

ANALISIS USAHA AGROINDUSTRI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN ROTI MERK GANDUM PADA PT ROTTE RAGAM RASA CABANG BUKIT BARISAN KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU

Agroindustry Business Analysis and Development Strategy of Wheat Brand Bread at PT Rotte Ragam Rasa Bukit Barisan Branch Pekanbaru City, Riau Province

Rizki Herlangga, Fahrial *

Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau

Corresponding author e-mail: fahrial2018@agr.uir.ac.id

[Diterima: Juli 2023; Disetujui: Agustus 2023]

ABSTRACT

The bread business is a popular business because the need for bread never decreases because the level of public consumption of bread is always increasing. The community's need for bread shows that the opportunities in this business can still grow, one of which is by optimizing the agroindustry process. This study aims to analyze: (1) characteristics of entrepreneurs and business profiles of wheat bread; (2) analysis of wheat bread agroindustry business production technology, production factors, costs, income, profit, efficiency, and value added; and (3) wheat bread development strategy. The method used in this research is the survey method. The selection of respondents was done intentionally. Data were analysed using qualitative descriptive statistical analysis, quantitative analysis, the Hayami method, as well as SWOT and QSPM analysis. This research was conducted in Tenayan Raya District, Pekanbaru City, Riau Province, from February to July 2023. The results showed: (1) The characteristics of entrepreneurs were in the age group of 41 years and the age of employees with an average age of 22 years, the entrepreneur's education level was 17 years and the average employee's education level was 12 years, the entrepreneur's business experience was 6 years and the employee's experience was an average of 1 year, the entrepreneur's family dependents were 3 people; and the family dependents of employees had no dependents. The PT Rotte Ragam Rasa wheat brand bread agroindustry business profile was established on April 28, 2016. The scale of the business carried out was small. The number of workers in the processing process amounted to six people. (2) The analysis of the wheat brand bread agroindustry business consists of: Wheat brand bread production technology includes kneading, weighing, thinning, developing bread dough, baking/oven, cooling, packaging, and bread display. Use of production factors, which include use of tools, raw materials, and supporting materials. Production costs were obtained at Rp 215,412/ day, gross income obtained by wheat brand bread entrepreneurs was Rp 232,500 / day, and an RCR (revenue cost ratio) of 1.08. (3) In the development strategy of wheat brand bread, the priority strategy was to maintain and improve customer satisfaction through consistency in quality, variety, and innovation of wheat brand bread products.

Keywords: *Bakery Agro-Industry, Added Value, Development Strategy*

ABSTRAK

Usaha roti merupakan usaha digemari karena kebutuhan roti tidak pernah berkurang sebab tingkat konsumsi masyarakat akan roti selalu bertambah, kebutuhan masyarakat terhadap roti menunjukkan bahwa peluang dalam bisnis ini masih bisa berkembang menjadi lebih besar salah satunya adalah dengan mengoptimalkan proses agroindustri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Karakteristik pengusaha dan profil usaha roti gandum, (2) Analisis usaha agroindustri roti gandum teknologi produksi, penggunaan faktor produksi, biaya, pendapatan, keuntungan, efisiensi, dan nilai tambah (Value Added), (3) Strategi pengembangan roti gandum. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Pemilihan responden dilakukan secara sengaja (purposive). Analisis data dilakukan dengan analisis statistik deskriptif kualitatif, analisis kuantitatif dan metode hayami, serta analisis SWOT dan QSPM. Penelitian ini dilakukan di

Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau dari bulan Februari sampai Juli 2023. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Karakteristik pengusaha berada pada kelompok umur 41 tahun dan umur karyawan dengan rata-rata umur 22 tahun, tingkat pendidikan pengusaha 17 tahun dan tingkat pendidikan karyawan rata-rata 12 tahun, pengalaman berusaha pengusaha 6 tahun dan pengalaman karyawan dengan rata-rata 1 tahun, tanggungan keluarga pengusaha yaitu 3 jiwa dan tanggungan keluarga pada karyawan tidak ada tanggungan jiwa. Profil usaha agroindustri roti merk gandum PT Rotte Ragam Rasa berdiri pada tanggal 28 April 2016. Skala usaha yang dilakukan adalah usaha kecil. Jumlah tenaga kerja pada proses pengolahan berjumlah 6 orang. (2) Analisis usaha agroindustri roti merk gandum terdiri dari: Teknologi produksi roti merk gandum yang meliputi: pengadonan, penimbangan, penipisan, pengembangan adonan roti, pemanggangan/pengovenan, pendinginan, pengemasan, display roti. Penggunaan faktor produksi yaitu meliputi: penggunaan alat, bahan baku, bahan penunjang. Biaya produksi diperoleh sebesar Rp 215,412/hari, pendapatan kotor diperoleh pengusaha roti merk gandum di Kecamatan Tenayan Raya yaitu sebesar Rp 232.500/hari, di peroleh RCR (Revenue Cost Ratio) sebesar 1,08. (3) Strategi pengembangan roti merk gandum Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau strategi prioritas adalah menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui konsistensi kualitas, variasi dan inovasi produk roti merk gandum.

Kata kunci: *Agroindustri Roti, Nilai Tambah, Strategi Pengembangan*

PENDAHULUAN

Perkembangan pada dunia usaha dan bisnis sekarang ini ditandai dengan semakin tajamnya persaingan, sehingga dalam hal ini perusahaan haruslah melakukan perjuangan dan didukung dengan perencanaan yang matang untuk menghadapi berbagai masalah dan rintangan yang timbul, seperti masalah operasional, keuangan, maupun masalah pemasaran dari produk yang diproduksi. Perusahaan yang mampu menghadapi persaingan akan dapat terus bertahan, sebaliknya perusahaan yang tidak mampu bersaing akan mengalami kebangkrutan. Kegiatan penjualan baik tunai maupun kredit merupakan aktivitas yang penting bagi perusahaan dalam mencapai tujuan utama yaitu memperoleh laba yang optimal.

Usaha Rotte Bakery merupakan salah satu industri roti yang berada di kota Pekanbaru yang didirikan oleh Bapak Syafrizal Abdul Rasyid. Rotte merupakan singkatan dari Roti Terenak dan Termurah. Pada usaha ini Rotte Bakery telah memiliki outlet di provinsi Riau sebanyak 39 outlet dan di dalam kota Pekanbaru sendiri memiliki 20 outlet pada sampai dengan sekarang, usaha ini telah berproduksi sejak tahun 2015.

Produk-produk sejenis yang beredar di pasaran khususnya di Kota Pekanbaru, menyebabkan persaingan dalam merebut pasar,

sehingga dengan ini Rotte Bakery membuat suatu produk yang diminati semua kalangan dengan memberikan value kepada konsumen produk terenak, termurah, mudah didapat, banyak varian, bentuk, cita rasa yang berbeda dengan jumlah 95 varian dengan 8 kategori produk kue dan roti yang paling utama Rotte Bakery mementingkan kualitas produk dan cita rasa yang berbeda yang dibuatnya, untuk mempertahankan produknya dari pesaing industry yang lain dan menjadikan peningkatan pendapatan pada usaha yang dijalaninya.

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa produk roti merk gandum paling sedikit dan belum maksimal dalam penjualan. Agroindustri roti merk gandum ini memiliki beberapa permasalahan yaitu pemasok bahan baku roti merk gandum sering tidak bisa memenuhi permintaan. Hal tersebut, Rotte Bakery harus berupaya dengan berbagai cara serta melakukan strategi-strategi agar produknya terdiferensiasi untuk merebut pasar dan pengendalian bahan baku sangat diperlukan untuk menjaga kestabilan bahan baku yang digunakan, dalam proses produksi roti merk gandum mesin/alat yang digunakan dalam proses pengembangan roti merk gandum sering rusak atau bermasalah, sehingga hal ini tentu yang mengakibatkan produksi roti merk gandum terhambat sehingga produksi tidak selalu tepat waktu.

Tabel 1. Total Produk Rotte Bakery Terjual Pada Tahun 2016/2020

Jenis Produk	Total Produk Terjual Tahun 2016/ Buah	Total Produk Terjual Tahun 2017/ Buah	Total Produk Terjual Tahun 2018/ Buah	Total Produk Terjual Tahun 2019/ Buah	Total Produk Terjual Tahun 2020/ Buah	Total Produk Terjual Tahun 2016-2020	Persentase %
Cake (200) gram	9.656	10.621	11.896	12.491	12.803	57.467	0,34
Donat (50) gram	854.565	940.021	1.052.824	1.105.465	1.133.101	5.085.976	29,80
Fit-O (50) gram	1.584.484	1.742.932	1.952.084	2.049.688	2.100.930	9.430.118	55,26
Roti Manis (150) gram	355.464	391.010	437.931	459.828	471.323	2.115.556	12,39
Pillow (100) gram	21.155	23.270	26.062	27.366	28.050	125.903	0,73
Tawar (300) gram	25.356	27.891	31.238	32.800	33.620	150.905	0,88
Gandum (500) gram	3.866	4.252	4.762	5.001	5.126	23.007	0,14
Selai dan Isian (150) gram	12.564	13.820	15.478	16.252	16.659	74.773	0,43
Jumlah	2.867.110	3.153.817	3.532.275	3.708.891	3.801.612	17.063.705	100,00

Sumber: Rotte Bakery, 2023

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Penentuan tempat penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa usaha roti merk gandum pada PT Rotte Ragam Rasa merupakan salah satu usaha menengah yang bergerak di bidang agroindustri yang berada di Kota Pekanbaru dan memiliki prospek yang cerah. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yaitu mulai dari bulan Februari sampai Juli 2023.

Agroindustri Roti Merk Gandum Cabang Bukit Barisan di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau di kelola oleh Bapak Syafrizal Abdul Rasyid yang memperkerjakan 6 orang tenaga kerja. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha agroindustri roti merk gandum dan karyawan yang berkaitan langsung pada setiap proses produksi. Dengan demikian jumlah responden sebanyak 7 orang, dan pengambilan responden strategi pengembangan sebanyak 10 orang..

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer yang diambil meliputi karakteristik pengusaha dan profil usaha, analisis usaha agroindustri roti merk gandum pada PT Rotte Ragam Rasa, strategi

pengembangan usaha Roti merk gandum pada PT Rotte Ragam Rasa. Sedangkan data sekunder meliputi studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan. Adapun analisis data yang digunakan yaitu:

1. Karakteristik Petani

Karakteristik pengusaha, karyawan dianalisis secara deskriptif kuantitatif dan profil usaha agroindustri Roti Merk Gandum dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan tentang karakteristik pengusaha agroindustri roti merk gandum meliputi: umur, tingkat pendidikan, pengalaman usaha dan jumlah tanggungan keluarga. Selanjutnya profil usaha meliputi: sejarah usaha, skala usaha, modal usaha dan tenaga kerja.

2. Analisis Usaha Agroindustri Roti Merk Gandum

a. Teknologi Produksi

Untuk melihat teknologi produksi adalah cara untuk meningkatkan produksi dan produktivitas dalam berusaha meliputi tahapan-tahapan kerja, teknologi yang

digunakan setiap tahapan kerja yang dianalisis secara deskriptif kualitatif.

b. Penggunaan Faktor Produksi

Penggunaan faktor produksi yang dianalisis meliputi bahan baku, bahan penunjang serta peralatan yang dibutuhkan dalam memproduksi dapat dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

c. Biaya Produksi

Menurut Suratiyah (2006) untuk menghitung besarnya biaya total (*total cost*) di peroleh dengan cara menjumlahkan biaya tetap (*fixed cost/FC*) dengan biaya variabel (*variable cost*) dengan rumus:

$$TC = TFC + TVC$$

$$TC = \{(X_1.P_1) + (X_2.P_2) + (X_3.P_3) + D$$

Keterangan:

TC = Biaya total agroindustri roti merk gandum (Rp/Proses Produksi)

TFC = Total biaya tetap agroindustri roti merk gandum (Rp/Proses Produksi)

TVC = Total biaya variabel agroindustri roti merk gandum (Rp/Proses Produksi)

X_1 = Jumlah penggunaan bahan baku (Kg/Proses Produksi)

X_2 = Jumlah penggunaan bahan penunjang (Kg/Proses Produksi)

X_3 = Jumlah biaya tetap (Rp/Proses Produksi)

P_1 = Harga bahan baku (Kg/Proses Produksi)

P_2 = Harga bahan penunjang (Rp/Proses Produksi)

P_3 = Harga biaya tetap (Rp/Proses Produksi)

D = Nilai Penyusutan (Rp)

d. Produksi

Produksi dalam usaha agroindustri roti merk gandum ini yaitu menghasilkan produk roti merk gandum, dengan menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

e. Pendapatan

1. Pendapatan Kotor

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

$$TR = Y \cdot Py$$

Keterangan:

TR = Pendapatan Kotor (Rp/Proses Produksi)

Y = Total Produksi Roti Merk Gandum (Rp/Proses Produksi)

P_y = Harga Jual Roti Merk Gandum (Rp/Proses Produksi)

2. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih adalah selisih antara penerimaan total dengan biaya-biaya. Biaya-biaya yang dimaksud meliputi biaya tetap ditambah biaya tidak tetap/variabel yang dikeluarkan dalam usaha agroindustri roti merk gandum. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

$$\pi = (P \times Q) - (VC + FC)$$

Keterangan:

π = Pendapatan bersih usaha (Rp/Proses Produksi)

TR = Total penerimaan produksi (Rp/Proses Produksi)

TC = Total biaya produksi (Rp/Proses Produksi)

P = Harga roti merk gandum (Rp/Kg)

Q = Jumlah roti merk gandum yang dihasilkan (Kg/Proses Produksi)

VC = Biaya variabel agroindustri roti merk gandum (Rp/Proses Produksi)

FC = Biaya tetap agroindustri roti merk gandum (Rp/Proses Produksi)

f. Efisiensi Agroindustri Roti Merk Gandum

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

$$RCR = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

RCR = Return Cost Ratio

TR = Total Penerimaan Usaha Rotte Bakery (Rp/Proses Produksi)

TC = Total Biaya Usaha Rotte Bakery (Rp/Proses Produksi)

Dengan kriteria:

- 1) $RCR > 1$ = Usaha Rotte Bakery Merk Gandum menguntungkan secara ekonomis
- 2) $RCR = 1$ = Usaha Rotte Bakery Merk Gandum berada pada titik impas
- 3) $RCR < 1$ = Usaha Rotte Bakery Merk Gandum tidak menguntungkan secara ekonomis

g. Analisis Nilai Tambah

Perhitungan nilai tambah yang diperoleh dari proses pengolahan suatu produk dapat menggunakan Metode Hayami. Kelebihan dari analisis nilai tambah dengan menggunakan metode hayami adalah pertama, dapat diketahui besarnya nilai tambah, nilai

output, dan produktivitas, kedua, dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik-pemilik faktor produksi, serta ketiga, prinsip nilai tambah menurut hayami dapat diterapkan untuk subsistem lain diluar pengolahan, misalnya untuk kegiatan pemasaran (Suprpto, 2006).

Tabel 2. Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami 1987

Variabel	Nilai
I. Output, Input dan Harga	
1. Output (Kg)	(1)
2. Input (Kg)	(2)
3. Tenaga Kerja (HOK)	(3)
4. Faktor Konveksi	$(4) = (1) / (2)$
5. Koefisien Tenaga Kerja (HOK/Kg)	$(5) = (3) / (2)$
6. Harga Output (Rp)	(6)
7. Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	(7)
II. Penerimaan dan Keuntungan	
8. Harga bahan baku (Rp/kg)	(8)
9. Sumbangan input lain (Rp/Kg)	(9)
10. Nilai Output (Rp/Kg)	$(10) = (4) \times (6)$
11. a. Nilai Tambah (Rp/kg)	$(11a) = (10) - (8) - (9)$
b. Rasio Nilai Tambah (%)	$(11b) = (11a/10) \times 100\%$
12. a. Pendapatan tenaga kerja (Rp)	$(12a) = (5) \times (7)$
b. Pangsa nilai tambah (%)	$(12b) = (12a/11a) \times 100\%$
13. a. Keuntungan (Rp)	$(13a) = 11a - 12a$
b. Tingkat keuntungan (%)	$(13b) = (13a/11a) \times 100\%$
14. Margin (Rp/Kg)	$(14) = (10) - (8)$
a. Pendapatan tenaga kerja (%)	$(14a) = (12a/14) \times 100\%$
b. Sumbangan input lain (%)	$(14b) = (9)/(14) \times 100\%$
c. Keuntungan pengusaha (%)	$(14c) = (13a)/(14) \times 100\%$

3. Analisis Strategi Pengembangan Produksi Roti Merk Gandum

Perumusan strategi dalam pengembangan produksi Roti Gandum outlet di Jl Bukit Barisan Kelurahan Tengkerang Timur Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau menggunakan analisis *SWOT* dan *QSPM*.

a. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Hasil identifikasi faktor-faktor internal dilakukan analisa dengan menggunakan IFE (Tabel 3) untuk dilakukan evaluasi terhadap faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pada pengembangan usaha roti merk gandum yang ada.

b. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Hasil identifikasi faktor-faktor eksternal dilakukan analisa dengan menggunakan matriks EFE (Tabel 4) untuk mengevaluasi faktor peluang dan ancaman yang ada terhadap pengembangan usaha roti

merk gandum yang ada.

c. Matriks Internal Eksternal (IE)

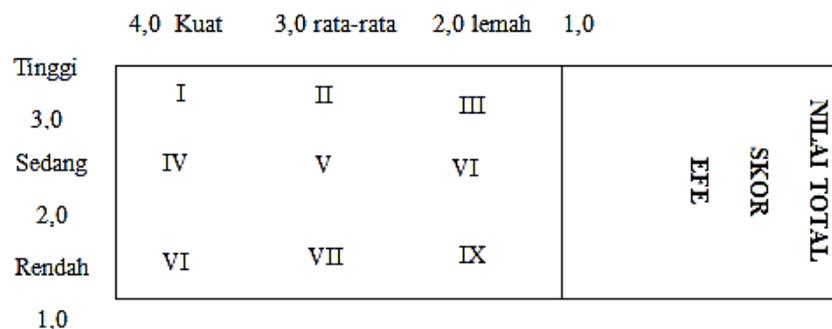
Matriks IE disusun berdasarkan nilai total skor matriks IFE dan EFE. Dimana pada sumbu horizontal merupakan total skor IFE dan pada sumbu vertikal merupakan total skor EFE. Titik perpotongan antara kedua sumbu tersebut akan menunjukkan strategi yang dianggap tepat untuk diterapkan oleh pelaku usaha dan pemangku kepentingan untuk pengembangan usaha roti merk gandum mini. Nilai total skor IFE yang ditunjukkan oleh sumbu X sebesar 1.0 hingga 1.99 menggambarkan posisi internal yang lemah, skor 2.0 hingga 2.99 merupakan pertimbangan dengan rata-rata, dan skor 3.0 hingga 4.0 adalah kuat. Begitu pun dengan nilai total skor EFE yang ditunjukkan oleh sumbu y, dari 1.0 hingga 1.99 adalah pertimbangan rendah, skor 2.0 hingga 2.99 adalah sedang, dan skor 3.0 hingga 4.0 adalah tinggi (Gambar 1).

Tabel 3. Internal Faktor Evaluation (IFE)

No	Faktor-faktor strategi pengembangan	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<i>Kekuatan (Strengths)</i>				
1	Tenaga kerja sudah terampil			
2	Produk sudah memiliki legalitas			
3	Harga roti merk gandum di tentukan oleh pengusaha			
4	Roti merk gandum mengandung karbohidrat, vitamin B1, vitamin B2, dan niasin.			
Subtotal				
<i>Kelemahan (Weaknesses)</i>				
1	Modal yang terbatas			
2	Produk roti merk gandum tidak tahan lama			
3	Belum ada variasi rasa terhadap roti merk gandum			
4	Teknologi brofing untuk pengembangan roti merk gandum sering mengalami kerusakan			
Subtotal				
Total				

Tabel 4. Eksternal Faktor Evaluation (EFE)

No	Faktor-faktor Strategi Pengembangan	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<i>Peluang (Opportunities)</i>				
1	Berkembangnya teknologi dan informasi secara online			
2	Jangkauan pemasaran produk roti merk gandum luas			
3	Program mendukung diversifikasi pangan			
4	Roti merk gandum bisa dinikmati dari semua kalangan masyarakat			
Subtotal				
<i>Ancaman (Threats)</i>				
1	Harga bahan baku yang tidak stabil			
2	Munculnya pesaing baru dengan produk yang sama			
3	Kurangnya minat pembeli yang membeli roti merk gandum karena banyaknya roti lebih menarik di pasaran			
4	Persaingan harga produk dari pesaing di industri roti merk gandum lainnya			
Subtotal				
Total				



Gambar 1. Matriks Internal-Eksternal (IE)
 Sumber: David, 2006

d. Matriks Strength, Weakness, Opportunities, and Threats (SWOT)

Matriks kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Strength-Weakness-Opportunities-Threats-SWOT Matrikx) adalah ringkasan yang menganalisis kekuatan dan kelemahan secara internal dalam hubungannya dengan peluang dan ancaman eksternal organisasi (Mc Donald dan Keegan, 1999). Matrik ini digunakan untuk membantu manajer/petani dalam mengembangkan empat

tipe strategi yang merupakan alternatif strategi untuk pemasaran, pengembangan usaha dan lain-lain yang dapat diimplemntasikan oleh petani, pengusaha yang didapat berdasarkan hasil kombinasi antara faktor eksternal dan internal yang dimiliki oleh petani/pengusaha, yaitu S-O (Strength-Opportunities), W-O (Weakness-Opportunities), S-T (Strength-Threats), dan W-T (Weakness-Threats) (Tabel 5).

Tabel 5. Matriks SWOT (Strength, Weakness, Oppurtunities, and Threats)

EFE	IFE	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
	Peluang (<i>Opportunity</i>)	STRATEGI S-O Menciptakan strategi dengan menggunakan kakuatan untuk memanfaatkan peluang.	STRATEGI W-O Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan serta memanfaatkan peluang.
	Ancaman (<i>Threath</i>)	STRATEGI S-T Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	STRATEGI W-T Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman.

e. Matriks QSPM (Quantitative Strategies Planning Matrix)

Menurut David (2004), matriks perencanaan strategi kuantitatif (QSPM) dirancang untuk menetapkan daya tarik relatif dari tindakan alternatif yang dapat dijalankan. Matriks perencanaan strategi kuantitatif (QSPM) yang merupakan tahap 3 dari

kerangka analitis perumusan strategi dan teknik tersebut secara objektif menunjukkan strategi alternatif yang paling baik. QSPM menggunakan masukan dari analisis tahap 1 dan hasil-hasil pencocokan dari analisis tahap 2 untuk memutuskan secara objektif strategi alternatif yang dapat dijalankan (Taabel 6).

Tabel 6. Quantitative Strategies Planning Matrix

Faktor Kunci	ALTERNATIVE STRATEGI						
	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Faktor Kunci Eksternal							
Faktor Kunci Internal							
Jumlah Nilai Total Daya Tarik							

Keunggulan dari Quantitative Strategies Planning Matrix adalah bahwa setiap strategi dapat dievaluasi secara bertahap atau bersama-sama dan tidak ada batasan untuk jumlah strategi yang dapat dievaluasi dengan memanfaatkan semua informasi eksternal dan internal yang dimiliki. Selain itu, matrik QSPM dapat diadaptasikan untuk digunakan oleh organisasi besar, kecil, yang berorientasi laba maupun nirlaba dan dapat diaplikasikan untuk hampir semua tipe organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pengusaha, Karyawan

Karakteristik pengusaha dan karyawan dalam penelitian ini terdiri dari umur pengusaha dan karyawan, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha/bekerja dan jumlah tanggungan keluarga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur pengusaha agroindustri roti merk gandum berada pada kategori kelompok 37-41 tahun sejumlah 1 orang atau 100% yakni dengan umur 41 tahun. Sedangkan distribusi untuk umur karyawan berbeda-beda yakni kelompok umur 20-25 tahun terdapat 5 orang atau 83%, kelompok umur 26-31 tahun terdapat 1 orang atau 17%.

Secara umum umur karyawan 22 tahun dan termasuk dalam kategori umur produktif, dan rata-rata umur responden karyawan berada pada kategori umur yang produktif dalam melakukan kegiatan pengolahan usaha agroindustri roti merk gandum

Tingkat pendidikan pada pengusaha agroindustri roti merk gandum termasuk pada kategori pendidikan 17 tahun atau tamatan strata satu (S1) sejumlah 1 orang atau 100%. Sedangkan tingkat pendidikan untuk karyawan sama dapat dilihat Tabel 17 yakni pada tingkat pendidikan 12 (SMA) sebanyak 6 orang atau 100%. Secara umum tingkat pendidikan pengusaha tergolong relatif tinggi dan rata-rata tingkat pendidikan tenaga kerja roti merk gandum sebesar 12 tahun, artinya tingkat pendidikan pada karyawan roti merk gandum ini tergolong relatif sedang, sehingga akan berdampak pada pandangan individu dalam mendapatkan dan mengasimilasi data serta perubahan yang terjadi, sehingga akan mempengaruhi pendapatan produksi roti merk gandum dan kesejahteraan usaha.

Pengalaman berusaha pada pengusaha agroindustri roti merk gandum Rotte Bakery termasuk pada kategori pengalaman selama 4-6 tahun sejumlah 1 orang atau 100% dengan lama berusaha 6 tahun. Sedangkan pengalaman bekerja untuk karyawan sama dapat dilihat bahwa pengalaman karyawan berkisar 1-3 tahun berjumlah 6 orang atau 100%

Tanggungjawab keluarga pada pengusaha roti merk gandum Rotte Bakery termasuk pada kategori tanggungan sebanyak 1-3 jiwa sejumlah 1 orang atau 100%, dengan total jumlah tanggungan sebanyak 3 jiwa, sehingga dalam hal ini pengusaha harus memaksimalkan usahanya untuk memperoleh hasil pendapatan yang optimal. Sedangkan distribusi pengalaman bekerja untuk karyawan sama yaitu memperlihatkan bahwa jumlah tanggungan karyawan roti merk gandum dengan jumlah tanggungan keluarga 0 sebanyak 6 orang atau 100%. Artinya karyawan tidak ada memiliki tanggungan keluarga dikarenakan karyawan belum menikah.

Profil Usaha Agroindustri Roti Merk Gandum

PT. Rotte Ragam Rasa (Rotte Bakery) Pekanbaru merupakan perusahaan roti yang berasal dari Pekanbaru Riau yang masuk dalam Kampong Cookies Group. Dalam perusahaan

ini bergerak dibidang pembuatan roti dan langsung memasarkannya dipasaran. Diresmikan pada tanggal 28 April 2016, Rotte itu singkatan dari Roti Terenak dan Termurah. Segmentasinya bisa masuk ke kalangan menengah ke bawah, juga kalangan menengah ke atas dan semua kalangan usia.

Usaha agroindustri Roti Merk Gandum Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau tergolong industri skala kecil karena memiliki kekayaan Rp 77.548.320 atau melebihi Rp 50.000.000. Bentuk usaha perseorangan, karena modal dalam usaha dengan modal sendiri, jika terjadi permasalahan dalam usaha maka tanggung jawab usaha ditanggung sendiri oleh pemilik usaha.

Usaha agroindustri Roti Merk Gandum Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau merupakan usaha skala kecil, dan dapat dilihat dari skala usahanya, modal tersebut digunakan dalam agroindustri Roti Merk Gandum senilai ± Rp 200.000.000,00 (sudah termasuk alat-alat dan tempat), biaya yang dialokasikan digunakan untuk pembelian peralatan, bahan baku, input penunjang dan biaya operasional lainnya, Sumber modal yang didapat dalam usaha ini berasal dari modal sendiri tanpa ada peminjaman modal dari pihak manapun.

Usaha Roti Merk Gandum Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau mempekerjakan tenaga kerja yaitu 6 orang yang merupakan tenaga kerja luar keluarga, untuk membantu proses pengadukan, penimbangan, pengerollan, brofing, pengovenan, pendinginan/pendiaman, pengemasan.

Teknologi Produksi Roti Merk Gandum

Teknologi produksi usaha agroindustri roti merk gandum pada PT Rotte Ragam Rasa ini melewati beberapa tahapan mulai dari pengadonan hingga proses pengemasan dengan cara manual. Adapun tahapan-tahapan dalam proses pengolahan hingga menjadi roti merk gandum adalah sebagai berikut:

Tahap 1: Pengadonan Roti Merk Gandum

Pada tahap pertama karyawan melakukan pengadonan atau pencampuran memiliki tujuan utama yaitu membentuk jaringan gluten yang terdapat dalam terigu, dan ditambahkan air, serta mengalami proses pengadukan, pencampuran

adonan dengan waktu 20 menit maka jaringan gluten akan mulai terbentuk. Dalam proses ini membutuhkan hanya 1 orang tenaga kerja.

Tahap 2: Penimbangan Adonan Roti Merk Gandum

Pada tahap kedua selanjutnya adonan yang sudah siap dalam proses pencampuran, langsung dilanjutkan dalam proses penimbangan dengan kurun waktu 3 menit, dalam proses ini untuk mengetahui berat adonan yang harus sesuai yaitu 500 gram dalam pembuatan roti merk gandum dan membutuhkan 2 orang tenaga kerja.

Tahap 3: Penipisan Adonan Roti Merk Gandum

Pada tahap ketiga, setelah proses penimbangan adonan roti akan ditipiskan dengan tekstur adonan yang sudah ditentukan dalam kurun waktu 3 menit lamanya. Dalam proses ini membutuhkan hanya 2 orang tenaga kerja.

Tahap 4: Pengembangan Adonan Roti Merk Gandum

Pada tahap keempat, selanjutnya proses *Brofing* yaitu proses pengembangan pada roti yaitu Selama proses pengembangan, enzim pada ragi akan bereaksi dengan pati dan gula untuk menghasilkan gas karbondioksida. Gas karbondioksida yang terbentuk akan menyebabkan adonan roti gandum menjadi mengembang sehingga adonan menjadi lebih ringan dan lebih besar dengan waktu 30 menit lamanya, dan dalam proses ini membutuhkan 1 orang tenaga kerja.

Tahap 5: Pemanggangan/pengovenan Roti Merk Gandum

Pada tahap kelima, setelah dalam proses pengembangan, roti segera dimasukkan dalam oven untuk masuk ke dalam proses pemanggangan dengan menunggu waktu pengovenan selama 24 menit, dan dalam proses ini membutuhkan 1 orang tenaga kerja.

Tahap 6: Pendinginan Roti Merk Gandum

Pada tahap keenam, selanjutnya setelah proses pengovenan langsung roti yang telah dipanggang didalam oven segera dikeluarkan untuk didinginkan dengan cara didiamkan yang bertujuan agar suhu pada roti bisa stabil dengan waktu pendinginan selama 15 menit, dalam proses ini membutuhkan 1 orang tenaga kerja.

Tahap 7: Pengemasan Roti Merk Gandum

Pada tahap ketujuh, setelah roti yang telah didiamkan selama 15 menit, roti segera dikemas proses pengemasan memakan waktu

selama 10 menit dengan 3 orang tenaga kerja dalam proses pengemasan roti merk gandum.

Tahap 8: Display Roti Merk Gandum

Pada tahap kedelapan, setelah semua roti yang sudah dikemas dan dipacking dengan sempurna barula poduk roti merk gandum segera didisplay dengan kurun waktu 5 menit, untuk dijual belikkan ke konsumen.

Penggunaan Alat

Jumlah total biaya peralatan untuk proses produksi roti merk gandum sebesar Rp 74.660.000, sedangkan untuk penyusutan peralatan usaha agroindustri roti merk gandum sebesar Rp 10.434/Proses produksi yang terdiri dari biaya penyusutan mixer, timbangan, roll, rak brofing, oven, tabung gas 12 Kg, dandang gandum, plastik bungkus gandum 1 Kg, pita hias hijau, dan meja stankles. Besarnya jumlah biaya dalam proses produksi roti merk gandum dipengaruhi dengan jumlah alat yang dipakai serta harga per unit dan jangka waktu usia pada masing-masing alat.

Bahan Baku

Bahan baku tepung terigu yang dipakai dalam 1x proses produksi sebanyak 8 Kg dalam pembuatan roti merk gandum. Pengusaha mendapatkan tepung terigu dari pemasok atau agen dengan harga Rp 10.000/Kg nya sehingga biaya yang dikeluarkan untuk bahan baku sebesar Rp 80.000.

Bahan Penunjang

Bahan penunjang yang digunakan adalah ragi, air, es, garam, lemak butter, lemak FR. Bahan penunjang tersebut diperoleh dari gudang yang dibeli dari toko agen yang menjual bahan-bahan produk kue/roti. Adapun biaya yang dikeluarkan pengusaha dalam memperoleh bahan penunjang senilai : ragi Rp 400, air Rp 5.000, es Rp 2.500, garam Rp 60, lemak butter Rp 2.500, lemak FR Rp 750. Maka total nilai bahan penunjang yang dikeluarkan adalah sebesar Rp 11.210.

Biaya Produksi

Biaya tenaga kerja dalam usaha agroindustri roti merk gandum yang digunakan pengusaha merupakan tenaga kerja langsung atau tenaga kerja luar keluarga. Tenaga kerja agroindustri roti merk gandum diperlukan untuk mengerjakan berbagai kegiatan dalam proses terjadinya produksi seperti pengadonan, penimbangan, penipisan, pengembangan, pemanggangan, pendinginan, pengemasan, dan

display dengan rata-rata jumlah HOK sebesar 0,49 dalam sekali proses produksi dengan biaya rata-rata Rp 36.469 sekali proses produksi.

Biaya tetap merupakan biaya yang dikeluarkan pada usaha agroindustri roti merk gandum yaitu besarnya biaya tidak dipengaruhi oleh jumlah roti merk gandum yang diproduksi. Biaya tetap pada agroindustri roti merk gandum ini adalah biaya penyusutan alat. Adanya biaya tetap dalam agroindustri roti merk gandum ini dikarenakan penggunaan faktor produksi yang tetap sehingga biaya yang dikeluarkan untuk faktor produksi juga tetap dan tidak berubah walaupun jumlah produksi roti merk gandum yang selalu mengalami perubahan. Biaya penyusutan alat usaha agroindustri roti merk gandum sebesar Rp 10.434, Biaya listrik usaha agroindustri roti merk gandum sebesar Rp 3.000, Biaya sewa ruko agroindustri roti merk gandum sebesar Rp 66.000, Biaya TKLK agroindustri roti merk gandum sebesar Rp 36.469.

Biaya variabel pada agroindustri roti merk gandum ini adalah biaya bahan baku dan bahan penunjang dalam proses produksi roti merk gandum dan karena itu pula jika bahan baku dan bahan penunjang tersebut berubah-ubah maka jumlah produksi roti merk gandum akan berubah pula. Jumlah semua bahan baku yang digunakan dalam pembuatan roti merk gandum ini sebesar Rp 8 Kg/ proses produksi pada biaya senilai Rp 80.000/proses produksi sedangkan bahan penunjang yang digunakan dalam proses produksi adalah ragi (0,08 Kg), air (1 liter), es (1,5 liter), garam (0,01 Kg), lemak butter (0,5 Kg), lemak FR (0,15 Kg) dengan total jumlah biaya bahan penunjang sebesar Rp 11.210/proses produksi.

Produksi

Produksi agroindustri roti merk gandum pada PT Rotte Ragam Rasa ini jumlah produksinya rata-rata 7,5 Kg/proses produksi untuk 15 pcs, dengan masing-masing 1 pcs seharga Rp 15.500 dengan berat 500 gram atau ½ Kg. Maka pendapatan yang diperoleh pengusaha dalam sekali proses produksi adalah Rp 232.500.

Pendapatan

Pendapatan kotor, dapat dilihat produksi yang dihasilkan oleh perusahaan untuk penjualan roti merk gandum Rp 232.500 sebanyak 15 pcs dengan harga setiap pcs Rp 15.500.

Keuntungan

Pendapatan kotor usaha agroindustri roti merk gandum adalah Rp 232.500 dengan total semua biaya produksi Rp 215.412. Dalam mengetahui berapa jumlah keuntungan yang didapat oleh pengusaha agroindustri roti merk gandum yaitu dengan cara pendapatan kotor dikurangi dengan biaya produksi sehingga didapat keuntungan bersih usaha agroindustri roti merk gandum sebesar Rp 17.088.

Efisiensi

Nilai RCR (*Return Cost Ratio*) yang diperoleh agroindustri roti merk gandum sebesar 1,08 hal ini berarti setiap Rp 1 biaya yang dikeluarkan akan memperoleh pendapatan kotor Rp 1,08 dan mendapatkan pendapatan bersih sebesar 0,08 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan kriteria efisiensi usaha agroindustri roti merk gandum layak untuk diusahakan atau dikembangkan, karena mempunyai nilai efisiensi lebih besar dari 1.

Nilai Tambah

Nilai tambah dapat diperoleh dari nilai output yang dikurang dengan harga bahan baku dan biaya bahan penunjang, bahan baku dari tepung berjumlah 8 Kg. Sedangkan harga bahan baku tepung untuk 1 Kg sebesar Rp 10.000, untuk bahan penunjang dari produksi Roti Merk Gandum Rp 11.210. Nilai tambah dari pengolahan tepung menjadi roti merk gandum oleh Rotte Bakery adalah sebesar Rp 3.037 dengan rasio sebesar 20,90%.

Pendapatan tenaga kerja Rotte Bakery yang telah dikonversi menjadi HOK diperoleh imbalan Rp 2.234 dengan rasio sebesar 73,56%. Keuntungan bersih yang diterima oleh Rotte Bakery dari pengolahan roti merk gandum adalah sebesar Rp 803 dengan rasio sebesar 26,44%. Pada Rotte Bakery pengolahan bahan baku yaitu tepung menjadi roti merk gandum memiliki nilai konversi sebesar 0,93%. Nilai konversi tersebut diperoleh dari bahan baku tepung.

Faktor Internal

Roti Bakery Merk Gandum memiliki kekuatan utama yang memiliki nilai 0,60 yaitu Roti merk gandum mengandung karbohidrat, vitamin B1, vitamin B2, dan niasin. Rutin mengkonsumsi roti merk gandum mampu meningkatkan kesehatan pencernaan. Sehingga produk roti merk gandum kaya dengan kandungan nutrisi untuk kebutuhan tubuh

manusia.. Kelemahan utamanya adalah Produk roti merk gandum tidak tahan lama dengan jumlah nilai 0,09. Dikarenakan produk roti merk gandum tidak tahan lama dalam hal ini roti merk gandum harus bisa dikonsumsi langsung apabila lama mengkonsumsi roti

merk gandum yang sudah dibeli dapat mengakibatkan munculnya jamur dibagian roti merk gandum dan tidak dapat dikonsumsi kembali.

Tabel 7. Hasil Analisis Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) Roti Merk Gandum

No	Faktor-faktor strategi pengembangan	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)				
1	Tenaga kerja sudah terampil	0,15	4	0,59
2	Produk sudah memiliki legalitas	0,14	3,7	0,51
3	Harga roti merk gandum di tentukan oleh pengusaha	0,14	3,6	0,50
4	Roti merk gandum mengandung karbohidrat, vitamin B1, vitamin B2, dan niasin.	0,15	4	0,60
Subtotal		0,58		2,21
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)				
1	Modal yang terbatas	0,09	2,3	0,20
2	Produk roti merk gandum tidak tahan lama	0,06	1,6	0,09
3	Belum ada variasi rasa terhadap roti merk gandum	0,12	3	0,36
4	Teknologi brofing untuk pengembangan roti merk gandum sering mengalami kerusakan	0,12	3,1	0,37
Subtotal		0,39		1,02
Total		1,00		3,23

Faktor Eksternal

Peluang utama yang dimiliki Roti Merk Gandum adalah roti merk gandum bisa dinikmati dari semua kalangan masyarakat dengan nilai sebesar 0,67. Dalam usaha roti merk gandum memang salah satu jenis makanan terbaik sebagai pengganti nasi, dinikmati oleh semua kalangan karena dinikmati dengan berbagai macam metode, seperti dimakan secara hangat, dingin, dipanggang, dibakar, ataupun dicelup ke minuman. Ancaman utama yang dihadapi yaitu harga bahan baku yang tidak stabil dengan nilai sebesar 0,18. Bahan baku tepung terigu menjadi sumber utama untuk memproduksi roti merk gandum dalam hal ini harus dikendalikan terhadap bahan baku dan harga produk, sehingga dalam pendapatan penjualan roti merk gandum bisa optimal sesuai harga bahan baku nantinya (Tabel 8).

Matriks Inernal-Eksternal (IE)

Berdasarkan analisis secara kuantitatif, pada sumbu x dari matriks IE skor bobot IFE sebesar 2,75 dan pada sumbu y dari matriks IE skor bobot EFE sebesar 2,96 (Gambar 2).

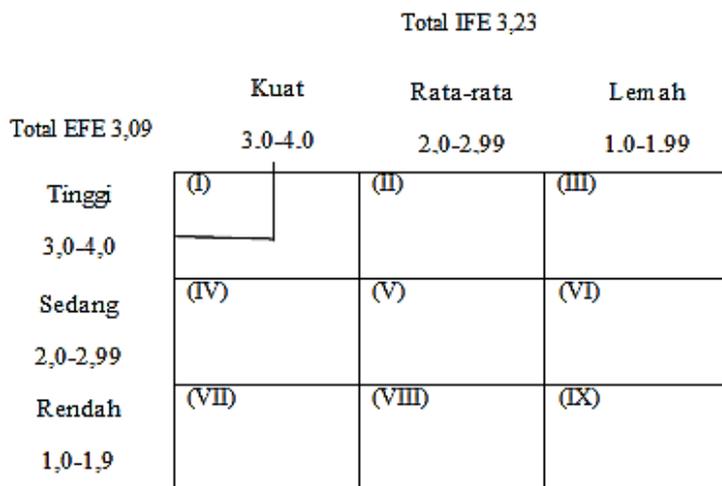
Strategi pengembangan usaha agroindustri roti merk gandum Cabang Bukit Barisan Kota Pekanbaru Provinsi Riau berada pada sel I yang menunjukkan bahwa strategi yang diperlukan untuk usahanya adalah tumbuh dan berkembang (*growth and build*). Strategi ini menunjukkan bahwa usaha agroindustri roti merk gandum membutuhkan strategi untuk tumbuh lebih baik dan dapat mengembangkan usaha agroindustri roti merk gandum menjadi lebih baik.

Matriks (SWOT)

Berdasarkan hasil penelitian pada strategi pengembangan usaha roti merk gandum pada PT Rotte Ragam Rasa di Kota Pekanbaru Provinsi Riau yang telah diolah melalui hasil perhitungan faktor internal dan faktor eksternal, maka digunakan pendekatan matriks SWOT. Maka penerapan strategi yang dapat digunakan pada usaha roti merk gandum yaitu strategi ST (*Strength- Threat*). Strategi ST (*Strength- Threat*) merupakan strategi yang dapat digunakan pengusaha karena memiliki kekuatan internal pada suatu usaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal yang ada. Adapun

strategi yang dapat diterapkan adalah: 1) Menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui konsistensi kualitas, variasi dan inovasi produk roti merk gandum. 2) Meningkatkan keunggulan produk roti merk

gandum dengan melakukan kreativitas dan inovasi yang baru.



Gambar 2. Kurva Matriks IE

Tabel 8. Hasil Analisis Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) Roti Merk Gandum

No	Faktor-faktor Strategi Pengembangan	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<i>Peluang (Opportunities)</i>				
1	Berkembangnya teknologi dan informasi secara online	0,18	4	0,72
2	Jangkauan pemasaran produk roti merk gandum luas	0,17	3,9	0,66
3	Program mendukung diversifikasi pangan	0,16	3,6	0,57
4	Roti merk gandum bisa dinikmati dari semua kalangan masyarakat	0,17	3,9	0,67
Subtotal		0,68		2,61
<i>Ancaman (Threats)</i>				
1	Harga bahan baku yang tidak stabil	0,09	2,1	0,18
2	Munculnya pesaing baru dengan produk yang sama	0,05	1,3	0,06
3	Kurangnya minat pembeli yang membeli roti merk gandum karena banyaknya roti lebih menarik di pasaran	0,08	1,9	0,15
4	Persaingan harga produk dari pesaing di industri roti merk gandum lainnya	0,06	1,5	0,09
Subtotal		0,28		0,48
Total		1,00		3,09

Matriks (Quantitative Strategies Planning)

Urutan prioritas strategi yang disarankan untuk pengusaha roti merk gandum yaitu:

1. Menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui konsistensi kualitas, variasi dan inovasi produk roti gandum (STAS : 5,16).
2. Upaya peningkatan sistem manajemen usaha, pola pemasaran yang intensif dan teknologi produksi diperlukan dalam

mengatasi masalah yang ada serta persaingan usaha yang ada (STAS : 5,11).

3. Meningkatkan keunggulan produk roti merk gandum dengan melakukan kreativitas dan inovasi yang baru (STAS : 5,1).
4. Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam mendapatkan permodalan usaha (STAS : 4,89).

5. Memanfaatkan harga produk untuk menguasai pasar (STAS : 4,64).
6. Memanfaatkan keterampilan tenaga kerja untuk meningkatkan kualitas produksi (STAS : 4,59).
7. Menggunakan teknologi khusus pengembangan/brofining dan perawatan teknologi. (STAS : 4,39).

Berdasarkan matriks QSPM tersebut yang menjadi prioritas strategi yaitu Menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui konsistensi kualitas, variasi dan inovasi produk roti gandum. Strategi yang menjadi prioritas tersebut merupakan strategi S-T yaitu dengan (STAS : 5,16) Menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui konsistensi kualitas roti merk gandum dapat meningkatkan produksi roti merk gandum terhadap permintaan konsumen yang mana dalam soal pelayanan menjadikan target utama usaha agroindustri roti merk gandum, serta meningkatkan variasi terhadap roti merk gandum agar lebih disukai konsumen dan membuat suatu inovasi terhadap produk roti merk gandum agar roti merk gandum dapat berkembang dan menjadi daya tarik unggulan terhadap produk roti merk gandum.

KESIMPULAN

1. Karakteristik pengusaha agroindustri roti merk gandum berada pada kelompok umur 41 tahun dengan kategori produktif bekerja dan umur karyawan dengan rata-rata umur 22 tahun, dengan tingkat pendidikan pengusaha 17 tahun dengan tamatan strata satu (S1) dan tingkatan pendidikan karyawan rata-rata 12 tahun dengan tamatan (SMA), dengan pengalaman berusaha pengusaha 6 tahun dan pengalaman karyawan dengan rata-rata 1 tahun, dengan tanggungan keluarga pengusaha yaitu 3 jiwa dan tanggungan keluarga pada karyawan tidak ada tanggungan jiwa. Untuk profil usaha roti merk gandum PT. Rotte Ragam Rasa (Rotte Bakery) berdiri pada tanggal 28 April 2016. Skala usaha yang dilakukan adalah usaha kecil. Jumlah tenaga kerja pada proses pengolahan berjumlah 6 orang. Untuk modal usaha yang digunakan berasal dari modal sendiri.
2. Teknologi yang digunakan dalam pengolahan roti merk gandum yaitu meliputi: pengadonan, penimbangan adonan roti, penipisan adonan roti,

pengembangan adonan roti, pemanggangan/pengovenan, pendinginan, pengemasan, display roti. Penggunaan faktor produksi yaitu meliputi: penggunaan alat, bahan baku, bahan penunjang. Bahan utama yang digunakan adalah tepung dan bahan penunjang yang digunakan pengusaha roti merk gandum adalah ragi, air, es, garam, lemak butter, lemak FR. Total biaya yang dikeluarkan pengusaha dalam sekali produksi sebesar Rp 215.412. Pendapatan kotor yang diterima pengusaha roti merk gandum persekali produksi sebesar Rp 232.500 pendapatan bersih yang diperoleh pengusaha sebesar Rp 17.088 per sekali proses produksi atau perhari. Usaha agroindustri roti merk gandum sudah efisien karena nilai R/C rasio lebih dari satu yaitu sebesar Rp 1,08. Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan usaha agroindustri roti merk gandum di daerah penelitian adalah sebesar Rp 3.037 per kg.

3. Strategi pengembangan roti merk gandum Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Prioritas strategi yang dapat dilakukan adalah Menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui konsistensi kualitas, variasi dan inovasi produk roti merk gandum.

DAFTAR PUSTAKA

- David F, 2006. Strategic Management. Edisi 10. Salemba Empat. Jakarta.
- Soekartawi. 2010. Agribisnis. Teori dan Aplikasinya. Penerbit. PT Radjagrafindo Persada. Jakarta.
- Soekartiwi. 2011. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Suprpto. 2006. Proses Pengolahan dan Nilai Tambah. Penebar Swadaya.
- Suratiyah. 2006. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.

