

dp aja terbaru.docx

by Placeholder placeholder

Submission date: 09-Sep-2026 02:44PM (UTC+0800)

Submission ID: 3027447975

File name: dp_aja_terbaru.docx (1.24M)

Word count: 20739

Character count: 133469

SKRIPSI

**ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
KERUPUK SAGU IBU ULFA DI DESA JERAMBANG
KECAMATAN GAUNG**

OLEH

**RESI DWI PUTRI
201221010014**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
2026**

SKRIPSI

**ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
KERUPUK SAGU IBU ULFA DI DESA JERAMBANG
KECAMATAN GAUNG**

OLEH

**RESI DWI PUTRI
201221010014**



4 ***Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Pada Program Studi Agribisnis***

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
2026**

SKRIPSI

ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK SAGU IBU ULFA DI DESA JERAMBANG KECAMATAN GAUNG

1
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Pada Program Studi Agribisnis

OLEH

RESI DWI PUTRI
201221010014

118
Pembimbing I



Dr. Partini, SP, M.Si
NIDN. 1012128303

Pembimbing II



Yuslizar, SP, M.MA
NIDN. 1013028201

Tembilahan, 8 Juli 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



4
Andi Yusanti, S.Pi., M.Si
NIDN. 1023037101

Ketua Program Studi Agribisnis



Nina Sawitri, S.Si, M.Si
NIDN. 1026098601

SKRIPSI

ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK SAGU IBU ULFA DI DESA JERAMBANG KECAMATAN GAUNG

OLEH

RESI DWI PUTRI
201221010014

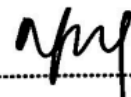
Telah dipertahankan¹⁵⁴ di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 18 Juli 2026⁴ serta dinyatakan lulus dan disetujui
Sebagai syarat kelengkapan jenjang studi strata satu (S-1)
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Indragiri

Susunan Dewan Penguji

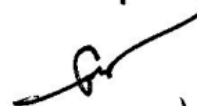
Ketua : Dr. Partini, SP. M.Si NIDN.
1012128303

(..........)

Sekretaris : Yuslizar, SP.M,MA
NIDN. 1013028201

(..........)

Anggota : 1. Gunawan Syahrantau, SP, M.MA
NIDN. 1007048701

(..........)

: 2. Nina Sawitri, S.Si. M.si⁴
NIDN. 1026098601

(..........)

: 3. Yeni Afiza, SP, M.Si NIDN.
1007048701

(..........)

Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Tanggal 8 Juli 2026
Pengelola Program Studi Agribisnis

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Resi Dwi Putri adalah mahasiswa Agribisnis angkatan tahun 2022. Resi merupakan putri ⁹ kedua dari empat bersaudara dari pasangan bapak Rudi.Ar dan Sri Rahayu. Resi lahir di Tembilahan pada tanggal 06 Januari tahun 2004, email Resi adalah ¹⁷⁷ residppp@gmail.com Resi memulai pendidikan SD Negeri 010 Tembilahan Hulu Kecamatan Tembilahan Hulu tahun 2010.

Kemudian Resi melanjutkan Pendidikan SMPN 3 Tembilahan Hulu pada tahun 2017 dan dilanjutkan sekolah SMAN 1 Tembilahan Hulu pada ¹⁵ tahun 2019 hingga lulus pada ¹²³ tahun 2022. Setelah lulus SMA Resi melanjutkan pendidikan S1 pada tahun 2022 dengan program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Indragiri (UNISI) Tembilahan. Selanjutnya Resi dinyatakan lulus ujian pada bulan Juli 2026 dengan judul skripsi “¹ Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Sagu Ibu Ulfa Di Desa Jerambang Kecamatan Gaung” dibawah bimbingan ibu Dr.Partini,¹ SP. M.Si dan bapak Yuslizar, SP. M.MA.

167 LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Resi Dwi Putri

Nim : 201221010014

4
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di Perguruan Tinggi manapun. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Tembilahan, 18 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,

Resi Dwi Putri

ABSTRAK

Resi Dwi Putri NIM 201221010014., Analisis Usaha Dan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Sagu Ibu Ulfa Di Desa Jerambang Kecamatan Gaung. Penelitian ini dibimbing oleh ibu Dr.Partini, S.P., M.Si. dan Bapak Yuslizar, S.P., M.P.A.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis usaha dan merumuskan strategi pengembangan usaha kerupuk sagu Ibu Ulfa di Desa Jerambang, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu dari September sampai Desember 2025. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh langsung dari responden dan data sekunder dari instansi terkait. Metode analisis yang digunakan meliputi analisis biaya, penerimaan, keuntungan, efisiensi usaha menggunakan Revenue Cost Ratio (R/C Ratio), serta analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kerupuk sagu memperoleh penerimaan sebesar Rp1.350.000 dengan total biaya produksi sebesar Rp628.453 sehingga menghasilkan keuntungan sebesar Rp721.547 per produksi. Nilai efisiensi usaha (R/C Ratio) sebesar 2,15 menunjukkan bahwa usaha ini efisien dan layak untuk dikembangkan. Strategi pengembangan usaha dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang pasar yang ada. Apa strateginya? Buat secara ringkas

Kata kunci: Analisis Usaha, Kerupuk Sagu, Efisiensi Usaha, Strategi Pengembangan.

ABSTRACT

Resi Dwi Putri (201221010014), Business Analysis and Development Strategy of Mrs. Ulfa's Sago Cracker Enterprise in Jerambang Village, Gaung District. This research was supervised by **Dr. Partini, S.P., M.Si.** and **Yuslizar, S.P., M.MA.**

This study aims to analyze the business performance and formulate development strategies for Mrs. Ulfa's sago cracker enterprise in Jerambang Village, Gaung District, Indragiri Hilir Regency. The research was conducted over a three-month period, from September to December 2025. The data collection methods used were observation, interviews, and documentation. The data consisted of primary data obtained directly from respondents and secondary data collected from relevant institutions. The analytical methods employed included cost analysis, revenue analysis, profit analysis, business efficiency analysis using the Revenue-Cost Ratio (R/C Ratio), and SWOT analysis to formulate business development strategies.

The results of the study indicate that the sago cracker enterprise generated revenue of IDR 1,350,000 with a total production cost of IDR 628,453, resulting in a profit of IDR 721,547 per production cycle. The business efficiency value (R/C Ratio) of 2.15 shows that the enterprise is efficient and feasible for further development. Business development strategies can be implemented by utilizing existing strengths to take advantage of available market opportunities.

Keywords: Business Analysis, Sago Crackers, Business Efficiency, Development Strategy.

⁶ KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul “Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Sagu Ibu Ulfa DiDesa Jerambang Kecamatan”¹Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk melakukan penelitian pada Fakultas Pertanian, program Studi Agribisnis Universitas Islam Indragiri.

Shalawat dan salam kita ucapkan untuk Baginda Rasulullah Muhamad SAW¹⁹ yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliah ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini. Dalam penulisan dan penyusunan proposal ini penulis mengucapkan ribuan terima kasih yang tulus disembahkan⁷¹ kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya serta karunia-nya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Andi Yusapri,S.pi., M.,Si¹² selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Indragiri.
3. Ibu Nina Sawitri, S,Si,M.,Si selaku ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian.
4. Ibu Partini,SP, M.Si⁶ Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Yuslizar S.,P M,MA. Dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penyusunan skripsi ini.
6. Narasumber usaha kerupuk sagu Di desa Jerambang Kecamatan Gaung.

6. Mamakku tercinta, adik dan saudaraku yang dengan tulus mendoakan, mendukung dan berkorban demi keberhasilan penulis. Doa restu kasih sayang dan keteguhan hatinya menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada seseorang dihati yang selalu ada dan berjalan bersama mendukung dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih Kepada Sahabat-sahabatku yang sudah menjadi teman penulis sampai saat ini. Terimakasih telah menjadi pelangi di tengah badai skripsi. Tawa, tangis, dan perjuangan kita bersama akan selalu menjadi kenangan terindah tanpa kalian perjalanan ini tidak akan seberkesan ini. *See you on top guys!*
9. Terakhir kepada diriku sendiri terimakasih sudah mau mencoba dan berusaha untuk tidak menyerah dalam penyusunan skripsi ini walau sesulit apapun.
Akhirnya penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya penulis dan seluruh pembaca pada umumnya. Dan semoga Allah SWT memberikan Rahmad serta Hidayah-Nya kepada kita semua.

Tembilahan, Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Agroindustri.....	5
2.2 Sagu	6
2.3 Produk Turunan Sagu	7
2.4 Biaya.....	8
2.5 Penyusutan Alat.....	10
2.6 Penerimaan	11
2.7 Keuntungan	11
2.8 Efisiensi.....	12
2.9 Konsep Strategi	13
2.10 Analisis SWOT.....	14
2.10.1 Strengths (Kekuatan)	15

2.10.2 Weaknesses (Kelemahan).....	15
2.10.3 Opportunities (Peluang).....	15
2.10.4 Threats (Ancaman).....	15
2.11 Matriks SWOT	16
2.12 Penelitian Terdahulu	17
2.13 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.2 Metode Pengambilan Data	21
3.3 Jenis dan Sumber Data	22
3.4 Metode Analisis Data	22
3.5 Analisis Biaya.....	23
3.6 Analisis Penyusutan Alat.....	23
3.7 Analisis Penerimaan	24
3.8 Analisis Keuntungan	24
3.9 Analisis Efisiensi Usaha	24
3.10 Analisis SWOT.....	25
3.11 Penyusunan Matriks SWOT	25
3.11.1 Matriks Faktor Strategis Internal.....	25
3.11.2 Matriks Faktor Strategis Eksternal	27
3.11.3 Diagram SWOT	30
3.11.4 Matriks SWOT.....	31
3.12 Definisi Operasional.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Deskripsi Daerah Penelitian	35

4.1.1 Geografis Desa Jerombang	35
4.1.2 Demografi Desa Jerombang.....	35
1 4.1.3 Sarana dan Prasarana	36
4.2 Karakteristik pengusaha	37
4.2.1 Umur	37
4.2.2 Pendidikan	38
4.2.3 Pengalaman Usaha.....	39
4.2.4 Tanggungan Keluarga	40
4.3 Profil Usaha.....	41
1 4.3.1. Sejarah Usaha	41
4.3.2. Skala usaha	44
4.3.3. Tujuan Usaha	45
4.3.4. Modal Usaha.....	47
1 4.4 Proses Pembuatan Kerupuk Sagu Ibu Ulfa di Desa Jerombang.....	49
4.5 Analisis Biaya.....	53
4.5.1 Biaya Tetap	54
4.5.2 Biaya Tidak Tetap (<i>Variabel Cost</i>)	54
1 4.5.3 Total Biaya	58
4.6 Analisis Pendapatan	59
4.6.1 Pendapatan Kotor	59
4.6.2 Pendapatan Bersih	60
4.7 Analisis Efisiensi	62
4.8 Analisis Strategi Pengembangan SWOT.....	62
150 4.8.1 IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	64
4.8.2 EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>)	71

4.8.3 ¹ Analisis SWOT.....	75
4.8.4 Matriks SWOT	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. Matriks Faktor Strategi Internal/Eksternal	10
²⁵ Tabel 2. Matriks SWOT	13
Tabel 3. Identitas Responden Usaha Kerupuk Sagu	17
Tabel 4. Biaya Tetap	35
Tabel 5. Biaya Tidak Tetap	38
Tabel 6. Total Biaya Usaha ¹ Kerupuk Sagu	40
Tabel 7. Pendapatan Kotor Usaha Kerupuk Sagu	41
Tabel 8. Pendapatan Bersih Usaha Kerupuk Sagu	42
Tabel 9. Efisiensi Usaha Kerupuk Sagu	43
Tabel 10. Matriks IFAS ³ Usaha Kerupuk Sagu di Desa Jerambang Kecamatan Gaung	50
Tabel 11. Matriks EFE ³ Usaha Kerupuk Sagu di Desa Jerambang Kecamatan Gaung.....	5
12. Matriks SWOT ³ Usaha Kerupuk Sagu di Desa Jerambang Kecamatan Gaung	59

DAFTAR GAMBAR

No	Halaman
Kerangka Pemikiran.....	19
Diagram Analisis SWOT.....	31
Skema Proses Pembuatan Kerupuk.....	50
Kuadran Analisis SWOT	79

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. biaya tetap (penyusutan Peralatan) usaha Keripik Sagu Ibu Maria Olpa	94
Lampiran 2. Alokasi Biaya Bangunan Usaha Keripik Sagu Ibu Maria Olpa.....	95
Lampiran 3. Proses Penjemuran Keripik.....	95
Lampiran 4. Produk dan Kemasan.....	96

³⁰ I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian dan agribisnis memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan. ⁷⁰Salah satu komoditas lokal yang berpotensi besar untuk dikembangkan adalah ¹⁴sagu (*Metroxylon sagu Rottb.*) tanaman penghasil pati yang banyak tumbuh di wilayah tropis Indonesia. Sagu menjadi sumber pangan alternatif utama bagi masyarakat di Indonesia bagian timur dan wilayah pesisir Sumatera, termasuk Kabupaten Indragiri Hilir. ⁹⁸Potensi sagu tidak hanya sebagai bahan pangan pokok, tetapi juga sebagai bahan baku untuk berbagai produk olahan bernilai ekonomi tinggi.

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil sagu ¹³⁷terbesar di dunia, dengan luas areal lebih dari satu juta hektar. Namun, tingkat pemanfaatannya masih rendah dibandingkan dengan potensi yang dimiliki. Berbagai daerah telah mengembangkan aneka olahan sagu seperti papeda, sagu lempeng, bagea, dan kerupuk sagu, yang menjadi salah satu produk unggulan dengan cita rasa khas, tekstur renyah, serta daya simpan lama. Produk kerupuk sagu berpotensi besar dikembangkan menjadi komoditas ¹³⁸unggulan lokal yang mampu bersaing di pasar nasional maupun internasional jika dikelola dengan strategi yang tepat.

Dalam pengembangan produk ¹¹⁵lokal, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam peningkatan nilai tambah produk melalui inovasi, pengolahan bahan baku, peningkatan kualitas, serta pengemasan dan pemasaran yang kreatif. Pengolahan sagu menjadi berbagai produk turunan seperti kerupuk, mie,

atau kue tradisional terbukti mampu meningkatkan pendapatan pelaku usaha serta memperluas pasar. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa nilai tambah pengolahan sagu dapat mencapai Rp623,62/kg, sementara produk olahan seperti biskuit sagu bahkan memiliki rasio nilai tambah hingga 96% (Rinaldi, 2020). Hal ini menegaskan pentingnya peran UMKM dalam mengoptimalkan potensi ekonomi berbasis sagu.

² Kabupaten Indragiri Hilir, khususnya Desa Jerambang di Kecamatan Gaung, merupakan salah satu daerah penghasil sagu terbesar di Riau. Desa ini dikenal dengan berbagai usaha olahan sagu, termasuk usaha kerupuk sagu skala rumah tangga yang telah menjadi sumber penghidupan masyarakat setempat. Salah satu contoh nyata adalah usaha kerupuk sagu ibu ulfa, yang berdiri sejak tahun 2008 dan memanfaatkan potensi sagu lokal sebagai bahan baku utama. Usaha ini dijalankan secara turun-temurun dengan melibatkan tenaga kerja lokal dan menggunakan peralatan sederhana. Meskipun berskala kecil, usaha tersebut telah memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan terhadap pendapatan keluarga dan perekonomian desa.

Namun pelaku usaha menghadapi berbagai tantangan ¹⁵ seperti keterbatasan modal, fluktuasi harga bahan baku, minimnya inovasi produk, serta akses pasar yang terbatas. Kondisi ini menuntut adanya analisis dan strategi pengembangan usaha agar dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan produksi. ²⁰ Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Usaha ¹⁸ Kerupuk Sagu Ibu Ulfa di Desa Jerambang, Kecamatan Gaung.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berapa besar biaya, penerimaan, keuntungan, efisiensi usaha dan usaha kerupuk sagu Ibu Ulfa di Desa Jerambang Kecamatan Gaung?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha kerupuk sagu ibu ulfa di desa Jerambang Kecamatan Gaung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besar biaya, penerimaan, dan keuntungan, efisiensi yang diperoleh dari usaha kerupuk sagu ibu ulfa di Desa Jerambang Kecamatan Gaung.
2. Untuk menyusun strategi pengembangan usaha kerupuk sagu ibu ulfa di desa Jerambang Kecamatan Gaung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pengusaha, dapat mengetahui apakah usaha yang dijalankan menguntungkan atau tidak menguntungkan serta menjadi acuan untuk kemajuan usaha yang dilakukan.
2. Bagi pemerintah dan pihak lembaga terkait, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam penetapan kebijakan oleh pemerintah terutama dalam pengembangan usaha kerupuk sagu.

17

3. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan tambahan referensi untuk masalah yang sama dalam penyusunan penelitian selanjutnya.

2.1 Agroindustri

Agroindustri merupakan kegiatan industri yang mengolah hasil pertanian menjadi produk setengah jadi atau produk jadi yang memiliki nilai tambah ekonomi lebih tinggi. (Soekartawi (2001), menyatakan bahwa agroindustri adalah bagian dari sistem agribisnis yang berfungsi untuk mengubah bahan baku pertanian menjadi barang konsumsi maupun bahan baku industri lainnya melalui proses pengolahan. Dengan demikian, agroindustri memiliki peran penting dalam memperpanjang rantai nilai produk pertanian, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat di sektor pedesaan.

Agroindustri memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi pedesaan karena menciptakan lapangan kerja, memperluas kesempatan berusaha, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Hadi dan Agustian (2008) menjelaskan bahwa pengembangan agroindustri dapat memperkuat keterkaitan antara sektor pertanian dengan sektor industri serta mempercepat proses industrialisasi pedesaan. Dengan adanya agroindustri, hasil pertanian tidak hanya dijual dalam bentuk mentah, tetapi juga dapat diolah menjadi berbagai produk olahan seperti makanan ringan, minuman, atau bahan baku industri lain yang bernilai tambah tinggi.

Agroindustri dibagi dua macam berdasarkan ruang lingkupnya yaitu agroindustri hulu dan agroindustri hilir. Dalam sistem agribisnis, agroindustri adalah salah satu subsistem lain yang membentuk sistem agribisnis. Sistem agribisnis terdiri dari subsistem input (agroindustri hulu), usaha tani (pertanian), output (agroindustri hilir), pemasaran dan penunjang. Pembicaraan mengenai pembangunan agroindustri tidak bisa dilepaskan

pembangunan agribisnis secara keseluruhan. Pengembangan agroindustri akan dapat meningkatkan permintaan hasil peretanian sehingga dapat meningkatkan produksi, harga hasil pertanian dan pendapatan petani. Perkembangan sektor pertanian akan meningkatkan permintaan sektor agroindustri hulu, sektor pemasaran dan sektor penunjang (keuangan , asuransi, konsultasi, pendidikan dsb). Dengan demikian pengembangan sektor agroindustri mempunyai efek pengganda (*multliplier effect*) yang besar (Masyhuri, 2000).

Selain berdampak ekonomi, agroindustri juga berperan dalam meningkatkan ketahanan pangan dan menjaga keberlanjutan sumber daya alam. Departemen Pertanian (2008), pengembangan agroindustri harus dilakukan secara berkelanjutan dengan memperhatikan aspek lingkungan, efisiensi sumber daya, serta pemberdayaan masyarakat lokal. Dengan pendekatan tersebut, agroindustri ¹⁴⁴ tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam mewujudkan pembangunan pertanian yang berkelanjutan dan berbasis pada potensi lokal.

¹ 2.2 Sagu

Salah satu vegetasi yang dapat menjadi alternatif untuk revegetasi adalah tanaman sagu (*Metroxylon sagu*). *Metroxylon sagu* mampu tumbuh dengan baik di genangan air dan kondisi tanah yang miskin hara sehingga cocok ditanam di lahan gambut (Yanarita et al., 2020). Sagu (*Metroxylon sago*) diduga berasal dari Maluku dan Irian. Hingga saat ini belum ada data yang mengungkapkan sejak kapan awal mula sagu ini dikenal. Di wilayah Indonesia bagian Timur, sagu sejak lama dipergunakan sebagai makanan pokok oleh sebagian penduduknya terutama di Maluku dan Irian Jaya. Teknologi eksploitasi, budidaya dan pengolahan tanaman sagu yang paling maju saat ini adalah di Malaysia (Zulkifli et al., 2021).

Sagu merupakan tanaman multiguna.pemanfaatan sagu tidak melulu pangan. Sagu bisa menjadi bahan plastik atau pelarut industri. Di lahan, pohon sagu pun sangat mengalah. Ia tumbuh di tempat di mana tanaman lain tidak mau tumbuh. Lahan pasang surut atau rawa justru disukai pohon anggota famili Arecaceae itu (Trubus, 2020).

Sagu dimanfaatkan sebagai pengganti beras dan pangan lainnya. Jenis makanan olahan dari sagu yang paling banyak digemari dan dikonsumsi rumah tangga adalah 8 kapurung. Kapurung merupakan makanan khas yang berbahan dasar tepung sagu yang digulung dan diampur di dalam sayuran berkuah. Kapurung biasanya disajikan hampir tiap hari dan juga sering disajikan pada acara pernikahan, aqiqah,acara adat dan acara lainnya sebagai makanan pelengkap saat berkumpul keluarga (Ernawati et al., 2018).

2.3 Produk Turunan Sagu

Produk turunan **sagu** adalah berbagai hasil olahan yang berasal dari pati sagu (*Metroxylon sagu*) ⁷⁵ melalui proses pengolahan, baik secara tradisional maupun modern, untuk menghasilkan produk bernilai tambah tinggi. Tujuannya adalah meningkatkan nilai ekonomi sagu, memperluas pasar, serta memperkuat ketahanan pangan berbasis sumber daya lokal. Berbagai macam produk turunan sagu adalah papeda,mie sagu, kerupuk sagu dll.

Kerupuk ¹³ merupakan salah satu produk pangan tradisional Indonesia yang tergolong dalam kategori makanan ringan berbasis pati (*starchy snack*). Menurut Winarno (2004), kerupuk dapat didefinisikan sebagai produk pangan kering yang dihasilkan dari adonan berbasis pati yang telah diberi penambahan bumbu tertentu, kemudian mengalami proses pengukusan atau perebusan, diikuti dengan tahap pengeringan dan penggorengan hingga menghasilkan bentuk yang mengembang serta bertekstur renyah.

Kerupuk memiliki fungsi ganda, yakni sebagai pelengkap hidangan utama maupun sebagai kudapan yang dikonsumsi secara mandiri. Selain itu, kerupuk juga mencerminkan kekayaan kuliner nusantara yang berakar pada kearifan lokal dan tradisi pengolahan bahan pangan berbasis pati. Beragam jenis kerupuk yang berkembang di berbagai daerah di Indonesia menunjukkan adanya variasi bahan baku, teknik pengolahan, serta preferensi cita rasa yang berbeda-beda, menandakan kerupuk ¹¹⁴ tidak hanya sebagai produk konsumsi tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya masyarakat Indonesia.

Kerupuk sagu umumnya mempunyai daya kembang yang rendah setelah di goreng, sehingga perlu dilakukan pengembangan usaha untuk meningkatkan kualitas kerupuk sagu dengan menambah bahan lain. untuk meningkatkan kualitas kerupuk sagu. Produk ini menunjukkan potensi signifikan untuk dikembangkan menjadi komoditas unggulan di suatu wilayah. yang lebih tinggi. Pengembangan usaha kerupuk sagu berpotensi besar dalam mendukung perekonomian masyarakat pedesaan. Melalui pengolahan sagu menjadi produk bernilai tambah seperti kerupuk, petani dan pelaku usaha kecil dapat memperoleh pendapatan tambahan, sekaligus mengurangi ketergantungan terhadap produk pangan berbasis terigu impor. Dengan demikian, keberadaan industri kerupuk sagu tidak hanya ⁷⁰ memperkuat ketahanan pangan berbasis sumber daya lokal, tetapi juga menjadi bagian penting dari strategi pembangunan ekonomi berkelanjutan di sektor agroindustry.

2.4 Biaya

⁴⁹ Biaya merupakan salah satu komponen utama dalam kegiatan ekonomi dan analisis usaha. Secara umum, biaya didefinisikan sebagai seluruh ⁹⁶ pengorbanan sumber daya ekonomi yang dinilai dalam satuan uang dan digunakan untuk memperoleh barang atau

¹⁷ jasa dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Menurut Mulyadi (2016) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu, terutama dalam proses produksi atau penyediaan jasa.

⁴⁹ Biaya dapat diartikan sebagai seluruh pengeluaran atau pengorbanan sumber daya ekonomi⁸ yang digunakan dalam pelaksanaan suatu kegiatan. Dalam proses produksi, biaya umumnya mencakup nilai dari berbagai input seperti bahan baku, biaya penyusutan aset tetap, serta berbagai pengeluaran lain yang tidak termasuk dalam komponen bahan baku dan penyusutan. Pada kegiatan usaha perdagangan, struktur biaya meliputi harga perolehan barang dagangan, biaya transportasi, biaya penanganan dan retribusi, serta penyusutan aset jangka panjang.

Hubungan antara berbagai jenis biaya dengan jumlah produk atau output yang dihasilkan berbeda, baik dari segi jumlah, komposisi, maupun bentuk fungsi biayanya. Dengan demikian,¹ fungsi biaya pada perusahaan yang berorientasi produksi akan berbeda dengan fungsi biaya pada perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan. Perbedaan tersebut menuntut penerapan teknik analisis biaya yang sesuai dengan karakteristik kegiatan usaha masing-masing (Kotler, 1998).

⁶ Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi sampai menjadi output yang didalamnya termasuk barang yang dibeli dan jasa yang dibayar. Ada dua kategori atau pengelompokan biaya yaitu :

a. Biaya tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan pengeluaran yang jumlah totalnya tidak berubah meskipun terdapat perbedaan dalam volume kegiatan produksi atau operasional pada tingkat

tertentu. Sebaliknya, biaya tetap per unit mengalami fluktuasi yang berbanding terbalik dengan volume kegiatan. Apabila volume kegiatan meningkat, maka biaya per unit akan menurun, dan sebaliknya, apabila volume kegiatan menurun, biaya per unit akan meningkat. Contoh dari biaya jenis ini meliputi biaya overhead, biaya pemasaran yang bersifat tetap, dan sejenisnya (Afriani et al., 2021).

b. Biaya variabel (*Variabel Cost*)

Artinya, pengeluaran yang termasuk dalam kategori biaya variabel memiliki sifat yang dapat disesuaikan jumlah dan komposisinya apabila terjadi perubahan dalam volume atau jenis produk yang dihasilkan selama satu periode operasional produksi (Kadarsan, 1992).

2.5 Penyusutan Alat

Menurut Libby dan short (2008) penyusutan adalah proses alokasi biaya bangunan dan peralatan selama masa manfaat produktif aset menggunakan metode yang sistematis dan rasional. Untuk menghitung biaya penyusutan alat dihitung dengan metode garis lurus (*straight line method*) Syarantau (2011).

Penyusutan adalah alokasi sistematis atas jumlah yang dapat disusutkan dari suatu aset selama umur manfaatnya. Sedangkan Libby dan Short (2008) mendefinisikannya sebagai proses alokasi biaya bangunan dan peralatan sepanjang masa manfaat produktif aset dengan metode yang sistematis dan rasional. Dengan demikian, penyusutan mencerminkan pembagian biaya aset secara teratur untuk menggambarkan penurunan nilai ekonomisnya selama periode pemakaian. Penyusutan adalah alokasi sistematis jumlah yang dapat disusutkan dari suatu aset selama umur manfaatnya.

2.6 ²Penerimaan

Penerimaan merepresentasikan nilai output yang diperoleh dari suatu kegiatan usaha. Besaran penerimaan dari suatu unit produksi dapat dihitung dengan mengalikan volume produksi dengan harga jual produk yang bersangkutan. Jumlah unit produk yang berhasil ditransaksikan dikalikan dengan tarif yang ditetapkan menjadi total dana ¹⁸¹ yang diterima sebagai imbalan atas produk keripik yang dijual. Hal ini dikenal sebagai penerimaan.

Saidarma (2013) mendefinisikan penerimaan sebagai ⁹hasil perkalian antara jumlah keluaran yang diproduksi dengan harga jualnya. Di sisi lain, pendapatan dihitung sebagai ⁴⁵penerimaan setelah dikurangi seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dalam satu periode produksi. Untuk mengetahui penerimaan dan pendapatan suatu usaha, diperlukan data mengenai ⁵biaya tetap (*Fixed Cost*) dan biaya variabel (*Variabel Cost*).

Dapat ⁴⁰dijelaskan lebih lanjut bahwa total penerimaan merupakan perkalian antara kuantitas produk yang dihasilkan dengan harga per unit produk tersebut. Peningkatan kuantitas produksi atau peningkatan harga per unit produk akan mengakibatkan kenaikan total penerimaan produsen. Sebaliknya, penurunan kuantitas produksi atau harga per unit akan menurunkan total penerimaan. Pengurangan total biaya dari total penerimaan akan menghasilkan ⁷pendapatan bersih, yang merepresentasikan keuntungan bagi produsen.

2.7 Keuntungan

Laba atau keuntungan dapat dipahami melalui dua perspektif utama. Dalam konteks ekonomi, ⁴³laba diartikan sebagai selisih antara total pendapatan yang diperoleh dengan keseluruhan ⁴⁷biaya yang dikeluarkan, baik biaya eksplisit maupun implisit. Biaya

implisit mencakup biaya peluang, yaitu nilai dari alternatif penggunaan sumber daya yang dikorbankan ketika suatu faktor produksi dimanfaatkan untuk kegiatan tertentu. Sementara itu, dalam perspektif akuntansi, laba didefinisikan sebagai selisih antara nilai penjualan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan selama periode tertentu. Dengan demikian, laba atau keuntungan dapat dianggap sebagai bentuk imbalan atas risiko dan upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha. Secara operasional, laba merupakan selisih positif antara pendapatan yang terealisasi dari aktivitas ekonomi dalam satu periode dengan seluruh biaya yang berhubungan dengan pendapatan tersebut. direalisasikan dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut.

2.8 Efisiensi

Pendapatan besar tidak selalu mencerminkan efektivitas yang baik, karena pendapatan yang signifikan bisa jadi dihasilkan dari investasi yang cukup besar. Efisiensi bertujuan untuk menekan biaya produksi per unit barang yang dimaksud agar dapat meraih laba yang maksimal. Strategi untuk mencapai sasaran tersebut adalah dengan mengurangi total biaya sembari menjaga tingkat produksi yang sudah ada atau meningkatkan produksi tanpa menambah total biaya (Soekartawi, 2001).

Pendapatan bersih yang dapat menilai kelayakan suatu usaha dapat dievaluasi berdasarkan efisiensi melalui Return Cost of Ratio (RCR), yang merupakan rasio antara total keluaran dan total masukan dari usaha tersebut. Ini dilakukan dengan membandingkan pemasukan bruto yang diperoleh terhadap biaya yang dikeluarkan untuk usaha. Return Cost of Ratio (RCR) menunjukkan hubungan antara penerimaan dan pengeluaran, di mana penerimaan diperoleh dengan mengalikan jumlah masukan dengan harga keluaran dibandingkan dengan total pengeluaran yang berasal dari penjumlahan

biaya tetap dan biaya variabel. Efisiensi berfungsi sebagai indikator pemanfaatan sumber daya alam ⁹¹ dalam suatu proses. Semakin sedikit sumber daya yang digunakan, maka proses tersebut dapat ² dianggap lebih efisien. Proses yang efisien dicirikan oleh perbaikan yang menjadikannya lebih murah dan lebih cepat (Iwansyah et al., 2020).

2.9 Konsep Strategi

Strategi pengembangan dapat diartikan sebagai rangkaian langkah yang memerlukan proses pengambilan keputusan manajerial secara tepat untuk mengarahkan sekaligus meningkatkan aktivitas usaha. Keberadaan strategi pengembangan juga berperan penting dalam menjaga keberlangsungan organisasi dalam jangka panjang. Dengan demikian, strategi pengembangan menjadi landasan bagi perusahaan dalam menetapkan berbagai kebijakan dengan memperhatikan kondisi internal serta faktor eksternal yang dapat memengaruhi kegiatan perusahaan (David, 2004).

¹³ Perumusan strategi merupakan suatu tahapan dalam menyusun rencana jangka panjang yang ³⁰ diarahkan pada pengelolaan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal secara optimal, dengan mengandalkan kekuatan serta mengatasi berbagai kelemahan yang terdapat dalam perusahaan. Strategi yang dirumuskan pada dasarnya bersifat dinamis karena pelaksanaannya berkaitan erat dengan berbagai aktivitas dan fungsi ⁵ manajemen (Hunger & Wheelen, 2003).

Perumusan strategi mencakup proses pengembangan visi dan misi usaha, analisis kekuatan dan kelemahan internal, identifikasi peluang dan ancaman eksternal, penyusunan berbagai ³⁹ alternatif strategi, serta pemilihan strategi yang paling sesuai untuk diterapkan dalam ¹² mencapai tujuan organisasi (David, 2004). Strategi dirancang dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT yang memadukan unsur kekuatan (*Strengths*),

kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang ada sehingga menghasilkan strategi yang didasarkan pada situasi lingkungan internal dan eksternal. Identifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal.

2.10 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu metode sistematis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja serta arah pengembangan suatu organisasi, proyek, atau usaha. Istilah SWOT merupakan akronim dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Melalui analisis ini, organisasi dapat menilai sejauh mana kekuatan internal dapat dimanfaatkan untuk menangkap peluang eksternal, serta bagaimana kelemahan internal dapat diminimalkan agar tidak memperbesar dampak ancaman dari lingkungan luar. Dengan demikian, analisis SWOT menjadi alat penting dalam perumusan strategi yang efektif, realistis, dan berorientasi pada peningkatan daya saing organisasi.

Menurut Rangkuti (2016), analisis SWOT digunakan untuk mengkaji kondisi internal dan eksternal organisasi secara menyeluruh guna menghasilkan strategi yang sesuai dengan situasi nyata yang dihadapi. Sementara itu, David (2017) menjelaskan bahwa analisis SWOT membantu organisasi dalam merumuskan strategi yang mampu memaksimalkan kekuatan, mengurangi kelemahan, memanfaatkan peluang, serta mengantisipasi ancaman. Oleh karena itu, analisis SWOT tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis situasional, tetapi juga sebagai dasar pengambilan keputusan strategis dalam upaya mencapai tujuan organisasi secara berkelanjutan. Analisis SWOT meliputi:

A. Strengths (Kekuatan)

Kekuatan adalah ⁶⁵ faktor internal yang menjadi keunggulan suatu organisasi dibandingkan pesaingnya. Kekuatan dapat berupa sumber daya manusia yang kompeten, modal yang memadai, teknologi yang maju, kualitas produk yang baik, atau jaringan pemasaran yang luas pemahaman terhadap kekuatan ¹⁸² sangat penting karena menjadi dasar dalam membangun strategi yang memanfaatkan potensi internal secara optimal.

¹⁹² B. Weaknesses (Kelemahan)

Kelemahan adalah faktor internal yang menjadi hambatan atau keterbatasan bagi organisasi dalam menjalankan kegiatan usahanya. Contohnya seperti keterbatasan dana, kurangnya inovasi, manajemen yang belum efektif, atau kualitas produk yang belum konsisten. Dengan mengenali kelemahan, organisasi dapat mengambil langkah perbaikan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing.

C. Opportunities (Peluang)

Peluang merupakan ⁷⁸ faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan organisasi untuk mengembangkan usahanya. Peluang dapat muncul dari perubahan tren pasar, kebijakan pemerintah yang mendukung, perkembangan teknologi, atau meningkatnya permintaan konsumen kemampuan organisasi dalam mengenali dan memanfaatkan peluang menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

⁵⁵ D. Threats (Ancaman)

Ancaman adalah faktor eksternal yang berpotensi menghambat perkembangan usaha atau menurunkan kinerja organisasi. Ancaman dapat berasal dari persaingan yang ketat, perubahan regulasi, ¹⁸⁹ fluktuasi harga bahan baku, atau perubahan preferensi

konsumen. Oleh karena itu, organisasi perlu mengantisipasi ancaman dengan strategi yang adaptif agar tetap bertahan di tengah perubahan lingkungan bisnis.

3.7 ⁷⁹ Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal suatu perusahaan. Matriks ini dikenal juga sebagai SWOT Matrix dan berfungsi ¹² untuk membandingkan kekuatan serta kelemahan internal dengan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi (Teoli ¹⁹⁴ et al., 2023).

¹ Menurut David et al. (2023) faktor-faktor kunci eksternal dan internal merupakan pembentuk Matriks SWOT yang menghasilkan empat tipe strategi, yaitu:

- A. Strategi SO yakni strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal.
- B. Strategi WO yakni mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan keunggulan peluang eksternal.
- C. Strategi ST yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari pengaruh dari ancaman eksternal.
- D. Strategi WT adalah strategi bertahan dengan meminimalkan kelemahan dan mengantisipasi ancaman lingkungan.

Matriks SWOT akan mempermudah perumusan strategi yang perlu dilakukan oleh suatu kegiatan usaha. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus diarahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang dan mengantisipasi ancaman. Sehingga dari Matriks SWOT

tersebut akan diperoleh empat kelompok alternatif yang disebut dengan strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT (Azzahra et al., 2024).

2.11 Penelitian Terdahulu

Pamela (2023), berfokus pada analisis kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan UMKM kerupuk sagu di wilayah tersebut. Hasil penelitian menunjukkan nilai IFE sebesar 2,6694 dan EFE sebesar 2,9857, yang menempatkan UMKM kerupuk sagu pada posisi kuadran V dalam Matriks GE (Hold and Maintain). Hal ini mengindikasikan bahwa usaha tersebut berada dalam kondisi stabil, namun perlu melakukan penguatan strategi seperti pengembangan pasar dan diversifikasi produk. Rekomendasi utama penelitian ini meliputi peningkatan digitalisasi pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar, inovasi dan diversifikasi produk agar mampu menyesuaikan dengan tren konsumen, serta pembentukan kemitraan antar pelaku usaha dan pemasok bahan baku untuk meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan usaha

Putryansyah (2020) Penelitian ini memiliki orientasi pada analisis kelayakan ekonomi dan formulasi strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing produk olahan pangan tradisional. Dengan menggunakan metode survei dan pendekatan analisis SWOT, peneliti mengkaji aspek karakteristik pelaku usaha, struktur biaya produksi, efisiensi usaha, serta peluang pengembangan pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha bolu kemojo memiliki nilai R/C ratio sebesar 2,20, menandakan bahwa setiap satu rupiah biaya produksi mampu menghasilkan penerimaan sebesar dua kali lipat, sehingga usaha tergolong layak dan menguntungkan. Strategi yang disarankan meliputi peningkatan kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas konsumen, penetapan harga yang

kompetitif dengan memperhatikan dinamika pasar, serta optimalisasi promosi melalui berbagai media untuk memperluas pangsa pasar. Temuan ini mempertegas pentingnya inovasi dan adaptasi strategi pemasaran sebagai faktor penentu keberlanjutan industri rumah tangga berbasis pangan lokal.

Sari (2021)⁷ Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan bisnis pada startup MakananHalal.id melalui analisis SWOT dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan observasi terhadap CEO, karyawan, serta mitra restoran.⁸² Hasil penelitian menunjukkan bahwa startup ini memiliki kekuatan utama pada keunggulan produk halal 100%, sistem pre-order, dan metode pembayaran variatif. Namun, kelemahan yang dihadapi meliputi jangkauan wilayah terbatas, strategi pemasaran yang masih lemah, serta sistem aplikasi yang belum stabil. Dari sisi eksternal, peluang terbesar berasal dari meningkatnya permintaan makanan halal dan perkembangan media sosial, sedangkan ancaman datang dari aplikasi pesaing dan restoran yang membuka layanan antar sendiri.¹⁹⁸

¹⁵² 2.12 Kerangka Pemikiran

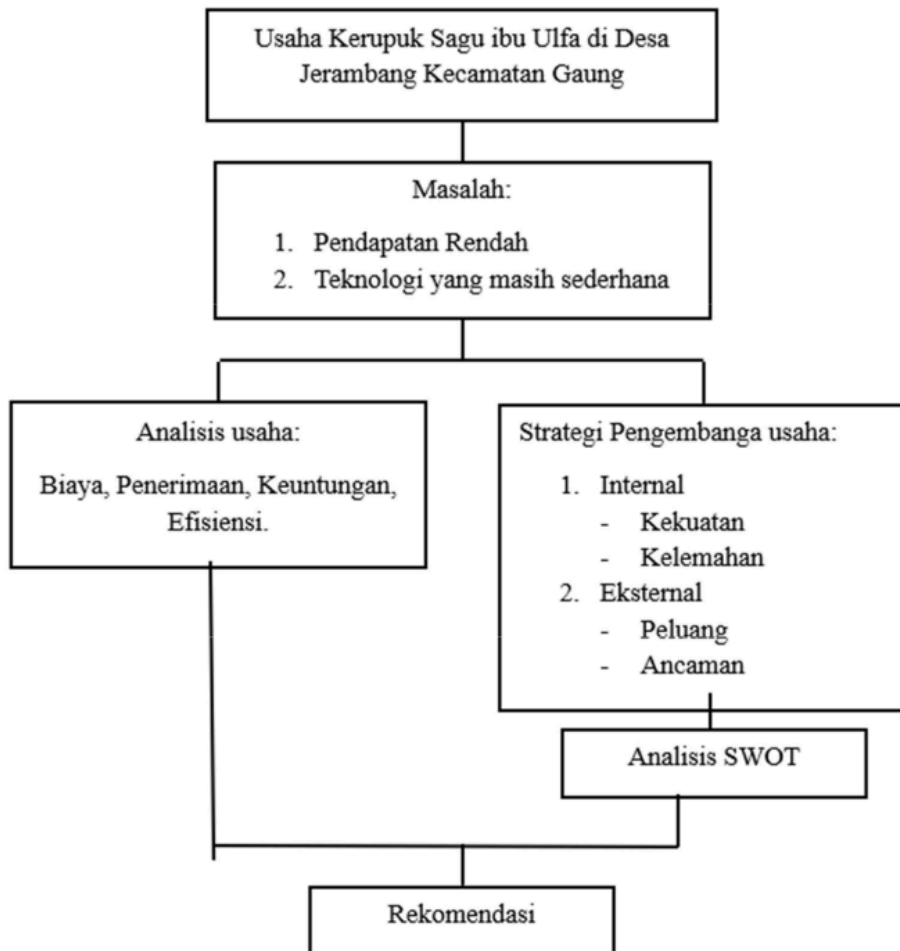
Kerangka pemikiran penelitian ini didasarkan pada upaya untuk memahami bagaimana suatu usaha kerupuk sagu dapat berkembang secara berkelanjutan melalui analisis kondisi internal dan eksternal perusahaan. Dalam menjalankan suatu usaha, diperlukan pemahaman yang mendalam terhadap aspek-aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia yang mempengaruhi kinerja usaha tersebut. Oleh karena itu, analisis usaha digunakan untuk menilai sejauh mana tingkat efisiensi dan

keuntungan yang diperoleh, serta mengidentifikasi ¹⁹ kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam proses produksi maupun distribusi produk kerupuk sagu.

Untuk merumuskan strategi yang efektif, ⁴² penelitian ini menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) sebagai alat untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha kerupuk sagu.

Melalui hasil identifikasi SWOT tersebut, dapat disusun strategi pengembangan yang ³¹ meliputi strategi SO (Strength–Opportunity) untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, strategi WO (Weakness–Opportunity) untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang, strategi ST (Strength–Threat) untuk mengatasi ancaman dengan menggunakan kekuatan, serta strategi WT (Weakness–Threat) untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Berikut gambar kerangka pemikiran pada gambar 1.



¹ Gambar 1. Kerangka Pemikiran

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di¹⁸ lakukan di salah satu usaha kerupuk sagu di Desa Jerombang Kecamatan Gaung Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini merupakan studi kasus usaha kerupuk sagu di Desa Jerombang Kecamatan Gaung. Alasan pemilihan lokasi penelitian¹ dikarenakan usaha tersebut masih berkembang dan masih melakukan produksi di Desa Jerombang Kecamatan Gaung Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan yaitu pada bulan september tahun 2025 sampai dengan bulan Januari 2026.

3.2 Metode Pengambilan Data¹¹⁶

Metode pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi, adalah teknik pengamatan yang dilakukan secara sistematis mengenai fenomena atau objek yang akan diteliti.
2. Wawancara atau interview, adalah teknik dilakukan dengan mengumpulkan data dengan cara bertanya langsung kepada pengusaha kerupuk sagu di Desa Jerombang, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir.
3. Dokumentasi adalah teknik memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat dalam mendukung penelitian.

⁷⁶3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer di peroleh² langsung dari responden melalui wawancara dengan pengusaha home industri menggunakan kuesioner. Data yang di peroleh meliputi identitas responden (nama, jenis usaha, pendidikan dan lain-lain), identitas usaha (nama, usaha, jenis usaha, usia usaha dan lain-lain), biaya produksi, dan aspek penjualan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh dari sumber kedua atau bukan dari sumber asli, miasalnya² dari instansi (lembaga) pemerintah, swasta ataupun instansi yang terkait seperti Badan Pusat Statistik, Kantor Kelurahan, dan Dinas Pertanian. Data yang di peroleh meliputi catatan atau dokumentasi perusahaan berupa (absensi, gaji, laporan keuangan) dan data kondisi umum daerah penelitian berupa (keadaan alam, keadaan penduduk, keadaan perekonomian, keadaan pertanian dan keadaan perindustrian).

¹⁶3.4 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua pendekatan, yaitu analisis kuantitatif dan analisis deskriptif. Analisis kuantitatif dilakukan secara matematis¹ dengan menggunakan alat bantu berupa kalkulator dan program Microsoft Excel versi 2010 untuk menghitung biaya produksi, pendapatan, serta efisiensi usaha. Sementara itu,¹ analisis deskriptif dilakukan dengan menyederhanakan data ke dalam bentuk tabel serta menggunakan analisis SWOT. Data yang telah dikumpulkan dikelompokkan² menurut jenisnya, kemudian dianalisis dengan menghubungkannya terhadap landasan teori yang telah diuraikan dalam tinjauan pustaka untuk selanjutnya

ditarik kesimpulan. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5 Analisis Biaya

Biaya keseluruhan adalah jumlah dari biaya tetap dan biaya variabel yang perlu dikeluarkan oleh usaha Home Kerupuk Sagu. Dalam bentuk matematis ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$TC=TFC+TVC$$

Keterangan:

TC = keseluruhan biaya dari usaha Kerupuk Sagu (Rp/Bulan)

TFC = jumlah biaya tetap dari usaha Kerupuk Sagu (Rp/Bulan)

TVC = total biaya tidak tetap dari usaha Kerupuk Sagu (Rp/Bulan)

3.6 Analisis Penyusutan Alat

Biaya penyusutan peralatan dihitung dengan metode garis lurus (Straight Line Method) dengan rumus sebagai berikut :

$$D = \frac{C - SV}{UL}$$

Keterangan :

D = Nilai Penyusutan Alat (Rp/Unit/Tahun)

C = Harga Beli Alat (Rp/Unit)

SV = Nilai Sisa Alat (Rp/Unit) 20% dari nilai beli UL = Masa Pakai Alat (Tahun)

3.7 Analisis Penerimaan

Untuk menghitung pendapatan dalam sebuah bisnis, total produk yang terjual dikalikan dengan harga yang ditetapkan akan menghasilkan jumlah uang yang diterima sebagai imbalan atas produk yang dijual. Oleh karena itu, rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = Total Penerimaan (Rp/Produksi)

P = Harga Jual (Rp/Produksi)

Q = Total output/produk yang dihasilkan (Rp/Produksi)

3.8 Analisis Keuntungan

Keuntungan merupakan pengangguran penerimaan total dengan biaya total dari usaha kerupuk sagu. Secara matematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π = keuntungan usaha dari kerupuk sagu (Rp/Bulan)

TR = Penerimaan total dari usaha kerupuk sagu (Rp/Bulan)

TC = biaya total dari usaha kerupuk sagu (Rp/Bulan)

3.9 Analisis Efisiensi Usaha

Analisis Rasio Biaya Pendapatan adalah suatu bentuk analisis yang mengevaluasi hubungan antara penerimaan dan pengeluaran. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah usaha tahu tersebut dapat dianggap layak untuk dilaksanakan. Untuk menghitung Efisiensi Usaha, pada usaha olahan sagu dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Efisiensi usaha} = R/C$$

Keterangan :

R = Penerimaan

C = Biaya Total

Dimana :

$R/C > 1$ berarti usaha yang dijalankan sudah efisien

$R/C = 1$ berarti usaha belum efisien atau usaha mencapai titik impas

$R/C < 1$ berarti usaha yang dijalankan tidak efisien.

3.10 Analisis SWOT

Untuk menyusun strategi pada usaha kerupuk sagu dilakukan dengan menggunakan pendekatan SWOT (111 *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman).) untuk mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang kinerja produk, serta strategi pemasaran yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan.

3.11 Penyusunan Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

3.11.1 Matriks Faktor Strategis Internal

Setelah (16 berbagai faktor strategis yang berasal dari lingkungan internal perusahaan berhasil diidentifikasi, (48 langkah selanjutnya adalah menyusun Tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) yang berfungsi untuk merangkum dan merumuskan faktor-faktor

tersebut ke dalam kerangka kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) perusahaan.

Proses penyusunan tabel ini¹⁸⁶ dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Langkah pertama adalah mengidentifikasi dan mencantumkan seluruh faktor yang tergolong sebagai kekuatan maupun kelemahan perusahaan, yang kemudian dituliskan pada kolom pertama tabel.
2. Langkah kedua adalah memberikan bobot pada setiap faktor yang telah diidentifikasi pada kolom kedua. Pemberian bobot⁸⁷ menggunakan skala dari 1,0 yang menunjukkan tingkat kepentingan paling tinggi hingga 0,0 yang menunjukkan tidak adanya kepentingan sama sekali. Penentuan¹⁴ bobot ini didasarkan pada seberapa besar pengaruh masing-masing faktor terhadap posisi strategis perusahaan. Perlu diperhatikan bahwa akumulasi dari seluruh bobot yang diberikan tidak boleh melampaui angka total 1,0.
3. Langkah ketiga adalah menentukan nilai rating untuk setiap faktor pada kolom ketiga. Pemberian rating³² menggunakan skala 4 yang berarti sangat baik (*outstanding*) hingga 1 yang berarti buruk (*poor*), dengan mempertimbangkan sejauh mana faktor tersebut berpengaruh terhadap kondisi perusahaan. Untuk faktor-faktor yang bersifat positif atau termasuk dalam kategori kekuatan, nilai rating diberikan mulai dari +1 hingga +4 sebagai nilai tertinggi, yang ditentukan melalui perbandingan¹⁷ dengan rata-rata industri atau dengan kompetitor utama. Sebaliknya, untuk faktor-faktor yang bersifat negatif atau termasuk dalam kategori kelemahan, pemberian nilai dilakukan secara terbalik. Sebagai ilustrasi, apabila tingkat kelemahan perusahaan jauh lebih besar dibandingkan dengan rata-rata industri, maka faktor tersebut memperoleh nilai¹³⁰

1. Namun apabila ¹kelemahan perusahaan berada di bawah rata-rata industri, maka nilainya adalah 4.
4. Langkah keempat adalah ¹³mengalikan nilai bobot yang terdapat pada kolom kedua dengan nilai rating pada kolom ketiga guna menghasilkan skor pembobotan yang dicantumkan pada kolom keempat. Hasil perkalian ini menghasilkan ¹⁰⁵ skor pembobotan untuk setiap faktor, dengan rentang nilai yang bervariasi mulai dari 4,0 sebagai skor tertinggi (*outstanding*) hingga 1,0 sebagai skor terendah (*poor*).
5. Langkah kelima dan terakhir adalah menjumlahkan seluruh skor pembobotan yang terdapat pada ⁷²kolom keempat untuk mendapatkan total skor pembobotan perusahaan secara keseluruhan. Nilai total ini mencerminkan bagaimana perusahaan merespons dan mengelola faktor-faktor strategis yang berasal dari lingkungan internalnya. Selain itu, total skor tersebut juga dapat dimanfaatkan sebagai dasar perbandingan antara perusahaan yang bersangkutan dengan perusahaan-perusahaan lain yang beroperasi ¹dalam kelompok industri yang sama (Rangkuti, 1997).

3.11.2 Matriks Faktor Strategis Eksternal

Sebelum menyusun Matriks faktor strategi eksternal, hal mendasar yang perlu dilakukan terlebih dahulu adalah memahami konsep faktor strategi eksternal atau yang dikenal dengan EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Adapun prosedur dalam menyusun Matriks EFAS dapat diuraikan melalui tahapan-tahapan berikut:

1. Langkah awal dimulai dengan mengidentifikasi serta mendaftarkan sejumlah 5 hingga 10 aspek yang tergolong sebagai peluang maupun ancaman bagi perusahaan, yang selanjutnya dicatat pada kolom pertama tabel.

2. Langkah kedua adalah menetapkan proporsi bobot untuk tiap-tiap aspek yang telah didata pada kolom kedua. Skala pembobotan berkisar antara 1,0 yang mengindikasikan tingkat urgensi tertinggi hingga 0,0 yang mengindikasikan tidak adanya urgensi. Penetapan bobot ini mempertimbangkan kemungkinan besarnya pengaruh yang dapat ditimbulkan oleh masing-masing aspek terhadap kondisi strategis perusahaan.
3. Langkah ketiga adalah memberikan penilaian rating pada setiap aspek di kolom ketiga. Skala penilaian dimulai dari angka 4 yang mencerminkan kondisi sangat unggul (*outstanding*) hingga angka 1 yang mencerminkan kondisi lemah (*poor*), dengan memperhatikan dampak aspek tersebut terhadap keadaan perusahaan terkait. Khusus untuk aspek yang dikategorikan sebagai peluang, penilaian bersifat berbanding lurus, ¹⁷¹artinya semakin besar potensi peluang yang dimiliki maka semakin tinggi pula rating yang diberikan, yaitu 4 untuk peluang dengan potensi terbesar dan 1 untuk peluang dengan potensi terkecil. Prinsip serupa juga berlaku pada aspek ancaman, di mana ancaman dengan intensitas rendah akan memperoleh rating yang lebih tinggi, misalnya apabila dampak ancaman tergolong ringan maka rating yang diberikan.
4. Langkah keempat adalah melakukan perkalian antara angka bobot di kolom kedua dengan angka rating di kolom ketiga, sehingga menghasilkan skor tertimbang yang dicatat pada kolom keempat. Perkalian ini akan menghasilkan nilai skor tertimbang untuk tiap-tiap aspek, dengan rentang hasil yang bergerak dari 4,0 sebagai capaian paling optimal (*outstanding*) hingga 1,0 sebagai capaian paling minimal (*poor*).

5. Langkah terakhir adalah mengakumulasikan keseluruhan skor tertimbang pada kolom keempat guna memperoleh angka total skor tertimbang perusahaan. Angka total ini merepresentasikan kemampuan perusahaan dalam merespons serta menghadapi berbagai dinamika yang bersumber dari lingkungan eksternalnya. Di samping itu, angka total tersebut juga bermanfaat sebagai instrumen pembandingan kinerja strategis antara perusahaan yang dianalisis dengan perusahaan-perusahaan kompetitor yang berada dalam sektor industri serupa (Rangkuti, 1997).

3 Faktor Strategi

Tabel 1. Matriks Faktor Strategi Internal/Eksternal

Faktor Strategi Internal/Eksternal	Bobot	Rating	Skoring (Bobot x Rating)
Kekuatan			
1.			
Kelemahan			
1.			
Peluang			
1.			
Ancaman			
1.			

Berdasarkan Tabel 1. di atas, tahapan yang dilakukan dalam menentukan faktor strategi adalah mengidentifikasi terlebih dahulu faktor-faktor yang termasuk ke dalam kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang kemudian dicantumkan pada kolom 1. Selanjutnya, setiap faktor diberikan bobot pada kolom 3 dengan ketentuan bahwa total keseluruhan bobot tidak boleh melebihi skor 1. ¹ Secara matematis, penentuan bobot dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{Bobot} = (\text{Rating} \times \text{Total Bobot}) / \text{Total Rating}$$

Kemudian berikan peringkat untuk setiap faktor pada kolom 2 ¹⁴⁶ dengan skala mulai dari 4 yang menunjukkan pengaruh sangat besar hingga 1 yang menunjukkan pengaruh

adalah menerapkan kebijakan ekspansi secara agresif guna mendorong pertumbuhan usaha secara maksimal.

- Kuadran II: Pada posisi ini, meskipun perusahaan dihadapkan pada beragam tekanan dari lingkungan eksternal berupa ancaman, perusahaan tetap memiliki keunggulan yang bersumber dari faktor internalnya. Strategi yang tepat untuk diterapkan pada kondisi ini adalah memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang dalam jangka panjang melalui pendekatan diversifikasi produk maupun usaha.
- Kuadran III: Pada posisi ini, perusahaan berhadapan dengan potensi pasar yang sangat luas dan menjanjikan, namun di sisi lain terhambat oleh berbagai keterbatasan dan kendala yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, fokus utama strategi perusahaan diarahkan untuk memperbaiki dan meminimalisasi permasalahan internal yang ada, agar selanjutnya perusahaan dapat memanfaatkan peluang pasar secara lebih optimal.
- Kuadran IV: Posisi ini mencerminkan kondisi yang paling tidak menguntungkan bagi perusahaan. Pada kuadran ini, perusahaan secara bersamaan menghadapi tekanan dari lingkungan eksternal berupa ancaman serta terbebani oleh berbagai kekurangan yang bersumber dari faktor internalnya. Strategi yang perlu diterapkan pada kondisi ini bersifat defensif, yakni berupaya meminimalkan dampak kelemahan internal sekaligus menghindari ancaman eksternal demi keberlangsungan usaha.

3..11.4 Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan

kelemahan yang dimilikinya. Bentuk matriks SWOT dapat dilihat pada gambar 2 (Rangkuti, 2008).

Matriks SWOT⁷ dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu :

1..Strategi *Strenght Opportunities* (SO) dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2.Strategi *Strenght Threats* (ST) yaitu strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.

3.Strategi *Weaknesses Opportunities* (WO) diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4.Strategi *Weaknesses Threats* (WT) didasarkan pada kegiatan pemanfaatan peluang dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Internal Faktor Eksternal	STRENGHT (S) Faktor-Faktor kekuatan internal	95 WEAKNESSES (W) Faktor kelemahan internal
	51 OPPORTUNITIES (O) Faktor peluang eksternal	STRATEGI(SO) strategi yang menguraikan kekuatan untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada STRATEGI (WO) Strategi dengan mengambil kekuatan dari peluang untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki

<i>THREATS (T)</i>	<i>STRATEGI (ST)</i>	<i>STRATEGI (WT)</i>
Faktor ancaman eksternal	Strategi dengan menguraikan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Tabel 2. Matriks Swot

3.12 Definisi Operasional⁵

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami variabel-variabel yang diamati, maka dijelaskan konsep operasional penelitian sebagai berikut: Analisis usaha kerupuk sagu ibu ulfa merupakan kajian terhadap suatu kegiatan usaha yang mencakup aspek biaya, penerimaan, keuntungan, serta efisiensi produksi.

1. Kerupuk sagu adalah makanan ringan gurih, asin dan bercita rasa manis yang populer di kalangan masyarakat, dengan sagu sebagai bahan baku utamanya.
2. Biaya tetap adalah pengeluaran yang dikeluarkan secara konstan dalam proses produksi agroindustri kerupuk sagu, mulai dari tahap pembuatan hingga produk siap dipasarkan (Rp/produksi).
3. Biaya variabel merupakan pengeluaran yang berubah sesuai dengan volume produksi, meliputi biaya bahan baku dan komponen lain yang bersifat fleksibel (Rp/produksi).
4. Total biaya adalah hasil penjumlahan antara biaya tetap dan biaya variabel (Rp/produksi).
5. Produksi adalah jumlah output atau kuantitas produk yang dihasilkan dari kegiatan proses produksi (Kg).
6. Harga menunjukkan nilai jual per satuan produk dalam periode tertentu (Rp/Kg).

7. ¹⁴ **Penerimaan** merupakan hasil perkalian antara jumlah produksi kerupuk sagu dengan harga jual yang berlaku (Rp/produksi).
8. ²⁷ **Keuntungan** adalah selisih antara total penerimaan dan total biaya produksi (Rp/produksi).
9. **Efisiensi** diartikan sebagai perbandingan antara penerimaan (revenue) dengan biaya (cost) yang dikeluarkan ¹⁹⁵ dalam satu kali proses produksi.
10. **Analisis SWOT** merupakan rancangan strategi pengembangan usaha yang mencakup berbagai elemen penting yang digunakan perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan menarik minat konsumen.

4.1 Deskripsi Daerah Penelitian

77

4.1.1 Geografis Desa Jerambang

Desa Jerambang merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau, dengan luas wilayah sekitar 22,00 km². Secara geografis, Desa Jerambang berada dalam wilayah ¹⁶⁰ Kabupaten Indragiri Hilir yang terletak di pesisir timur Pulau Sumatera, sehingga memiliki karakteristik wilayah dataran rendah dan perairan. Kabupaten Indragiri Hilir juga dikenal memiliki potensi unggulan pada sektor perkebunan dan pertanian, seperti kelapa, pinang, dan sagu, sedangkan Desa Jerambang memiliki potensi desa di bidang pertanian, kopra, dan perikanan. Desa Jerambang memiliki 3 dusun, yaitu Dusun Beringin Jaya, Dusun Lestari, dan Dusun Mekar Jaya (BPS Kabupaten Indragiri Hilir, 2025; Pemerintah Desa Jerambang, 2023).

4.1.2 Demografi Desa Jerambang

Penduduk asli Kabupaten Indragiri Hilir pada umumnya adalah suku Melayu, yang juga dikenal sebagai Melayu Riau. Masyarakat Melayu di daerah ini memiliki sistem kekerabatan parental dan mayoritas beragama Islam, sehingga kehidupan sosial masyarakat cenderung lekat dengan nilai-nilai religius dan adat istiadat setempat (BPS Kabupaten Indragiri Hilir, 2019). Secara historis, wilayah Indragiri juga memiliki keterkaitan dengan perkembangan Kerajaan Indragiri dalam sejarah Riau (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2018). Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat ¹⁷⁴ memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia di sekitarnya, termasuk melalui kegiatan

pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai ekonomi, seperti pengolahan sagu menjadi kerupuk sebagai bentuk kearifan lokal (BPS Kabupaten Indragiri Hilir, 2019).

Desa Jerambang²⁰ memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.309 jiwa, terdiri atas 698 jiwa laki-laki dan 611 jiwa perempuan (Pemerintah Desa Jerambang, 2023). Potensi Desa Jerambang menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi masyarakat berkaitan erat dengan sektor pertanian, kopra, dan perikanan, sedangkan pada tingkat Kabupaten Indragiri Hilir komoditas perkebunan unggulan yang menonjol antara lain kelapa, pinang, dan sagu (Pemerintah Desa Jerambang, 2023; DPMPTSP Kabupaten Indragiri Hilir)

4.1.3 Sarana dan Prasarana

Desa Jerambang¹ telah dibangun beberapa fasilitas penunjang seperti gedung kantor desa sebanyak 1 unit, Masjid Al-Qadar serta Masjid Taqwa Muhammadiyah, posyandu, SD Negeri 010 Jerambang, serta dermaga sebagai sarana transportasi sungai. Desa ini¹⁰⁶ terbagi ke dalam tiga dusun yaitu Dusun Beringin Jaya, Dusun Lestari, dan Dusun Mekar Jaya (Kantor Desa Jerambang, 2025).

Selain sarana dan prasarana fisik, Desa Jerambang juga⁷⁴ memiliki potensi desa yang cukup besar terutama di sektor pertanian dan perikanan. Pada sektor pertanian, komoditas unggulan desa meliputi tanaman sagu, kelapa, dan pinang yang menjadi sumber mata pencaharian utama masyarakat. Tanaman sagu tumbuh subur di lahan rawa dan gambut yang mendominasi wilayah desa, sehingga menjadikan Desa Jerambang sebagai⁴¹ salah satu daerah penghasil sagu berkualitas di Kecamatan Gaung. Potensi sagu inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh masyarakat setempat untuk mengembangkan berbagai usaha pengolahan, salah satunya adalah usaha kerupuk sagu.

Di sektor perikanan, kondisi geografis Desa Jerambang yang dikelilingi oleh sungai dan perairan rawa memberikan peluang besar bagi masyarakat untuk menjalankan kegiatan perikanan tangkap maupun budidaya ikan. Hasil perikanan yang diperoleh tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi rumah tangga, tetapi juga dijual sebagai sumber pendapatan tambahan bagi keluarga. Dengan demikian, potensi sektor pertanian dan perikanan menjadi kekuatan ekonomi desa yang saling melengkapi dan mendukung kesejahteraan masyarakat Desa Jerambang secara keseluruhan.

4.2 Karakteristik pengusaha

Identitas responden diamati dari beberapa variabel yang memungkinkan dapat memberikan keterangan dan gambaran mengenai perkembangan usaha yang meliputi: nama, umur, pendidikan, dan pekerjaan utama. Untuk lebih jelasnya identitas responden tersaji pada tabel 3.

Tabel 3. Identitas Responden usaha kerupuk sagu

No	Identitas Responden	Keterangan
1.	Nama	Maria Ulfa
2.	Usia	41 Tahun
3.	Pendidikan	SD
4.	Jenis Kelamin	Perempuan
5.	Alamat	JL.Parit Kemang
6.	Pekerjaan Utama	Ibu rumah tangga
7.	Pengalaman Usaha	17 tahun
8.	Jumlah Anggota Keluarga	3 Orang
9.	Pelatihan Keterampilan	Turun-menurun

Sumber: Data primer diolah 2026

4.2.1 Umur

Ibu Maria Ulfa adalah 41 tahun, berada pada rentang umur 15-64 tahun maka termasuk dalam kategori usia produktif. Hal ini sesuai dengan klasifikasi Badan Pusat Ketenagakerjaan (BPS) yang menyatakan bahwa penduduk usia produktif adalah

penduduk yang berada pada rentang usia 15 hingga 64 tahun, sedangkan usia 0-14 tahun tergolong belum produktif dan usia 65 tahun ke atas tergolong usia tidak produktif (BPS, 2023). Pada usia 41 tahun, masih memiliki kemampuan fisik dan tenaga yang cukup baik untuk menjalankan seluruh tahapan proses produksi kerupuk sagu yang sebagian besar masih dilakukan secara manual, mulai dari pembuatan adonan, pemotongan, penjemuran, penggorengan, hingga pengemasan.

Usia produktif ini juga menandakan bahwa Ibu Ulpa masih memiliki waktu yang cukup panjang untuk terus menekuni dan mengembangkan usahanya di masa mendatang. Hal ini sejalan dengan pendapat Jamaludin et al. (2024) yang menyatakan bahwa usia berpengaruh terhadap produktivitas tenaga kerja, di mana pekerja yang berada pada usia produktif cenderung memiliki kekuatan fisik yang lebih baik dibandingkan pekerja yang sudah memasuki usia tidak produktif, sehingga mampu menghasilkan output kerja yang lebih optimal.

4.2.2 Pendidikan

Pendidikan formal yang telah ditamatkan oleh adalah 6 tahun atau setara dengan Sekolah Dasar (SD). Tingkat pendidikan tersebut tergolong rendah apabila dibandingkan dengan kebijakan pemerintah mengenai wajib belajar pendidikan dasar 9 tahun hingga jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) (Presiden Republik Indonesia, 1994; Pemerintah Republik Indonesia, 2008). Rendahnya tingkat pendidikan formal responden dapat dipahami sebagai kondisi yang masih kerap dijumpai pada masyarakat pedesaan, terutama pada kelompok masyarakat yang menempuh pendidikan ketika akses layanan pendidikan belum sebaik saat ini (BPS Kabupaten Indragiri Hilir, 2026).

Meskipun demikian, tingkat pendidikan yang rendah tidak menghalangi pengusaha untuk menjalankan usaha kerupuk sagu karena keterampilan produksi diperoleh secara turun-temurun dari keluarga. Namun, ¹ pendidikan akan berpengaruh terhadap kematangan dalam berpikir dan kemampuan dalam menyelesaikan masalah atau kendala yang terjadi dalam menjalankan usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian Hermawan (2020) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap produktivitas kerja, di mana ¹ semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan semakin mudah baginya untuk mengenali masalah dalam pekerjaannya serta menemukan solusi yang tepat.

Pengusaha yang memiliki pendidikan lebih tinggi umumnya akan berpengaruh terhadap kemampuan berpikir dalam mengembangkan usahanya, termasuk dalam hal pencatatan keuangan, pemasaran modern, serta kemampuan mengadopsi teknologi dan inovasi baru. Keterbatasan pendidikan formal yang dimiliki responden menyebabkan pengelolaan usaha masih dilakukan secara konvensional tanpa adanya inovasi yang signifikan selama 17 tahun usaha berjalan. Oleh karena itu, pendidikan nonformal berupa pelatihan dan pendampingan usaha sangat diperlukan untuk meningkatkan kapasitas Ibu Ulfa dalam mengelola dan mengembangkan usaha kerupuk sagu.

¹ 4.2.3 Pengalaman Usaha

Pengalaman usaha adalah lamanya pengusaha dalam menjalankan usaha kerupuk sagu. Ibu Ulfa memulai usaha kerupuk sagu sejak tahun 2008, sehingga hingga tahun 2025 telah ⁸ memiliki pengalaman usaha selama 17 tahun. Pengalaman usaha yang cukup panjang ini menunjukkan bahwa Ibu Ulfa telah melewati berbagai dinamika dan tantangan usaha, mulai dari fluktuasi harga bahan baku, persaingan dengan produsen

kerupuk sagu lainnya di Kecamatan Gaung, hingga pengaruh cuaca terhadap proses produksi, namun tetap mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya.

¹ Pengalaman usaha akan berpengaruh terhadap kemampuan pengusaha dalam melihat peluang dan mengantisipasi kendala yang mungkin akan menyebabkan kerugian dalam melakukan usaha kerupuk sagu. Selain itu, pengalaman usaha juga berpengaruh terhadap peningkatan kepercayaan diri pengusaha. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Safira dan Nurdiawati (2020) yang menyatakan bahwa masa kerja atau pengalaman kerja mempengaruhi tingkat produktivitas yang akan dicapai, di mana ²⁷ semakin lama seseorang menekuni suatu bidang pekerjaan maka keterampilan dan kemampuannya dalam melaksanakan pekerjaan tersebut akan semakin meningkat.

Dengan pengalaman selama 17 tahun telah memiliki pemahaman yang mendalam mengenai seluk-beluk usaha kerupuk sagu, termasuk penguasaan teknik produksi, pemahaman terhadap karakteristik bahan baku, pengenalan selera konsumen, serta kemampuan menjaga konsistensi kualitas produk. Pengalaman ini juga tercermin dari kemampuan responden menciptakan ciri khas rasa gurih kencur yang menjadi keunggulan kompetitif produknya dan membedakannya dari kerupuk sagu produksi pesaing lainnya.

¹ 4.2.4 Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga adalah orang yang hidupnya ditanggung oleh kepala keluarga yang tinggal dalam satu rumah tangga, termasuk kepala rumah tangga itu sendiri. Jumlah tanggungan keluarga adalah sebanyak 3 orang. Jumlah tanggungan ini tergolong relatif kecil, sehingga beban pengeluaran yang harus ditanggung oleh responden untuk kebutuhan konsumsi, pendidikan, kesehatan, dan transportasi keluarga tidak terlalu besar.

¹ Jumlah tanggungan keluarga akan berpengaruh terhadap pengeluaran yang ditanggung oleh pengusaha kerupuk sagu. ²⁴ Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga, maka kebutuhan keluarga akan semakin besar dan dapat semakin sulit terpenuhi. ¹ Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Munawarah (2020) yang menyatakan bahwa jumlah tanggungan keluarga menjadi gambaran potensi tenaga kerja yang dimiliki keluarga, dan jumlah tanggungan juga akan mempengaruhi pendapatan serta pengeluaran keluarga. Semakin banyak jumlah tanggungan maka akan menjadi beban bagi pengusaha bila ditinjau dari segi konsumsi.

Dengan jumlah tanggungan keluarga yang kecil, sebagian pendapatan dari usaha kerupuk sagu dapat dialokasikan untuk kebutuhan pengembangan usaha atau ditabung. ¹⁶² Namun di sisi lain, jumlah anggota keluarga yang terbatas juga berarti bahwa tenaga kerja yang tersedia untuk membantu proses produksi sangat minim. Kondisi ini menyebabkan responden harus mengandalkan tenaga sendiri dalam sebagian besar tahapan produksi, yang secara langsung membatasi kapasitas produksi harian yang mampu dihasilkan.

¹⁴ 4.3 Profil Usaha

Profil usaha merupakan gambaran umum mengenai kondisi dan karakteristik suatu usaha yang memberikan pemahaman secara menyeluruh tentang bagaimana usaha tersebut berdiri, berkembang, dan beroperasi. Profil usaha ¹⁸ kerupuk sagu di Desa Jerambang Kecamatan Gaung dapat ditinjau dari beberapa aspek ¹⁰⁹ meliputi: sejarah usaha, skala usaha, tujuan usaha, serta modal usaha.

¹⁰⁹ 4.3.1. Sejarah Usaha

Usaha kerupuk sagu yang dikelola oleh Ibu Maria Ulfa berawal dari semangat beliau bersama suaminya untuk memanfaatkan potensi sumber daya alam lokal di Desa

Jerambang yang dikenal sebagai ² salah satu daerah penghasil sagu berkualitas di Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir. Melihat banyaknya pohon sagu di sekitar desa yang belum dimanfaatkan secara optimal, pasangan ini berinisiatif untuk mengolah sagu menjadi produk makanan ringan berupa kerupuk sagu yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi dibandingkan menjual bahan baku sagu secara mentah.

Usaha ini didirikan pada tahun 2008 dan dilatarbelakangi oleh keinginan kuat untuk meningkatkan pendapatan keluarga tanpa harus bergantung pada pekerjaan musiman di bidang pertanian. Selain itu, usaha ini juga merupakan bentuk pelestarian pangan lokal berbasis sagu yang ²⁵ telah lama menjadi bagian dari kearifan lokal masyarakat Desa Jerambang. ¹⁴² Keterampilan dalam membuat kerupuk sagu diperoleh secara turun-temurun dari keluarga melalui proses pewarisan pengetahuan secara informal dari generasi sebelumnya, sehingga teknik pengolahan dan resep produksi dapat terjaga keasliannya.

Pada awal pendiriannya, usaha ini dimulai dengan modal yang sangat terbatas dan peralatan yang sederhana. Ibu Ulpa bersama suami mulai memproduksi kerupuk sagu secara kecil-kecilan di rumah tinggalnya yang berlokasi di JL. Parit Kemang, Desa Jerambang. Seluruh proses produksi mulai dari pengolahan bahan baku, pencampuran bumbu, pencetakan, pengeringan, hingga pengemasan dilakukan secara mandiri oleh responden dan suaminya dengan tetap menjaga kebersihan dan kualitas produk. ¹⁶⁸ Kerja sama yang solid antara suami dan istri ini menjadi kekuatan utama dalam menjalankan usaha di masa-masa awal yang penuh keterbatasan.

Berkat cita rasa gurih kencur yang khas, tekstur renyah, serta penggunaan bahan alami tanpa pengawet, produk kerupuk sagu buatan Ibu Maria Olpa mulai dikenal di

lingkungan sekitar dan mendapat respons positif dari masyarakat. Ciri khas rasa gurih kencur ini menjadi pembeda utama produknya dibandingkan dengan kerupuk sagu lainnya yang banyak diproduksi di wilayah Kecamatan Gaung. Keunikan cita rasa tersebut merupakan hasil dari resep warisan keluarga yang telah teruji kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga mampu membangun loyalitas pelanggan yang kuat.

Hingga tahun 2025, usaha kerupuk sagu ini telah beroperasi selama kurang lebih 17 tahun. Selama perjalanan usahanya, responden telah menghadapi berbagai dinamika dan tantangan, mulai dari fluktuasi harga bahan baku, persaingan dengan produsen kerupuk sagu lainnya di Kecamatan Gaung, hingga pengaruh cuaca terhadap proses produksi. Meskipun demikian, usaha ini tetap mampu bertahan dan menjaga keberlangsungannya berkat ¹⁵ kualitas produk yang konsisten serta hubungan yang sangat kuat dengan pelanggan dan pemasok. Keberhasilan usaha ini tidak hanya membantu menopang ekonomi keluarga, tetapi juga memberikan inspirasi bagi warga lain di Desa Jerombang untuk memanfaatkan potensi lokal sebagai sumber penghidupan yang berkelanjutan.



Gambar 3. Kemasan Prduk Kerupuk Sagu

Selama 17 tahun beroperasi belum pernah mengikuti pelatihan formal apa pun yang berkaitan dengan pengembangan usaha, teknik produksi, maupun manajemen keuangan. Seluruh pengetahuan yang dimiliki diperoleh dari pengalaman praktis dan warisan keluarga. Ketiadaan pelatihan ini menyebabkan perkembangan usaha cenderung berjalan secara alami tanpa adanya terobosan signifikan dari segi inovasi produk, efisiensi produksi, maupun perluasan jangkauan pasar ke wilayah di luar Kecamatan Gaung.

4.3.2. Skala usaha

Usaha kerupuk sagu yang dijalankan oleh Ibu Maria Olpa tergolong dalam kategori usaha mikro dengan skala rumah tangga (*home industry*). Klasifikasi ini didasarkan pada beberapa indikator yang mencerminkan karakteristik usaha secara keseluruhan.

Kegiatan produksi kerupuk sagu merupakan pekerjaan sampingan bagi pengusaha yang memiliki pekerjaan utama sebagai ibu rumah tangga. Aktivitas produksi dilakukan di sela-sela kegiatan domestik sehari-hari, sehingga waktu yang dicurahkan untuk kegiatan usaha tidak berlangsung sepanjang hari penuh. Meskipun demikian, responden mampu mengelola waktu secara efektif sehingga kegiatan usaha tetap berjalan secara konsisten setiap harinya. Seluruh kegiatan usaha dilakukan di lingkungan rumah tinggal responden di JL. Parit Kemang, Desa Jerambang, tanpa memiliki tempat produksi atau workshop yang terpisah. Penggabungan antara fungsi rumah tinggal dan tempat produksi ini merupakan ciri khas usaha rumah tangga yang bertujuan untuk menekan biaya operasional, khususnya biaya sewa tempat usaha.

¹⁴⁷ Tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi seluruhnya merupakan Tenaga Kerja Dalam Keluarga (TKDK) yang berjumlah 3 orang. Pembagian kerja dalam keluarga

meliputi pembuatan adonan, pemotongan, dan pembungkusan. Tidak ada ¹tenaga kerja dari luar keluarga yang dipekerjakan, sehingga biaya tenaga kerja tidak diperhitungkan secara eksplisit dalam struktur biaya produksi. Kapasitas produksi usaha ini mencapai 30 ³kg kerupuk sagu per hari dengan harga jual Rp 45.000 per kilogram. Volume produksi ini masih tergolong kecil dan belum berorientasi pada produksi massal. Keterbatasan kapasitas produksi dipengaruhi oleh minimnya jumlah tenaga kerja, penggunaan peralatan tradisional yang masih bersifat manual, serta keterbatasan waktu produksi.

Peralatan yang digunakan seluruhnya masih berupa peralatan rumah tangga sederhana seperti kompor, kual, kukusan, pisau, baskom, ember, spatula, saringan, nyiru/talam, dan panci. Peralatan ini seluruhnya berstatus milik sendiri dengan umur ekonomis yang cukup panjang. Penggunaan peralatan tradisional ini di satu sisi mampu menjaga keaslian cita rasa produk, namun di sisi lain membatasi efisiensi dan kapasitas produksi harian. Adapun jangkauan pemasaran produk kerupuk sagu saat ini masih terbatas di wilayah Kecamatan Gaung. Penjualan belum menjangkau pasar di luar kecamatan dan masih dilakukan secara konvensional melalui penjualan langsung serta distribusi ke warung-warung setempat. Produk dikemas dalam variasi ukuran ¹³⁶kemasan 1/4 kg, 1/2 kg, dan 1 kg yang dilengkapi stiker sebagai label yang mencerminkan identitas produk sederhana.

4.3.3. Tujuan Usaha

Usaha kerupuk sagu yang dijalankan oleh Ibu Maria Olpa memiliki beberapa tujuan yang saling berkaitan satu sama lain. Secara ekonomi, usaha ini didirikan ¹⁷⁶untuk meningkatkan pendapatan keluarga guna memenuhi kebutuhan rumah tangga sehari-hari tanpa harus bergantung pada pekerjaan musiman di bidang pertanian. Mengingat status

usaha sebagai pekerjaan sampingan, orientasi usaha lebih diarahkan pada upaya menambah penghasilan keluarga melalui hasil penjualan kerupuk sagu. Dengan jumlah anggota keluarga sebanyak 3 orang, pendapatan yang dihasilkan dari usaha ini diharapkan mampu membantu mencukupi berbagai kebutuhan keluarga, baik ⁴⁹ kebutuhan pokok seperti pangan, sandang, dan papan, maupun kebutuhan pendidikan dan kesehatan.

Di samping itu, usaha ini juga ¹⁸⁷ bertujuan untuk memanfaatkan potensi sumber daya alam lokal berupa bahan baku sagu yang tersedia melimpah di wilayah Desa Jerambang dan Kecamatan Gaung. Responden melihat bahwa banyaknya pohon sagu di sekitar desa yang belum termanfaatkan secara optimal merupakan peluang yang dapat dikonversi menjadi produk bernilai ekonomi tinggi. Dengan mengolah bahan baku sagu menjadi produk kerupuk, usaha ini memberikan nilai tambah (*value added*) terhadap komoditas sagu ³⁸ yang merupakan salah satu hasil pertanian unggulan di Kabupaten Indragiri Hilir. Keberadaan usaha ini turut berkontribusi dalam menggerakkan perekonomian di tingkat desa melalui aktivitas pembelian bahan baku dari pemasok lokal serta penyediaan produk makanan bagi masyarakat sekitar.

Usaha ini sekaligus menjadi sarana untuk melestarikan keterampilan tradisional pengolahan sagu yang telah diwariskan secara turun-temurun dari keluarga. Melalui kegiatan usaha ini, resep dan teknik pembuatan kerupuk sagu dengan ciri khas rasa gurih kencur yang menjadi warisan budaya keluarga dapat terus dipertahankan dan berpotensi untuk diwariskan kepada generasi berikutnya. Pelestarian keterampilan tradisional ini memiliki nilai yang penting tidak hanya bagi keluarga responden, tetapi juga bagi masyarakat Desa Jerambang secara luas, mengingat pengolahan sagu merupakan salah satu kearifan lokal yang perlu dijaga keberlangsungannya di tengah arus modernisasi.

Lebih dari itu, keberhasilan usaha kerupuk sagu ini juga diharapkan mampu memberikan inspirasi dan motivasi bagi warga lain di Desa Jerambang untuk turut memanfaatkan potensi lokal yang ada di sekitar mereka sebagai sumber penghidupan yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan upaya ⁷³ pemberdayaan masyarakat pedesaan dan penguatan ekonomi lokal agar tumbuh wirausaha baru yang mandiri secara ekonomi berbasis potensi daerah. Dengan demikian, usaha ini tidak hanya bermanfaat bagi ekonomi keluarga responden semata, ¹⁶ tetapi juga berpotensi memberikan dampak sosial yang lebih luas dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa melalui penguatan ekonomi lokal ¹⁵⁹ dan pemberdayaan masyarakat desa (Kementerian Perdagangan, 2016; Kementerian Desa dan Pembangunan Daerah Tertinggal, 2025).

² 4.3.4. Modal Usaha

Modal merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan usaha karena ketersediaan modal menjadi kebutuhan mutlak bagi keberlangsungan usaha (Sari, 2017). Pada usaha kerupuk sagu yang dikelola oleh Ibu Maria Olpa, modal awal yang digunakan saat pertama kali memulai usaha pada tahun 2008 adalah sebesar Rp 300.000. Jumlah modal ini tergolong sangat kecil, namun sudah cukup untuk memulai usaha kerupuk sagu dalam skala rumah tangga. ¹⁵⁶ Hal ini menunjukkan bahwa usaha kerupuk sagu tidak membutuhkan modal yang besar untuk memulainya, sehingga siapa saja yang memiliki keterampilan mengolah sagu dapat menjalankan usaha serupa

Modal awal tersebut seluruhnya berasal dari dana pribadi responden dan suami. Responden tidak melakukan pinjaman ke bank, koperasi, maupun lembaga keuangan lainnya. Begitu pula tidak ada bantuan modal yang diterima dari pemerintah desa ataupun program pemberdayaan masyarakat. Responden memilih menggunakan dana sendiri

karena tidak ingin menanggung beban utang dalam menjalankan usahanya. Meskipun keputusan ini menunjukkan kemandirian responden, namun di sisi lain juga membatasi kemampuan untuk mengembangkan usaha secara lebih cepat karena modal yang tersedia sangat terbatas.

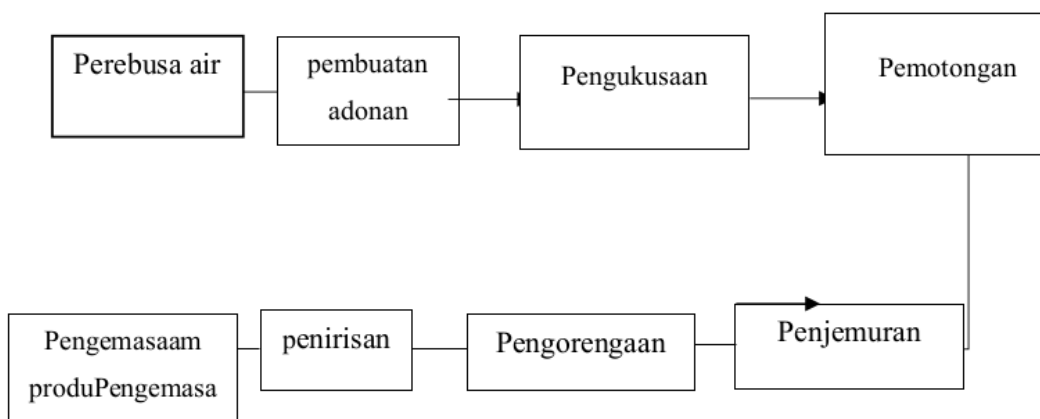
Modal awal sebesar Rp 300.000¹³⁴ tersebut digunakan untuk membeli bahan baku dan peralatan produksi. Bahan baku yang dibeli meliputi tepung sagu sebagai bahan utama serta bumbu-bumbu pendukung seperti bawang merah, bawang putih, kencur, masako, micin, garam, dan minyak goreng. Sementara itu, peralatan produksi yang dibeli berupa peralatan rumah tangga sederhana seperti kompor, kual, kukusan, pisau, baskom, ember, spatula, saringan, toples besar, nyiru/talam, dan panci. Seluruh peralatan tersebut berstatus milik sendiri dan memiliki umur pemakaian yang cukup lama, misalnya kompor yang sudah digunakan selama 9 tahun dan masih berfungsi dengan baik. Dengan demikian, biaya untuk peralatan tidak perlu dikeluarkan dalam jumlah besar secara berulang-ulang.

Selama 17 tahun usaha berjalan, modal terus berputar melalui proses produksi dan penjualan. Artinya, uang hasil penjualan kerupuk sagu digunakan kembali untuk membeli bahan baku pada produksi berikutnya, begitu seterusnya sehingga usaha dapat terus berjalan tanpa harus menambah modal dari luar. Akan tetapi, meskipun usaha ini sudah berjalan selama 17 tahun, belum terlihat adanya peningkatan modal yang berarti untuk membeli peralatan yang lebih modern atau menambah kapasitas produksi. Responden masih menjalankan usaha dengan cara dan peralatan yang hampir sama sejak awal berdiri. Hal ini disebabkan karena usaha ini masih bersifat sampingan sehingga responden tidak terlalu fokus pada pengembangan usaha secara besar-besaran. Selain itu, responden juga

38 belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang pengelolaan keuangan usaha dan belum mengenal sumber-sumber pembiayaan yang bisa dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha. Padahal menurut responden, Kepala Desa Jerambang sangat mendukung keberadaan usaha ini, sehingga sebenarnya ada peluang bagi responden untuk mendapatkan pendampingan maupun bantuan permodalan apabila dikoordinasikan dengan baik melalui pemerintah desa maupun dinas terkait di Kabupaten Indragiri Hilir.

1 4.4 Proses Pembuatan Kerupuk Sagu Ibu Ulfa di Desa Jerambang

18 Proses pembuatan kerupuk sagu yang dilakukan oleh Ibu Maria Olpa di Desa Jerambang, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir dilakukan secara tradisional dengan menggunakan peralatan sederhana. Seluruh tahapan produksi dikerjakan secara manual oleh Ibu Ulpa bersama anggota keluarga tanpa menggunakan mesin atau teknologi modern. Proses produksi ini terdiri dari 180 beberapa tahapan yang harus dilakukan secara berurutan untuk menghasilkan kerupuk sagu yang berkualitas baik. Proses produksi bisa dilihat di gambar berikut



1 Gambar 3. Skema Proses Pembuatan Kerupuk Sagu

Tahapan-tahapan proses pembuatan kerupuk sagu adalah sebagai berikut:

1. Perebusan Air

Tahapan pertama dalam proses pembuatan kerupuk sagu adalah ¹ perebusan air. Perebusan air bertujuan untuk menyiapkan air panas yang dicampur sedikit minyak goreng agar adonan tidak lengket di panci ¹⁶¹ yang akan digunakan sebagai media pencampuran seluruh bahan baku dalam pembuatan adonan kerupuk sagu. ¹ Air yang direbus harus dipastikan benar-benar panas dan mendidih sebelum dicampurkan dengan bahan-bahan lainnya, karena air dan suhu pemanasan merupakan faktor penting dalam proses gelatinisasi pati, yang selanjutnya memengaruhi pembentukan adonan (Fitriani et al., 2023). Pada bahan berpati, pemanasan dengan air menyebabkan granula pati menyerap air, mengembang, mengalami gelatinisasi, dan meningkatkan viskositas, sehingga sangat berpengaruh terhadap struktur dan tekstur produk akhir (Chakraborty et al., 2022). Oleh karena itu, apabila air yang digunakan kurang panas, maka proses pencampuran dan gelatinisasi adonan dapat berlangsung kurang optimal, sehingga berpotensi memengaruhi elastisitas adonan dan tekstur kerupuk sagu yang dihasilkan (Gu et al., 2023).

¹ 2. Pembuatan Adonan

Dalam pembuatan adonan, keseluruhan bahan baku utama dan bahan penunjang dicampurkan kemudian diaduk hingga merata. Bahan-bahan yang digunakan meliputi tepung sagu sebanyak 30 kg, garam, bawang putih, bawang merah, kencur, ajinomoto, masako, air panas, serta pewarna makanan. Proses pengadukan dilakukan secara manual hingga menghasilkan adonan dengan konsistensi yang pas, ³⁵ yaitu tidak terlalu lembek dan tidak terlalu keras. Ketepatan konsistensi adonan sangat penting karena akan mempengaruhi tekstur dan kerenyahan kerupuk sagu pada produk akhir. Setelah adonan

tercampur rata, adonan kemudian dibentuk memanjang dan diberi pewarna makanan dengan variasi warna merah, hijau, dan oren untuk memberikan tampilan yang menarik sehingga dapat menarik minat konsumen.

1 3. Pengukusan

Setelah adonan dibentuk, langkah selanjutnya adalah pengukusan. Adonan yang sudah dibentuk dimasukkan ke dalam kukusan dan dikukus selama kurang lebih 120 menit atau 2 jam dengan menggunakan api sedang. Penggunaan api sedang dimaksudkan agar adonan matang secara merata dari bagian luar hingga bagian dalam tanpa mengalami kegosongan atau kematangan yang tidak sempurna. Proses pengukusan merupakan tahapan yang memakan waktu paling lama dalam keseluruhan rangkaian produksi, sehingga responden biasanya memanfaatkan waktu tunggu tersebut untuk mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan pada tahapan selanjutnya.

4. Pemotongan

Setelah dikukus, adonan yang sudah matang diletakkan di atas talam atau nyiru dan didinginkan terlebih dahulu. Proses pendinginan ini penting dilakukan agar adonan menjadi lebih padat dan mudah dipotong dengan rapi. Setelah dingin, kerupuk sagu dipotong secara manual menggunakan pisau atau parang kecil dengan ukuran potongan sedang, yaitu tidak terlalu tebal dan tidak terlalu tipis agar cepat kering pada saat proses penjemuran. Ketepatan ukuran potongan sangat menentukan kualitas produk akhir, karena potongan yang terlalu tebal akan membutuhkan waktu pengeringan lebih lama dan tidak mengembang sempurna saat digoreng, sedangkan potongan yang terlalu tipis akan mudah patah dan cepat gosong saat proses penggorengan.

5. Penjemuran

Setelah dipotong-potong, potongan kerupuk sagu ditata di atas nyiru atau talam dan dijemur di terik matahari. Proses penjemuran ini masih sepenuhnya mengandalkan sinar matahari secara alami tanpa menggunakan alat pengering mekanis. Lama waktu penjemuran sangat bergantung pada kondisi cuaca, yaitu membutuhkan waktu sekitar 2 hari apabila cuaca panas dan cerah, dan bisa memakan waktu hingga 5 hari apabila cuaca tidak panas atau mendung. Ketergantungan pada cuaca ini menjadi salah satu kendala dalam proses produksi terutama pada musim hujan yang dapat menghambat proses pengeringan dan mempengaruhi kontinuitas produksi. Responden memiliki 10 unit nyiru/talam yang digunakan secara bersamaan untuk menampung potongan kerupuk selama proses penjemuran agar produksi tetap berjalan dalam jumlah yang memadai.

6. Penggorengan

Penggorengan dilakukan dengan cara memasukkan kerupuk sagu yang sudah kering ke dalam wajan atau kual yang berisi minyak goreng panas. Kerupuk dimasukkan secara sedikit demi sedikit agar proses penggorengan berlangsung merata dan kerupuk dapat mengembang dengan sempurna. Setelah kerupuk mengembang atau mekar dan berwarna keemasan, kerupuk segera diangkat dari wajan. Pengendalian suhu minyak dan waktu penggorengan sangat menentukan kualitas akhir kerupuk sagu agar tidak gosong namun tetap menghasilkan tekstur yang renyah. Memasukkan kerupuk secara bertahap juga bertujuan agar suhu minyak tetap stabil dan tidak turun drastis yang dapat menyebabkan kerupuk menyerap terlalu banyak minyak.

7. Penirisan

Setelah kerupuk diangkat dari penggorengan, kerupuk kemudian ditiriskan menggunakan saringan ¹ sehingga kandungan minyak yang ada pada kerupuk akan berkurang. Proses penirisan yang baik akan menghasilkan kerupuk sagu yang lebih renyah, tidak berminyak berlebihan, dan ¹⁶ memiliki daya simpan yang lebih lama. Tahapan ini penting ⁴⁷ untuk menjaga kualitas dan tampilan produk agar tetap dalam kondisi terbaik saat sampai ke tangan konsumen, karena kerupuk yang terlalu berminyak akan cepat melempem dan menurunkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk.

8. Pengemasan

Setelah ditiriskan, kerupuk sagu secepatnya dibungkus agar kerenyahan dan kebersihannya tetap terjaga. Pengemasan dilakukan dalam dua jenis kemasan. Kemasan pertama menggunakan plastik ukuran 1/4 kg yang berisi kerupuk siap makan dan dijual eceran di warung-warung dengan harga seribu rupiah per bungkus. Kemasan kedua menggunakan plastik ukuran 1 kg yang berisi kerupuk mentah bagi konsumen yang ingin menggoreng sendiri di rumah. Proses penyegelan kemasan dilakukan menggunakan alat press plastik yang lebih praktis dan cepat dibandingkan cara tradisional menggunakan api dan lilin. Setiap kemasan dilengkapi dengan stiker sebagai identitas produk sederhana. Setelah dikemas dengan rapi, produk kerupuk sagu siap dipasarkan kepada konsumen di wilayah Kecamatan Gaung.

¹ 4.5 Analisis Biaya

Biaya merupakan uang yang dikeluarkan oleh pengusaha kerupuk sagu di Desa Jerambang, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir. Dalam satu kali proses pembuatan kerupuk sagu. Biaya terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap.

4.5.1 Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tidak berubah meskipun terjadi perubahan pada volume produksi dalam jangka pendek (Afriani et al., 2021). Berdasarkan Tabel 4, total investasi peralatan pada usaha kerupuk sagu.

Tabel 4. Biaya Tetap Pada Prduksi Kerupuk Sagu Ibu Ulfa

²³ No	Jenis Biaya	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
1	Biaya Penyusutan Peralatan	2.972	28,9
2	Bangunan	6.667	³ 71,1
	Total	9.639	³ 100

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa total biaya tetap pada usaha kerupuk sagu adalah sebesar Rp.9.639,- per produksi. Komponen biaya tetap terbesar berasal dari biaya bangunan sebesar Rp.6.667,- atau 69,2%, sedangkan ³ biaya penyusutan peralatan sebesar Rp.2.972,- atau 30,8%. ¹⁰ Hal ini menunjukkan bahwa biaya bangunan menjadi komponen paling dominan dalam struktur biaya tetap usaha kerupuk sagu. ¹⁰ Biaya tetap merupakan biaya yang jumlahnya tidak berubah meskipun jumlah produksi mengalami peningkatan atau penurunan. Pada usaha skala kecil, ¹⁴⁵ biaya tetap umumnya terdiri atas biaya penyusutan peralatan dan biaya bangunan atau tempat usaha.

⁶⁹ Hal ini sejalan dengan pendapat Siregar et al. (2024) yang menyatakan bahwa biaya tetap meliputi penyusutan peralatan dan biaya sewa bangunan yang tetap diperhitungkan meskipun tingkat produksi berubah. Selain itu, Sawitri (2018) juga menjelaskan bahwa biaya bangunan tetap perlu diperhitungkan dalam analisis keuntungan meskipun bangunan tersebut merupakan milik sendiri.

Besarnya persentase biaya bangunan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tempat produksi menjadi kebutuhan utama dalam menjalankan usaha kerupuk sagu.

Sementara itu, biaya penyusutan peralatan memiliki persentase lebih kecil karena peralatan yang digunakan relatif sederhana dan nilai penyusutannya rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa struktur biaya tetap pada usaha kerupuk sagu lebih banyak dipengaruhi oleh biaya bangunan dibandingkan biaya penyusutan peralatan. Dengan demikian, biaya bangunan menjadi faktor utama dalam biaya tetap yang perlu diperhitungkan agar analisis biaya produksi dapat menggambarkan kondisi usaha secara lebih akurat.

¹ 4.5.2 Biaya Tidak Tetap (*Variable Cost*)

Biaya tidak tetap adalah biaya yang secara total berubah seiring dengan meningkat atau menurunnya aktivitas produksi (Sahla, 2020). Menurut Soekartawi (2006), ⁹ biaya variabel merupakan biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh jumlah produksi yang dihasilkan. Biaya tidak tetap pada usaha kerupuk sagu meliputi biaya ⁷⁴ bahan baku dan penunjang, biaya pengemasan, biaya bahan bakar, serta biaya tenaga kerja dalam keluarga. ¹ Untuk lebih jelasnya, biaya tidak tetap dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Biaya Tidak Tetap Pada Prduksi Kerupuk Sagu Ibu Ulfa

No	Uraian	Unit	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Biaya Bahan Baku dan Penunjang			
	- Tepung Sagu	30 kg	5.000/kg	150.000
	- Bawang Merah	1 kg	33.000/kg	33.000
	- Bawang Putih	1 kg	38.000/kg	38.000
	- Kencur	0,2 kg	25.000/kg	5.000
	- Masako	4 bungkus	5.000/bungkus	20.000
	- Minyak Goreng	4 liter	25.000/liter	100.000
	- Garam	2 bungkus	4.000/bungkus	8.000
	- Micin	2 bungkus	5.000/bungkus	10.000
2	Biaya Pengemasan			
	- Plastik ukuran ¼ kg	1 pak	35.000/pak	35.000
	- Plastik ukuran ½ & 1 kg	1 pak	65.000/pak	65.000
	- Stiker	1 pak	30.000/pak	30.000
3	Biaya Bahan Bakar (Gas)	2 tabung	25.000/tabung	50.000
4	Tenaga Kerja Dalam Keluarga (TKDK)	3 orang	25.000/orang	75.000
9	Total			619.000

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa total biaya tidak tetap dalam satu kali produksi kerupuk sagu adalah sebesar Rp.619.000,-. Biaya terbesar berasal dari biaya bahan baku dan penunjang, yaitu sebesar Rp.364.000,- atau 58,80% dari total biaya tidak tetap. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan bahan baku menjadi komponen utama yang paling banyak menyerap biaya dalam proses produksi. Menurut Suratiyah (2015), bahan baku biasanya menjadi bagian terbesar dalam biaya variabel pada usaha pengolahan hasil pertanian karena jumlahnya sangat bergantung pada banyaknya produk yang dihasilkan.

Pada kelompok bahan baku dan penunjang, tepung sagu menjadi biaya paling dominan, yaitu sebesar Rp.150.000,- dari penggunaan 30 kg dengan harga Rp.5.000,- per kg. Nilai tersebut mencapai 41,21% dari total biaya bahan baku dan penunjang. Hal ini wajar karena tepung sagu merupakan bahan utama dalam pembuatan kerupuk sagu.

Selain itu, biaya lain yang cukup besar adalah minyak goreng ¹ sebesar Rp.100.000,-, bawang putih sebesar Rp.38.000,-, bawang merah sebesar Rp33.000,-, masako ¹¹³ sebesar Rp.20.000,-, micin sebesar Rp.10.000,-, garam sebesar Rp.8.000,-, dan kencur sebesar Rp.5.000,- per produksi.

Biaya pengemasan menempati urutan kedua dengan jumlah sebesar Rp.130.000,- atau 21,00% ¹⁹¹ dari total biaya tidak tetap. Biaya ini terdiri atas plastik ukuran $\frac{1}{4}$ kg ¹ sebesar Rp.35.000,-, plastik ukuran $\frac{1}{2}$ kg dan 1 kg sebesar Rp.65.000,-, serta stiker sebesar Rp.30.000,-. Pengemasan memiliki peran penting karena selain berfungsi untuk melindungi produk, kemasan juga ¹⁷⁹ dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk.

Selanjutnya, biaya bahan bakar berupa gas ⁵³ sebesar Rp.50.000,- atau 8,08% dari total biaya tidak tetap. Gas digunakan dalam proses produksi, terutama untuk memasak, mengukus adonan, dan menggoreng kerupuk sagu. Meskipun jumlahnya tidak sebesar biaya bahan baku, bahan bakar tetap menjadi kebutuhan penting karena proses produksi tidak dapat berjalan tanpa energi panas.

⁵³ Biaya tenaga kerja dalam keluarga (TKDK) sebesar Rp.75.000,- atau 12,12% dari total biaya tidak tetap. Tenaga kerja yang digunakan berjumlah 3 orang dengan perhitungan upah sebesar ¹⁸⁵ Rp.25.000,- per orang. Walaupun tenaga kerja berasal dari anggota keluarga dan tidak selalu dibayar secara langsung, biaya ini tetap perlu dihitung sebagai biaya kesempatan. Artinya, tenaga dan waktu anggota keluarga yang digunakan untuk produksi memiliki nilai ekonomi. ²¹ Hal ini sesuai dengan pendapat Rahim dan Hastuti (2018) bahwa tenaga kerja keluarga pada usaha skala kecil tetap perlu diperhitungkan agar analisis biaya produksi menggambarkan keadaan yang sebenarnya.

4.5.3¹ Total Biaya

Total biaya pada usaha kerupuk sagu di Desa Jerambang, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir merupakan penjumlahan antara biaya tetap dan biaya tidak tetap. Total biaya dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Total Biaya Usaha Kerupuk Sagu Pada Pproduksi Kerupuk Sagu Ibu Ulfa.

No	Jenis Biaya	Biaya (Rp/Produksi)	Persentase (%)
⁸⁸ 1	Biaya Tetap (Fixed Cost)	9.639	1,5%
2	Biaya Tidak Tetap (Variabel Cost)	619.000	98,5%
	Total	628.639	³ 100

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 6, dapat dilihat bahwa jumlah total biaya usaha kerupuk sagu adalah sebesar Rp.628.639,- per produksi. Total biaya tersebut terdiri dari biaya tetap sebesar Rp.9.639,- per produksi atau 1,5%² dan biaya tidak tetap sebesar Rp.619.000,- per produksi atau 98,5%.¹⁰² Komposisi biaya ini menunjukkan bahwa biaya tidak tetap menjadi komponen biaya terbesar dalam struktur biaya produksi kerupuk sagu.

Komposisi biaya⁹ pada usaha kerupuk sagu menunjukkan bahwa biaya tidak tetap menjadi komponen biaya terbesar dalam struktur biaya produksi. Hal ini disebabkan karena biaya tidak tetap berkaitan langsung dengan proses produksi⁵, seperti pembelian bahan baku, bahan penunjang, pengemasan, bahan bakar, dan tenaga kerja dalam keluarga. Menurut Nabilla et al. (2024), biaya variabel merupakan biaya yang berubah mengikuti jumlah produksi, seperti biaya bahan baku, kemasan, dan tenaga kerja. Oleh karena itu, semakin besar volume produksi yang dilakukan³, maka kebutuhan biaya tidak tetap juga akan semakin meningkat.

Sementara itu, biaya tetap memiliki jumlah yang lebih kecil, yaitu sebesar Rp.9.639,- atau 1,5% dari total biaya. ³⁵ Biaya tetap dalam usaha ini terdiri dari biaya penyusutan peralatan dan biaya bangunan. Biaya ini tetap diperhitungkan karena menjadi bagian dari biaya produksi meskipun jumlah produksi mengalami perubahan. Nabilla et al. (2024) menjelaskan bahwa ¹²⁴ biaya tetap merupakan biaya yang nilainya relatif tidak berubah walaupun jumlah produksi naik atau turun. Dengan demikian, struktur biaya pada usaha kerupuk sagu lebih banyak dipengaruhi oleh biaya tidak tetap dibandingkan biaya tetap. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengusaha perlu mengendalikan penggunaan ¹⁶⁹ bahan baku, bahan penunjang, bahan bakar, dan pengemasan agar total biaya produksi tetap efisien.

4.6 Analisis Pendapatan

¹ 4.6.1 Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor atau penerimaan adalah hasil penjualan kerupuk sagu yang belum dikurangi dengan biaya produksi. ²⁷ Pendapatan kotor diperoleh dari perkalian antara jumlah produksi kerupuk sagu dengan harga jual per satuan produk. Menurut Setiawan (2024), merupakan ²⁹ jumlah hasil produksi yang dikalikan dengan harga jual dan dinyatakan dalam satuan rupiah per satu kali proses produksi. ⁵⁶ Hal ini juga sejalan dengan Sintawati et al. (2024), yang menyatakan bahwa penerimaan ²³ diperoleh dari perkalian antara jumlah produksi dengan harga jual produk. Untuk lebih jelasnya, pendapatan kotor usaha kerupuk sagu di Desa Jerambang, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir dapat dilihat pada Tabel.7

¹ No	Uraian	Nilai
1	Produksi (kg/produksi)	30
2	Harga (Rp/kg)	45.000
	Pendapatan Kotor (Rp/Produksi)	1.350.000

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 7, maka dapat dilihat bahwa pendapatan kotor yang diperoleh dari usaha kerupuk sagu adalah sebesar Rp.1.350.000,- per satu kali produksi. Pendapatan kotor diperoleh dari perkalian antara produksi sebanyak 30 kg dengan harga kerupuk sagu sebesar Rp.45.000,- per kg, maka diperoleh pendapatan kotor sebesar Rp.1.350.000,- per produksi.

Kerupuk sagu dijual dalam dua jenis kemasan. Kemasan pertama berupa plastik ukuran 1/4 kg yang dijual dalam bentuk kerupuk siap makan di warung-warung dengan harga eceran seribu rupiah per bungkus. Kemasan kedua berupa plastik ukuran 1 kg yang dijual dalam bentuk kerupuk mentah bagi konsumen yang ingin menggoreng sendiri di rumah. Variasi jenis kemasan ini bertujuan ¹⁰ untuk menjangkau segmen konsumen yang berbeda sesuai dengan kebutuhan dan daya beli masing-masing.

¹ 4.6.2 Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil pengurangan antara pendapatan kotor atau total penerimaan dengan total biaya produksi pada usaha kerupuk sagu di Desa Jerambang, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir. Menurut Wahyudi (2024), ⁵⁴ total biaya diperoleh dari penjumlahan antara biaya tetap dan biaya variabel, sedangkan pendapatan diperoleh dari pengurangan antara total penerimaan dan total biaya. ⁵⁶ Hal ini juga sejalan dengan Nabilla et al. (2024), yang menyatakan bahwa ⁶¹ pendapatan bersih atau laba merupakan jumlah penerimaan uang yang diperoleh setelah

dikurangi total biaya produksi. Untuk lebih jelasnya, pendapatan bersih usaha kerupuk sagu dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Pendapatan Bersih Usaha Kerupuk Sagu

No	Uraian	Nilai (Rp)
1	Pendapatan Kotor	1.350.000
2	Total Biaya	628,639
1	Pendapatan Bersih	721.361

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 8, dapat dilihat bahwa pendapatan bersih pada usaha kerupuk sagu adalah sebesar Rp.721.361,- per produksi. Pendapatan bersih tersebut diperoleh dari pengurangan antara pendapatan kotor sebesar Rp.1.350.000,- per produksi dengan total biaya sebesar Rp.628.639,- per produksi. Dengan demikian, keuntungan yang diperoleh dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp.721.361,-. Hal ini sejalan dengan pendapat Yulninsi et al. (2022) yang menyatakan bahwa pendapatan atau keuntungan usaha diperoleh dari selisih antara total penerimaan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan.

Berdasarkan uraian tersebut, usaha kerupuk sagu ibu ulfa memperoleh keuntungan yang cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kerupuk sagu masih layak untuk dijalankan karena pendapatan kotor yang diterima lebih besar dibandingkan total biaya yang dikeluarkan. Keuntungan sebesar Rp.721.361,- per produksi dapat membantu meningkatkan pendapatan keluarga responden. Pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti kebutuhan pokok, pendidikan, dan kesehatan, serta sebagian dapat digunakan kembali sebagai tambahan modal untuk proses produksi berikutnya.

196 4.7 Analisis Efisiensi

Efisiensi usaha merupakan perbandingan antara total penerimaan atau pendapatan kotor dengan total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi kerupuk sagu ibu ulfa. Efisiensi usaha diukur menggunakan Revenue Cost Ratio atau R/C Ratio. Revenue Cost Ratio merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya yang digunakan untuk mengetahui tingkat kelayakan dan efisiensi suatu usaha. Nilai R/C Ratio lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa usaha tersebut menguntungkan dan layak untuk dijalankan, sedangkan nilai R/C Ratio kurang dari 1 menunjukkan bahwa usaha mengalami kerugian atau tidak layak dijalankan. Hal ini penelitian Sengkey (2025) juga menyatakan bahwa R/C Ratio digunakan untuk mengevaluasi efisiensi usaha, di mana $R/C > 1$ menunjukkan usaha menguntungkan. Untuk lebih jelasnya, efisiensi usaha kerupuk sagu dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Efisiensi Usaha Kerupuk Sagu

No	Uraian	Nilai (Rp)
1	Pendapatan Kotor	1.350.000
2	Total Biaya	628.639
	¹ Efisiensi (R/C Ratio)	2,15

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 9, dapat dilihat bahwa nilai efisiensi yang diperoleh dari usaha kerupuk sagu ibu ulfa sebesar 2,15. Nilai tersebut diperoleh dari perbandingan antara pendapatan kotor sebesar Rp.1.350.000,- dengan total biaya sebesar Rp.628.453,- per produksi. Artinya, setiap pengeluaran biaya sebesar Rp1,- dalam proses produksi kerupuk sagu akan menghasilkan pendapatan kotor sebesar Rp2,15,- dan pendapatan bersih sebesar Rp1,15,-. Revenue Cost Ratio atau R/C Ratio merupakan perbandingan antara

total penerimaan dengan total biaya produksi sehingga dapat digunakan untuk melihat tingkat kelayakan dan efisiensi suatu usaha. Nilai R/C Ratio yang lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa usaha tersebut menguntungkan dan layak dijalankan.

Nilai efisiensi tersebut menunjukkan bahwa usaha kerupuk sagu milik Maria Ulfa mampu memberikan keuntungan yang cukup baik. Hal ini didukung oleh beberapa faktor, antara lain harga jual produk sebesar Rp.45.000,- per kg, biaya bahan baku utama berupa tepung sagu yang relatif murah yaitu Rp.5.000,- per kg, penggunaan tenaga kerja dalam keluarga yang dapat menekan biaya tenaga kerja secara tunai, serta penggunaan peralatan produksi yang sederhana sehingga biaya penyusutan peralatan relatif kecil.

Berdasarkan uraian efisiensi tersebut, usaha kerupuk sagu dapat dinyatakan layak untuk dijalankan dan dikembangkan karena nilai R/C Ratio lebih besar dari 1. Dengan nilai R/C Ratio sebesar 2,15, usaha ini menunjukkan bahwa penerimaan yang diperoleh lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu, pengusaha dapat mempertimbangkan peningkatan volume produksi, menjaga kestabilan harga bahan baku, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan volume penjualan agar pendapatan usaha semakin meningkat. Dengan demikian, usaha kerupuk sagu diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pendapatan dan kesejahteraan keluarga pengusaha.

4.8 Analisis Strategi Pengembangan Usaha

Untuk menganalisis strategi pengembangan usaha kerupuk sagu di Desa Jerombang akan digunakan pendekatan analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman). Analisis SWOT berisi evaluasi faktor internal usaha kerupuk sagu Ibu Maria

Olpa¹ berupa kekuatan dan kelemahannya, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Strategi yang dipilih harus sesuai dan cocok dengan kapabilitas internal dan situasi eksternalnya.

4.8.1 IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

IFAS adalah alat analisis berupa matriks untuk mengetahui tingkat faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan. Faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha kerupuk sagu ibu ulfa adalah sebagai berikut.

¹ A. Kekuatan

1. Pengusaha Berpengalaman

Pengalaman dalam menjalankan usaha merupakan hal yang sangat diperlukan karena¹⁹⁰ pengalaman usaha berpengaruh terhadap kinerja usaha. Semakin rendah pengalaman pelaku usaha, maka pengelolaan usaha cenderung kurang optimal, baik dari sisi kualitas produksi, kontinuitas usaha, maupun pengambilan keputusan, sehingga usaha lebih rentan mengalami kerugian (Ananda et al., 2023). Ibu Maria Olpa telah menjalankan usaha kerupuk sagu sejak tahun 2008, yang berarti hingga saat ini sudah memiliki pengalaman selama 17 tahun. Lamanya pengalaman usaha ini menjadikan responden sangat memahami seluk-beluk produksi kerupuk sagu, mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas, penguasaan teknik produksi, hingga pemahaman terhadap selera konsumen. Pengalaman yang panjang ini juga membuat responden mampu menghadapi berbagai dinamika usaha seperti fluktuasi harga bahan baku dan perubahan kondisi pasar. Secara umum, kemampuan adaptif memang menjadi faktor penting bagi UMKM dalam merespons perubahan lingkungan bisnis dan menjaga keberlangsungan usaha (Siahaan et al., 2022)

2. Memiliki Modal Sendiri

Usaha kerupuk sagu Ibu Maria Ulfa dijalankan dengan ¹ modal sendiri tanpa melakukan pinjaman kepada pihak lain maupun lembaga keuangan. Modal awal yang digunakan sebesar Rp.300.000 yang berasal dari tabungan pribadi responden dan suami. Dengan menggunakan modal sendiri, usaha yang dijalankan tidak terbebani kewajiban pembayaran pokok dan bunga pinjaman, sehingga pengusaha cenderung lebih leluasa dalam mengelola usahanya tanpa tekanan kewajiban kepada pihak kreditur (Patimara, 2021).

3. Produk Memiliki Ciri Khas Rasa Gurih Kencur

Kerupuk sagu produksi Ibu Maria Ulfa memiliki keunggulan berupa ciri khas rasa gurih kencur yang membedakannya dari kerupuk sagu lainnya di wilayah Kecamatan Gaung. Resep khas ini merupakan warisan turun-temurun dari keluarga yang telah terjaga keasliannya selama bertahun-tahun. Cita rasa yang unik ini menjadi identitas dan keunggulan kompetitif utama produk sehingga mampu membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan meskipun banyak pesaing yang juga memproduksi kerupuk sagu di wilayah sekitar. Hal ini sejalan dengan penelitian Afriani dan Pratama (2022) yang ¹⁵¹ menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen tersebut selanjutnya menjadi salah satu faktor ⁹⁷ penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan tetap setia pada produk yang dipilih (Andika et al., 2022)

4. Bebas Bahan Kimia

Kerupuk sagu yang diproduksi oleh Ibu Maria ulfa baik untuk dikonsumsi karena ¹⁹ tidak menggunakan bahan pengawet atau bahan kimia berbahaya. Seluruh ¹⁹ bahan yang

digunakan dalam proses produksi merupakan bahan alami, mulai dari tepung sagu, bawang merah, bawang putih, kencur, garam, hingga pewarna makanan yang aman. Produk yang bebas bahan kimia¹⁷² ini menjadi nilai tambah tersendiri di mata konsumen yang⁴¹ semakin sadar akan pentingnya mengonsumsi makanan yang¹⁶⁶ sehat dan aman. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa konsumen cenderung menyukai produk pangan yang bebas bahan tambahan sintetis dan pengawet karena dikaitkan dengan kesehatan, keamanan, dan transparansi proses produksi (Mesias et al., 2023). Selain itu, aspek keamanan pangan memang merupakan faktor penting dalam perlindungan konsumen dan penilaian mutu produk pangan (Bafadhal et al., 2024).

5. Biaya Produksi Rendah

Usaha kerupuk sagu Ibu Maria ulfa mengeluarkan biaya produksi yang tergolong rendah. Hal ini dikarenakan proses produksi menggunakan peralatan manual yang seluruhnya berstatus milik sendiri, harga bahan baku utama berupa tepung sagu yang relatif murah yaitu Rp.5.000 per kg, serta proses pengeringan yang masih mengandalkan sinar matahari sehingga tidak memerlukan biaya energi tambahan. Biaya produksi yang rendah ini memungkinkan pengusaha untuk tetap memperoleh margin keuntungan yang baik. Hal ini sejalan dengan penelitian⁶⁰ Al-Afif et al. (2022) pada agroindustri kerupuk sagu di Kabupaten Kepulauan Meranti yang menunjukkan bahwa meskipun biaya produksi per proses relatif rendah, usaha tetap menghasilkan pendapatan bersih dan memiliki nilai efisiensi usaha lebih dari 1, sehingga layak dan menguntungkan untuk dijalankan.¹⁴⁸ Selain itu, penelitian Aisyah (2021) juga menunjukkan bahwa rendahnya biaya bahan baku dapat membuat harga pokok produksi lebih terjangkau dan tetap memberikan keuntungan yang relatif tinggi.

6. Hubungan Kuat dengan Pelanggan dan Pemasok

Pengusaha menyatakan bahwa hubungan usaha dengan pelanggan maupun pemasok terjalin sangat kuat. Hubungan yang erat dengan pelanggan ini telah terbangun selama 17 tahun dan menjadi kekuatan tersendiri bagi usaha karena mampu menjaga kestabilan penjualan melalui loyalitas konsumen. Begitu pula hubungan dengan pemasok bahan baku sagu yang memudahkan responden dalam memperoleh bahan baku secara berkelanjutan dengan kualitas yang terjaga.

B. Kelemahan

1. Proses Produksi Masih Tradisional

Dalam proses pembuatan ¹⁸kerupuk sagu, Ibu Maria Ulfa masih menggunakan peralatan yang sangat sederhana dan tradisional. Seluruh tahapan produksi mulai dari pembuatan adonan, pemotongan, penjemuran, penggorengan, hingga pengemasan dilakukan secara manual tanpa bantuan mesin modern. Proses penjemuran yang masih mengandalkan sinar matahari juga menyebabkan ketergantungan pada cuaca, di mana penjemuran membutuhkan 2 hari pada cuaca panas dan bisa mencapai 5 hari pada cuaca mendung. Hal ini membuat proses produksi menjadi lama dan kapasitas produksi terbatas.

2. Jangkauan Pemasaran Terbatas

Pemasaran produk kerupuk sagu saat ini masih terbatas di lingkup wilayah Kecamatan Gaung saja. Responden menyatakan bahwa penjualan masih dilakukan di daerah sekitar dan belum menjangkau pasar yang lebih luas ke luar kecamatan. Terbatasnya jangkauan pemasaran ini dipengaruhi oleh kondisi geografis Desa Jerombang yang dikelilingi sungai dan rawa, keterbatasan pengetahuan responden

mengenai strategi pemasaran modern, serta belum adanya upaya untuk menjajaki potensi pasar baru.

3. Belum Pernah Mengikuti Pelatihan

Pengusaha menyatakan tidak pernah mengikuti pelatihan formal apa pun yang berkaitan dengan pengembangan usaha, teknik produksi, maupun manajemen keuangan. Seluruh keterampilan yang dimiliki semata-mata diperoleh dari warisan keluarga dan pengalaman praktis. Ketiadaan pelatihan ini menyebabkan pengusaha kurang terpapar pada pengetahuan baru mengenai inovasi produk, teknik produksi yang lebih efisien, pengelolaan keuangan usaha yang lebih tertib, serta strategi pemasaran digital.

4. Belum Memiliki Sertifikat BPOM dan Label Halal

Produk kerupuk sagu Ibu Maria Olpa belum memiliki sertifikat BPOM maupun label halal dari MUI. Tidak adanya sertifikasi ini berimbas pada kepercayaan konsumen terhadap aspek kehygienisan, keamanan, dan kelayakan produk untuk dikonsumsi. Selain itu, ketiadaan sertifikasi juga menjadi hambatan apabila pengusaha ingin memperluas jangkauan pemasaran ke pasar modern, minimarket, atau ke luar daerah yang mensyaratkan adanya izin edar resmi.

5. Kemasan Masih Sederhana

Pengemasan produk kerupuk sagu masih tergolong sederhana, hanya menggunakan plastik dengan stiker sebagai identitas produk. Kemasan belum mencantumkan informasi penting seperti komposisi bahan, tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, serta nomor izin edar. Kemasan yang kurang menarik dan informatif ini dapat

mengurangi daya saing produk dibandingkan dengan produk pesaing yang memiliki kemasan lebih modern dan lengkap.

6. Promosi Belum Efektif

Pengusaha hanya mengandalkan pelanggan tetap dan penjualan dari mulut ke mulut tanpa melakukan promosi secara aktif, belum memanfaatkan media sosial maupun platform digital lainnya. Promosi yang belum efektif ini membuat produk kerupuk sagu kurang dikenal oleh masyarakat di luar wilayah Kecamatan Gaung dan membatasi potensi pertumbuhan penjualan.

Tabel 10. Matriks IFAS Usaha Kerupuk Sagu Ibu Maria Ulfa.

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Pengusaha berpengalaman	0,1	4	0,4
2	Memiliki modal sendiri	0,09	3	0,27
3	Giri khas rasa gurih kencur	0,11	4	0,44
4	Bebas bahan kimia	0,09	3	0,27
5	Biaya produksi rendah	0,09	3	0,27
6	Hubungan kuat dengan pelanggan dan pemasok	0,1	4	0,4
	Jumlah Kekuatan			2,05
Kelemahan				
1	Proses produksi masih tradisional	0,08	3	0,24
2	Jangkauan pemasaran terbatas	0,08	3	0,24
3	Belum pernah mengikuti pelatihan	0,06	2	0,12
4	Belum memiliki sertifikat BPOM dan label halal	0,06	2	0,12
5	Kemasan masih sederhana	0,08	3	0,24
6	Promosi belum efektif	0,06	2	0,12
	Jumlah Kelemahan			1,08
	Total	1		3,13

Sumber : Data primer diolah 2026

Berdasarkan Tabel 10, Berdasarkan ⁶⁴ hasil analisis IFAS pada tabel tersebut, diperoleh total skor sebesar 3,13. Nilai ini berada di atas rata-rata (2,5), yang ¹¹ menunjukkan bahwa kondisi internal usaha tergolong kuat. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki usaha mampu lebih dominan dalam mendukung pengembangan usaha dibandingkan kelemahan yang ada.

Selain itu, terlihat dari jumlah ²¹ skor kekuatan sebesar 2,05, yang lebih tinggi dibandingkan skor kelemahan sebesar 1,08. Kekuatan utama usaha terletak pada pengalaman pengusaha, ciri khas rasa gurih kencur, hubungan yang kuat dengan pelanggan dan pemasok, serta biaya produksi yang relatif rendah. Faktor-faktor ini menjadi modal strategis untuk meningkatkan daya saing usaha di pasar.

Faktor kekuatan utama yang dimiliki usaha kerupuk sagu Ibu Maria Olpa di Desa Jerombang adalah ciri khas rasa gurih kencur dengan skor tertinggi sebesar 0,44 dengan rating 4. Hal ini menunjukkan bahwa keunikan cita rasa merupakan keunggulan kompetitif terbesar yang dimiliki usaha ini dibandingkan pesaing lainnya. Selanjutnya pengusaha berpengalaman dan hubungan kuat dengan pelanggan dan pemasok masing-masing memiliki skor 0,40 dengan rating 4. Pengalaman usaha selama 17 tahun serta hubungan yang erat dengan pelanggan menjadi pondasi kuat bagi keberlangsungan usaha ini.

Faktor kekuatan lainnya yaitu memiliki modal sendiri, ¹ bebas bahan kimia, dan biaya produksi rendah masing-masing memiliki skor 0,27 dengan rating 3. Penggunaan modal sendiri membuat usaha tidak terbebani hutang, sementara produk yang bebas bahan kimia dan biaya produksi yang rendah turut mendukung daya saing usaha.

Kelemahan utama dalam usaha kerupuk sagu ini adalah proses produksi masih tradisional, jangkauan pemasaran terbatas, dan kemasan masih sederhana ¹ yang masing-masing memiliki skor 0,24 dengan rating 3. Penggunaan peralatan tradisional dan ketergantungan pada cuaca untuk proses penjemuran membatasi kapasitas produksi, sementara jangkauan pemasaran yang hanya di wilayah Kecamatan Gaung dan kemasan yang sederhana menghambat potensi pertumbuhan usaha.

Faktor kelemahan lainnya yaitu belum pernah mengikuti pelatihan, belum memiliki sertifikat BPOM dan label halal, serta promosi belum efektif masing-masing memiliki skor 0,12 dengan rating 2. Ketiadaan pelatihan, sertifikasi produk, dan promosi yang aktif membuat usaha ini sulit untuk berkembang ke skala yang lebih besar.

Dengan nilai IFAS 3,13 ¹⁴³ menunjukkan bahwa usaha memiliki posisi internal yang kuat dan cukup siap untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam pengembangan bisnisnya.

4.8.2 EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

¹ Analisis lingkungan eksternal dilakukan dengan mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman dari usaha kerupuk sagu di Desa Jerambang, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir.

A. Peluang

1. Adanya Permintaan Varian Baru

Pengusaha menyatakan bahwa terdapat peningkatan permintaan terhadap produk berbasis sagu dari konsumen. Bahkan beberapa pelanggan meminta varian rasa baru yaitu kerupuk sagu rasa jengkol. Permintaan akan varian baru ini menunjukkan bahwa pasar masih terbuka lebar bagi pengembangan produk kerupuk sagu dengan berbagai inovasi

rasa. Dengan memenuhi permintaan tersebut, pengusaha berpotensi untuk memperluas basis pelanggan dan meningkatkan volume penjualan.

2. Dukungan Pemerintah Desa

Kepala Desa Jerambang sangat mendukung keberadaan usaha kerupuk sagu ini. Dukungan dari pemerintah desa merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pengusaha untuk memperoleh berbagai bentuk bantuan, seperti pendampingan usaha, akses terhadap program pemberdayaan masyarakat, fasilitasi perizinan usaha, serta bantuan permodalan melalui dana desa atau program-program pemerintah lainnya yang ditujukan untuk pengembangan usaha mikro di tingkat desa.

3. Bahan Baku Mudah Didapat

Bahan baku utama berupa tepung sagu sangat mudah diperoleh sepanjang tahun di wilayah Kecamatan Gaung. Pengusaha menyatakan bahwa sagu dapat dibeli di pasar maupun langsung dari pabrik pengolahan sagu yang beroperasi setiap hari. Kemudahan akses terhadap bahan baku ini menjamin kelancaran proses produksi secara berkelanjutan tanpa terhambat oleh kelangkaan bahan baku.

4. Perkembangan Teknologi

Perkembangan teknologi memberikan peluang bagi pengusaha untuk meningkatkan efisiensi produksi dan memperluas jangkauan pemasaran. Pengusaha sendiri telah merasakan manfaat teknologi sederhana berupa alat press plastik yang sangat membantu dalam proses pengemasan karena lebih mudah, cepat, dan rapi dibandingkan cara tradisional menggunakan api dan lilin. Selain itu, teknologi informasi dan media sosial juga membuka peluang bagi pengusaha untuk ²⁸ melakukan pemasaran secara online sehingga produk dapat dikenal oleh masyarakat yang lebih luas.

5. Produk Digemari Masyarakat

⁶⁰ Kerupuk sagu merupakan produk makanan yang sangat digemari oleh masyarakat di wilayah Kecamatan Gaung dan sekitarnya. Kebiasaan masyarakat setempat yang selalu menyertakan kerupuk sebagai pelengkap makanan menjadikan permintaan terhadap kerupuk sagu tetap stabil sepanjang tahun. Ditambah dengan harga yang terjangkau, produk kerupuk sagu tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

B. Ancaman

1. Banyaknya Pesaing di Kecamatan Gaung

Pengusaha menyatakan bahwa banyak desa di Kecamatan Gaung yang juga memproduksi dan menjual kerupuk sagu. Banyaknya pesaing dengan produk sejenis membuat tingkat persaingan semakin tinggi. Meskipun responden mengklaim bahwa produknya memiliki ciri khas tersendiri berupa rasa gurih kencur, namun keberadaan banyak pesaing tetap menjadi ancaman yang harus diantisipasi agar pangsa pasar tetap terjaga.

2. Pengaruh Harga Bahan Bakar, Transportasi, dan Cuaca

Pengusaha menyatakan bahwa harga bahan bakar, biaya transportasi, dan kondisi cuaca sangat berpengaruh terhadap proses produksi. Kenaikan harga gas elpiji akan meningkatkan biaya produksi, sementara biaya transportasi yang tinggi akibat kondisi geografis Desa Jerambang yang dikelilingi sungai dan rawa akan mempengaruhi harga jual produk. Selain itu, cuaca yang tidak menentu terutama pada musim hujan sangat menghambat proses penjemuran kerupuk sagu yang masih mengandalkan sinar matahari.

¹ 3. Perubahan Teknologi

Perubahan teknologi merupakan ancaman bagi usaha kerupuk sagu Ibu Maria Olpa yang masih menggunakan peralatan tradisional. Apabila pesaing mulai mengadopsi teknologi produksi yang lebih modern, maka mereka dapat menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik, kapasitas yang lebih besar, dan harga yang lebih kompetitif. Ketidakmampuan mengikuti perkembangan teknologi dapat menyebabkan usaha ini semakin tertinggal dalam persaingan.

Tabel 11. Matriks EFE Usaha Kerupuk Sagu

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Adanya permintaan varian baru	0,13	4	0,52
2	Dukungan pemerintah desa	0,1	3	0,3
3	Bahan baku mudah didapat	0,14	4	0,56
4	Perkembangan teknologi	0,1	3	0,3
5	Produk digemari masyarakat	0,14	4	0,56
Jumlah Peluang				2,24
Ancaman				
1	Banyaknya pesaing di Kecamatan Gaung	0,14	1	0,14
2	Pengaruh harga bahan bakar, transportasi, dan cuaca	0,13	2	0,26
3	Perubahan teknologi	0,12	3	0,36
Jumlah Ancaman				0,76
Total				3,00

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 11, hasil analisis EFAS pada tabel diperoleh total skor sebesar 3,00. Nilai ini jauh di atas nilai rata-rata 2,5, sehingga menunjukkan bahwa lingkungan eksternal memberikan peluang yang sangat besar bagi pengembangan usaha dan usaha tersebut mampu merespons peluang serta mengantisipasi ancaman dengan cukup baik.

⁸⁴ Hal ini terlihat dari jumlah skor peluang sebesar 2,24, yang lebih tinggi dibandingkan skor ancaman sebesar 1,44. Peluang utama usaha berasal dari tingginya minat masyarakat terhadap produk, kemudahan memperoleh bahan baku, adanya permintaan varian baru, serta dukungan pemerintah desa. Selain itu, perkembangan teknologi juga dapat dimanfaatkan untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan promosi produk.

Peluang utama yang dimiliki usaha kerupuk sagu Ibu Maria Ulfa adalah bahan baku mudah didapat dan produk digemari masyarakat yang masing-masing memiliki skor tertinggi sebesar 0,56 dengan rating 4. ⁶ Kemudahan memperoleh bahan baku sagu sepanjang tahun serta tingginya minat masyarakat terhadap kerupuk sagu menjadi peluang terbesar yang mendukung keberlangsungan usaha ini. Selanjutnya adanya permintaan varian baru memiliki skor 0,52 dengan rating 4, yang menunjukkan bahwa pasar masih terbuka lebar bagi pengembangan produk dengan inovasi rasa baru. Faktor peluang lainnya yaitu dukungan pemerintah desa ¹ dan perkembangan teknologi masing-masing memiliki skor 0,30 dengan rating 3.

³ Ancaman utama dalam usaha kerupuk sagu ini adalah banyaknya pesaing di Kecamatan Gaung dengan skor 0,14 dan rating 1. Rendahnya jumlah produsen kerupuk sagu di wilayah sekitar membuat persaingan semakin ketat. Selanjutnya pengaruh harga bahan bakar, transportasi, dan cuaca memiliki skor 0,26 dengan rating 2, yang menunjukkan bahwa faktor-faktor ini sangat mempengaruhi proses produksi dan biaya usaha. Perubahan teknologi memiliki skor 0,36 dengan rating.

4.8.3 Cara Menentukan Sumbu X dan Sumbu Y

Menurut Cahyono et.al (2016) ¹⁶⁴ Dalam analisis SWOT, sumbu X dan sumbu Y berfungsi untuk menunjukkan posisi suatu organisasi atau objek dalam matriks SWOT. Penentuan kedua sumbu tersebut didasarkan pada hasil pengolahan dan perhitungan faktor internal serta faktor eksternal yang telah dianalisis.

1. Menentukan Sumbu X (Faktor Internal)

Sumbu X digunakan untuk menggambarkan kondisi internal suatu organisasi atau objek ¹⁵ yang terdiri atas faktor kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses).

Nilai sumbu X dapat diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$\text{Sumbu X} = \text{Total Skor Kekuatan} \text{ (Strengths)} - \text{Total Skor Kelemahan} \text{ (Weaknesses)} \quad \text{37}$$

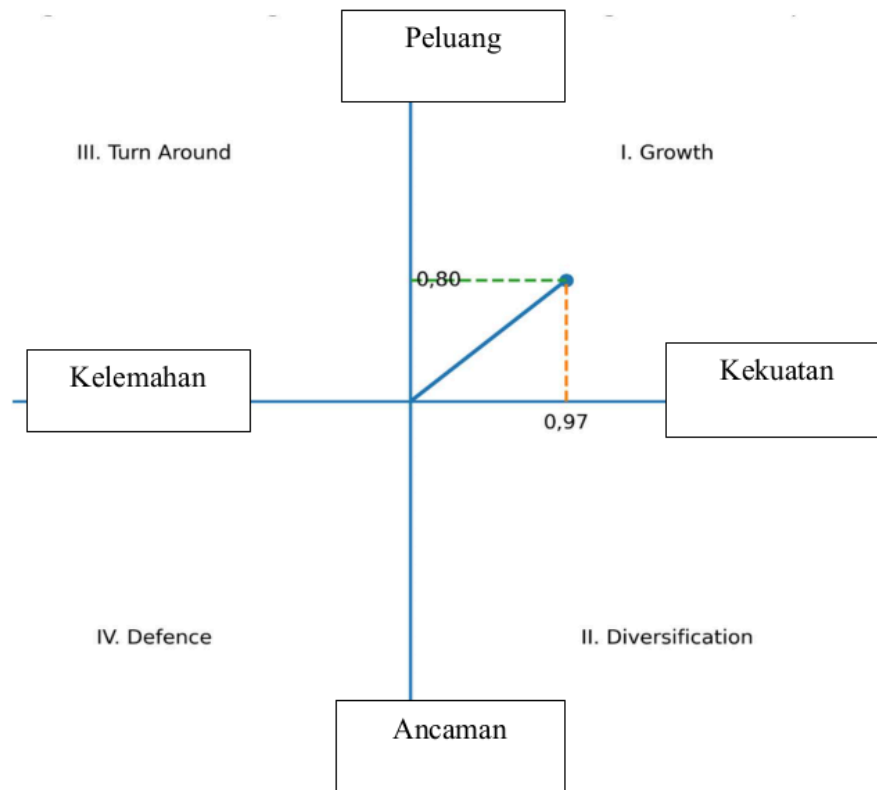
Apabila hasil perhitungan menunjukkan nilai positif, maka kondisi internal menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki lebih dominan dibandingkan dengan kelemahannya. Sebaliknya, apabila hasilnya negatif, hal tersebut menunjukkan bahwa kelemahan lebih besar atau lebih dominan daripada kekuatan yang dimiliki. Sumbu Y = Total Skor Opportunities – Total Skor Threats

- Jika hasilnya positif, berarti peluang lebih besar daripada ancaman.
- Jika hasilnya negatif, berarti ancaman lebih besar daripada peluang.

4.8.4 Menentukan Posisi Pada Diagram SWOT

Kuadran	Kondisi	Strategi
I (+,+)	Strength > Weakness dan Opportunity > Threat	Strategi SO (Growth/Aggressive)
II (-,+)	Weakness > Strength dan Opportunity > Threat	Strategi WO (Turn Around)
III (-,-)	Weakness > Strength dan Threat > Opportunity	Strategi WT (Defensive)
IV (+,-)	Strength > Weakness dan Threat > Opportunity	Strategi ST (Diversifikasi)

¹ Berdasarkan hasil analisis faktor internal, usaha kerupuk sagu di Desa Jerombang ⁹⁰ memiliki total skor kekuatan sebesar 2,05 dan total skor kelemahan sebesar 1,08, sehingga nilai sumbu X adalah $(2,05 - 1,08 = 0,97)$. Sedangkan untuk analisis ⁸¹ faktor eksternal, didapat total skor peluang sebesar 2,24 dan total skor ancaman sebesar 1,44, sehingga nilai sumbu Y adalah $(2,24 - 1,44 = 0,80)$, sebagaimana bisa dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Kuadran Analisis ¹¹⁷SWOT

Dengan nilai sumbu X sebesar 0,97 (positif) dan nilai sumbu Y sebesar 0,80 (positif), maka posisi usaha kerupuk sagu Ibu Maria Olpa ⁶⁹ berada pada Kuadran I (*Growth*). ⁵⁷ Kuadran I menggambarkan situasi yang sangat menguntungkan di mana faktor kekuatan lebih besar dari faktor kelemahan dan faktor peluang lebih besar dari faktor

ancaman¹⁹⁷. Artinya, usaha kerupuk sagu di Desa Jerombang berada dalam kondisi yang berpotensi untuk terus dikembangkan secara maksimal. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk merebut peluang eksternal yang ada.⁶⁸

4.8.4 Matriks SWOT

Berikut hasil matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 12.

Internal Eksternal	1 Kekuatan (S) S1. Pengusaha berpengalaman. S2. Memiliki modal sendiri. S3. Ciri khas rasa gurih kencur. S4. Bebas bahan kimia, S5. Biaya produksi rendah. S6. Hubungan kuat dengan pelanggan dan pemasok.	Kelemahan (W) W1. Proses produksi masih tradisional W2. Jangkauan pemasaran terbatas W3. Belum pernah mengikuti pelatihan, W4. Belum memiliki sertifikat BPOM dan label halal, W5. Kemasan masih sederhana, W6. Promosi belum efektif
Peluang (O) O1. Adanya permintaan varian baru. O2. Dukungan pemerintah desa O3. Bahan baku mudah didapat O4. Perkembangan teknologi O5. Produk digemari masyarakat	Strategi S-O: 1. Memanfaatkan modal, dan ciri khas rasa gurih kencur untuk mengembangkan varian produk baru sesuai permintaan konsumen sehingga volume penjualan meningkat (S1, S2, S3, O1, O5). 2. Mengoptimalkan biaya produksi yang rendah dan kemudahan bahan baku untuk meningkatkan kapasitas produksi memenuhi permintaan masyarakat yang tinggi (S5, S6, O3, O5) 3. Memanfaatkan dukungan pemerintah desa untuk memperoleh bantuan peralatan, pelatihan, dan akses program pengembangan usaha guna meningkatkan daya saing produk kerupuk sagu yang memiliki cita rasa khas dan bebas bahan kimia (S3, S4, O2)	Strategi W-O: 1. Memanfaatkan dukungan pemerintah desa untuk mengikuti pelatihan pengembangan usaha dan mengurus sertifikat BPOM serta label halal (W3, W6, O2). 2. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial dan memperbaiki kemasan produk agar lebih menarik (W2, W5, W6, O4).
Ancaman (T) T1. Banyaknya pesaing di Kecamatan Gaung T2. Pengaruh harga bahan bakar, transportasi, dan cuaca. T3. Perubahan teknologi	Strategi S-T: 1. Mempertahankan dan memperkuat ciri khas rasa gurih kencur serta hubungan kuat dengan pelanggan agar tetap unggul di tengah banyaknya pesaing (S3, S6, T1). 2. Memanfaatkan biaya produksi yang rendah untuk menjaga harga jual tetap kompetitif meskipun terjadi kenaikan harga bahan bakar dan biaya transportasi (S5, T1, T2) 3. Memanfaatkan pengalaman berkembang (usaha yang dimiliki untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi produksi dan pemasaran sehingga usaha tetap mampu bersaing teknologi yang S1, T3).	Strategi W-T: 1. Memperbaiki kemasan dan menciptakan inovasi varian produk baru agar mampu bersaing dengan pesaing di Kecamatan Gaung (W5, W6, T1). 2. Mengikuti perkembangan teknologi dengan mengadopsi peralatan produksi yang lebih modern untuk mengurangi ketergantungan pada cuaca dan meningkatkan kapasitas produksi (W1, T2, T3).

Sumber: Data primer diolah, 2026

Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang membantu dalam mengembangkan empat jenis strategi, yaitu Strategi SO (Kekuatan-Peluang), Strategi WO (Kelemahan-Peluang), Strategi ST (Kekuatan-Ancaman), dan Strategi WT (Kelemahan-Ancaman).

1. Strategi S-O (Strength-Opportunities)

Strategi S-O merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dari hasil analisis diperoleh 2 strategi S-O yaitu:

1. Memanfaatkan pengalaman, modal, dan ciri khas rasa gurih kencur untuk mengembangkan varian produk baru sesuai permintaan konsumen sehingga volume penjualan meningkat (S1, S2, S3, O1, O5). Dengan pengalaman usaha selama 17 tahun dan modal yang dimiliki sendiri, Ibu Maria Olpa dapat mengembangkan varian rasa baru seperti kerupuk sagu rasa jengkol yang telah diminta oleh pelanggan. Inovasi produk ini akan semakin memperkuat posisi usaha di tengah tingginya minat masyarakat terhadap produk kerupuk sagu.
2. Mengoptimalkan biaya produksi yang rendah dan kemudahan bahan baku untuk meningkatkan kapasitas produksi guna memenuhi permintaan masyarakat yang tinggi (S5, S6, O3, O5). Mudah nya memperoleh bahan baku sagu sepanjang tahun yang didukung oleh biaya produksi yang rendah dan hubungan yang kuat dengan pemasok sangat memudahkan pengusaha untuk meningkatkan volume produksi, sehingga permintaan masyarakat yang tinggi dapat terpenuhi secara optimal.
3. Memanfaatkan dukungan pemerintah desa untuk memperoleh bantuan peralatan, pelatihan, dan akses program pengembangan usaha guna meningkatkan daya saing

produk kerupuk sagu yang memiliki cita rasa khas dan bebas bahan kimia (S3, S4, O2)

13

2. Strategi S-T (Strength-Threats)

Strategi S-T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman. Dari hasil analisis diperoleh 2 strategi yaitu:

1. Mempertahankan dan memperkuat ciri khas rasa gurih kencur serta hubungan kuat dengan pelanggan agar tetap unggul di tengah banyaknya pesaing (S3, S6, T1). Ciri khas rasa yang unik merupakan keunggulan kompetitif utama yang harus terus dijaga konsistensinya. Ditambah dengan hubungan yang kuat dengan pelanggan, produk kerupuk sagu Ibu Maria Ulfa dapat tetap menjadi pilihan utama konsumen meskipun banyak pesaing yang memproduksi kerupuk sagu di wilayah Kecamatan Gaung.
2. ³ Memanfaatkan biaya produksi yang rendah untuk menjaga harga jual tetap kompetitif meskipun terjadi kenaikan harga bahan bakar dan biaya transportasi (S5, T1, T2). Dengan biaya produksi yang rendah, pengusaha memiliki ruang ¹⁰⁰ untuk menyerap sebagian kenaikan biaya tanpa harus menaikkan harga jual secara signifikan, sehingga produk tetap terjangkau bagi konsumen dan mampu bersaing dengan produk pesaing.
3. Memanfaatkan pengalaman usaha yang dimiliki untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi produksi dan pemasaran sehingga usaha tetap mampu bersaing di tengah perubahan teknologi yang terus berkembang (S1, T3).

28

3. Strategi W-O (Weakness-Opportunities)

Strategi W-O merupakan strategi yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan. ³ Dari hasil analisis diperoleh 2 strategi yaitu:

1. Memanfaatkan dukungan pemerintah desa untuk mengikuti pelatihan pengembangan usaha dan mengurus sertifikat BPOM serta label halal (W3, W4, O2). Dukungan Kepala Desa Jerambang yang sangat mendukung usaha ini harus dimanfaatkan sebaik mungkin oleh pengusaha untuk mendapatkan akses terhadap program pelatihan, pendampingan usaha, fasilitasi pengurusan perizinan, serta bantuan permodalan. Dengan ³ adanya sertifikat BPOM dan label halal, kepercayaan konsumen akan meningkat dan membuka peluang pemasaran ke wilayah yang lebih luas.
2. Memanfaatkan ⁶⁶ perkembangan teknologi untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial dan memperbaiki kemasan produk agar lebih menarik (W2, W5, W6, O4). ¹ Perkembangan teknologi yang semakin pesat harus dimanfaatkan oleh pengusaha untuk melakukan promosi dan pemasaran secara online melalui media sosial, sehingga produk kerupuk sagu dapat dikenal oleh masyarakat di luar Kecamatan Gaung. Selain itu, kemasan produk juga perlu diperbaiki agar ¹⁸⁸ lebih menarik dan informatif sehingga meningkatkan daya saing produk.

¹² 4. Strategi W-T (Weakness-Threats)

Strategi W-T merupakan strategi defensif yang diarahkan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. ³ Dari hasil analisis diperoleh 2 strategi yaitu:

1. Memperbaiki kemasan dan menciptakan inovasi varian produk baru agar mampu bersaing dengan pesaing di Kecamatan Gaung (W5, W6, T1). Banyaknya pesaing yang memproduksi kerupuk sagu di wilayah sekitar menuntut pengusaha untuk terus berinovasi. Perbaikan kemasan menjadi lebih menarik dan pembuatan varian rasa baru akan membuat produk kerupuk sagu Ibu Maria Ulfa memiliki daya tarik tersendiri dan tidak kalah bersaing dengan produk pesaing.

2. Mengikuti perkembangan teknologi dengan mengadopsi peralatan produksi yang lebih modern untuk mengurangi ketergantungan pada cuaca dan meningkatkan kapasitas produksi (W1, T2, T3). Pengusaha perlu mempertimbangkan penggunaan alat pengering mekanis untuk mengatasi masalah ketergantungan pada cuaca saat proses penjemuran, serta peralatan produksi lainnya yang dapat meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi. Dengan demikian, usaha kerupuk sagu tidak tertinggal oleh pesaing yang mulai mengadopsi teknologi modern.

¹ Berdasarkan analisis strategi di atas, maka adapun program-program yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengembangan usaha kerupuk sagu di Desa Jerambang Kecamatan Gaung adalah:

1. Peningkatan Kapasitas Pengusaha dan Tenaga Kerja

Pengusaha perlu mengikuti pelatihan dan bimbingan teknis yang berkaitan dengan pengembangan usaha, teknik produksi pangan yang higienis, manajemen keuangan usaha, serta strategi pemasaran digital. Pelatihan ini dapat difasilitasi melalui pemerintah desa, dinas terkait di Kabupaten Indragiri Hilir, maupun lembaga pemberdayaan masyarakat. Peningkatan kapasitas pengusaha akan berdampak pada peningkatan kualitas produk dan efisiensi proses produksi.

2. Pengembangan Inovasi Produk

Pengusaha perlu merespons permintaan konsumen terhadap varian rasa baru seperti kerupuk sagu rasa jengkol dan varian lainnya. Diversifikasi produk akan menambah daya tarik bagi konsumen dan mencegah kejenuhan pasar terhadap produk yang monoton. Inovasi produk dapat menjadi strategi efektif untuk memenangkan persaingan di tengah banyaknya pesaing di Kecamatan Gaung.

3. Pengurusan Sertifikasi Produk

Pengusaha harus segera mengurus sertifikat PIRT, sertifikat BPOM, dan label halal dari MUI agar produk memiliki legalitas dan kepercayaan yang lebih tinggi di mata konsumen. Adanya sertifikasi ini akan membuka peluang pemasaran yang lebih luas, termasuk ke pasar modern dan minimarket, serta memungkinkan produk dijual ke luar wilayah Kecamatan Gaung.

4. Perbaikan Kemasan dan Promosi

Pengusaha perlu memperbaiki kemasan produk agar lebih menarik, informatif, dan memenuhi standar kemasan pangan olahan. Kemasan harus mencantumkan informasi lengkap seperti nama produk, komposisi bahan, tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, dan nomor izin edar. Selain itu, pengusaha perlu mulai memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi dan pemasaran secara online agar produk semakin dikenal oleh masyarakat luas.

5. Peningkatan Teknologi Produksi

Pengusaha perlu mempertimbangkan penggunaan peralatan produksi yang lebih modern, khususnya alat pengering mekanis untuk mengatasi ketergantungan pada cuaca saat proses penjemuran. Investasi pada peralatan modern akan meningkatkan kapasitas dan efisiensi produksi sehingga dapat memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat.

6. Perluasan Jangkauan Pemasaran

Pengusaha perlu memperluas jangkauan pemasaran ke luar wilayah Inhil Perluasan pasar dapat dilakukan melalui kerja sama dengan pedagang penampung di luar daerah, pemasaran online, serta keikutsertaan dalam pameran atau bazaar produk UMKM yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis usaha, diketahui bahwa usaha kerupuk sagu Ibu Maria Ulpa membutuhkan total biaya produksi sebesar Rp.628.639 per produksi dengan penerimaan kotor sebesar Rp.1.350.000 per produksi. Dari hasil tersebut diperoleh pendapatan bersih atau keuntungan sebesar Rp.721.361 per produksi. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kerupuk sagu mampu memberikan kontribusi pendapatan yang cukup baik bagi pelaku usaha rumah tangga.
2. Analisis efisiensi usaha menggunakan Revenue Cost Ratio (R/C Ratio), diperoleh nilai sebesar 2,15. Nilai tersebut lebih besar dari 1, yang berarti usaha kerupuk sagu tergolong efisien dan layak untuk dikembangkan, karena setiap Rp1 biaya yang dikeluarkan mampu menghasilkan penerimaan sebesar Rp2,15.
3. Hasil analisis SWOT, usaha kerupuk sagu berada pada Kuadran I (Growth Strategy) dengan nilai sumbu X sebesar 0,97 dan sumbu Y sebesar 0,80, yang menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan internal yang lebih besar dibandingkan kelemahan serta peluang eksternal yang lebih besar dibandingkan ancaman. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha kerupuk sagu memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan melalui strategi pertumbuhan yang agresif dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang pasar.

5.2 ¹¹Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha kerupuk sagu, disarankan untuk meningkatkan kapasitas produksi dengan menambah jumlah bahan baku atau meningkatkan volume produksi sehingga pendapatan yang diperoleh dapat meningkat.
2. Pelaku usaha diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran, tidak hanya di wilayah Kecamatan Gaung tetapi juga ke daerah lain agar produk kerupuk sagu dapat dikenal lebih luas dan meningkatkan volume penjualan.
3. ¹³¹Pemerintah daerah dan instansi terkait diharapkan dapat memberikan pelatihan, pendampingan usaha, serta bantuan permodalan kepada pelaku usaha kerupuk sagu guna meningkatkan kualitas produk, pengemasan, serta pengelolaan usaha agar lebih berkembang.
4. ⁷⁵Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan ¹⁷⁸dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengembangan usaha kerupuk sagu dengan menambahkan aspek pemasaran digital, inovasi produk, atau analisis nilai tambah sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengembangan agroindustri berbasis sagu.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, H., Wahyuni, S., & Mulyani, S. (2021). Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Agroindustri Skala Rumah Tangga. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 24(1), 1–10.
- Afriani, M., & Pratama, T. (2022). Pengaruh cita rasa dan variasi menu terhadap tingkat kepuasan konsumen di Rumah Makan Aneka Seblak Sei Panas Kota Batam. *Jurnal Mata Pariwisata*, 1(2), 55–61.
- Al-'Afif, I. R. (2022). Analisis pendapatan agroindustri kerupuk sagu di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Kepulauan Meranti (Studi kasus pada Usaha Mandiri Bunga Mawar). *Jurnal Agribisnis*, 24(1). <https://doi.org/10.31849/agr.v24i1.7997>
- Ananda, Y., Machasin, & Fitri, K. (2023). *Pengaruh pengalaman usaha, teknologi informasi dan kemampuan berwirausaha terhadap kinerja UMKM di Kota Pekanbaru*. *Jurnal Daya Saing*, 9(2), 251–260. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i2.1108>
- Andika, A., Wibowo, S., & Nurhayati, R. (2022). Analisis strategi pengembangan usaha UMKM menggunakan metode SWOT. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 123–132.
- Arief. (2019). Pengaruh Biaya Tetap dan Biaya Variabel Terhadap Profitabilitas.
- Azzahra, Q., Wahyuningtyas, R., & Firli, A. (2024). Marketing Strategy Analysis Using SWOT and QSPM Matrix (Case Study on Guzzini MSMEs). *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(4), 863-877. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i4.1124>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Indragiri Hilir. (2024). *Kecamatan Gaung Dalam Angka 2024*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Indragiri Hilir. (2025). *Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Angka 2025*.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. Jakarta: BPS.
- Bafadhal, O. M., Rahmawati, A., & Santoso, A. D. (2024). *The dynamics of youth radicalization: The mediating role of exposure to political violence in shaping sympathy for radicalism*. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*. <https://journal.ugm.ac.id/jmki/article/view/106407>

- Cahyono, D. (2016). *Analisis strategi menggunakan metode SWOT dalam pengembangan usaha*. (rujukan konsep IFAS–EFAS dan penentuan kuadran SWOT).
- Damariyanti, K. L., Amna, H., & Yoga. (2021). Strategi pengembangan usaha kedai kopi Kandra Coffee Denpasar Bali menggunakan metode SWOT dan QSPM. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 9(2).
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2023). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (18th ed.). Pearson Education.
- David, RF 2004 Manajemen Strategi Konsep-Konsep PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- David, RF 2006 Manajemen Strategi Konsep. Edisi Kesepuluh Salemba Empat, Jakarta
- David, RF 2011 Manajemen Strategi, Buku I Edisi 12, Jakarta Elide S, dkk 2020 Agroindustri Sagu Di Kabupaten Kepulauan Meranti *Jurnal Agribisnis*, 22 (1) 70-81
- Departemen Pertanian. (2008). Rencana Strategis Departemen Pertanian 2005–2009. Jakarta: Departemen Pertanian Republik Indonesia.
- Ernawati, E., Nurhayati, N., & Yuliana, Y. (2018). Analisis Konsumsi Pangan Berbasis Sagu pada Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 8(2), 45–55.
- Fandy, Tjiptono, agustian al, .el. 2020. “Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Efisiensi Biaya Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada CV. Granville.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 10: 89–101.
- Fatimah, F., Seno, P. H. K., Y. M., E., & Darna. (2022). Potensi dan strategi pengembangan UMKM Pasir Putih Sawangan Depok. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 8(1).
- Hadi, P. U., & Agustian, A. (2008). Pengembangan Agroindustri Pedesaan dengan Pendekatan One Village One Product (OVOP). *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*, 6(2), 114–133.
- Hermawan, I. (2020). Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Produktivitas Kerja. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 78–89.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2003). *Manajemen Strategis* (Edisi Terjemahan). Yogyakarta: Andi.
- Iwansyah, A., Junaidi, L., & Patriawan, D. (2020). Efisiensi Proses Produksi pada Industri Pengolahan Pangan. *Jurnal Riset Teknologi Industri*, 14(2), 157–168.

- Jamaludin, J., Suryadi, A., & Pratama, R. (2024). Pengaruh Usia Produktif terhadap Produktivitas Tenaga Kerja Sektor Pertanian. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(1), 45–58.
- Kadarsan, H. W. (1992). *Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kantor Desa Jerombang. (2024). *Profil Desa Jerombang Kecamatan Gaung Kabupaten Indragiri Hilir*. Desa Jerombang: Kantor Desa Jerombang.
- Kementerian Desa dan Pembangunan Daerah Tertinggal. (2025). *Peraturan Menteri Desa dan Pembangunan Daerah Tertinggal Nomor 11 Tahun 2025 tentang Rencana Strategis Kementerian Desa dan Pembangunan Daerah Tertinggal Tahun 2025–2029*.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2018). *Sejarah Kebangkitan Nasional Daerah Riau*.
- Kementerian Perdagangan. (2016). *Laporan Kinerja 2016 Direktorat Penggunaan dan Pemasaran Produk Dalam Negeri*.
- Kotler 2000 Marketing Management. The Millenium Edition. Prantice Hall International
- Kotler. Philip 2005 Manajemen Pemasaran, Jihd I dan II PT. Indeks, Jakarta
- Kotler. 1997 Manajemen Pemasaran Jilid 1 Erlangga, Jakarta
- Libby, R., & Short, D. G. (2008). *Akuntansi Keuangan (Edisi Terjemahan)*. Yogyakarta: Andi.
- Mesías, F. J., Martín, A., & Hernández, A. (2021). *Consumers' growing appetite for natural foods: Perceptions towards the use of natural preservatives in fresh fruit*. *Food Research International*, 145, 110749. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2021.110749>
- Masyhuri. (2000). Pengembangan Agroindustri Melalui Penelitian dan Pengembangan Produk yang Intensif dan Berkesinambungan. *Jurnal Agro Ekonomi*, 7(1), 1–15.
- Mea, C. (2014). *Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Pala di Kelurahan Aermadidi Kabupaten Minahasa Utara (Studi Kasus di UD. Murni)*. Skripsi. Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi Biaya (Edisi 5)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Munawarah, M. (2020). Pengaruh Jumlah Tanggungan Keluarga terhadap Pendapatan dan Pengeluaran Rumah Tangga. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(2), 112–125.

- Nathalia Setiawan, I., Ramdani, R., & Puspitasari, W. (2024). *Literasi peran manajemen dan strategi eksistensi UMKM di Kota Semarang*. *Abdimas Siliwangi*, 7(1), 98–112. <https://doi.org/10.22460/as.v7i1.21550>
- Nurul Huda. (2020). Analisis Usaha Home Industri Sagu Basah (*Metroxylon* sp.) di Desa Perdamaian Kecamatan Binjai Kabupaten Langkat. (Skripsi). Fakultas Pertanian. Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara Medan.
- OECD. (2024). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2024: An OECD Scoreboard*. OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Roadmap Pengembangan dan Penguatan Lembaga Keuangan Mikro 2024–2028*.
- Pamela, A. (2023). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kerupuk Sagu Menggunakan Matriks IFE, EFE, dan GE. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 88–99.
- Patimara, D. D., & Pakereng, Y. M. (2021). Analisis pemanfaatan kredit untuk pengembangan usaha (Studi pada nasabah Pegadaian Cabang Waingapu). *Jurnal Transformatif Unkriswina Sumba*, 10(2), 15–27.
- Putryansyah, P. (2020). Analisis Usaha dan Strategi Pemasaran Bolu Kemojo. *Jurnal Agribisnis*, 22(1), 35–48.
- Rangkuti F. 1997 Riset Pemasaran PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rangkuti F. 2004 Analisis SWOT, Tknis Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia, Jakarta
- Rangkuti, F. (2000). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis (Edisi Revisi). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Redaksi Trubus. (2020). *Sagu: Potensi Besar yang Terabaikan*. Jakarta: PT Trubus Swadaya.
- Rinaldi, R. (2020). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Sagu Menjadi Produk Olahan. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 9(1), 12–22.
- Rinandi, Y., Ningsih, R. B., & Iyan, H. R. Y. (2021). Analisis Structure, Conduct, Performance (SCP) Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kerupuk Sagu di Kecamatan Kuantan Tengah. *Menara Ekonomi*, 7(3), 99–110. Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. ISSN: 2407-8565; e-ISSN: 2579-5295.

- Rizky, A., Haryono, D., & Kasymir, E. (2016). Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Ternak Kalkun Mitra Alam Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis (JIIA)*, 4(3), 235–240. Universitas Lampung
- Robbins, S. P Judge, Thumoty 2007 Perilaku Organisasi, Edtu 12. Salemba 4. Jakarta
- Rusman, dkk, 2012 Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komutukasi hal 78. Grafindo persada, Jakarta
- Safira, A., & Nurdiawati, E. (2020). Pengaruh Pengalaman Kerja terhadap Produktivitas Tenaga Kerja pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 55–66.
- Sahla, W. A. (2020). Analisis Biaya Variabel pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Pangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 134–145.
- Saidarma, D. (2013). *Agribisnis Perikanan*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Sari, D. P. (2021). Strategi Pengembangan Bisnis Startup MakananHalal.id Menggunakan Analisis SWOT. *Jurnal Manajemen Strategi dan Kewirausahaan*, 15(1), 67–80.
- Sengkey, M. M., Kartika, N. K. D. S., Lantu, G. N., Ginting, H. B., & Sembor, G. S. (2025). Kesiapan sumber daya manusia menghadapi artificial intelligence: Studi pustaka. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 14010–14020. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.4086>
- Setiawan, R. K., Wijaya, F., Karamang, E., & Rahmi, P. P. (2024). *Pengembangan strategi bisnis pada UMKM distro Penny Royaltea*. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 5(3), 460–472. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1904>
- Siahaan, D. T., & Tan, C. S. L. (2022). *What drives the adaptive capability of Indonesian SMEs during the Covid-19 pandemic: The interplay between perceived institutional environment, entrepreneurial orientation, and digital capability*. *Asian Journal of Business Research*, 12(2). <https://doi.org/10.14707/ajbr.220125>
- Soekartawi 2000 Pengantar Agroindustri PT Raja Grafindo Persada, Jakarta .
- Soekartawı 2001 Pengantar Agroindustri, Edisi Pertama PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suherman, S., Gunawan, G., & Widiati, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Produk Olahan Pangan Lokal Berbasis Telur Asin Kelompok Usaha Ekonomi Masyarakat (KUEM) Desa Sujung. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 14(2), 315–325. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

- Syarantau, A. (2011). Metode Penyusutan Garis Lurus dalam Akuntansi Biaya. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 22–30.
- Teoli, D., Sanvictores, T., & An, J. (2023). SWOT Analysis. *StatPearls Treasure Island* (FL): StatPearls Publishing.
- Winarno, F. G. (2004). *Kimia Pangan dan Gizi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yanarita, Y., Mulyani, S., & Purnomo, H. (2020). Potensi Tanaman Sagu (*Metroxylon sagu*) pada Lahan Gambut untuk Revegetasi dan Ketahanan Pangan. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 18(2), 234–245.
- Zulkifli, Z., Ahmad, F., & Ismail, M. (2021). Sago Palm: Technology, Processing, and Commercialization in Malaysia. *Journal of Tropical Agriculture and Food Science*, 49(1), 1–15.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Biaya Tetap (¹Penyusutan Peralatan) Usaha Kerupuk Sagu Ibu Maria Ulpa di Desa Jerambang Kecamatan Gaung Kabupaten Indragiri Hilir

No	Jenis Biaya	C	SV	UE	D/Tahun	D/Bulan	D/Produksi
1	Kompor	250,000	50,000	5	40,000	3,333	333
2	Kuali	100,000	20,000	5	16,000	1,333	133
3	Blender	200,000	40,000	10	16,000	1,333	133
4	Pisau	40,000	8,000	1	32,000	2,667	267
5	Baskom	70,000	14,000	3	18,667	1,556	156
6	Ember	60,000	12,000	3	16,000	1,333	133
7	Spatula	25,000	5,000	2	10,000	833	83
8	Saringan	25,000	5,000	1	20,000	1,667	167
9	Toples Besar	150,000	30,000	3	40,000	3,333	333
10	Nyiru/Talam	300,000	60,000	2	120,000	10,000	1,000
11	Panci	100,000	20,000	10	8,000	667	67
12	Tirisan	25,000	5,000	1	20,000	1,667	167
Jumlah							2.972

Lampiran 2. Alokasi Biaya Bangunan Usaha Kerupuk Sagu Ibu Maria Ulfa

- Rumus Penyusutan (Metode Garis Lurus)

$$D = (C - SV) / UL$$

Keterangan:

C = Nilai Beli

SV = Nilai Sisa Alat (20% dari total nilai beli)

UL = Usia Ekonomis (Tahun)

D = Nilai Penyusutan, $D = (C - SV) / UL$

$$^{128} \text{Rp.} 20.000.000 / 20 = 1.000.000$$

$$\text{Rp.} 1.000.000 / 12 = 83,333$$

$$\text{Rp.} 83,333 / 10 = 8,3333$$

C = 20 tahun

$$SV = ^{59} \text{Rp } 20.000.000$$

$$C / SV = \text{Rp } 20 / \text{Rp } 20.000.000 = \text{Rp } 1.000.000$$

$$D (20 \text{ tahun}) = \text{Rp } .20.000.000 / 20 = \text{Rp } 1.000.000 / \text{tahun}$$

No	Biaya Bangunan(C)	UE	D / Tahun	D/Bulan	D/produksi
Bangunan	20.000.000	20	1.000.000	83,333	8,3333

1. SV (Salvage Value) = Nilai Sisa = 20% dari Harga Beli
2. Produksi per bulan diasumsikan 10 kali (10x/bulan)
3. Pilih masa pakai 10 tahun untuk bangunan semi-permanen, 20 tahun untuk permanen.

Matriks IFE - Data MentaH Perhitungan									
Usaha Kerupuk Sagu Ibu Ulfa - Desa Jerombang, Kecamatan Gaung									
No	KEKUATAN	Res 1	Res 2	Res 3	Total	Rating	Bobot	Skor (Bobot×Rating)	
1	Pengusaha berpengalaman	4	4	3	11	4	0.1	0.4	
2	Memiliki modal sendiri	3	4	2	9	3	0.09	0.27	
3	Ciri khas rasa gurih kencur	4	3	4	11	4	0.11	0.44	
4	Bebas bahan kimia	3	3	4	10	3	0.09	0.27	
5	Biaya produksi rendah	4	3	2	9	3	0.09	0.27	
6	Hubungan kuat dengan pelanggan dan pemasok	3	4	4	11	4	0.1	0.4	
JUMLAH KEKUATAN									
		21	21	19	61	21	0.58	2.05	
No	KELEMAHAN	Res 1	Res 2	Res 3	Total	Rating	Bobot	Skor (Bobot×Rating)	
1	Proses produksi masih tradisional	3	4	2	9	3	0.08	0.24	
2	Jangkauan pemasaran terbatas	4	3	2	9	3	0.08	0.24	
3	Belum pernah mengikuti pelatihan	2	3	1	6	2	0.06	0.12	
4	Belum memiliki sertifikat BPOM dan label halal	1	2	3	6	2	0.06	0.12	
5	Kemasan masih sederhana	3	3	4	10	3	0.08	0.24	
6	Promosi belum efektif	2	2	3	7	2	0.06	0.12	
JUMLAH KELEMAHAN									
		15	17	15	47	15	0.42	1.08	
TOTAL MATRIKS IFE									
					108	36	1	3.13	

Matriks EFE - Data MentaH Perhitungan									
Usaha Kerupuk Sagu Ibu Ulfa - Desa Jerombang, Kecamatan Gaung									
No	PELUANG	Res 1	Res 2	Res 3	Total	Rating	Bobot	Skor (Bobot×Rating)	
1	Adanya permintaan varian baru	4	3	4	11	4	0.13	0.52	
2	Dukungan pemerintah desa	3	4	2	9	3	0.1	0.3	
3	Bahan baku mudah didapat	3	4	4	11	4	0.14	0.56	
4	Perkembangan teknologi	4	3	2	9	3	0.1	0.3	
5	Produk digemari masyarakat	4	4	3	11	4	0.14	0.56	
JUMLAH PELUANG									
No	ANCAMAN	Res 1	Res 2	Res 3	Total	Rating	Bobot	Skor (Bobot×Rating)	
1	Banyaknya pesaing di Kecamatan Gaung	4	3	4	11	1	0.14	0.14	
2	Pengaruh harga bahan bakar, transportasi, dan cuaca	3	4	4	11	2	0.13	0.26	
3	Perubahan teknologi	3	4	2	9	3	0.12	0.36	
JUMLAH ANCAMAN									
TOTAL MATRIKS EFE									
					82	29	1	3.00	

DOKUMENTASI



Proses Penjemuran Keripik Sagu.



Varian Kerupuk Sagu

ORIGINALITY REPORT

34%

SIMILARITY INDEX

32%

INTERNET SOURCES

18%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uniks.ac.id	Internet Source	10%
2	ejournal.unisi.ac.id	Internet Source	2%
3	ejournal.uniks.ac.id	Internet Source	1%
4	repository.unisi.ac.id	Internet Source	1%
5	repository.uir.ac.id	Internet Source	1%
6	adoc.pub	Internet Source	1%
7	docplayer.info	Internet Source	1%
8	digilibadmin.unismuh.ac.id	Internet Source	<1%
9	repository.ub.ac.id	Internet Source	<1%
10	Submitted to UPN Veteran Yogyakarta	Student Paper	<1%
11	Submitted to Rektorat (ADM)	Student Paper	<1%
12	repository.uncp.ac.id	Internet Source	<1%
13	id.123dok.com	Internet Source	<1%
14	Submitted to Universitas Islam Riau	Student Paper	<1%
15	repository.uin-suska.ac.id	Internet Source	<1%

16	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
17	es.scribd.com Internet Source	<1 %
18	cdn.juris.id Internet Source	<1 %
19	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
20	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
21	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
22	Submitted to Universitas Hang Tuah Surabaya Student Paper	<1 %
23	www.ejournal.uniks.ac.id Internet Source	<1 %
24	repositori.uma.ac.id Internet Source	<1 %
25	123dok.com Internet Source	<1 %
26	library.polmed.ac.id Internet Source	<1 %
27	core.ac.uk Internet Source	<1 %
28	id.scribd.com Internet Source	<1 %
29	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
30	eprints.unimudasorong.ac.id Internet Source	<1 %
31	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	<1 %
32	jurnal.unigal.ac.id Internet Source	<1 %

33	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	<1 %
34	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
35	eprints.uns.ac.id Internet Source	<1 %
36	jurnal.fp.umi.ac.id Internet Source	<1 %
37	Submitted to Universitas Bangka Belitung Student Paper	<1 %
38	repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %
39	Submitted to Universitas Islam Negeri Raden Fatah Student Paper	<1 %
40	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
41	repository.pertanian.go.id Internet Source	<1 %
42	M Yasfin Aqil, Pinky Nadya Maharani, Agung Wibowo, Via Rifqi Andini, Intisar Salwa Khalidah. "SWOT Analysis for Business Strategy Development", Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research, 2024 Publication	<1 %
43	etheses.iainkediri.ac.id Internet Source	<1 %
44	mafiadoc.com Internet Source	<1 %
45	ojs.uho.ac.id Internet Source	<1 %
46	repository.unbrah.ac.id Internet Source	<1 %
47	repository.mediapenerbitindonesia.com Internet Source	<1 %
48	Submitted to Universitas Sains Alquran Student Paper	<1 %
49	moam.info Internet Source	<1 %

		<1 %
50	repository.uniba.ac.id Internet Source	<1 %
51	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
52	etd.uinsyahada.ac.id Internet Source	<1 %
53	ojs.umb-bungo.ac.id Internet Source	<1 %
54	Andika Saputra, Dafina Howara, Erny Erny. "ANALISIS NILAI TAMBAH IKAN JULUNG –JULUNG (Hemirhampus sp) MENJADI IKAN ASAP PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA BUNTO DI DESA TOWALE KECAMATAN BANAWA TENGAH KABUPATEN DONGGALA", Jurnal Pembangunan Agribisnis (Journal of Agribusiness Development), 2024 Publication	<1 %
55	Submitted to Universitas Kristen Duta Wacana Student Paper	<1 %
56	jurnal.um-palembang.ac.id Internet Source	<1 %
57	Submitted to Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus Student Paper	<1 %
58	Submitted to LL Dikti IX Turnitin Consortium Student Paper	<1 %
59	Submitted to Surabaya University Student Paper	<1 %
60	jurnal.untan.ac.id Internet Source	<1 %
61	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
62	ubb.ac.id Internet Source	<1 %
63	www.scribd.com Internet Source	<1 %
64	Muhammad Bibin, Muhammad Anugrah Sulaeman, Muh. Rizal Febrian, Muh. Farhansyah R. "STRATEGI PEMASARAN IKAN NILA UNTUK KEBERLANJUTAN UNIT	<1 %

65	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	<1 %
66	dimana.id Internet Source	<1 %
67	ojs.unpkediri.ac.id Internet Source	<1 %
68	repository-feb.unpak.ac.id Internet Source	<1 %
69	Novi Nurhayati. "Prospek Pengembangan Cabai Rawit di Kecamatan Arut Selatan Kabupaten Kotawaringin Barat", Daun: Jurnal Ilmiah Pertanian dan Kehutanan, 2017 Publication	<1 %
70	Sonya Nge, Apriliana Ballo. "Peningkatan Keterampilan Anggota PKK Desa Kaniti Melalui Pelatihan Pembuatan Aneka Olahan Sorgum Sebagai Upaya Diversifikasi Pangan Lokal", JGEN : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2025 Publication	<1 %
71	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
72	Submitted to Universitas Sumatera Utara Student Paper	<1 %
73	ditjenpdn.kemendag.go.id Internet Source	<1 %
74	vdocuments.site Internet Source	<1 %
75	www.jipb.stpbipress.id Internet Source	<1 %
76	Christian Efata Ering, Mex Frans Lodwyk Sondakh, Esry Olly Harryani Laoh. "Strategi Pemasaran Usaha Kedai Kopi Cousin Coffee di Kelurahan Walian Kecamatan Tomohon Selatan Kota Tomohon", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2024 Publication	<1 %
77	Submitted to FEB Untad Student Paper	<1 %
78	Seval Literindo Kreasi, M. Trihudiyatmanto, Mariana, Mahfud Nugroho et al. "Studi Kelayakan Bisnis", Thesis Commons, 2024	<1 %

79	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
80	Mira Garuda, Martha Mareyke Sendow, Paulus Adrian Pangemanan. "ANALISIS KELAYAKAN USAHA SERAT ABAKA DI DESA ESSANG KECAMATAN ESSANG KABUPATEN KEPULAUAN TALAUD", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2022 Publication	<1 %
81	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	<1 %
82	Wa Sari, Alfredo Tutuhatunewa, Richard A. De Fretes. "STRATEGI PENGEMBANGAN IKM BERBASIS MARITIM DI DESA KAWA", i tabaos, 2025 Publication	<1 %
83	repo.unwim.ac.id Internet Source	<1 %
84	Submitted to Universitas Islam Lamongan Student Paper	<1 %
85	armenmandakunian.com Internet Source	<1 %
86	jurnal.unpad.ac.id Internet Source	<1 %
87	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
88	repository.utu.ac.id Internet Source	<1 %
89	www.neliti.com Internet Source	<1 %
90	Submitted to FAKULTAS TEKNIK Student Paper	<1 %
91	Submitted to University of Wollongong Student Paper	<1 %
92	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
93	doktorrudy.wordpress.com Internet Source	<1 %
94	ejurnal.ung.ac.id Internet Source	<1 %

95	Submitted to iGroup Student Paper	<1 %
96	mangihot.blogspot.com Internet Source	<1 %
97	repository.bunghatta.ac.id Internet Source	<1 %
98	repository.unsoed.ac.id Internet Source	<1 %
99	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
100	Submitted to IAIN Pekalongan Student Paper	<1 %
101	Louise David Haganta, Atikah Nurhayati, Evi Liviawaty, Iwang Gumilar. "Analysis of Marketing Strategy of Freshwater Ornamental Fish Business in Bandung City, West Java Province", Jurnal Ilmiah PLATAX, 2024 Publication	<1 %
102	Nilawaty Yusuf, Ayu Rakhma Wuryandini, Sri Novita Sidu, Shintia Humairah Putri Ibrahim et al. "Hybrid Costing sebagai Solusi Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Industri Mebel Berpola Produksi Ganda (Studi Kasus UD. Suka Maju)", Jurnal Pendidikan Tambusai, 2026 Publication	<1 %
103	Sofia Anggraini, Sri Juminawati, Prisca Nurmala Sari, Putri Ananda et al. "Strategi Promosi Melalui Media Sosial pada Produk Lilin Hias Berbahan Minyak Jelantah", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	<1 %
104	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1 %
105	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1 %
106	ciptakarya.pu.go.id Internet Source	<1 %
107	dinastirev.org Internet Source	<1 %
108	ejournal.unama.ac.id Internet Source	<1 %
109	journal.uir.ac.id Internet Source	<1 %

110	jurnal.umuslim.ac.id Internet Source	<1 %
111	jurnal.wastukancana.ac.id Internet Source	<1 %
112	proceeding.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
113	repository.stiatabalong.ac.id Internet Source	<1 %
114	repository.uki.ac.id Internet Source	<1 %
115	Alend Talla, Adonia Anita Batkunde. "Efektivitas Aplikasi Akuntansi Dan Self – Control Dalam Penyusunan Laporan Keuangan UMKM", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Publication	<1 %
116	Submitted to Politeknik Negeri Jember Student Paper	<1 %
117	Suci Eka Safitri, Agus Wartapa, Sukadi. "Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Perbenihan Padi Gapoktan Pandowo Mulyo Kelurahan Pandowoharjo, Kapanewon Sleman, Kabupaten Sleman", Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian, 2021 Publication	<1 %
118	Submitted to Universitas Muhammadiyah Buton Student Paper	<1 %
119	Wian Dicky Haulen Aminda, Rizky Kurniawan Murtiyanto, Mohammad Maskan. "Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Pada Konveksi Wirajaya di Kota Tulungagung", Journal of Micro, Small and Medium Enterprises, 2025 Publication	<1 %
120	ejurnal.kampusakademik.my.id Internet Source	<1 %
121	juris.id Internet Source	<1 %
122	perpusteknik.com Internet Source	<1 %
123	repository-penerbitlitnus.co.id Internet Source	<1 %
124	repository.umi.ac.id Internet Source	<1 %

		<1 %
125	sunenergy.id Internet Source	<1 %
126	Yevi Permataasari, Ellya Revolina, Ariel Siswantoro. "Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram melalui Analisis SWOT di Desa Kelindang Atas Kab Bengkulu Tengah", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	<1 %
127	agroteksos.unram.ac.id Internet Source	<1 %
128	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
129	jim.unisma.ac.id Internet Source	<1 %
130	journal.ilmudata.co.id Internet Source	<1 %
131	jurnal.alimspublishing.co.id Internet Source	<1 %
132	jurnal.uss.ac.id Internet Source	<1 %
133	repository.uml.ac.id Internet Source	<1 %
134	rinabunga.blogspot.com Internet Source	<1 %
135	thesis.binus.ac.id Internet Source	<1 %
136	thesiska.blogspot.com Internet Source	<1 %
137	www.ardiarmandanu.com Internet Source	<1 %
138	www.suarawengker.com Internet Source	<1 %
139	zombiedoc.com Internet Source	<1 %
140	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %

141	Goei Gracella Valencia, Ribka M. Kumaat, Grace A. J. Rumagit. "STRATEGI PEMASARAN EKSPOR PALA PADA PT. GUNUNG INTAN PERMATA MANADO", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2017 Publication	<1 %
142	Nur Azizah. "Analisis strategi pemasaran sagu kasbi pada GAPOKTAN Prima Jaya di Kelurahan Jaya Kecamatan Tidore Utara Kota Tidore Kepulauan Propinsi Maluku Utara", Agrikan: Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan, 2012 Publication	<1 %
143	Nurhaliza Nurhaliza, Putra Astaman, Megawati Megawati, Fadilah Nurdin. "ANALISIS SWOT PADA STRATEGI PEMASARAN USAHA JAMUR TIRAM DUA PUTRA DI KECAMATAN SINJAI BARAT", Jurnal Riset Multidisiplin Agrisosco, 2025 Publication	<1 %
144	Rahayuningsih, Esti. "Strategi Komunikasi Organisasi Untuk Meningkatkan Citra Madrasah di MTs Muhammadiyah Purwokerto.", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia) Publication	<1 %
145	Wahyudi ., Mokodongan, Juliana R. Mandei, Joachim N.K. Dumais. "NILAI TAMBAH KERIPIK PISANG PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA IBU DEWI (Studi Kasus Kecamatan Malalayang)", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2017 Publication	<1 %
146	Yuli Afriyani, Rika Widianita. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Kasus: Cafe Raja Food Drink di Koto Gadang Guguak, Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok)", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	<1 %
147	anggaradana.blogspot.com Internet Source	<1 %
148	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
149	docobook.com Internet Source	<1 %
150	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	<1 %
151	e-jurnal.unisda.ac.id Internet Source	<1 %
152	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
	eprints.umpo.ac.id	

153	Internet Source	<1 %
154	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
155	jima-emagri.upnjatim.ac.id Internet Source	<1 %
156	repository.ipb.ac.id Internet Source	<1 %
157	repository.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
158	segalaberita.com Internet Source	<1 %
159	ulm.ac.id Internet Source	<1 %
160	Dessy Wahyuni. "Festival Menongkah: Revitalisasi Budaya dan Bahasa Duanu Menuju Industri Kreatif", Kapata Arkeologi, 2017 Publication	<1 %
161	Henry Prastanto, Yusep Firdaus, Santi Puspitasari, Arief Ramadhan, Asron Ferdian Falaah. "SIFAT FISIKA ASPAL MODIFIKASI KARET ALAM PADA BERBAGAI JENIS DAN DOSIS LATEKS KARET ALAM", Jurnal Penelitian Karet, 2018 Publication	<1 %
162	Hilaria Dita Oktaviani, Sudirman Muin, Gusti Hardiansyah. "PENDAPATAN PETANI DARI BUDIDAYA TANAMAN PURIK (Mitragyna sp) DI DESA NANGA MANDAY KECAMATAN BIKA KABUPATEN KAPUAS HULU", JURNAL HUTAN LESTARI, 2021 Publication	<1 %
163	Submitted to lain Palopo Student Paper	<1 %
164	Istiqomah, Ahmad Fauzi. "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kota Kediri", Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah, 2021 Publication	<1 %
165	Muhammad Firdaus, Gazali Salim, Rita Rita, Agus Indarjo, Permana Ari Soejarwo, Mufrida Zein, Achmad Daengs GS. "ANALISIS KELAYAKAN USAHA NELAYAN TANGKAP 'PUKAT BELANAK' DI DESA SALIMBATU KECAMATAN TANJUNG PALAS TENGAH KABUPATEN BULUNGAN", Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan, 2020 Publication	<1 %
166	Nurdiana Chaidir, Dompok Napitupulu, Idris Sardi. "STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI IKAN PATIN (STUDI KASUS DI DESA PUDAK KECAMATAN KUMPEH	<1 %

167	Rahman, Arif. "Analisis Ability to Pay (ATP) dan Willingness to Pay (WTP) Tarif Bus Rapid Transit (BRT) Trans Jateng Koridor Semarang-Gubug", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023 Publication	<1 %
168	anidwi.cybermq.com Internet Source	<1 %
169	anzdoc.com Internet Source	<1 %
170	artikelpendidikan.id Internet Source	<1 %
171	digilib.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
172	ggadhela.web.unej.ac.id Internet Source	<1 %
173	islamicmarkets.com Internet Source	<1 %
174	jawabogo.blogspot.com Internet Source	<1 %
175	journalcenter.org Internet Source	<1 %
176	jurnal.unived.ac.id Internet Source	<1 %
177	ojs.selodangmayang.com Internet Source	<1 %
178	ojs.unpatti.ac.id Internet Source	<1 %
179	pt.slideshare.net Internet Source	<1 %
180	repo.unand.ac.id Internet Source	<1 %
181	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
182	repository.ipwija.ac.id Internet Source	<1 %

183	repository.unair.ac.id Internet Source	<1 %
184	repository.unmul.ac.id Internet Source	<1 %
185	rizalfaris.blogspot.com Internet Source	<1 %
186	vibdoc.com Internet Source	<1 %
187	www.antaranews.com Internet Source	<1 %
188	www.jurnal.lkd-pm.com Internet Source	<1 %
189	www.mudabisa.com Internet Source	<1 %
190	Ketut Gunawan, Nyoman Suandana. "ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN USAHA, DIGITAL MARKETING DAN AKSES PERMODALAN TERHADAP KINERJA UKM (Studi pada UKM di Kabupaten Buleleng Bali).", Widya Amerta, 2024 Publication	<1 %
191	eprints.mercubuana-yogya.ac.id Internet Source	<1 %
192	www.jurnalekonomi.unisla.ac.id Internet Source	<1 %
193	Abdullah -, Teguh Soedarto, Ida Syamsu Roidah. "Economic Feasibility of Cattle Slaughtering Business at Surya Slaughterhouse Surabaya", JURNAL ILMIAH PETERNAKAN TERPADU, 2026 Publication	<1 %
194	Ayuni Ayuni, Maswadi Maswadi, Anita Suharyani, Marisi Aritonang, Wanti Fitrianti. "Strategi Peningkatan Mutu Produk Olahan Ikan Tangkap di Kecamatan Sungai Kakap", JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, 2024 Publication	<1 %
195	Hasisa Haruna, Agus Syam, Sudarmi Sudarmi, Sumiati Tahir, Asmayanti Asmayanti. "Strategi Pengembangan Usaha Gula Merah di Desa Tungke Kecamatan Bengo Kabupaten Bone", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Publication	<1 %

196	Nofitri Dewi Rinojati, Riko Cahya Putra, Elya Afifah, Iwan Muliawansyah. "ANALISIS EFISIENSI USAHATANI PISANG DI ANTARA TANAMAN KARET : STUDI KASUS DI KEBUN CIBUNGUR, PTPN VIII JAWA BARAT", Warta Perkaretan, 2016 Publication	<1 %
197	Noli Putri Lika, Saad Murdy, Riri Oktari Ulma. "STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI DODOL KENTANG LUBUK NAGODANG DI KABUPATEN KERINCI", Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis, 2018 Publication	<1 %
198	Rizma Amelia, Arista Damayanti, Astik Drianti. "STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK CHOCO BANANA CHIP PADA PT. GANIYA BOGATAMA DI KECAMATAN TENGGARONG KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA", ZIRAA'AH MAJALAH ILMIAH PERTANIAN, 2026 Publication	<1 %
199	Sarno Sarno, Heri Kurniawan. "Pengembangan strategi Business Model Canvas agroindustry obat herbal pada CV. Bina Syifa Mandiri Yogyakarta", Agrokomples, 2023 Publication	<1 %
200	ppjp.ulm.ac.id Internet Source	<1 %
201	repository.unikama.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes

Off

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

On