

**KERAGAAN AGROINDUSTRI BERAS SIGER
(KASUS DI AGROINDUSTRI TOGA SARI KABUPATEN TULANG BAWANG DAN
AGROINDUSTRI MEKAR SARI KOTA METRO)**

(Performance of Siger Rice Agroindustry : Case in Toga Sari Agroindustry of Tulang Bawang District and Mekar Sari Agroindustry of Metro City)

Sheila Fathia Aldhariana, Dyah Aring Hepiana Lestari, Hanung Ismono

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No.1
Bandar Lampung 35141, Telp 082183929311, e-mail: sheila.fathia13@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research are to determine the process of raw materials procurement that correspond to six right (on time, right place, right quality, right quantity, right type, and the right price), to analyze processing activities to make income and added value of products, to determine the marketing mix in the marketing activities of siger rice's product, and to determine the role of supporting services. This research uses a case study method in Toga Sari Agro industry at Wira Agung Sari Village, Penawartama Tulang Bawang and in Mekar Sari Agro industry at Margorejo Village, South Metro Metro City. The research locations are chosen purposively by consideration of comparing both agro industry based on the similarities and differences they have. Data of this research was collected on August 2015 – November 2015 and be analyzed by descriptive analysis of quantitative and qualitative. The result of this research showed that the sixth component of raw materials procurement in Toga Sari Agro industry has been right, while in Mekar Sari Agro industry there was one component, namely price, has not been right. The income in Toga Sari Agroindustry was bigger than that of in Mekar Sari Agroindustry. Both siger rice's agro industries were viable because they had positive added value and quite favorable seen by the R/C ratio. Marketing strategy of siger rice in both agro industries have been using marketing mix. All of supporting services were utilized in Toga Sari and Mekar Sari Agroindustry gave a positive role for the continuity of the production activities.

Key words: agroindustry, marketing, siger rice

PENDAHULUAN

Pangan merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus terpenuhi setiap hari. Hal ini dikarenakan pangan merupakan salah satu kebutuhan primer yang dapat menjadi sumber energi bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Masyarakat selalu berusaha memenuhi kebutuhan pangannya dengan mengkonsumsi makanan yang sehat dan bergizi untuk mencapai kondisi ketahanan pangan. Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 Pasal 1 tentang Pangan menyatakan bahwa ketahanan pangan adalah kondisi terpenuhinya pangan bagi negara sampai dengan perseorangan, yang tercerminkan tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, merata, dan terjangkau serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat, untuk dapat hidup sehat, aktif, dan produktif secara berkelanjutan (Badan Ketahanan Pangan 2013).

Namun, pada kenyataannya saat ini masyarakat di Indonesia umumnya dan di Provinsi Lampung

khususnya belum mampu mencapai kondisi ketahanan pangan dikarenakan tiga komponen utama ketahanan pangan yaitu ketersediaan, akses, dan pemanfaatan pangan belum memadai. Hal ini dapat dilihat dari tingginya permintaan masyarakat akan beras sebagai bahan pokok makanan belum mampu dipenuhi dengan jumlah ketersediaan beras yang ada. Oleh karena itu, perlu adanya pemanfaatan pangan dengan melakukan diversifikasi pangan agar kondisi ketahanan pangan dapat tercapai.

Diversifikasi pangan merupakan proses pengembangan produk pangan yang tidak tergantung kepada satu jenis pangan saja tetapi memanfaatkan bermacam-macam pangan dalam upaya untuk memperbaiki mutu gizi masyarakat (Ariani 2008). Salah satu bentuk diversifikasi pangan adalah dengan pemanfaatan ubi kayu sebagai alternatif pengganti beras. Ubi kayu dapat dijadikan alternatif pengganti beras dikarenakan ubi kayu memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi (Hendaris, Zakaria, dan Kasymir 2013). Selain itu, menurut Badan Pusat Statistik (2011),

ketersediaan ubi kayu di Provinsi Lampung memiliki jumlah yang tinggi, sehingga Provinsi Lampung terkenal sebagai daerah utama penghasil ubi kayu.

Salah satu produk pangan dari ubi kayu yang dapat dijadikan alternatif pangan adalah beras siger. Alasan mengapa beras siger dijadikan sebagai alternatif pengganti beras dikarenakan penampilan beras siger dibuat menyerupai penampilan beras pada umumnya dan komposisi zat gizi beras siger yang baik.

Pemanfaatan beras siger dalam upaya diversifikasi produk pangan ditentukan oleh keragaan atau *performance* agroindustri. Keragaan agroindustri melibatkan tiga kegiatan utama yaitu pengadaan bahan baku, pengolahan dan pemasaranserta didukung oleh jasa layanan pendukung. Kegiatan pengadaan bahan baku penting untuk diperhatikan karena bahan baku yang digunakan merupakan produk pertanian yang memiliki karakteristik khusus. Kegiatan pengolahan juga penting diperhatikan karena dengan pengolahan yang baik maka agroindustri akan memperoleh nilai tambah dan pendapatan yang tinggi, sehingga menghasilkan keuntungan maksimal. Kegiatan pemasaran beras siger dapat didukung dengan penerapan bauran pemasaran pada agroindustri agar produk yang dihasilkan lebih bernilai jual tinggi, sehingga produsen dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam rantai pemasaran beras siger dapat memperoleh margin pemasaran sesuai dengan yang diharapkan.

Ketiga kegiatan utama pada agroindustri beras siger tersebut tentu akan semakin efektif apabila didukung dengan adanya peran jasa layanan pendukung. Akan tetapi, saat ini tidak semua jenis jasa layanan pendukung telah dimanfaatkan oleh agroindustri beras siger dikarenakan beberapa alasan. Keragaan agroindustri juga dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya skala usaha agroindustri. Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui proses pengadaan bahan baku yang sesuai dengan enam tepat (tepat waktu, tepat tempat, tepat kualitas, tepat kuantitas, tepat jenis, dan tepat harga), menganalisis kegiatan pengolahan dalam menghasilkan pendapatan dan nilai tambah produk, mengetahui bauran pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk beras siger, dan mengetahui peranan jasa layanan pendukung.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian ini dilakukan di dua agroindustri beras siger yaitu Agroindustri Toga Sari (TS) di Desa Wira Agung Sari Penawartama Tulang Bawang dan Agroindustri Mekar Sari (MS) di Desa Margorejo Metro Selatan Kota Metro. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan keduanya masih aktif melakukan produksi dan menghasilkan produk beras siger berwarna kuning, sedangkan perbedaannya adalah Agroindustri TS merupakan agroindustri berskala usaha besar dengan jumlah produksi rata-rata 100-200 kg/bulan dan Agroindustri MS merupakan agroindustri berskala usaha kecil dengan jumlah produksi rata-rata 25 – 40 kg/bulan. Pengambilan data dilakukan pada bulan Agustus 2015-November 2015. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik agroindustri beras siger.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer berupa data tentang kegiatan dan biaya-biaya operasional produksi beras siger di kedua agroindustri diperoleh melalui wawancara dengan pemilik agroindustri beras siger, dan pengamatan langsung tentang keadaan di lapangan. Data sekunder diperoleh dari literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian dan data dari instansi terkait.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis pengadaan bahan baku, bauran pemasaran, dan jasa layanan pendukung. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis pendapatannilai tambah.

Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis tujuan pertama yaitu bagaimana manajemen pengadaan bahan baku berupa pelaksanaan enam tepat (tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga) serta permasalahan dalam pengadaan bahan baku pada agroindustri beras siger (Soekartawi 2000).

Analisis pendapatan digunakan untuk menganalisis tujuan kedua. Analisis pendapatan digunakan untuk melihat seberapa besar pendapatan yang diperoleh agroindustri beras siger dan untuk melihat apakah kedua agroindustri beras siger

tersebut layak untuk diusahakan berdasarkan nilai R/C rasio. Analisis pendapatan secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

$$\Pi = Y \cdot P_Y - \sum X_i \cdot P_{X_i} - BTT \dots\dots\dots (2)$$

$$R/C = TR / TC \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

- Π = Pendapatan (Rp)
- R/C = Nisbah penerimaan dan biaya
- Y = Produksi beras siger (Kg)
- Py = Harga beras siger (Rp)
- Xi = Faktor produksi (i = 1,2,3,.....,n)
- Pxi = Harga faktor produksi ke-i (Rp)
- BTT = Biaya tetap total (Rp)

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

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

Analisis nilai tambah digunakan untuk melihat besarnya nilai tambah ubi kayu yang diolah menjadi beras siger. Analisis ini menggunakan metode Hayami seperti yang dilakukan oleh Maharani, Lestari, dan Kasymir (2013).

Kriteria nilai tambah (NT) adalah sebagai berikut:

- a) Jika NT > 0, berarti pengembangan agroindustri beras siger memberi nilai tambah yang positif.
- b) Jika NT < 0, berarti pengembangan agroindustri beras siger memberi nilai tambah yang negatif (Hayami 1987 dalam Maharani, Lestari, dan Kasymir (2013)).

Metode analisis data yang digunakan pada tujuan ke tiga adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran berupa 4 P (*Place, Price, Place, dan Promotion*) oleh agroindustri beras siger untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Metode analisis data yang digunakan pada tujuan ke empat adalah deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis pemanfaatan jasa layanan pendukung berupa lembaga keuangan (bank), lembaga penyuluhan,

lembaga penelitian, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, asuransi, teknologi informasi dan komunikasi serta bagaimana peran dan fungsi jasa layanan pendukung tersebut dalam kegiatan produksi yang dilakukan oleh agroindustri beras siger.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Agroindustri

Agroindustri TS berdiri sejak tahun 2010, sedangkan Agroindustri MS sudah berdiri lebih lama yaitu sejak tahun 1999. Latar belakang pendirian kedua agroindustri ini sama yaitu dikarenakan adanya potensi ubi kayu yang baik terlihat dari jumlah produksinya yang banyak di sekitar lokasi agroindustri. Tenaga kerja yang digunakan oleh kedua agroindustri beras siger ini berasal dari anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) masing-masing.

Pengadaan Bahan Baku pada Agroindustri

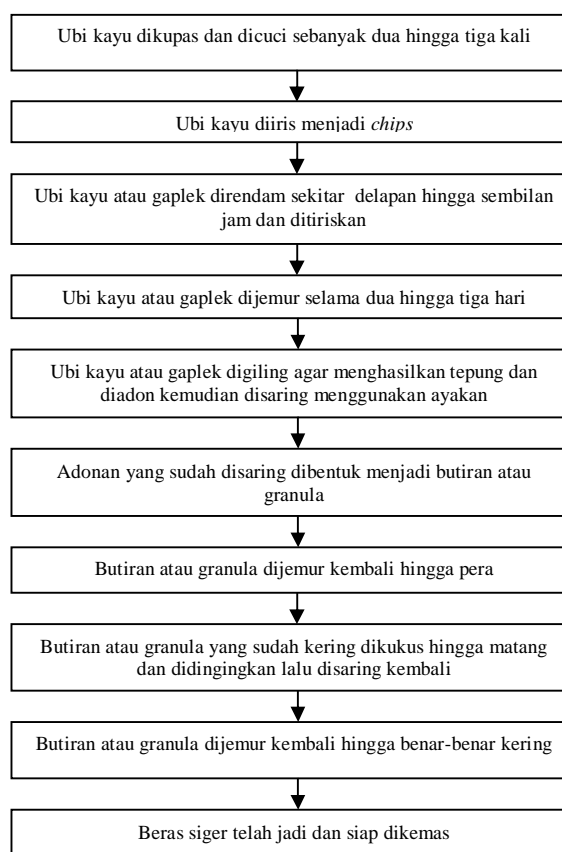
Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan beras siger pada Agroindustri TS dan Agroindustri MS adalah ubi kayu. Akan tetapi, perbedaannya pada Agroindustri TS ubi kayu yang digunakan merupakan ubi kayu segar, sedangkan pada Agroindustri MS ubi kayu sudah dalam bentuk gablek. Kegiatan pengadaan bahan baku pada kedua agroindustri beras siger dapat dilihat pada Tabel 1. Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa seluruh komponen pengadaan bahan baku pada Agroindustri TS sudah tepat, dikarenakan kegiatan pengadaan bahan baku yang diharapkan sudah sesuai dengan realita yang terjadi. Akan tetapi, pada Agroindustri MS terdapat salah satu komponen pengadaan bahan baku yang belum tepat yaitu harga. Hal ini dikarenakan harga bahan baku yaitu antara Rp2.000,00 – Rp2.500,00 per kilogram lebih mahal dibandingkan dengan yang diharapkan oleh pihak agroindustri yaitu antara Rp1.800,00 – Rp2.000,00 per kilogram.

Tabel 1. Pengadaan bahan baku di Agroindustri TS dan Agroindustri MS

Komponen Pengadaan	Agroindustri TS		Agroindustri MS		
	Bahan Baku	Harapan	Kenyataan	Harapan	Kenyataan
Waktu	Pengadaan bahan baku dilakukan 1-2 kali dalam sebulan	Pengadaan bahan baku rata-rata 2 kali dalam sebulan	Pengadaan bahan baku dilakukan 1-2 kali dalam sebulan	Pengadaan bahan baku dilakukan rata-rata 2 kali dalam sebulan	
Tempat	Adanya bahan baku yang selalu tersedia pada pemasok bahan baku	Pemasok bahan baku selalu menyediakan bahan baku saat dibutuhkan	Adanya pemasok bahan baku	Memiliki pemasok langganan dan lahan ubi kayu pribadi	
Kualitas	Bahan baku memiliki kualitas yang baik dilihat dari warna ubi kayu yang putih bersih tidak berwarna keunguan, beratnya berkisar 3 ons – 5 ons, panjang ubi kayu berkisar 20 cm – 30 cm, dan tidak rusak	Ubi kayu memiliki kualitas yang baik yaitu berwarna putih bersih, kulit ubi kayu tidak layu dan tidak berkeriput, berat ubi kayu berkisar antara 3 ons – 7 ons, panjang ubi kayu berkisar 25 cm – 32 cm, dan tidak rusak	Bahan baku memiliki kualitas yang baik dilihat dari warna gaplek yang putih bersih, tidak bau, berat satu potongan kecil gaplek berkisar 3 gram – 6 gram dengan ketebalan 2 cm – 3 cm, dan tidak rusak	Gaplek memiliki kualitas yang baik yaitu berwarna putih bersih tidak ada noda hitam, tidak bau, berat satu potongan kecil gaplek berkisar 5 gram – 8 gram dengan ketebalan berkisar 2 cm – 3 cm, dan tidak rusak	
Kuantitas	Jumlah ubi kayu rata-rata 500,00 – 1.000,00 kg / bulan	Ubi kayu yang tersedia rata-rata 500,00 – 1.750,00 kg /bulan	Jumlah gaplek rata-rata 50,00 – 80,00 kg/bulan	Gaplek yang tersedia rata-rata 60,00 – 100,00 kg/bulan	
Jenis	Semua jenis ubi kayu dapat digunakan	Ubi kayu yang digunakan jenis ubi kayu makan dan ubi kayu racun	Semua jenis gaplek dapat digunakan	Gaplek yang digunakan berasal dari ubi kayu makan & ubi kayu racun	
Harga	Harga ubi kayu per kg sebesar Rp1.000,00 – Rp1.500,00	Harga ubi kayu per kg sebesar Rp900,00 – Rp1.300,00	Harga gaplek per kg sebesar Rp1.800,00 – Rp2.000,00	Harga gaplek per kg sebesar Rp2.000,00 – Rp2.500,00	

Proses Pembuatan Beras Siger

Proses pembuatan beras siger pada Agroindustri TS dilakukan melalui sepuluh tahap dimulai dari tahap pengupasan dan pencucian hingga tahap pengemasan. Akan tetapi, proses pembuatan beras siger pada Agroindustri MS hanya melalui delapan tahap yaitu dimulai dari tahap perendaman dan penirisan hingga tahap pengemasan. Agroindustri MS tidak melakukan tahap pengupasan dan pencucian serta tahap pengirisan dalam bentuk *chips* karena bahan baku yang digunakan sudah berbentuk gaplek sehingga sudah bersih dan dalam potongan yang kecil. Proses pembuatan beras siger tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram alir pembuatan beras siger pada kedua agroindustri beras siger

Pendapatan Agroindustri Beras Siger

Salah satu tujuan melakukan kegiatan produksi beras siger pada Agroindustri TS dan Agroindustri MS adalah untuk memperoleh pendapatan. Jumlah produksi sangat mempengaruhi besarnya pendapatan yang diperoleh agroindustri beras siger. Artinya, suatu agroindustri beras siger akan memperoleh pendapatan yang lebih besar apabila

jumlah produksinya tinggi begitu juga sebaliknya. Analisis pendapatan pada kedua agroindustri beras siger dapat dilihat pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah penerimaan pada Agroindustri TS lebih besar dibandingkan dengan Agroindustri MS dikarenakan jumlah produksi pada Agroindustri TS jauh lebih tinggi. Biaya terbesar yang dikeluarkan oleh kedua agroindustri beras siger ini berasal dari biaya bahan baku. Hal ini dikarenakan kebutuhan dan harga bahan baku lebih tinggi dibandingkan dengan biaya input lainnya.

Tabel 2 juga menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk bahan baku pada Agroindustri TS lebih murah dibandingkan dengan Agroindustri MS dikarenakan harga ubi kayu lebih murah dibandingkan dengan harga gaplek. Berdasarkan analisis pendapatan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan Agroindustri TS lebih besar dibandingkan dengan pendapatan Agroindustri MS. Hal ini dikarenakan jumlah penerimaan pada Agroindustri TS lebih tinggi. Dilihat dari nisbah penerimaan terhadap biaya

tunai dan biaya total (R/C rasio) per bulan, maka diketahui bahwa Agroindustri TS dan Agroindustri MS menguntungkan karena nilai R/C rasio yang diperoleh lebih dari satu. Oleh karena itu, kedua agroindustri ini layak dan cukup menguntungkan untuk dijalankan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Novia, Zakaria, dan Lestari (2013) yang menunjukkan bahwa Agroindustri beras siger SU dan Agroindustri beras siger SS juga sudah menguntungkan dan layak diusahakan seperti halnya Agroindustri TS dan Agroindustri MS karena nilai R/C atas biaya total lebih dari satu yaitu sebesar 1,26 dan 1,39. Nilai R/C rasio pada kedua agroindustri tersebut lebih besar dibandingkan dengan Agroindustri TS dan Agroindustri MS. Hal ini dikarenakan jumlah penerimaan pada Agroindustri beras siger SU dan Agroindustri beras siger SS lebih besar dibandingkan dengan jumlah penerimaan Agroindustri TS dan Agroindustri MS.

Tabel 2. Analisis pendapatan rata-rata per bulan pada Agroindustri TS dan Agroindustri MS (2014 – 2015)

No	Uraian	Satuan	Agroindustri TS			Agroindustri MS		
			Pendapatan Rata-rata per bulan					
			Jumlah	Harga (Rp)	Biaya (Rp)	Jumlah	Harga (Rp)	Biaya (Rp)
1	Penerimaan							
	Produksi	Kg	185,83	10.000,00	1.858.333,00	39,92	9.000,00	359.250,00
2	Biaya Produksi							
	I. Biaya Tunai							
	Biaya Variabel							
	Ubi Kayu	Kg	929,17	1.000,00	981.666,70	79,83	2.291,67	183.166,70
	Bahan Bakar	Karung	2,92	7.500,00	21.875,00	3,58	7.500,00	26.875,00
	Plastik	Lembar	185,83	200,00	37.166,67	38,50	200,00	7.700,00
	Logo	Lembar	185,83	300,00	55.750,00	38,50	150,00	5.775,00
	TKLK	HOK	18,38	20.000,00	367.500,00	4,75	10.000,00	47.500,00
	Biaya Angkut	Rp			25.000,00			0,00
	Lilin	Batang	0,00	0,00	0,00	2,25	1.500,00	3.375,00
	Biaya Tetap							
	Biaya Listrik	Rp			10.000,00			0,00
	Total Biaya Tunai	Rp			1.498.958,00			274.391,70
	II. Biaya Diperhitungkan							
	Biaya Variabel							
	TKDK	HOK	1,63	20.000,00	32.500,00	2,00	10.000,00	20.000,00
	Biaya Tetap							
	Penyusutan	Rp			111.305,60			43.958,33
	Total Biaya Diperhitungkan	Rp			143.806,00			63.958,33
	Total Biaya	Rp			1.642.764,00			338.350,00
3	Pendapatan							
	Pendapatan Atas Biaya Tunai	Rp			366.041,70			84.858,33
	Pendapatan Atas Biaya Total	Rp			222.236,10			20.900,00
4	R/C Ratio							
	R/C Ratio Atas Biaya Tunai				1,26			1,31
	R/C Ratio Atas Biaya Total				1,13			1,06

Nilai Tambah Agroindustri Beras Siger

Analisis nilai tambah tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah produksi melainkan juga dipengaruhi oleh jumlah penggunaan bahan baku, harga bahan baku dan sumbangan input lain. Analisis nilai tambah pada Agroindustri TS dan Agroindustri MS dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan Tabel 3 maka dapat diketahui bahwa nilai tambah pada Agroindustri MS menunjukkan nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai tambah pada Agroindustri TS. Hal ini dikarenakan jumlah penggunaan bahan baku pada Agroindustri TS lebih banyak, sehingga nilai output dan faktor konversinya juga lebih kecil.

Berdasarkan kriteria penilaian nilai tambah, maka dapat dikatakan bahwa Agroindustri TS dan Agroindustri MS memberikan nilai tambah positif, (NT > 0). Selain itu, dapat disimpulkan bahwa kedua agroindustri beras siger ini termasuk ke

dalam agroindustri padat karya dikarenakan nilai balas jasa terhadap tenaga kerja lebih besar dibandingkan terhadap nilai keuntungan. Oleh karena itu, kedua agroindustri ini mempunyai prospek yang baik untuk dijalankan karena dapat menyerap tenaga kerja yang ada di sekitar lokasi agroindustri beras siger.

Hasil penelitian ini sedikit berbeda dengan hasil penelitian Novia, Zakaria, dan Lestari (2013) yang menunjukkan bahwa agroindustri beras siger SU memberikan nilai tambah sebesar Rp3.065,38/kg bahan baku, sedangkan agroindustri beras siger SS memberikan nilai tambah sebesar Rp1.508,04/kg. Nilai tambah pada kedua agroindustri tersebut lebih besar dibandingkan dengan Agroindustri TS dan Agroindustri MS. Hal ini dikarenakan faktor konversi pada agroindustri SU dan SS lebih besar serta nilai sumbangan input lainnya yang lebih kecil.

Tabel 3. Analisis nilai tambah rata-rata per bulan pada Agroindustri TS dan Agroindustri MS (tahun 2014 - 2015)

No	Variabel	Nilai	Nilai Tambah Rata – Rata Per Bulan	
			Agroindustri TS	Agroindustri MS
Output, Input dan Harga				
1	Output (kg/bulan)	A	185,83	39,92
2	Bahan baku (kg/bulan)	B	929,17	79,83
3	Tenaga Kerja (HOK/bulan)	C	20,00	6,75
4	Faktor Konversi	$D = A/B$	0,20	0,50
5	Koefisien Tenaga Kerja	$E = C/B$	0,02	0,09
6	Harga Output (Rp/kg)	F	10.000,00	9.000,00
7	Upah Rata-rata Tenaga Kerja (Rp/HOK)	G	20.000,00	10.000,00
Pendapatan dan Keuntungan (Rp/kg)				
8	Harga bahan baku (Rp/kg)	H	1.000,00	2.291,67
9	Sumbangan input lain (Rp/ kg bahan baku)	I	296,26	1.104,09
10	Nilai Output	$J = D \times F$	2.000,00	4.500,00
11	a. Nilai Tambah	$K = J - I - H$	703,74	1.104,24
	b. Rasio Nilai Tambah	$L = (K/J) \times 100\%$	35,19	24,54
12	a. Imbalan Tenaga Kerja	$M = E \times G$	489,83	860,31
		$N\% = (M/K) \times 100\%$		
	b. Bagian Tenaga Kerja	100%	69,60	77,91
13	a. Keuntungan	$O = K - M$	213,91	243,93
	b. Tingkat keuntungan	$P\% = (O/K) \times 100\%$	30,40	22,10
Balas Jasa Pemilik Faktor-Faktor Produksi				
14	Marjin Keuntungan	$Q = J - H$	1.000,00	2.208,33
	a. Keuntungan	$R = O/Q \times 100\%$	21,40	11,05
	b. Tenaga Kerja	$S = M/Q \times 100\%$	48,98	38,96
	c. Input lain	$T = I/Q \times 100\%$	29,62	50,00

Bauran Pemasaran Beras Siger

Kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang penting untuk dilakukan oleh kedua agroindustri beras siger. Hal ini dikarenakan melalui kegiatan pemasaran, produk beras siger dapat lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat luas. Kegiatan pemasaran pada Agroindustri TS dan Agroindustri MS akan berjalan lancar apabila didukung dengan adanya strategi pemasaran yang baik. Salah satu cara yang dilakukan oleh Agroindustri TS dan Agroindustri MS dalam menyusun strategi pemasaran beras siger adalah dengan menggunakan bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2009), komponen bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau distribusi), dan *promotion* (promosi). Komponen-komponen 4 P yang diterapkan pada Agroindustri TS dan Agroindustri MS dapat dilihat pada Tabel 4.

Berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran beras siger pada Agroindustri TS lebih baik dibandingkan dengan strategi pemasaran beras siger pada Agroindustri MS dilihat dari komponen produk, komponen harga, dan komponen tempat. Akan tetapi, dilihat dari komponen promosi dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan kedua agroindustri beras siger ini masih sangat minim. Hal ini disebabkan oleh kedua agroindustri beras siger tersebut tidak memiliki biaya yang memadai untuk melakukan kegiatan promosi. Namun, hal ini tidak menutup kemungkinan bagi produsen kedua agroindustri beras siger tersebut untuk melakukan kegiatan promosi apabila dana yang dimiliki telah memadai dan mesin untuk keperluan produksi juga telah memadai dan efektif.

Jasa Layanan Pendukung

Jasa layanan pendukung merupakan salah satu faktor penting dalam suatu agroindustri karena peran jasa layanan pendukung tersebut dapat memberikan dampak yang positif bagi kedua agroindustri beras siger. Akan tetapi, saat ini tidak semua jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan dengan baik oleh Agroindustri TS dan MS. Ketersediaan dan pemanfaatan jasa layanan pendukung oleh Agroindustri TS dan Agroindustri MS dapat dilihat pada Tabel 5.

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa terdapat tiga jasa layanan pendukung yang belum dimanfaatkan oleh kedua agroindustri beras siger yaitu lembaga keuangan (Bank), lembaga

penelitian dan asuransi. Bank belum dimanfaatkan oleh kedua agroindustri beras siger dikarenakan para anggota KWT TS dan anggota KWT MS beranggapan bahwa Bank memiliki proses yang rumit. Selain itu, Agroindustri MS juga memiliki alasan lain terkait belum dimanfaatkannya Bank yaitu perasaan takut apabila dana yang digunakan dari Bank tidak mampu dilunasi dalam jangka waktu yang ditentukan.

Lembaga penelitian seperti Badan Ketahanan Pangan, Universitas Lampung, dan Polinela Lampung belum dimanfaatkan oleh kedua agroindustri beras siger ini dikarenakan jaraknya yang cukup jauh dari kedua lokasi agroindustri yaitu sekitar 120 km dari Agroindustri TS dan 49,2 km dari Agroindustri MS. Asuransi belum dimanfaatkan oleh kedua agroindustri beras siger, karena hingga saat ini belum ada asuransi untuk produk pertanian.

Jasa-jasa layanan pendukung yang sudah dimanfaatkan dengan baik oleh Agroindustri TS dan Agroindustri MS antara lain adalah lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, serta teknologi informasi dan komunikasi. Adanya peran beberapa jasa layanan pendukung terhadap kegiatan Agroindustri TS dan Agroindustri MS memberikan manfaat yang positif. Manfaat yang diperoleh kedua agroindustri tersebut antara lain memperoleh masukan positif dan informasi penting dari Badan Ketahanan Pangan (BKP) melalui Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL), mempermudah dalam melakukan pembelian sarana produksi dan menghadiri kegiatan yang diadakan oleh pemerintah dikarenakan adanya sarana transportasi, mempermudah kegiatan produksi karena ada bantuan alat dan dana dari BKP Daerah dan Provinsi, serta memperlancar komunikasi karena adanya *handphone* dan mengetahui berita atau perkembangan terbaru mengenai beras siger melalui koran, televisi, dan radio.

Hasil penelitian ini sedikit berbeda dengan hasil penelitian Pustika (2007) mengenai keragaan agroindustri bihun di Kota Metro. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa jasa layanan pendukung yang telah dimanfaatkan oleh agroindustri bihun di Kota Metro adalah lembaga keuangan berupa Bank sebagai sumber modal pinjaman bagi agroindustri bihun, pemasok (*supplier*) sarana produksi, dan fasilitas umum berupa sarana pengangkutan dan jalan raya.

Tabel 4. Komponen bauran pemasaran (4 P) pada Agroindustri TS dan Agroindustri MS

No	Komponen	Agroindustri TS	Agroindustri MS
1.	Produk		
	a. Bentuk, ukuran, dan jumlah produksi	Tidak disesuaikan dengan permintaan konsumen	Tidak disesuaikan dengan permintaan konsumen
	b. Bentuk kemasan	Bungkusan	Bungkusan
	c. Merek	Sinar mantap	Belum ada merek
	d. Masa keawetan	Kurang lebih 1 tahun	Kurang lebih 1 tahun
2.	Harga		
	a. Penetapan harga	Berdasarkan pengeluaran dan biaya produksi beras siger	Berdasarkan kesepakatan anggota KWT dan perkiraan keuntungan yang akan dicapai
	b. Harga beras siger	Cukup terjangkau	Cukup terjangkau
	c. Cara pembayaran beras siger	Secara tunai	Secara tunai
3.	Tempat		
	a. Penjualan beras siger	Dipasarkan secara langsung	Dipasarkan secara langsung
	b. Sasaran pemasaran	Masyarakat sekitar dan masyarakat umum	Masyarakat sekitar dan masyarakat umum
	c. Tempat pemasaran	Rumah produksi dengan menjual langsung kepada konsumen, melalui pedagang pengecer berupa warung, dan pedagang pengecer berupa supir travel	Rumah produksi dengan menjual langsung kepada konsumen dan melalui pedagang pengecer berupa PPL pada agroindustri tersebut
	d. Lokasi agroindustri	Sudah tergolong strategis	Belum tergolong strategis
4.	Promosi		
	a. Kegiatan promosi	Melalui pameran, pemberian nomor telepon pada kemasan, dan metode <i>personal selling</i>	Melalui pameran, pemberian nomor telepon pada kemasan, dan metode <i>personal selling</i>

Tabel 5. Ketersediaan dan pemanfaatan jasa layanan pendukung oleh Agroindustri TS dan Agroindustri MS

Uraian	Agroindustri TS				Agroindustri MS			
	Keberadaan		Pemanfaatan		Keberadaan		Pemanfaatan	
Ketersediaan	Ada	Tidak	Sudah	Belum	Ada	Tidak	Sudah	Belum
•Lembaga Keuangan (Bank dan Koperasi)	Ada			Belum	Ada			Belum
•Lembaga penelitian		Tidak		Belum		Tidak		Belum
•Lembaga penyuluhan	Ada		Sudah		Ada		Sudah	
•Sarana transportasi	Ada		Sudah		Ada		Sudah	
•Kebijakan pemerintah	Ada		Sudah		Ada		Sudah	
•Teknologi informasi dan komunikasi	Ada		Sudah		Ada		Sudah	
•Asuransi		Tidak		Belum		Tidak		Belum

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa : Keenam komponen pengadaan bahan baku pada Agroindustri TS sudah tepat, sedangkan pada Agroindustri MS masih terdapat satu komponen yang belum tepat yaitu harga. Pendapatan pada Agroindustri TS lebih besar dibandingkan pada Agroindustri MS. Kedua agroindustri beras siger tersebut layak dijalankan karena memiliki nilai tambah yang positif dan cukup menguntungkan dilihat dari R/C rasio. Nilai tambah pada Agroindustri MS yaitu Rp1.104,24/kg bahan baku lebih besar dibandingkan dengan nilai tambah pada

Agroindustri TS yaitu Rp703,74/kg bahan baku. Ketiga, strategi pemasaran beras siger pada kedua agroindustri menggunakan *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Dilihat dari komponen produk, harga, dan tempat, Agroindustri TS lebih baik dibandingkan dengan Agroindustri MS. Akan tetapi kedua agroindustri beras siger ini memiliki kesamaan yaitu kegiatan promosi yang dilakukan masih sangat minim. Keempat, seluruh jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan pada kedua agroindustri beras siger tersebut memberikan peran yang positif bagi kelancaran kegiatan produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini N, Hasyim AI, dan Situmorang S. 2013. Analisis efisiensi pemasaran ubi kayu di Provinsi Lampung. *JIIA*, 1 (1) : 80-86. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/135>. [4 November 2015].
- Ariani M. 2008. *Keberhasilan Diversifikasi Pangan Tanggung Jawab Bersama*. BPTP Banten. Banten.
- BKP [Badan Ketahanan Pangan]. 2013. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan. <http://bkp.pertanian.go.id/berita-178undang-undang-republik-indonesia-nomor-18-tahun-2012-tentang-pangan.html>. [26 April 2016].
- BPS [Badan Pusat Statistik]. 2011. Jumlah Produksi, Produktivitas, Konsumsi, dan Ketersediaan Tanaman Pangan menurut Provinsi. <http://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/880>. [15 Juni 2015].
- Hasyim AI. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung. Lampung.
- Hendaris TW, Zakaria WA, dan Kasymir E. 2013. Pola konsumsi dan atribut-atribut beras siger yang diinginkan konsumen rumah tangga di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. *JIIA*, 1 (3) : 233-237. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/578>. [25 Mei 2015].
- Kotler P dan Keller KL. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Maharani CN, Lestari DAH, dan Kasymir E. 2013. Nilai tambah dan kelayakan usaha skala kecil dan skala menengah pengolahan limbah padat ubi kayu (onggok) di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *JIIA*, 1 (4) : 284-290. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/704>. [4 November 2015].
- Masesah L, Hasyim AI, dan Situmorang S. 2013. Analisis manajemen pengadaan bahan baku, nilai tambah, dan strategi pemasaran pisang bolen di Bandar Lampung. *JIIA*, 1 (4) : 298-303. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/705/647>. [4 November 2015].
- Novia W, Zakaria WA, dan Lestari DAH. 2013. Analisis nilai tambah dan kelayakan pengembangan agroindustri beras siger. *JIIA*, 1(3) : 210-217. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/575>. [25 Mei 2015].
- Pustika Y. 2007. Keragaan agroindustri bihun di Kota Metro. *Skripsi*. Universitas Lampung. Lampung.
- Sari N. 2007. Keragaan agroindustri skala kecil keripik ubi jalar dan ubi kayu di Kelurahan Segala Mider Kota Bandar Lampung. *Skripsi*. Universitas Lampung. Lampung.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.