

# **STRATEGI PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN BERAS SIGER DARI UBIKAYU DI DESA WIRA AGUNG SARI KECAMATAN PENAWARTAMA-TULANG BAWANG**

Oleh

Subeki<sup>1</sup>, Tanto Pratondo Utomo<sup>1</sup>, Novita Herdiana<sup>1</sup>, Wisnu Satyajaya<sup>1</sup>, Erdi Suroso<sup>1</sup>,  
Gusri Akhyar Ibrahim<sup>2</sup>, Nurmansyah<sup>3</sup>, Sri Lambang Asih<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Lampung Jl. S. Brojonegoro  
No. 1 Bandar Lampung – Lampung 34145

<sup>2</sup>Jurusan Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Lampung Jl. S. Brojonegoro No. 1 Bandar  
Lampung – Lampung 34145

<sup>3</sup>Dinas Ketahanan Pangan Tulang Bawang Jl. Cemara Komplek Pemda Kabupaten Tulang  
Bawang

## **Abstrak**

Program pengabdian pada industri kecil pembuatan beras siger pada KWT Toga Sari di Desa Wira Agung Sari Kecamatan Penawar Tama Kabupaten Tulang Bawang, dilatarbelakangi oleh potensi daerah dan keinginan masyarakat untuk mengolah ubikayu. Program ini dilaksanakan untuk menerapkan teknologi secara berkelanjutan untuk memperkuat daya saing industri mitra. Tujuan kegiatan ini adalah untuk menentukan strategi pengembangan dan pemasaran beras siger di Desa Wira Agung Sari. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi penyuluhan, pendidikan dan pelatihan, pembuatan beras siger, pembimbingan, pendampingan, dan penelitian. Beras siger yang diproduksi mempunyai karakteristik berwarna putih, tekstur agak lengket, aroma tidak khas ubi kayu, dan disukai oleh panelis. Kandungan gizi beras siger ini adalah kadar air (10,19%), abu (0,31%), lemak (0,56%), protein (2,69%), serat kasar (4,50%), dan karbohidrat (81,75%). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat untuk beras siger di Desa Wira Agung Sari yaitu dengan strategi pertumbuhan yang agresif. Industri beras siger memiliki situasi yang sangat menguntungkan, memiliki kekuatan untuk mengatasi ancaman, dan memiliki peluang untuk mengatasi kelemahan sehingga dapat memperluas wilayah pemasaran. Sedangkan untuk strategi pengembangan beras siger di Desa Wira Agung Sari yaitu dengan melakukan strategi diversifikasi, yang berarti bahwa industri beras siger ini berada dalam posisi yang bagus akan tetapi masih menghadapi beberapa tantangan. Peningkatan strategi dapat dicapai dengan meningkatkan jumlah produksi yang diimbangi dengan memperluasnya jaringan pemasaran dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan serta meningkatkan kerja sama dengan pemerintah untuk lebih meningkatkan jumlah produksi.

**Kata kunci:** Beras siger, strategi pemasaran, Penawar Tama, Tulang Bawang, Togasari, ubikayu

**ABSTRAK**  
**STRATEGI PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN BERAS ANALOG DI DESA WIRA**  
**AGUNG SARI KECAMATAN PENAWARTAMA**  
**TULANG BAWANG**

**Oleh**

**Rukmini Susilowati**

Beras analog adalah makanan fungsional dan merupakan salah satu bentuk diversifikasi pangan berbasis sumberdaya lokal yaitu berasal dari ubi kayu yang mengalami pengolahan sehingga berbentuk butiran-butiran seperti beras. Salah satu produsen beras analog di Provinsi Lampung yaitu Kelompok Wanita Tani Toga Sari yang berada di Desa Wira Agung Sari. Dalam pelaksanaan kegiatan produksi beras analog terdapat beberapa kendala baik kendala internal maupun eksternal yang mempengaruhi berkembangnya industri serta mempengaruhi pemasaran produk. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi alternatif strategi pengembangan dan pemasaran beras analog serta menentukan dan menyusun strategi pengembangan dan pemasaran beras analog di Desa Wira Agung Sari. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus Teknik pengumpulan data responden dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara langsung. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara, kuisisioner, pengamatan serta pencatatan langsung tentang keadaan di lapangan Sedangkan data sekunder diperoleh melalui analisis dokumen-dokumen atau dengan studi dokumentasi yaitu mempelajari dan mengamati dokumen catatan tertulis atau arsip yang relevan dengan penelitian terkait. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat untuk agroindustri beras analog yaitu strategi pertumbuhan yang agresif. Industri kecil beras analog memiliki situasi yang sangat menguntungkan, industri tersebut memiliki kekuatan untuk mengatasi ancaman dan memiliki peluang untuk mengatasi kelemahan sehingga dapat memanfaatkan untuk memperluas wilayah pemasaran. Sedangkan untuk strategi pengembangan yang tepat untuk agroindustri beras analog di Desa Wira Agung Sari yaitu melakukan strategi diversifikasi, yang artinya agroindustri beras analog tersebut dalam posisi yang bagus akantetapi masih menghadapi beberapa tantangan. Peningkatan strategi dapat dicapai dengan meningkatkan jumlah produksi yang diimbangi dengan memperluasnya jaringan pemasaran dan meningkatkan kualitas dari produk yang dihasilkan serta meningkatkan kerja sama dengan pemerintahan untuk lebih meningkatkan jumlah produksi.

**Kata kunci** : Beras analog, strategi pemasaran, strategi pengembangan

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS KELAYAKAN USAHA DAN PREFERENSI KONSUMEN BERAS ANALOG DI KELURAHAN WAY KANDIS KECAMATAN TANJUNG SENENG BANDAR LAMPUNG** Oleh

**IkrarTriastuti**

Beras analog merupakan produk beras dari bahan non padi dan memiliki bentuk menyerupai beras pada umumnya. Beras analog yang dihasilkan umumnya berbentuk butiran/granule, ada yang berwarna putih dan agak kekuningan, dan beraroma khas singkong. Produk ini memiliki indeks glikemik rendah sehingga baik sekali dikonsumsi bagi penderita diabetes. Oleh karena itu akan didirikan usaha beras analog berbahan dasar ubikayu di Way Kandis, Kecamatan Tanjung Seneng, Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan usaha beras analog dan mengetahui preferensi konsumen terhadap produk beras analog berbahan ubikayu. Hasil analisis kelayakan financial dinyatakan layak, terbukti dengan nilai NPV (*Net Present Value*) (Rp269255452.03), IRR (*Internal Rate of Return*) (32%), B/C Ratio (2.49), dan PBP (*Payback Periode*) (3.62 tahun). Hasil analisis preferensi konsumen atribut yang termasuk pada kuadran I adalah promosi. Kuadran II terdapat enam atribut yaitu harga, manfaat, motivasi, kemudahan membeli, komposisi, dan anggota keluarga. Atribut yang termasuk pada kuadran III adalah bonus, merk, informasi, tempat, tenaga penjual, orang lain, dan teman dan tidak ada atribut yang terletak pada kuadran IV. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja beras analog tidak ada yang berlebihan dan tidak perlu menurunkan atribut.

Kata kunci : beras analog, kelayakan, preferensi konsumen