). Alternatif strategi meliputi meningkatkan varian produk roti agar tidak mudah ditiru dan menetapkan harga jual yang sesuai dengan pasar untuk meminimalisir pindahnya konsumen ke pesaing.

Strategi W-T (*weakness-threat*) merupakan strategi yang meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman eksternal dalam menentukan strategi yang dihasilkan (Sucihati et al., 2021). Strategi tersebut meliputi meningkatkan promosi produk agar dapat bersaing dengan produk roti lainnya serta memperbaharui kemasan sehingga tidak mudah ditiru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Besarnya nilai tambah yang diperoleh untuk usaha agroindustri roti yaitu Rp.5.428,80/KgBB dengan keuntungan sebesar Rp. 3.208,24/KgBB. Rasio nilai tambah pada agroindustri roti berada pada posisi sedang yaitu sebesar 20,21%.
2. Hasil analisis SWOT IFAS dan EFAS agroindustri roti di kecamatan Sandubaya Kota Mataram menunjukkan faktor-faktor kekuatan yang lebih kuat daripada faktor kelemahan, dan memiliki peluang yang lebih kuat dibandingkan faktor ancaman. Diagram matriks SWOT menunjukkan bahwa posisi agroindustri roti di kecamatan Sandubaya Kota Mataram berada pada posisi 1 atau kuadran berkembang (*growth*) sehingga strategi pengembangan yang diperlukan untuk meningkatkan kekuatan dan peluang yang ada. Adapun strategi kekuatan yang diperlukan yaitu memperbanyak varian produk sesuai tren yang berkembang di masyarakat, meningkatkan kualitas serta mutu produk dengan memanfaatkan teknologi dan informasi yang ada serta menjaga ketersediaan bahan baku agar memperlancar proses produksi roti.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan serta hasil analisis yang telah diuraikan, maka dapat diambil beberapa hal yang dapat dijadikan saran sebagai berikut:

1. Para pelaku agroindustri dapat merencanakan estimasi keuntungan dimasa yang akan datang dengan menentukan skala produksi optimal melalui perhitungan nilai tambah yang telah dilakukan.
2. Para pelaku agroindustri diharapkan melakukan pemasaran melalui online agar dapat menjangkau dan mengembangkan agroindustri sehingga target atau konsumen yang akan dicapai akan lebih banyak dibandingkan hanya mengandalkan pemasaran langsung saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalaga Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*, 1(3), 223–233.
- Arianti, Y. S., & Waluyati, L. R. (2019). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Merah di Kabupaten Madiun. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 3(2), 256–266.
- Bowo, A. A., Wahyuda, & Sitania, F. D. (2023). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Utama Produksi Roti Menggunakan Metode Economic Order Quantity (Studi Kasus: Sari Madu Bakery Samarinda). *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1), 1–13.
- BPS. (2022). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2022*. Badan Pusat Statistik Indonesia.

- Haloho, R. D., Nainggolan, L. P., Sinaga, R., & Ermanda, A. P. (2022). Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Aren di Desa Buluh Awar Kecamatan Sibolangit. *Jurnal Pengembangan Penyuluhan Pertanian*, 19(36), 130–143.
- Haris, W. A., Sarma, M., & Falatehan, A. F. (2017). Analisis Peranan Subsektor Tanaman Pangan terhadap Perekonomian Jawa Barat. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 1(3), 231–242.
- Hayati, S., Yusuf, M. N., & Andrie, B. M. (2023). Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Sukun di Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis. *Jurnal Agristan*, 5(2), 340–353.
- Hutauruk, J., & Wau, J. (2022). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pemasaran Agroindustri Donat Kentang. *Jurnal Agriust*, 2(2), 58–66.
- Kalangie, G. P., Loho, A. E., & Pangemanan, P. A. (2022). Analisis Keuntungan dan Nilai Tambah Agroindustri Kue Bepang pada UD. Ciput di Desa Karondoran Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Pedesaan*, 3(4), 440–450.
- Kurniawan, M. N., Bahtiar, R. R., & Karimah, M. H. (2020). Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu (*Manihot Esculenta* Crantz Sin.) Menjadi Tape di UD. Wanda Putri Banyuwangi. *Social and Humanities*, 6(2).
- Mardikaningsih, R., Sinambela, E. A., Retnowati, E., Purwantiningsih, B., Halizah, S. N., Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). Strategi Pengembangan Usahatani Buah Naga di Kecamatan Lawang Kabupaten Malang. *Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 2(1), 21–32.
- Maulana, K., Rochdiani, D., & Nurahman, I. S. (2023). Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut (Studi Kasus pada Agroindustri Gula Semut SSF (Sweet Sugar Family) di Desa Karangbenda Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 10(3), 1580–1592.
- Naton, S., Radiansah, D., & Juniansyah, H. (2020). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Pisang Pada UMKM Keripik Tiga Bujang di Kota Pontianak. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(2).
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rangkuti, F. (2018). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT* (Edisi 24). Gramedia.
- Rohadi, I. (2021). *Analisis Nilai Tambah Agroindustri Berbahan Baku Kedelai di Kota Mataram* [Skripsi]. Universitas Mataram.
- Slamet, A. H. H., Mutmainah, D. N., Rizqullah, R., & Apriani, F. (2022). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Industri Olahan Kulit Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. *Food Scientia : Journal of Food Science and Technology*, 2(1), 20–47.
- Sucihati, R. N., Kamaruddin, & Utami, A. S. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Ikan Air Tawar Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Pada Nelayan Bendungan Batu Bulan Desa Maman). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 169–178.
- Yosifani, D. Y., Satriani, R., & Putri, D. D. (2021). Nilai Tambah Kedelai Menjadi Tahu Kuning dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhinya. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 18(1), 101–111.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Budi Utama.