

**ANALISIS RANTAI NILAI KERIPIK UBI KAYU DI DESA
AIR HITAM, KECAMATAN GEBANG, KABUPATEN
LANGKAT**

S K R I P S I

Oleh :

PUSPITA WULAN RAHMADANI

Npm : 1904300072

Program Studi : AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2024**

**ANALISIS RANTAI NILAI KERIPIK UBI KAYU DI DESA
AIR HITAM, KECAMATAN GEBANG, KABUPATEN
LANGKAT**

SKRIPSI

Oleh :

**PUSPITA WULAN RAHMADANI
NPM :1904300072
Program Studi :AGRIBISNIS**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) Pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Komisi Pembimbing



**Prof. Dr. Ir. Mhd. Buhari Sibuea, S.P., M.Si.
Ketua**



**Dr. Muhammad Thamrin, S.P. M.Si.
Anggota**

**Disahkan Oleh:
Dekan**



Assoc. Prof. Dr. Datin Mawar Tarigan, S.P., M.Si.

Tanggal Lulus : 14 Desember 2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Puspita Wulan Rahmadani
NPM : 1904300072

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Analisis Rantai Nilai Keripik Ubi Kayu Di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat” adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber dengan jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang sudah saya peroleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.



RINGKASAN

Puspita Wulan Rahmadani (1904300072), dengan judul skripsi “Analisis Rantai Nilai Keripik Ubi Kayu Di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat” di bimbing oleh Bapak Prof. Dr. Ir. Mhd. Buhari Sibuea, M.Si. selaku ketua komisi pembimbing dan Bapak Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. selaku anggota komisi pembimbing. Penelitian ini menggunakan data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang dibuat terlebih dahulu.

Tujuan penelitian ini untuk Mengidentifikasi pemetaan (mapping) rantai nilai keripik ubi kayu dan menganalisis kegiatan peningkatan (upgrading) yang dilakukan para pelaku dalam rantai nilai keripik ubi kayu di desa air hitam. Data dianalisis secara kualitatif (deskriptif) dan metode kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk memberikan pemahaman dasar pembaca terkait keripik ubi kayu di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat. Kemudian untuk memberikan gambaran aliran rantai nilai di dalam pemasaran keripik ubi kayu dilihat dari Analisis pemetaan(mapping) rantai nilai Serta bagaimana petani dan pelaku dalam rantai nilaimelakukan peningkatan (upgrading) Keripik ubi kayu di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat . Perhitungan kuantitatif dilakukan untuk mengolah data analisis nilai tambah pada setiap rantai yang terkait.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Analisis rantai nilai menghasilkan identifikasi aktivitas utama dan aktivitas pendukung dari keripik ubi kayu yang diproduksi. Selain itu dari analisis ini diketahui bahwa value added yang diperkirakan untuk seratus Kg ubi kayu yaitu sebesar Rp. 2.005.000. Value added berpotensi untuk dikembangkan dengan melakukan produksi dalam skala besar untuk meingkatkan penjualan. Sementara itu peningkatan rantai nilai diidentifikasi dalam beberapa aspek peningkatan yaitu proses, produk, dan fungsi. Peningkatan rantai nilai dapat dilihat pada tabel 7. Kinerja keseluruhan rantai nilai dapat ditingkatkan melalui penentuan tingkatan dalam rantai nilai yang paling efektif

Untuk pemilik usaha keripik ubi kayu disarankan menambah volume bahan baku untuk produksi keripik ubi kayu dan lebih banyak melakukan mitra dengan pedagang lainnya.

Kata Kunci : Rantai Nilai, Mapping, Upgrading

SUMMARY

Puspita Wulan Rahmadani (1904300072), with the thesis title "Value Chain Analysis of Cassava Chips in Air Hitam Village, Gebang District, Langkat Regency" supervised by Mr. Prof. Dr. Ir. Mhd. Buhari Sibuea, M.Sc. as chairman of the supervisory commission and Mr. Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. as a member of the supervisory commission. This research uses primary data obtained directly through interviews with respondents using a list of questions (questionnaire) that was created first

The aim of this research is to identify mapping of the cassava chips value chain and analyze upgrading activities carried out by actors in the cassava chips value chain in Air Hitam village. Data was analyzed qualitatively (descriptively) and quantitative methods. The descriptive method is used to provide readers with a basic understanding regarding cassava chips in Air Hitam Village, Gebang District, Langkat Regency. Then, to provide an overview of the value chain flow in the marketing of cassava chips, seen from the value chain mapping analysis and how farmers and actors in the value chain carry out upgrades (upgrading) of cassava chips in Air Hitam Village, Gebang District, Langkat Regency. Quantitative calculations are carried out to process added value analysis data for each related chain

The research results show that the value chain analysis resulted in the identification of the main activities and supporting activities of the cassava chips produced. Apart from that, from this analysis it is known that the estimated value added for one hundred kg of cassava is IDR. 2,005,000. Value added has the potential to be developed by carrying out large-scale production to increase sales. Meanwhile, value chain improvements are identified in several aspects of improvement, namely processes, products and functions. Value chain improvements can be seen in table 7. The overall performance of the value chain can be improved by determining the most effective level in the value chain

Cassava chips business owners are advised to increase the volume of raw materials for cassava chips production and partner more with other traders

Keywords: Value Chain, Mapping, Upgrading

RIWAYAT HIDUP

Puspita Wulan Rahmadani, di lahirkan pada tanggal 19 November 2002 di Kwala Pesilam. Penulis merupakan anak kedua dari 3 bersaudara dari pasangan Ayahanda Suryatin dan Ibunda Sumarni. Pendidikan yang telah ditempuh adalah sebagai berikut :

1. Tahun 2013 menyelesaikan Sekolah Dasar (SD) di MIS Pembangun 1 Kwala Pesilam, Kecamatan Padang Tualang, Kabupaten Langkat
2. Tahun 2016 menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 2 Tanjung Pura ,Kabupaten Langkat
3. Tahun 2019 menyelesaikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Tanjung Pura Kabupaten Langkat.
4. Tahun 2019 melanjutkan Pendidikan Strata 1 (S1) pada program studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa fakultas pertanian UMSU antara lain :

1. Mengikuti PKKMB Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Mengikuti Masta (masa ta'aruf) PK IMM FAPERTA UMSU tahun 2019.
3. Mengikuti kegiatan Kajian Intensif Al-Islam dan Kemuhammadiyahahan (KIAM) oleh Badan Al-Islam dan Kemuhammadiyahahan (BIM) tahun 2019.
4. Melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PTPN III SEI SILAU ,Kecamatan Kisaran Timur Kabupaten Asahan. Pada bulan Agustus 2022.

5. Melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Rahunning 1, Kabupaten Asahan Pada bulan Agustus 2022

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga skripsi penelitian ini berhasil diselesaikan, dengan judul “Analisis Rantai Nilai Keripik Ubi Kayu di Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera utara”. Adapun penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Studi Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Assoc. Prof. Dr. Ir. Wan Arfiani Barus. M.P selaku wakil Dekan I Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P., selaku wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si. selaku Kepala Program Studi Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Juwita Rahmadani Manik, S.P., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Prof. Dr. Ir. Mhd. Buhari Sibuea, M.Si., selaku Ketua Pembimbing.
7. Bapak Dr. Muhammad Thamrin, S.P M.Si selaku Anggota Pembimbing.
8. Seluruh staff dosen dan karyawan biro Fakultas Pertanian yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan kegiatan administrasi dan akademis penulis.
9. Kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Suryatin dan Ibunda Sumarni yang penuh kasih sayang telah mengasuh dan membimbing serta memberikan dukungan baik secara moril maupun secara material serta doa dan motivasi.

10. Kepada Kedua saudara kandung saya yang saya sayangi, abang saya M. Syah Angka Wijaya dan Adik Tercinta Saya Widia Mufadillah ,terimakasih atas segala doa ataupun dukungan kepada saya.
11. Kepada Priya Agata ,dan Nadia Septi Saya Ucapkan Terimakasih yang telah membantu dalam penulisan skripsi dan Juga proses Penelitian skripsi ini.
12. Terimakasih kepada sahabat-sahabat terbaik saya Fadilla Auraningsih, Suci Tasya Hasian Marpaung, Zainal Wahyudi ,M Djodi Andreawan, Tegar Rinaldi yang telah menjadi keluarga serta penyemangat semasa kuliah.
13. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan saya Agribisnis 2 Stambuk 2019 yang telah memberikan bantuan motivasi serta dukungan kalian selama menyusun skripsi ini.
14. Terimakasih Kepada IMMawan IMMawati seperjuangan saya di Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Pertanian Khususnya Stambuk 19 dan juga seluruh adik adik Komisariat yang telah memberikan bantuan motivasi serta dukungan selama menyusun skripsi ini.
15. Terimakasih kepada pelaku usaha keripik ubi kayu di Desa Air Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat yang telah banyak membantu dalam mendapatkan data, untuk melengkapi data penelitian saya. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam menyusun skripsi ini, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan skripsi ini.
16. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam pembuatan Skripsi ini.

Akhir kata penulis mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi penelitian ini.

Medan, Mei 2025

Puspita Wulan Rahmadani

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	4
Manfaat Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
Analisis Rantai Nilai	5
Konsep Rantai Nilai	6
Pendekatan Kerangka Porter.....	7
Pendekatan Filiare.....	9
Pendekatan Rantai Nilai Global.....	11
Konsep Pemetaan Rantai Nilai	13
Konsep Peningkatan (<i>Upgrading</i>) Rantai Nilai	14

Penelitian Terdahulu	16
Kerangka Pemikiran.....	18
METODE PENELITIAN	20
Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
Jenis dan Sumber Data.....	20
Metode Pengambilan Sampel	21
Metode Pengolahan dan Analisis Data	21
Analisis Pemetaan (Mapping) Rantai Nilai	22
Analisis Peningkatan (Upgrading) dalam Rantai Nilai.....	24
Definisi dan Batasan Operasional	27
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	28
Letak Geografis dan Daerah	28
Karakteristik Responden Pelaku Dalam Rantai Nilai Keripik Ubi	28
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
Pemetaan (Mapping) Rantai Nilai Ubi Kayu.....	32
Analisis Peningkatan(Upgrading) di Dalam Rantai Nilai Keripik Ubi	38
Peningkatan (Upgrading) Produk	39
Peningkatan (Upgrading) Proses.....	40
Peningkatan (Upgrading) Fungsi	42
Analisis Peningkatan (Upgrading) Rantai Nilai Ubi Kayu.....	43
Strategi Peningkatan Rantai Nilai	43
Lembaga Pemasaran	43
Bahan Baku	44

Peningkatan Produk Keripik Ubi Kayu	44
Sample Penjualan.....	45
Proses Pemasakan	45
Margin – Biaya dan Keuntungan	45
KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
Kesimpulan	46
Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	50
DOKUMENTASI	73

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Luas Panen, Produksi, dan Rata-Rata Produksi Ubi Kayu Kabupaten Langkat Tahun 2020 – 2022.....	2
2.	Contoh matriks kemungkinan peningkatan (upgrading) untuk Longan	25
3.	Karakteristik Sampel Pelaku Usaha Keripik ubi kayu	29
4.	Aktivitas Spesifik yang dilakukan oleh para pelaku dalam akti vitas utama	32
5.	Marjin Pemasaran pada setiap pelaku Rantai Nilai Keripik Ubi Kayu di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Lan- gkat.....	34
6.	Identifikasi Biaya Setiap Aktivitas Rantai Nilai	36
7.	Peluang Peningkatan Pengetahuan dan Teknologi Untuk Rantai Nilai Ubi Kayu	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Rantai nilai generik	9
2.	6 Dimensi dala analisis rantai nilai global	14
3.	Skema penelitian	19
4.	Peta aktivitas utama.....	22
5.	Peta aktivitas spesifik yang dilakukan oleh pelaku dalam aktivitas utama	23
6.	Peta aliran nilai tambah yang terbentuk sepanjang rantai	24

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	51
2.	Karakteristik Sampel Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu	55
3.	Jenis Kelamin	57
4.	Usia	58
5.	Pendidikan	59
6.	Rantai Nilai	60
7.	Biaya Alat dan Bahan Keripik Ubi Kayu Pedagang Kecil 1 ...	61
8.	Biaya Alat dan Bahan Keripik Ubi Kayu Pedagang Kecil 2 ...	62
9.	Biaya Alat dan Bahan Keripik Ubi Kayu Pedagang Besar 1 ...	63
10.	Biaya Alat dan Bahan Keripik Ubi Kayu Pedagang Besar 2 ...	64

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia yang merupakan negara agraris dengan lahan pertanian yang luas, namun pada pemanfaatannya belum optimal dikarenakan beberapa faktor yaitu pengetahuan petani tentang potensi lahan dan kondisi iklim yang minim serta modal maupun penunjang kegiatan usaha tani lainnya. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor basis yang sangat diharapkan dalam menunjang dan menggerakkan roda pertumbuhan ekonomi yang meningkat baik pada saat sekarang maupun pada masa yang mendatang. Maka dari itu pembangunan di sektor pertanian sangat perlu diperhatikan dan perlu mendapat perhatian serius dari berbagai pihak.

Ubi kayu (*Manihot esculenta* Crantz) merupakan salah satu makanan pokok di Indonesia dan memiliki konversi terbesar dalam hal mengubah energi matahari menjadi karbohidrat (Waisundara, 2018).

Di antara makanan pokok bertepung, ubi kayu menghasilkan karbohidrat 40% dan 25% lebih tinggi dibandingkan padi dan jagung. Potensi lain adalah sebagai bahan baku berbagai produk olahan dan secara efektif berkontribusi pada transformasi pertanian dan pertumbuhan ekonomi di negara-negara berkembang.

Menurut data Kementerian Pertanian (2019) pada tahun 2012 perkembangan produksi ubi kayu nasional mencapai 23.936.921 ton, kemudian mengalami penurunan produksi setiap tahunnya hingga tahun 2017 sebesar 19.053.748 ton. Selain disebabkan menurunnya luas panen, penyebab tidak stabilnya produksi ubi kayu di Indonesia diduga disebabkan oleh iklim. Unsur iklim dapat berpengaruh terhadap produksi pertanian.

Beberapa definisi dari perdagangan menurut para ahli perdagangan ialah suatu kegiatan ekonomi yang menghubungkan produsen dan konsumen. Dan sebagai sebuah kegiatan distribusi, maka perdagangan menjamin terhadap penyebaran, peredaran dan juga penyediaan barang dengan melalui mekanisme pasar yang ada.

Perdagangan adalah suatu proses tukar menukar baik barang maupun jasa dari sebuah wilayah ke wilayah lainnya. Kegiatan perdagangan ini terjadi dikarenakan adanya perbedaan sumber daya yang dimiliki dan perbedaan kebutuhan. Selanjutnya menurut Agus Trimarwanto, Bambang Prishardoyo & Shodiqin : Menurut ketiga orang ini perdagangan ialah salah satu jenis kegiatan perusahaan dikarenakan menggunakan sumber daya/faktor-faktor produksi dalam rangka untuk meningkatkan atau menyediakan pelayanan umum (Yusuf et,al 2019)

Kecamatan Gebang merupakan salah satu sentra produksi ubi kayu di Kabupaten Langkat. Berikut ini adalah data mengenai perkembangan produksi luas areal panen ubi kayu di Kabupaten Langkat.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi, dan Rata-Rata Produksi Ubi Kayu Kabupaten Langkat Tahun 2020 - 2022

Tahun	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Rata-rata Produksi (kw/ ha)
2020	417,00	10 403,00	249,47
2021	255,00	6 608,00	259,15
2022	268,00	7 483,00	279,23

Sumber: BPS Kabupaten Langkat, 2020

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa produktivitas ubi kayu di Kabupaten Langkat selama kurun waktu 3 tahun dari tahun 2020 – 2022 mengalami peningkatan. Pada tahun 2020 rata-rata produksi mencapai 249,47 kw/ha sedangkan 2021 rata-rata produksi mencapai 259,15 kw/ha dan pada tahun 2022 rata rata produksi mencapai 279,23 kw/ha

Analisis rantai nilai merupakan suatu analisis yang berupaya memahami bagaimana suatu bisnis dapat menciptakan nilai bagi para pelanggan dengan memeriksa kontribusi dari aktivitas-aktivitas yang berbeda dalam melakukan bisnis terhadap nilai tersebut

Rantai Nilai dapat mengidentifikasi cara meningkatkan value pelanggan atau melakukan penurunan biaya dan memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan pemasok, pelanggan, serta perusahaan lain dalam industri. Keunggulan kompetitif mengembangkan cara organisasi mengatur dan melakukan aktivitas terpisah.

Rantai nilai terdiri dari berbagai pelaku (produsen utama, pengolah, pedagang, penyedia jasa) dapat terbentuk jika semua pelaku dalam rantai tersebut bekerja sedemikian rupa sehingga memaksimalkan terbentuknya nilai sepanjang rantai tersebut.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang ada pada latar belakang, Adapun permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana memetakan rantai nilai untuk menggambarkan pelaku utama dan aliran aktivitas rantai nilai keripik ubi kayu?
2. Bagaimana pelaku dalam rantai nilai melakukan peningkatan (*upgrading*) Keripik ubi kayu di desa air hitam,kecamatan gebang, Kabupaten Langkat ?

Tujuan Penelitian

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

1. Mengidentifikasi pemetaan (*mapping*) rantai nilai keripik ubi kayu
2. Menganalisis kegiatan peningkatan (*upgrading*) yang dilakukan para pelaku dalam rantai nilai keripik ubi kayu di desa air hitam.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Pelaku Usaha untuk meninjau perkembangan dan implementasi pemasaran keripik ubi kayu.
2. Bagi Instansi terkait, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dan informasi awal sebagai penelitian lebih lanjut.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis Rantai Nilai

Rantai Nilai merupakan kegiatan bisnis yang dimana setiap tahapannya akan menghasilkan keuntungan tersendiri bagi yang melakukannya dan orang lain yang berkaitan, rantai nilai ini dapat menambah nilai baik barang ataupun jasa (Addlillah et,al 2021)

Analisis rantai nilai meliputi seluruh aktifitas yang terangkum dalam suatu rantai nilai, seperti: desain, sumber bahan baku, bahan intermediari, produksi, pemasaran, distribusi dan penyampaian kepada konsumen akhir. Selain itu analisis rantai nilai berfungsi untuk mengidentifikasi tahap-tahap rantai nilai di mana industri dapat meningkatkan nilai tambah (Value added) bagi pelanggan dan mengefisiensikan biaya yang dikeluarkan. Efisiensi biaya atau peningkatan nilai tambah (Value added) dapat membuat industri lebih kompetitif (Jannah et,al 2019)

Analisis rantai nilai menyediakan kerangka rasional yang menyeluruh untuk mendeskripsikan dan mengevaluasi peran, hubungan orang dan organisasi,yang bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah baik melalui peningkatan nilai guna produk maupun penurunan biaya

Analisis rantai nilai bertujuan untuk mengetahui akar permasalahan dengan menelaah aspek produksi, distribusi dan kegiatan pemasaran komoditas ayam broiler secara holistik dan komprehensif. Pendekatan analisis rantai nilai memberi kemudahan mengidentifikasi dan menilai biaya yang berkontribusi terhadap harga (Rahmatin et,al 2019)

Analisis yang digunakan untuk mengetahui rantai nilai pemasaran itik adalah menggunakan analisis rantai nilai (*VCA atau Value Chain Analysis*). Analisis rantai nilai dapat dipergunakan untuk menentukan pada titik mana dalam rantai nilai tersebut dapat mengurangi biaya atau memberikan nilai tambah bagi semua pihak yang terlibat dalam rantai pemasaran (Herawati, Setiyowati, 2020)

Konsep Rantai Nilai

Ide tentang rantai nilai merupakan ide yang cukup intuitif. Istilah rantai nilai mengacu pada serangkaian kegiatan yang diperlukan untuk menghadirkan suatu produk (atau jasa) dimulai dari tahap konseptual, dilanjutkan dengan beberapa tahap produksi, hingga pengiriman ke konsumen akhir dan pemusnahan setelah penggunaannya.

Konsep rantai nilai menawarkan pendekatan analisis untuk menjelajahi hubungan pasar-pertanian-pangan, untuk menilai potensi kontribusi antar sektor dan untuk mengidentifikasi insentif, dan hambatan dalam produksi dan konsumsi (Fitriani et al, 2018)

Konsep rantai nilai mencakup isu-isu organisasi dan koordinasi, strategi, dan hubungan kekuatan antara berbagai pelaku di dalam rantai nilai. Isu-isu tersebut serta berbagai isu relevan lainnya akan didiskusikan dalam buku pegangan ini. Penting untuk memahami bahwa analisis rantai nilai membutuhkan investigasi menyeluruh atas segala hal terjadi antara para pelaku dalam suatu rantai.

Pendekatan Kerangka Porter

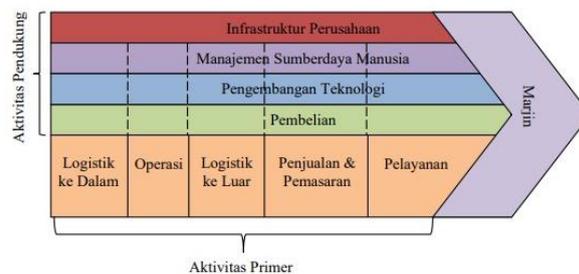
Aliran penelitian kedua mengacu pada karya tulis Porter (1985) tentang keunggulan kompetitif. Porter menggunakan kerangka rantai nilai untuk mengkaji bagaimana suatu perusahaan seharusnya memposisikan dirinya di pasar serta di dalam hubungan mereka dengan para pemasok, pembeli, dan pesaing.

Ide keunggulan kompetitif suatu kegiatan usaha dapat dirangkum sebagai berikut: bagaimana suatu kegiatan usaha dapat memberi konsumen suatu produk atau layanan yang nilainya setara dengan produk atau layanan yang dihasilkan oleh pesaing mereka, namun dengan biaya yang lebih rendah (strategi pengurangan biaya)? Alternatif lainnya, bagaimana suatu kegiatan usaha menghasilkan produk atau layanan yang meskipun harganya lebih mahal, tetap diminati konsumen yang bersedia membayar lebih (strategi diferensiasi).

Dalam kerangka Porter (1985), rantai nilai memberikan alat yang dapat digunakan perusahaan untuk menentukan sumber keunggulan kompetitif mereka (baik sumber yang ada saat ini ataupun yang masih berupa potensi). Pada khususnya, dalam argumentasinya Porter menyatakan bahwa sumber-sumber keunggulan kompetitif tidak dapat terdeteksi hanya dengan melihat perusahaan secara keseluruhan. Alih-alih, perusahaan tersebut harus diuraikan menjadi serangkaian kegiatan, dan keunggulan daya saing akan dapat ditemukan di satu (atau lebih) kegiatan tersebut. Porter membedakan antara kegiatan utama, yang secara langsung berkontribusi menambahkan nilai pada produk atau layanan yang dihasilkan, dan kegiatan pendukung, yang membawa efek tak langsung terhadap nilai akhir suatu produk.

Dalam kerangka Porter, konsep rantai nilai tidak berhubungan dengan ide transformasi fisik. Porter memperkenalkan gagasan bahwa daya saing suatu perusahaan tidak secara eksklusif atau semata-mata berhubungan dengan proses produksi. Daya saing suatu kegiatan usaha dapat dianalisis dengan cara melihat rantai nilai yang mencakup perancangan produk, pengadaan input/sarana produksi, logistik, logistik eksternal, pemasaran, penjualan, purna jual, dan layanan pendukung seperti misalnya perencanaan strategis, manajemen SDM, dan kegiatan penelitian.

Dengan demikian, konsep rantai nilai dalam kerangka Porter memiliki penerapan yang ketat dalam bisnis. Sebagai konsekuensinya, analisis rantai nilai utamanya bertujuan untuk mendukung keputusan manajemen serta strategi pihak eksekutif. Misalnya, suatu analisis rantai nilai pada suatu supermarket di Eropa bisa saja menunjukkan bahwa keunggulan daya saing supermarket tersebut terhadap para pesaingnya ialah kemampuan mereka menyediakan sayur-mayur eksotis. Deteksi atas sumber keunggulan daya saing merupakan informasi yang berharga untuk tujuan bisnis. Berdasarkan temuan ini, supermarket tersebut kemungkinan akan memantapkan hubungan dengan para produsen buah-buahan eksotis serta melakukan kampanye iklan yang memberikan perhatian lebih pada isu tersebut



Gambar 1. Rantai nilai generik (dimodifikasi Porter (1985))

Aktivitas primer adalah seluruh aktivitas yang secara langsung terlibat dalam penciptaan fisik produk dan penjualan serta pendistribusian ke konsumen. Aktivitas primer dibagi kedalam beberapa kategori, diantaranya:

1. Logistik ke dalam, kegiatan untuk menerima, menyimpan, dan menyebarkan produk atau bahan baku.
2. Operasi, kegiatan untuk mengubah bahan baku menjadi suatu produk akhir.
3. Logistik keluar, kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mendistribusikan produk ke pembeli.
4. Penjualan dan pemasaran, kegiatan menawarkan produk ke pembeli.
5. Pelayanan, kegiatan menyediakan pelanggan untuk meningkatkan dan mempertahankan nilai produk.

Pendekatan Filière

Pendekatan 'filière' (filière berarti untaian atau rantai) mencakup berbagai mazhab dan tradisi penelitian. Awalnya pendekatan ini digunakan untuk menganalisis usaha pertanian kontrak (contract farming) dan integrasi vertikal pada pertanian di Perancis pada tahun 1960-an, dan diterapkan bersamaan dengan sistem pertanian yang ada di bawah sistem kolonial Perancis. Pada sistem kolonial tersebut, analisis terutama dilakukan sebagai alat untuk mempelajari cara-cara dikelolanya sistem produksi pertanian (khususnya karet, kapas, kopi, dan kakao) dalam konteks negara berkembang. Dalam konteks ini, kerangka filière memberi perhatian khusus pada terbentuknya hubungan antara sistem produksi lokal dan industri pengolahan, perdagangan, ekspor, dan konsumsi akhir

Konsep filière juga mencakup perspektif empiris yang tegas yang digunakan untuk memetakan alur komoditas serta mengidentifikasi para pelaku dan berbagai

kegiatan. Landasan pemikiran dalam pendekatan *filière* mirip dengan konsep rantai nilai secara luas sebagaimana diuraikan sebelumnya. Akan tetapi *filière* utamanya difokuskan pada isu-isu hubungan teknis yang sifatnya fisik dan kuantitatif, yang dirangkum dalam bagan alur komoditas serta pemetaan transformasi hubungan.

Ada dua cabang dalam pendekatan *filière* yang juga memiliki kesamaan pemikiran dengan analisis rantai nilai evaluasi *filières* secara ekonomi dan keuangan (dipaparkan dalam Duruflé, Fabre dan Yung (1988) dan digunakan pada beberapa proyek pembangunan yang didanai Perancis di tahun 1980-an dan 1990-an), yang berfokus pada kegiatan yang menghasilkan pendapatan serta distribusi pendapatan dalam rantai komoditas, dan membedakan biaya dan pendapatan antara komponen-komponen yang diperdagangkan di tingkat lokal dan internasional untuk menganalisis limpahan dari suatu rantai terhadap perekonomian nasional serta kontribusinya pada PDB sejalan dengan “metode efek” (“*méthode des effets*”).

Analisis *filière* yang difokuskan pada strategi, yang khususnya digunakan di Universitas Paris-Nanterre, beberapa lembaga penelitian (misalnya CIRAD dan INRA) serta LSM yang bekerja di bidang pengembangan pertanian (misalnya IRAM), yang meneliti secara sistemik keterhubungan antara tujuan, hambatan, dan hasil dari tiap jenis pelaku yang ada dalam rantai nilai. Analisis dilakukan terhadap masing-masing strategi dan secara kolektif, termasuk pola regulasi, yang kemudian dikelompokkan oleh Hugon (1985) ke dalam empat jenis utama rantai komoditas di Afrika: aturan domestik, aturan pasar, aturan negara, dan aturan agribisnis internasional. Moustier dan Leplaideur (1999) memberikan kerangka

analitis atas pengorganisasian rantai komoditas (pemetaan, strategi individual dan kolektif), serta kinerjanya dari segi harga maupun dari upaya menghasilkan pendapatan, dengan turut mempertimbangkan strategi spesialisasi versus diversifikasi di kalangan para petani yang memproduksi bahan pangan serta para pedagang yang ada di Afrika(Austin,2012)

Pendekatan Rantai Nilai Global

Baru-baru ini, konsep rantai nilai telah diterapkan pada analisis globalisasi (Gereffi dan Korzeniewicz 1994; Kaplinsky 1999). Literatur tersebut menggunakan kerangka rantai nilai untuk mengkaji bagaimana perusahaan dan negara dapat terintegrasi secara global, dan untuk mengkaji penentu distribusi pendapatan global.

Kaplinsky dan Morris (2001) mengamati bahwa dalam arah globalisasi, terdapat persepsi (yang biasanya memang mendapatkan pembenaran) bahwa kesenjangan pendapatan di dalam dan antarnegara menjadi semakin lebar. Mereka menyatakan analisis rantai nilai dapat membantu menjelaskan proses tersebut, khususnya dalam perspektif yang dinamis.

Pertama-tama, melalui pemetaan atas serangkaian kegiatan dalam suatu rantai, analisis rantai nilai memilah pendapatan total dari suatu rantai nilai menjadi perolehan yang dicapai oleh berbagai pihak dalam rantai tersebut. Metode ini akan dibahas dalam bagian kedua buku ini. Suatu analisis rantai nilai merupakan cara paling akurat untuk memahami distribusi pendapatan.

Berbagai cara lainnya untuk memandang pola distribusi global hanya memberikan pandangan parsial terhadap bidang-bidang tersebut. Misalnya, statistik perdagangan hanya memberikan data tentang tingkat pengembalian

agregat bruto - alihalih perolehan netto, dan analisis spesifik di tingkat bidang (pertanian, industri, jasa) hanya menangkap sebagian dari keseluruhan kisah.

Kedua, analisis rantai nilai dapat menunjukkan bagaimana perusahaan, daerah, dan negara terhubung pada perekonomian global. Hal ini akan banyak menentukan distribusi hasil dari suatu sistem produksi global serta kapasitas yang harus dikembangkan masing-masing produsen untuk meningkatkan operasional mereka dan kemudian membuat mereka mengikuti jalur pertumbuhan pendapatan yang berkesinambungan.

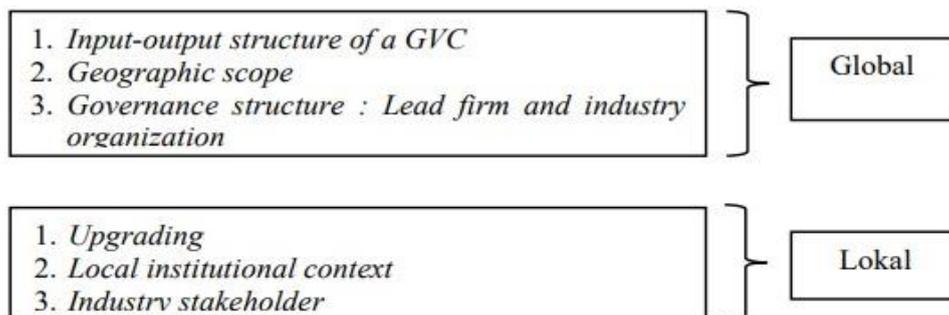
Dalam kerangka rantai nilai, hubungan dagang internasional dianggap sebagai bagian dari jaringan produsen, eksportir, importir, dan pengecer, tempat dikembangkannya pengetahuan dan hubungan untuk dapat mencapai akses ke pasar dan ke pemasok. Dalam konteks ini, keberhasilan negara-negara berkembang dan para pelaku pasar di negara berkembang terletak pada kemampuan mengakses jaringan tersebut.

Konsep Pemetaan Rantai Nilai

Pemetaan (mapping) rantai nilai global dapat dijelaskan dan dianalisis menggunakan melalui enam dimensi yang dibedakan menjadi dua aktivitas utama yang dibedakan berdasarkan lokasinya. Dua aktivitas utama ini pertama aktivitas yang dilakukan di lokal (dalam negeri) adalah peningkatan (upgrading), kelembagaan lokal, dan industry stakeholder. Kedua aktivitas yang dilakukan di global (luar negeri) adalah input-output structure of GVC, geographic scope, dan tata kelola (governance) structure. Aktivitas di global merupakan kegiatan dalam mengatur kegiatan produksi secara keseluruhan dari

mulai di produsen dan sebelum ke konsumen dapat dilihat pada Gambar 10. Aktivitas yang dilakukan dibagi ke dalam tiga kategori, yaitu:

1. Input-output structure, analisis ini dilakukan untuk menggambarkan aliran dari proses input menjadi output baik dalam bentuk barang maupun jasa. Aliran yang ada dijelaskan ke dalam beberapa segmen atau kegiatan utama seperti persiapan input, produksi, pengolahan, dan pemasaran. Kemudian, akan dijelaskan pelaku yang bertanggung jawab di masing-masing segmen atau kegiatan tersebut.
2. Geographic scope, analisis ini dilakukan untuk menjelaskan kondisi permintaan dan penawaran produk. Kemudian, aliran produk ini akan dipetakan pergerakannya berdasarkan tingkat geografinya.
3. Governance structure, analisis ini berguna untuk memahami cara suatu rantai dalam mengatur dan mengkoordinasi pelaku yang terlibat di dalam rantai nilai.



Gambar 2. Enam dimensi dalam analisis rantai nilai global (dimodifikasi dari Fernandez-Stark, Bamber, dan Gereffi (2013) dalam Gereffi dan Fernandez-Stark (2016))

Aktivitas di lokal merupakan kegiatan dari produsen untuk membuat produknya sesuai dengan kualifikasi yang diminta perusahaan di pasar global. Aktivitas yang dilakukan juga dibagi ke dalam tiga kategori, yaitu:

Peningkatan (upgrading), analisis ini digunakan untuk menjelaskan upaya yang dilakukan produsen untuk meningkatkan nilai dari produk untuk menghasilkan produk dengan nilai yang tinggi agar keuntungan yang diterima juga meningkat.

2. Local institutional context, analisis ini dapat menjelaskan kondisi dari pasar lokal, nasional, dan internasional serta kebijakan dari masing-masing untuk mengatur pelaku yang terlibat di masing-masing tingkatan rantai nilai.

3. Industry stakeholder, analisis ini berguna untuk melihat pemerintah daerah dalam campur tangan mengatur pelaku atau kegiatan rantai nilai

Konsep Peningkatan(Upgrading) Rantai Nilai

Pola hidup dan permintaan konsumen yang selalu berubah berakibat pada produsen yang harus mampu berinovasi dan berkreasi agar dapat meningkatkan nilai produk sesuai permintaan konsumen. Peningkatan (upgrading) adalah suatu upaya untuk meningkatkan nilai produk dengan mengadopsi kebijakan suatu pemerintah dan lembaga untuk pengembangan produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Chen (2000) menjelaskan bahwa untuk melakukan peningkatan (upgrading) suatu perusahaan harus mampu mengaplikasikan kompetensi baru sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Kompetensi yang dimaksud adalah kemampuan untuk mentransfer desain (konsep usaha dan standar) serta mampu mengembangkan teknologi. Untuk dapat

melakukan peningkatan (upgrading) pada kedua kompetensi tersebut suatu perusahaan harus mampu membangun kompetensi dengan berinvestasi pada sumberdaya manusia. Selain itu, desain produk baru harus sudah di analisis oleh tim pengembangan dan strategi pemasaran agar produk yang dihasilkan mampu bertahan lama dan berkelanjutan.

Salah cara yang relevan untuk itu adalah melalui peningkatan (upgrading) rantai nilai pertanian. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi-strategi yang berpotensi dalam peningkatan (upgrading) rantai nilai secara lebih sistematis. Penelitian ini penting karena tiga alasan. Pertama, penelitian tentang rantai nilai negara berkembang sebagian besar menggunakan perspektif manajerial dan top- down, yaitu melihat bagaimana peningkatan (upgrading) rantai nilai negara berkembang dikaitkan dengan posisi perusahaan multinasional sebagai aktor utama di dalam rantai nilai tersebut (Ibnu,2023)

Menjelaskan ada empat aspek penting analisis rantai nilai, yakni a) pemetaan para pelaku yang terlibat dalam proses produksi, b) analisis distribusi manfaat bagi para pelaku, c) peningkatan (upgrading) dalam rantai nilai, d) peran tata kelola internal (para pelaku dalam rantai nilai) dan eksternal support kemampuan kelembagaan untuk meningkatkan nilai tambah produk

(Rohmanu et,al 2022)

Penelitian Terdahulu

Pada penelitian Pratama et al. (2018) Terkait rantai nilai agroindustri sagu di Kabupaten Kepulauan Meranti menunjukkan bahwa ada sepuluh pelaku yang terlibat dalam rantai tersebut. Jika dibandingkan dengan produk agroindustri lainnya, hasil analisis nilai tambah menunjukkan bahwa produk bihun memiliki nilai tambah paling tinggi.

Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Lihawa et al. (2021) analisis rantai nilai melalui adaptasi teori Porter (1985) terdiri dari aktivitas utama dan pendukung. Penciptaan fisik produk, pemasaran dan transfer ke pelanggan, dan layanan purna jual adalah Aktivitas utama. Aktivitas pendukung mendukung bisnis secara keseluruhan dengan menyediakan infrastruktur atau input yang memungkinkan kegiatan utama untuk melanjutkan. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis rantai nilai cabai rawit di Kecamatan Bulawa Kabupaten Bone Bolango. Selain itu, analisis nilai tambah pemasaran diantara para pelaku rantai nilai juga dilakukan dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurjannah et,al(2017) Aktivitas yang dilakukan dalam proses nilai tambah akan membentuk mata rantai yang saling berhubungan yang dikenal sebagai rantai nilai. Setiap aktor yang terlibat juga terlibat dalam kegiatan untuk mencapai transaksi yang memerlukan biaya biaya yang disebut biaya transaksi. Hasil penelitian menunjukkan ada 4 jenis rantai nilai komoditas ubi kayu. Rantai tersebut memiliki keterkaitan antara satu aktor dengan lain. Nilai tambah bagi petani terbesar ada pada mata rantai 1 Petani- Bandar - Tapioca Flour Maker dengan nilai 17,79%. Nilai tambah bandara di setiap nilai

rantai merupakan nilai tambah terkecil dengan nilai 0,63% - 2,71%, nilai tambah yang cukup besar sebesar 3,98% diperoleh dengan mengurangi biaya transportasi. Pengrajin baik tepung tapioka maupun keripik ubi kayu dengan nilai tambah terbesar yaitu 78,23% - 91,80%.

Hasil penelitian yang dilakukan Hernanda et,al (2018) menunjukkan . (1) Total nilai tambah keripik ubi kayu untuk 1 kg bahan baku (BB) yaitu sebesar Rp 15.550 perkilogram bahan baku dengan ratio nilai tambah sebesar 64,46%. (2) Masing-masing pelaku rantai nilai melakukan 3 fungsi rantai nilai yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Sedangkan hubungan yang terjadi pada pelaku rantai nilai dengan UD Waroh Maju Bersama ada yang bermitra dan non mitra (3) Margin kontribusi dalam pengolahan keripik ubi kayu di UD.Waroh Maju Bersama adalah sebesar Rp 625.525 per proses produksi.

Dalam penelitian lain terkait dengan peningkatan (*upgrading*) rantai nilai pada komoditas kopi di Jamaika, sejak tahun 1950 industri kopi Jamaika sudah mengalami revitalisasi yaitu dengan berfokus pada kualitas dan proses budidaya (Daly et al. 2018).Peningkatan (*upgrading*) yang dilakukan adalah dengan melakukan diversifikasi pasar dan produk dengan menjaga kualitas varietas kopi JBM dengan menetapkan indikasi geografi (IG) untuk menjaga harga kopi tetap berniali tinggi. Seiring berjalannya waktu semakin banyak kopi yang memiliki sertifikasi seperti IG pada varietas kopi JBM, sehingga IG tidak lagi menjadi kekuatan kopi Jamaika untuk bertahan sebagai kopi yang bernilai tinggi. Maka pemerintah melakukan peningkatan (*upgrading*) fungsional yaitu dengan membantu petani kopi non varietas kopi JBM untuk memperoleh harga pasar yang tinggi dengan menggabungkan kopi (*blending coffee*) untuk meningkatkan

kualitasnya. Kegiatan peningkatan (*upgrading*) dalam analisis rantai nilai global menjadi penting untuk terus berkembang mengikuti perubahan pasar yang terus berubah (kualitas dan inovasi). Memahami kegiatan peningkatan (*upgrading*) yang telah dilakukan dalam rantai nilai akan memudahkan pelaku yang terlibat dalam menjaga keberlanjutan produk. Kebijakan ini diharapkan akan membantu seluruh pelaku dalam rantai nilai mendapatkan manfaat yang lebih baik.

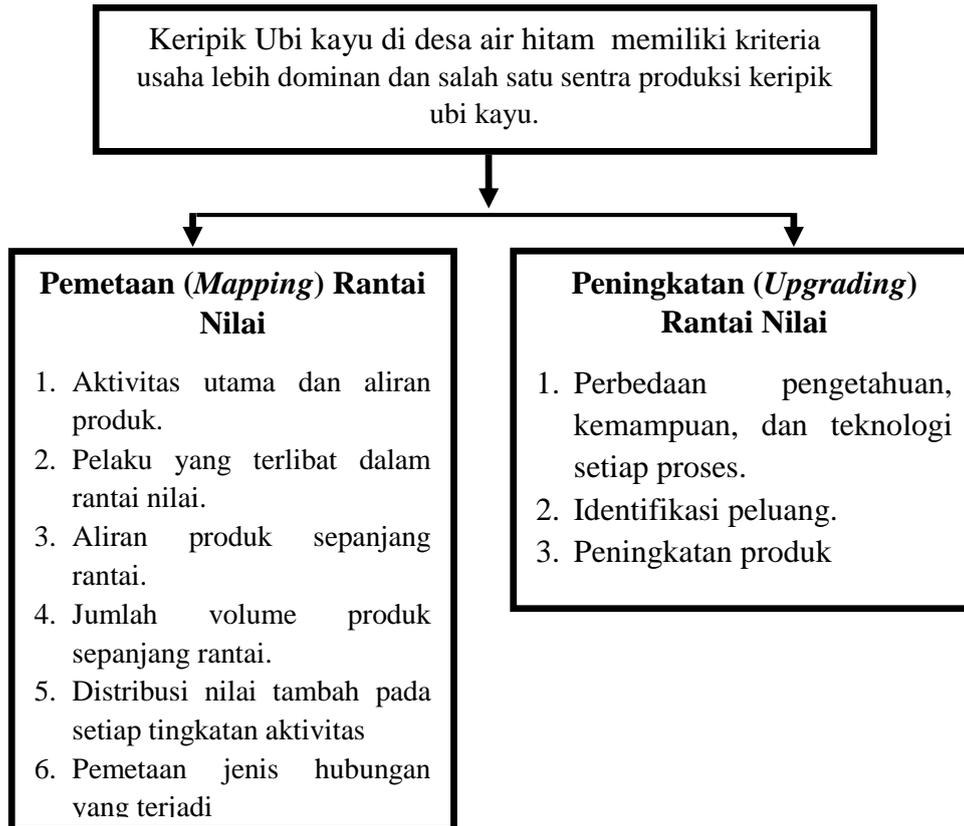
Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh (Sibuea,dkk 2021) Rantai pasok mencakup seluruh kegiatan arus dan transformasi barang mulai dari bahan mentah, sampai penyaluran ke konsumen termasuk aliran informasinya. Bahan baku dan aliran informasi adalah rangkaian dari rantai pasok. Rantai pasok sebagai suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasa kepada para penyelenggara. Rantai pasok harus saling mendukung di antara organisasi yang saling berhubungan agar kegiatan pengadaan dan penyaluran bahan baku dan produk akhir terintegrasi secara baik dan benar

Kerangka Pemikiran

Perdagangan adalah aktivitas kegiatan dalam usaha meningkatkan kondisi perekonomian individu, kelompok, lembaga, maupun negara. Komoditi yang dijadikan komoditas utama dalam perdagangan suatu negara adalah komoditi dari sektor pertanian salah satunya adalah tanaman ubi kayu.

Kunci utama dalam melakukan analisis rantai nilai adalah dengan memetakan kegiatan yang terjadi kemudian akan terlihat upaya peningkatan (*upgrading*) yang telah dilakukan oleh setiap pelaku. Kemudian, dapat dijadikan dasar oleh para pelaku dan juga pihak terkait sebagai bahan rekomendasi dalam membuat kebijakan dalam mengelola rantai nilai agar pembagian balas jasa dilakukan secara simetrik

Penelitian ini membahas mengenai rantai nilai keripik ubi kayu di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat. Penelitian rantai nilai ini mencakup analisis pemetaan (*mapping*), dan peningkatan (*upgrading*) yang terbentuk disepanjang rantai yang terlibat. Penelitian dilakukan secara kualitatif (deskriptif).



Gambar 3. Skema Penelitian

METODE PENELITIAN

Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat. Pemilihan lokasi ini dilakukan menggunakan purposive method sampling karena daerah penelitian ditentukan berdasarkan pertimbangan pertimbangan tertentu disesuaikan dengan tujuan penelitian. Daerah ini dipilih berdasarkan kriteria usaha dimana dilokasi usaha dominan dan salah satu sentra produksi keripik ubi kayu.

Pada penelitian ini dilakukan secara kualitatif (deskriptif) dan metode kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk memberikan pemahaman dasar pembaca terkait keripik ubi kayu di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat. Kemudian untuk memberikan gambaran aliran rantai nilai di dalam pemasaran keripik ubi kayu dilihat dari Analisis pemetaan (*mapping*) rantai nilai Serta bagaimana petani dan pelaku dalam rantai nilai melakukan peningkatan (*upgrading*) Keripik ubi kayu di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat . Perhitungan kuantitatif dilakukan untuk mengolah data analisis nilai tambah pada setiap rantai yang terkait.

Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang dibuat terlebih dahulu. Sedangkan data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari thesis,

internet, penelitian terdahulu, instansi atau lembaga terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode Penentuan dan Penarikan Sampel

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satu-satuan atau individu yang karakteristiknya akan diduga. Dalam penelitian ini populasi adalah para pelaku usaha keripik ubi kayu yang berjumlah 10 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat, dimana yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi pelaku usaha keripik ubi kayu dijadikan sampel. Metode penarikan sampel ini dilakukan secara jenuh (Sample Jenuh/Sensus)

Metode Analisis Data

Analisis data merupakan bagian utama dalam analisis karya ilmiah. Hal ini dikarenakan dengan adanya analisis data, data yang diperoleh akan mudah untuk diinterpretasikan serta memiliki arti. Data yang diperoleh dapat memberikan manfaat dalam memberi informasi maupun dukungan lainnya. Analisis rantai nilai dilakukan dengan mengadopsi konsep dari rantai nilai global yang dikemukakan oleh Gereffi dan Fernandez-Stark (2016). Dalam melakukan analisis rantai nilai global ada beberapa pendekatan yang digunakan peneliti agar memudahkan dalam mengumpulkan data serta kegiatan analisis yaitu untuk rumusan masalah yang pertama dapat diselesaikan menggunakan pendekatan mapping.

Analisis Pemetaan (*mapping*) Rantai Nilai

Analisis rantai nilai dilakukan untuk menjawab rumusan masalah pertama. Menurut Kaplinsky (2000) pendekatan rantai nilai digunakan untuk menangkap interaksi pasar yang semakin dinamis dan untuk menguji keterkaitan antara pelaku yang terlibat dalam semua tahap saluran pemasaran.

Adapun data yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah data aktivitas primer dan aktivitas pendukung yang dilakukan melalui penelusuran dimulai dari pengolahan ubi kayu menjadi keripik kemudian terkait ke depan dan ke belakang yaitu supplier bahan baku sampai penjualan tingkat konsumen akhir.

Pemetaan (*mapping*) rantai nilai merupakan salah satu tahap yang sangat penting untuk di analisis sebagai tahap awal untuk menjelaskan dan menggambarkan rantai nilai yang terbentuk. Pemetaan ini akan membantu peneliti dalam mencari dan mengumpulkan data selain itu akan memudahkan menjelaskan kondisi yang terjadi. Dalam dimensi rantai nilai global untuk melihat struktur input-output (*input-output structure*) untuk memudahkan dalam mengidentifikasi aktivitas utama serta pelaku yang terlibat. Maka dalam melakukan pemetaan menggunakan tahapan analisis pemetaan.

Tahapan yang digunakan untuk memetakan rantai nilai antara lain:

1. Menentukan aktivitas utama yang dilakukan (kegiatan dari persediaan input sampai ke jadi output untuk konsumen akhir)



Gambar 4. Peta Aktivitas Utama

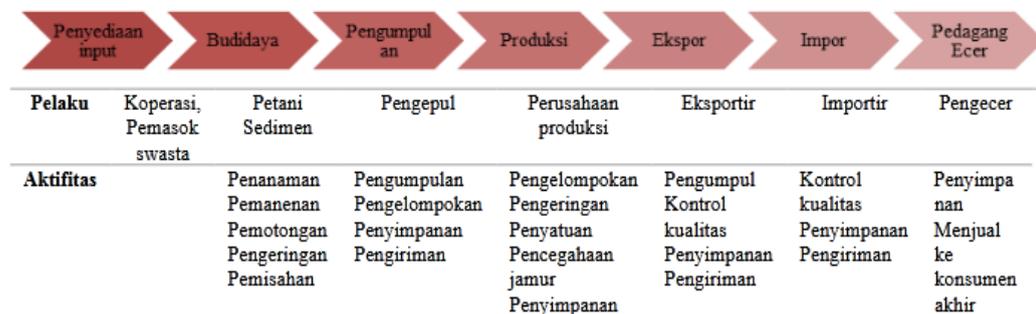
2. Menentukan pelaku yang terlibat dalam setiap proses (aktivitas utama) contohnya dapat dilihat pada Gambar 6, dan beberapa komponen yang perlu dicatat sebagai informasi pelaku adalah:

a. Status kepemilikan (rumah tangga, pemerintah, perusahaan, koperasi, dan lain sebagainya).

b. Ukuran dan skala (jumlah orang yang terlibat, usaha kecil mikro, dan lain sebagainya).

c. Lokasi (provinsi, kabupaten, negara, dan lain sebagainya)

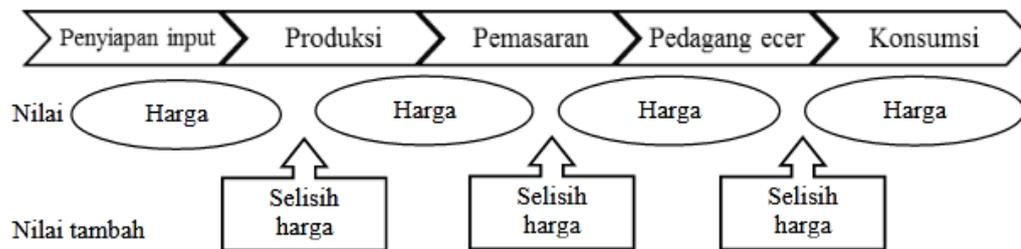
d. Peran dan status (petani sebagai produsen benih, pengumpul sebagai distributor, pedagang sebagai penjual, dan lain sebagainya).



Gambar 5. Peta tentang aktivitas spesifik yang dilakukan oleh pelaku dalam aktivitas utama (dimodifikasi oleh DFID (2008))

3. Memetakan aliran produk dari setiap proses untuk menggambarkan secara menyeluruh produk yang di proses.

4. Memetakan aliran nilai (harga) pada setiap tingkat aktivitas produksi yang berbeda dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 6. Peta aliran nilai tambah yang terbentuk sepanjang rantai (dimodifikasi oleh DFID (2008))

Selain itu, untuk menilai dan mengukur nilai tambah akan lebih jelas jika dilakukan analisis distribusi nilai tambah setiap pelaku disepanjang rantai nilai. Analisis distribusi nilai tambah yang digunakan oleh ACIAR (2012) berguna untuk melihat posisi keuangan setiap pelaku dibandingkan dengan pelaku lainnya. Perhitungan distribusi nilai tambah dapat dilihat pada Lampiran dengan memperhitungkan persentase margin keuntungan, margin keuntungan bersih dibandingkan dengan keuntungan total dari seluruh pelaku dalam rantai nilai

Rumusan masalah yang kedua menggunakan pendekatan Upgrading

Analisis peningkatan (*Upgrading*) di dalam rantai nilai

Alat analisis ini digunakan untuk menjelaskan perbedaan dari kualitas yang diminta pasar, persepsi tingkat kualitas produk dari beberapa pelaku yang terlibat di sepanjang rantai, serta kualitas produk yang umum di pasar dari berbagai segmen produsen yang akan dianalisis dapat dilihat pada Tabel 4. Untuk dapat menggambarkan kondisi ini dapat dilakukan dengan melakukan pendekatan :

- a. Analisis variasi atau perbedaan di bidang pengetahuan, kemampuan, dan teknologi dari setiap proses yang ada dalam rantai nilai.
- b. Identifikasi peluang untuk peningkatan (upgrading) pengetahuan, kemampuan, dan teknologi untuk meningkatkan rantai pasar.

Tabel 2. Contoh matriks kemungkinan peningkatan (upgrading) untuk Longan

	Produsen	Pemproses	Pedagang	Grosir	Ecer
Produk		Oven pengering yang lebih baik			Rak display
Proses	Peningkatan penggunaan pupuk		Menggunakan peti untuk pengangkutan	Menjaga kelembapan rendah di gudang penyimpanan	
Kegunaan	Fasilitas pengering skala kecil	Pemproses dan perdagangan terintegrasi			

Sumber : DFID (2008)

Melalui kedua pendekatan tersebut maka dapat diketahui upaya peningkatan (upgrading) yang dilakukan oleh setiap pelaku.

Menurut Humphrey dan Schmitz (2000) peningkatan (upgrading) dari pelaku dalam rantai nilai ada empat tipe, yaitu:

1. Peningkatan (upgrading) proses, melakukan perubahan input menjadi output dengan memperbaiki sistem dan teknologi agar lebih efisien.
2. Peningkatan (upgrading) produk, melakukan perubahan dari segi kualitas produk agar mampu memasuki pasar baru dengan nilai produk yang lebih baik.

3. Peningkatan (upgrading) fungsi, melakukan pembaharuan fungsi untuk meningkatkan kemampuan dalam berproduksi.
4. Peningkatan (upgrading) antar sektor, melakukan perpindah rantai pada rantai baru di industri yang masih sama.

Tahapan analisis yang dilakukan akan disatukan oleh peneliti dengan memperhatikan berbagai aspek sehingga data dapat dibaca dan dipahami. Analisis rantai nilai ini dilakukan secara kualitatif sehingga peneliti dituntut untuk mampu menggabungkan hasil penelitian dengan baik. Data kuantitatif digunakan hanya untuk penjelasan dan penguatan.

Definisi dan Batasan Operasional

Definisi operasional digunakan untuk menyamakan pemahaman konsep dan definisi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Rantai nilai merupakan kegiatan bisnis yang dimana setiap tahapannya akan menghasilkan keuntungan tersendiri bagi yang melakukannya dan orang lain yang berkaitan, rantai nilai ini dapat menambah nilai baik barang ataupun jasa.
2. Pemetaan (mapping) rantai nilai global dapat dijelaskan dan di analisis menggunakan melalui enam dimensi yang dibedakan menjadi dua aktivitas utama yang dibedakan berdasarkan lokasinya..
3. Peningkatan (upgrading) adalah suatu upaya untuk meningkatkan nilai produk dengan mengadopsi kebijakan suatu lembaga untuk pengembangan produk.
4. sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi pelaku usaha keripik ubi kayu dijadikan sampel. Metode penarikan sampel ini dilakukan secara jenuh (Sample Jenuh/Sensus).

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak Geografis dan Luas Daerah

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara. Secara geografis Kecamatan Gebang terletak pada 03004'11"-03053'55" Lintang Utara dan 98012'37"- 980 2 6'00" Bujur Timur. Desa Air Hitam memiliki batasan-batasan wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Dogang.
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Paya Bengkuang.
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Serapuh Asli.
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Pasiran/Mengkirat.

Desa Air Hitam memiliki luas wilayah 10,97 Km² dimana sebagaian besar 36,46 persen lahan digunakan untuk pemukiman dan 30,53 persen digunakan sebagai lahan pertanian.

Desa Air Hitam terletak di Kecamatan Gebang. Desa ini merupakan dataran rendah yang memiliki tekstur tanah pasir-berdebu dan memiliki 2 musim yaitu musim hujan dan musim kemarau.

Karakteristik Responden Pelaku Dalam Rantai Nilai Keripik Ubi Kayu

Pelaku di dalam rantai nilai keripik ubi kayu yang menjadi responden dalam penelitian yaitu pedagang kecil, dan pedagang besar di Desa Air Hitam ,Kecamatan. Gebang ,Kabupaten Langkat. Responden dalam penelitian ini dipilih secara jenuh (Sample Jenuh/Sensus) serta berdasarkan hasil wawancara dengan responden

pedagang dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu pedagang kecil dan pedagang besar keripik ubi kayu. Karakteristik dari responden akan dijelaskan serta di klasifikasi menurut jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, luas pengusahaan lahan, kepemilikan lahan, pengalaman berusaha dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Karakteristik Sampel Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu

No Karakteristik	Pelaku Rantai Nilai			
	PGK		PGB	
	Jmlh	%	Jmlh	%
Jenis Kelamin:				
Perempuan	4	40%	0	
Laki-laki	4	40%	2	20%
Usia:				
20-30	1	10%	1	10%
31-40	2	20%	1	10%
41-50	4	40%	0	
51-60	1	10%	0	
61-70	0		0	
Pendidikan:				
SD	1	10%	0	
SMP	5	50%	0	
SMA	3	30%	0	
S1	0		1	10%
Kepemilikan Lahan				
a. Milik pribadi	9	90%	1	10%
b. Sewa	0		0	
Lama merintis Usaha				
a. 1 - 3 Tahun				
b. 4 - 6 Tahun	5	50%	0	
c. 7 - 9 Tahun	4	40%	0	
d. 10 - 12 Tahun	0		0	

e. > 12 Tahun	0		1	10%
Cara mempelajari pemasaran keripik				
Teman	0		0	
Keluarga	9	90%	1	10%
Bimbingan dari lembaga	0		0	
Penjual lain dan instansi lain	0		0	

Keterangan : PGK : Pedagang kecil; PGB : Pedagang Besar;Jmlh: Jumlah;% : Persentase

Pedagang kecil keripik ubi kayu

Pedagang kecil keripik ubi kayu yang menjadi responden penelitian ini berjumlah 8 orang yang terdiri atas 4 orang pedagang perempuan dan 4 orang pedagang laki-laki. Pedagang kecil keripik ubi kayu atau disingkat PGK merupakan pelaku pemasaran (pedagang perantara) yang membeli hasil panen ubi dari petani dan juga ada beberapa yang mengambil bahan mentah kepada penjual besar keripik ubi kayu yang kemudian diolah menjadi keripik ubi kayu sebelum dijual kembali ke konsumen akhir maupun pembeli perorangan. Rentang usia produktif PGK yaitu antara usia 20 hingga 60 tahun yang berjumlah 8 orang dengan tingkat pendidikan yang beragam. Tingkat pendidikan PGK keripik ubi kayu yaitu SD sebanyak 1 orang, SMP sebanyak 5 orang, dan SMA sebanyak 3 orang. Keberagaman tingkat pendidikan PGK menunjukkan bahwa produk olahan ubi memiliki daya tarik serta potensi yang luas untuk dikembangkan oleh semua pihak semua PGK belajar cara memproduksi dan memasarkan keripik ubi kayu dari keluarga mereka masing-masing dengan berbagai pengalaman yang sudah dilakukan masing masing PGK.

Pedagang besar keripik ubi kayu

Pedagang besar keripik ubi kayu atau disingkat PGB merupakan salah satu pedagang yang menjual olahan ubi ke pedagang pedagang kecil ,agen dan konsumen akhir. Jumlah PGB yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah 1 orang dengan jenis kelamin laki-laki dan berusia 43 tahun. Selain menjual keripik ubi kayu, dalam kegiatan produksi keripik ubi kayu PGB berbekalkan pengalaman keluarga dan pengetahuan sendiri yang sudah melakukan kegiatan usaha sejak tahun 2008, selain itu PGB juga melakukan kegiatan budidaya ubi kayu yang sudah lebih dari 6 tahun dengan luas lahan yang dikelola hanya 1 ha. Untuk kegiatan budidaya ubi kayu lahan yang digunakan adalah lahan milik pribadi,namun hasil dari budidaya ubi kayu ini hanya selingan saja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemetaan (Mapping) Rantai Nilai Keripik Ubi Kayu

Pemetaan (mapping) merupakan tahapan awal dalam melakukan analisis rantai nilai yang berguna untuk mengidentifikasi pelaku yang terlibat, kondisi setiap pelaku, serta posisi dari produk. Tahap yang digunakan untuk memetakan rantai nilai antara lain :

1. Menentukan aktivitas utama yang dilakukan (kegiatan dari persediaan input)



Keterangan :

1. **Penyediaan Bahan Baku**

Aktivitas ini melibatkan pembelian ubi kayu dari petani atau pengepul. Pengepul berfungsi sebagai perantara yang membeli ubi kayu dari petani dan menjualnya kepada pengolah keripik. Proses ini mencakup fungsi pertukaran, di mana pengepul melakukan pembelian dan penjualan.

2. **Produksi**

Setelah mendapatkan bahan baku, tahap berikutnya adalah produksi atau pengolahan ubi kayu menjadi keripik. Ini mencakup proses pemotongan, penggorengan, dan pengemasan. Pengolah keripik bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk akhir memenuhi standar kualitas dan rasa yang diinginkan

3. PGK dan PGB

Pedagang besar maupun pedagang kecil memainkan peran krusial dalam ekosistem produksi keripik ubi kayu. Yang mana pedagang besar membantu memperluas jangkauan pasar dengan volume penjualan yang tinggi, sedangkan pedagang kecil memberikan akses langsung kepada konsumen dengan layanan yang lebih personal. Keduanya saling melengkapi untuk memastikan bahwa produk keripik ubi kayu dapat tersedia secara luas di pasaran.

4. Konsumen

Konsumen berperan sebagai pihak terakhir dalam rantai distribusi, setelah produsen dan distributor. Dalam konteks ekonomi, mereka menciptakan permintaan yang menjadi dasar bagi aktivitas produksi dan perdagangan.

2. Menentukan pelaku yang terlibat dalam setiap proses (aktivitas utama)

Tabel 4. Aktivitas spesifik yang dilakukan oleh pelaku dalam aktivitas utama

Pelaku	Koperasi, pemasok swasta	Petani	Produksi	PGK dan PGB	Konsumen
Aktifitas	Penyedia input	Penanaman Perawatan Pemanenan	Pengelompokan Pemotongan Pembuatan keripik ubi kayu	Penjualan	Pembelian

Sumber : Data Primer pada tahun 2024

3. Memetakan aliran nilai (harga) pada setiap tingkat aktivitas produksi

Tabel 5. Marjin pemasaran pada setiap pelaku rantai nilai ubi kayu di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat.

Pelaku	Rantai Nilai	
	Harga Jual Rp/Kg	Marjin Pemasaran Rp/Kg
Petani	1.500	-
Produsen	4.000	2.500
PGB	7.000	3.000
PGK	8.000	2.000
Konsumen	10.000	2.000
Total		9.500

Sumber : Data Primer pada tahun 2024

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum pola rantai pada rantai nilai keripik ubi kayu dimulai dari mata rantai pertama yaitu petani ubi kayu sebagai pemasok bahan baku, mata rantai kedua yaitu produsen sebagai pengolah ubi kayu menjadi keripik ubi kayu, dan mata rantai ketiga yaitu pasar yang terdiri dari pedagang besar dan pedagang kecil. Dari hasil identifikasi struktur input-output terdapat beberapa indikator seperti pelaku yang terlibat, aktivitas utama yang terjadi, volume produk, distribusi nilai tambah, dan hubungan yang terbentuk diantara pelaku dalam rantai nilai yang kemudian akan digunakan dalam analisis rantai nilai tahap selanjutnya. Menurut (Pearce & Robinson, 2008), langkah menganalisis dengan menggunakan metode analisis rantai nilai terdiri dari:

1. Mengidentifikasi aktivitas rantai nilai Mengelompokkan aktivitas operasional industri batik menjadi aktivitas primer dan aktivitas pendukung. Aktivitas primer terdiri dari membawa bahan baku ke dalam bisnis (inbound logistic), diubah menjadi barang jadi (operation), mengirim barang yang sudah jadi (outbound logistic), menjual barang tersebut (marketing and sales) dan memberikan layanan purna jual (service).

- a. Membawa bahan baku ke dalam bisnis (inbound logistic) Bahan baku dalam aktivitas pembuatan keripik ubi kayu terdiri atas bahan baku utama dan bahan baku penunjang. Bahan baku utama ialah ubi kayu dan bahan baku penunjang seperti peralatan produksi.
 - b. Operation (diubah menjadi barang jadi) Aktivitas operation dalam membuat keripik ubi kayu dimulai dengan pengupasan kulit ubi kayu, pencucian ubi kayu, pengirisan, proses selanjutnya digoreng menggunakan minyak panas setelah itu diangkat dan ditiriskan, setelah sudah kering diberi bumbu tambahan.
 - c. Mengirim barang yang sudah jadi (outbond logistic) Dalam aktivitas outbond logistic, proses quality control dalam produksi keripik ubi kayu umumnya dilakukan per tahapan. Beberapa karyawan melakukan pengecekan kualitas produk yang sudah jadi.
 - d. Penjualan barang (marketing and sales) keripik ubi kayu mengirimkan produknya ke pedagang kecil dan pedagang besar. Selain melakukan kegiatan marketing dan sales secara offline, beberapa penjual juga telah melakukan penjualan secara online.
 - e. Layanan purna jual (service) Layanan purna jual diberikan oleh penjual keripik ubi kayu apabila barang yang sampe kepada pembeli mengalami kecacatan. Akan tetapi sampai dengan saat ini tidak pernah terjadi pengembalian produk oleh pembeli.
2. Mengidentifikasi biaya pada setiap aktivitas rantai nilai Identifikasi dilakukan untuk memetakan biaya yang menjadi keunggulan saat ini dan biaya yang berpotensi menjadi unggulan. Identifikasi biaya terdiri atas biaya

bahan baku, tenaga kerja dan BOP. Tabel di bawah merupakan rincian biaya yang terjadi selama proses pembuatan keripik ubi kayu.

Tabel 6. Identifikasi Biaya Setiap Aktivitas Pelaku pada Rantai Nilai

No	Pemilik Usaha	Jumlah Produksi Perhari	Jumlah pcs perhari	Harga Produksi Perhari	Harga Jual Produk/pcs	Total Harga Penjualan	Total Pendapatan Perbulan
1	PGK 1	100 Kg	400 pcs	Rp. 2.005.000	RP. 10.000	Rp. 4.000.000	Rp. 59.850.000
2	PGK 2	200 Kg	800 pcs	Rp. 4.025.000	Rp. 10.000	Rp. 8.000.000	Rp119.250.000
3	PBG 1	500 Kg	2000 pcs	Rp. 14.150.000	Rp. 10.000	Rp. 20.000.000	Rp. 175.500.000
4	PGB 2	1.000 Kg	4.000 psc	Rp. 20.800.000	Rp. 10.000	Rp. 40.000.000	Rp. 576.000.000

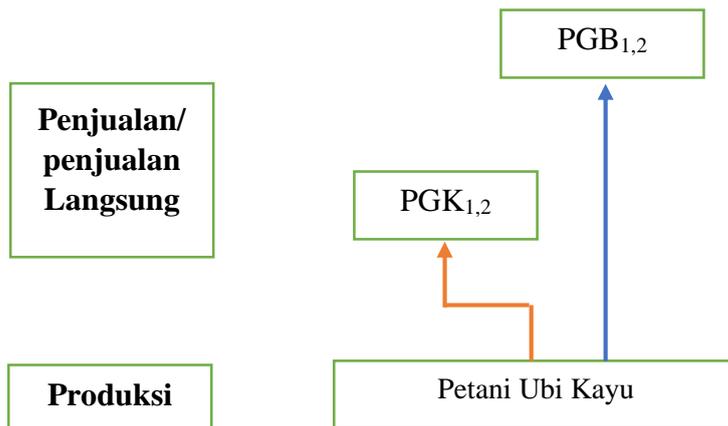
Sumber: Data Primer pada tahun 2024

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan bahwa pedagang kecil 1 untuk memproduksi 100 kg ubi kayu menjadi keripik diperlukan biaya sebesar Rp. 2.005.000 dalam 100 kg ubi kaya dapat menghasilkan 400 pcs keripik siap jual. Apabila keripik ubi kayu dijual dengan harga Rp. 10.000 / pcs, maka pendapatan perhari sebesar Rp. 1.995.000. Jika dikalikan dengan 30 hari maka produsen memperoleh nilai tambah sebesar Rp. 59.850.000 , pedagang kecil 2 untuk memproduksi 200 kg ubi kayu menjadi keripik diperlukan biaya sebesar Rp. 4.025.000 dalam 200 kg ubi kayu dapat menghasilkan 800 pcs keripik siap jual. Apabila keripik ubi kayu dijual dengan harga Rp. 10.000 / pcs, dengan hasil pendapatan perhari sebesar Rp. 3.975.000. dikalikan dengan 30 hari maka pedagang kecil 2 memperoleh nilai tambah sebesar Rp119.250.000. Nilai tambah tertinggi diperoleh dari aktivitas penjualan pedagang besar 2 sebagaimana terlampir pada tabel no. 6

Aliran produk yang terbentuk berdasarkan proses pengolahan keripik ubi kayu yaitu 2 (dua) aliran produk. Jumlah aliran produk ini terbentuk karena perbedaan jenis produk ubi kayu yang dihasilkan, aliran produk yang terbentuk yaitu:

Aliran Produk 1 : Petani ubi kayu – PGK_{1,2} produk yang diperjual belikan dalam bentuk keripik kemasan.

Aliran Produk 2 : Petani ubi kayu – PGB_{1,2} – Buyer produk yang diperjual belikan dalam bentuk keripik kemasan.



Keterangan :

- Aliran Produk 1 PGK_(1,2) : Pedagang Kecil
- Aliran Produk 2 PGB_(1,2) : Pedagang Besar

Pelaku dalam rantai nilai keripik ubi kayu dalam menentukan proses penjualan produk, pembeli yang dapat membeli, dan besar nilai (harga) dari produk merupakan hasil akhir dari pertimbangan yang dilakukan oleh masing-masing pelaku. Hasil pertimbangan pelaku tersebut berakibat pada terbentuknya pola aliran produk keripik ubi kayu sehingga menghasilkan pola hubungan antar pelaku. Dalam proses pemetaan rantai nilai selain mampu memetakan aliran produk, pelaku yang terlibat, dan volume dan nilai yang terbentuk juga dapat digunakan untuk memetakan jenis (bentuk) hubungan yang terbentuk di antara pelaku.

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap masing-masing pelaku rantai nilai keripik ubi kayu setiap pelaku memiliki kepuasan dengan model rantai nilai yang

ada. Selain karena pasar keripik ubi kayu yang terus berkembang juga pelaku yang terlibat memiliki acuan dalam setiap kegiatan produksi yang dilakukan yaitu SOP dari pemerintah. Hal ini merupakan berkah dari upaya dan usaha pemerintah dalam meningkatkan nilai ubi kayu dengan melakukan pelatihan dan pembinaan kepada petani ubi kayu dan pelaku lainnya dalam menghasilkan produk yang unggul. Pemerintah juga membantu membuka pasar ubi kayu di tahun-tahun awal pembinaan sehingga dapat meningkatkan minat untuk menanam bibit ubi kayu unggul, selain itu kondisi lingkungan yang mendukung membuat kualitas ubi kayu memiliki nilai lebih.

Analisis Peningkatan (*Upgrading*) di Dalam Rantai Nilai Keripik Ubi Kayu

Peningkatan (*upgrading*) dalam rantai nilai merupakan suatu upaya untuk dapat menghadapi perubahan dan kompetisi pasar yang terjadi sehingga pelaku diharapkan terus melakukan inovasi pada produk. Selain itu menurut Gereffi dan Fernandez-Stark (2016) kesuksesan dari peningkatan (*upgrading*) merupakan hasil gabungan dari kebijakan pemerintah, institusi, perusahaan yang strategis, teknologi, dan kemampuan sumberdaya manusia. Analisis peningkatan (*upgrading*) rantai nilai meliputi peningkatan proses, produk, dan fungsi yang berguna untuk meningkatkan kemampuan pelaku dalam menghadapi kompetisi.

Analisis rantai nilai dapat digunakan untuk mempertimbangkan besarnya kekuasaan berbagai pelaku serta berbagai nilai tambah di sepanjang suatu rantai. Dengan mengendalikan lebih banyak sambungan dalam suatu rantai nilai, atau memiliki suatu sistem penambah nilai dengan berbagai cara, memberikan produsen pengaruh lebih kuat terkadang disebut kendali lebih besar atas sang pembeli. Hal

ini diistilahkan “upgrading atau peningkatan,” yakni menambah nilai pada suatu produk dan menggeser kekuasaan dari pembeli ke penjual (ADB, 2005).

Peningkatan (upgrading) produk

Peningkatan (upgrading) pada produk keripik ubi kayu dilakukan dengan melakukan beberapa perubahan dari segi kualitas produk sehingga produk keripik ubi kayu mampu memasuki pasar baru dengan nilai yang lebih berkualitas.

Peningkatan produk keripik ubi kayu dapat dilakukan melalui berbagai strategi yang mengedepankan inovasi dalam proses pengolahan dan pemasaran. Salah satunya adalah dengan penerapan teknologi modern dalam proses produksi, seperti penggunaan perajang otomatis dan spinner peniris minyak. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi produksi tetapi juga kualitas produk akhir, menjadikannya lebih renyah dan tahan lama. Namun pada penelitian kali ini para produksi keripik ubi kayu masih menggunakan alat pemotongan ubi manual yaitu irisan ubi kayu dengan teknik mengiris ubi kayu langsung diatas wajan penggorengan keripik ubi kayu ,hal ini dilakukan agar tekstur dan sari pati yang ada pada ubi kayu tetap terjaga sehingga hasil keripik yang dihasilkan sesuai dengan SOP yang sudah ditentukan perusahaan.

Penelitian menunjukkan bahwa pengolahan ubi kayu menjadi keripik tidak hanya meningkatkan nilai ekonomis bagi petani tetapi juga menciptakan lapangan kerja baru di pedesaan, sehingga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pedagang keripik ubi kayu kecil dan besar, dalam melakukan proses pengolahan untuk menghasilkan produk keripik ubi kayu berkualitas harus

memperhatikan SOP yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Selain itu, untuk menghasilkan produk olahan keripik ubi kayu yang bernilai tinggi pedagang melakukan inovasi pada produk keripik ubi kayu dengan cara menambahkan varian rasa pada produk keripik ubi kayu yaitu varian balado, jagung manis, dan varian keripik ubi kayu pedas.

Peningkatan (upgrading) proses

Peningkatan (upgrading) pada proses pengolahan keripik ubi kayu dengan memperbaiki sistem dan teknologi agar lebih efisien dan produk yang dihasilkan menjadi lebih berkualitas. Proses pengolahan keripik ubi kayu sangat penting untuk menjaga kualitas keripik ubi kayu. Proses merupakan bagian terpenting dari semua komponen yang penting seperti tampilan produk dan fungsinya akan tetapi jika dalam prosesnya terdapat ketidak sesuaian dengan SOP yang ada akan dapat menurunkan kualitas dari produk.

Peningkatan proses pengolahan keripik ubi kayu dapat dilakukan melalui beberapa langkah strategis yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk. Salah satu metode yang efektif adalah dengan memperbaiki teknik pemrosesan, seperti pemilihan bahan baku yang berkualitas, penggunaan alat yang tepat, serta penerapan teknik pengolahan yang efisien. Misalnya, pemilihan singkong segar dan berkualitas baik sangat penting untuk memastikan keripik yang dihasilkan memiliki rasa dan tekstur yang optimal.

pada penelitian kali ini ubi yang digunakan sebagai bahan baku utama keripik ubi kayu adalah varietas ubi kayu kayu malaysia , jenis ubi ini di pilih karena teksturnya yang tidak terlalu keras dan memiliki cita rasa yang lebih dominan dibandingkan jenis ubi kayu lain nya.

. Proses peningkatan kualitas yang harus dilakukan dalam peningkatan proses adalah melakukan teknik pengirisan ubi kayu dengan benar yaitu dengan melakukan pengirisan ubi kayu langsung diatas wajan penggoreng dan tidak membiarkan irisan ubi kayu berlama lama menumpuk di wadah .Proses ini dilakukan bukan hanya untuk mengefektifkan waktu pengerjaan saja namun juga berdampak dengan rasa yang dihasilkan oleh olahan ubi kayu itu sendiri.

Hal ini juga berpengaruh pada tekstur dan kualitas keripik yang akan dihasilkan nantinya karena pada ubi kayu sendiri itu memiliki pati yang jika berlama lama di biarkan menumpuk dalam wadah akan membuat pati tersebut hilang dan rasa keripik yang dihasilkan kurang optimal.

Selain itu, penting untuk mengontrol suhu saat menggoreng. Penggorengan pada suhu yang tepat (sekitar 160-170 derajat Celsius) akan menghasilkan keripik yang renyah dan tidak gosong

Selain itu juga Inovasi dalam bumbu dan rasa juga dapat meningkatkan daya tarik keripik ubi kayu. Penambahan bumbu seperti variasi rasa manis dan pedas dapat menarik lebih banyak konsumen.penggunaan kemasan yang menarik dan informatif juga berkontribusi pada peningkatan nilai jual produk keripik singkong di pasaran.

. Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, industri pengolahan keripik ubi kayu tidak hanya dapat meningkatkan kualitas produk tetapi juga memperluas pangsa pasar serta meningkatkan keuntungan bagi pelaku usaha.

Pedagang keripik kecil dan besar dalam mengelola produk turunan ubi kayu mengikuti SOP yang telah dibuat untuk menyamakan dan menjaga kualitas ubi kayu. Selain itu, beberapa mutu spesifik ubi kayu yang harus diperhatikan dalam

melakukan proses pengolahan keripik ubi kayu yaitu pemilihan ubi kayu yang sesuai permintaan yaitu ubi kayu jenis ubi malaysia yang sudah siap di produksi sebagai bahan baku keripik ubi kayu

Peningkatan (upgrading) fungsi

Peningkatan (upgrading) fungsi dalam rantai nilai berguna untuk meningkatkan pembaharuan fungsi dan kemampuan dalam aktivitas produksi. Peningkatan fungsi juga bertujuan untuk menjadikan produk yang diproduksi memiliki daya saing dengan produk lain sejenis. Sehingga, untuk produk keripik ubi kayu yang di produksi pada penjual besar dan penjual kecil masing masing memiliki keunggulan yang berbeda.

Tabel 7. Peluang Peningkatan Pengetahuan dan Teknologi Untuk Rantai Nilai Ubi Kayu

Pelaku Rantai Nilai	Peningkatan		
	Produk	Proses	Fungsi
Petani	Varietas Tanaman	Pengolahan Lahan	Kualitas Produk
Produsen	Mesin Pengiris	Pembuatan Keripik	Efisiensi Kerja
PGK		Distribusi	Pembentukan Kelompok Usaha
PGB		Manajemen Mutu	Kesehatan Karyawan
Konsumen			Penguatan jaringan Kerjasama

Sumber : Data Primer tahun 2024

Peningkatan rantai nilai diidentifikasi dalam beberapa aspek peningkatan yaitu proses, produk, dan fungsi. Peningkatan rantai nilai dapat dilihat pada tabel 7. Kinerja keseluruhan rantai nilai dapat ditingkatkan melalui penentuan tingkatan dalam rantai nilai yang paling efektif. Peningkatan fungsi perlu dilakukan secara efektif karena akan menghasilkan dampak positif bagi pelaku-pelaku rantai nilai.

Analisis peningkatan (upgrading) rantai nilai keripik ubi kayu

Analisis peningkatan (upgrading) rantai nilai keripik ubi kayu merupakan langkah penting untuk meningkatkan efisiensi dan profitabilitas dalam industri pengolahan ubi kayu. Rantai nilai mencakup semua kegiatan yang terlibat dalam produksi, pengolahan, dan distribusi keripik ubi kayu, mulai dari petani hingga konsumen akhir. Dalam konteks ini, upgrading dapat dilakukan melalui beberapa strategi.

Strategi Peningkatan Rantai Nilai

Untuk meningkatkan usaha keripik ubi kayu, beberapa langkah yang bisa diambil meliputi riset pasar, pengembangan produk, pemasaran yang efektif, dan peningkatan kualitas produksi. Riset pasar membantu memahami preferensi konsumen, sementara pengembangan produk bisa dilakukan dengan variasi rasa atau pengolahan bahan baku yang lebih inovatif. Pemasaran melalui media sosial dan e-commerce juga penting untuk menjangkau pasar yang lebih luas, serta peningkatan kualitas produksi bisa dilakukan dengan pelatihan SDM dan penggunaan alat produksi yang lebih baik.

Lembaga Pemasaran

Pedagang Pengecer: Keripik sering dijual di warung, toko kelontong, pasar tradisional, dan toko makanan ringan. Pengepul: Pedagang pengepul membeli keripik dalam jumlah besar dari produsen atau pemasok, kemudian menjualnya kembali kepada pedagang pengecer. Distributor: Beberapa produsen keripik bekerja sama dengan distributor untuk menjangkau pasar yang lebih luas, seperti di daerah yang jauh dari produsen.

Bahan Baku

Peningkatan Kualitas Bahan Baku Memastikan bahwa petani menggunakan varietas ubi kayu yang unggul dan teknik budidaya yang baik dapat meningkatkan kualitas bahan baku. Jenis bahan baku yang dipakai petani ialah varietas Adira 1 memiliki daging putih dan tekstur pulen, sehingga cocok untuk berbagai olahan, termasuk keripik. Varietas lainnya juga menawarkan keunggulan masing-masing, seperti hasil panen tinggi dan ketahanan terhadap hama. Kualitas bahan baku yang lebih baik akan berkontribusi pada produk akhir yang lebih berkualitas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan harga jual keripik.

Peningkatan Produk Keripik Ubi Kayu

Untuk meningkatkan produksi dan pemasaran keripik ubi kayu, pedagang keripik ubi kayu fokus pada kualitas produk, diversifikasi varian, dan pemasaran yang efektif. Selain itu, kerjasama dengan berbagai pihak dan pengembangan SDM juga penting untuk mencapai kesuksesan usaha.

1. Kualitas Produk:

Pilih Bahan Baku Berkualitas:

Pedagang keripik menggunakan ubi kayu varietas Adira 1 yang segar dan berkualitas tinggi, untuk menjaga kualitas produk olahan.

Packaging:

Tampil menonjol dari yang lain dengan kemasan standing pouch.

Merk:

Merk yang digunakan pedagang keripik seperti keripik singkong rasa keju, original dan pedas manis.

Pengenalan Pasar:

Pasar keripik ubi kayu memiliki potensi yang luas dan menarik, dengan target pasar yang beragam, mulai dari anak sekolah, mahasiswa, hingga karyawan. Keripik singkong digemari karena rasanya yang renyah, gurih, dan bisa disesuaikan dengan berbagai rasa, seperti pedas atau manis.

Sample Penjualan

Data Penjualan Harian/Mingguan: Penjualan keripik ubi kayu rasa original sebanyak 20 bungkus per hari dengan harga Rp 10.000/bungkus. Data Penjualan Berdasarkan Rasa: Keripik ubi kayu rasa pedas manis terjual lebih banyak dibandingkan rasa original. Data Penjualan Berdasarkan Besar Usaha: PGB penjualan keripik ubi kayu lebih tinggi dibandingkan PGK.

Proses Pemasakan

Kupas kulit ubi kayu, cuci bersih. Iris ubi kayu melintang hingga berbentuk bulat tipis. Kukus ubi kayu selama satu jam. Rendam ubi kayu dalam air hangat selama beberapa saat. Ulangi tahap ini sebanyak dua hingga tiga kali. Haluskan bawang putih dan garam. Masukkan ke dalam rendaman ubi kayu. Kukus kembali ubi kayu selama satu jam hingga warnanya terlihat kekuningan. Goreng hingga matang dan renyah. Keripik ubi kayu siap dikemas dan dipasarkan,

Margin – Biaya dan Keuntungan

Pemilik usaha PGK 1

$$\frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Biaya}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp. 4.000.000} - \text{Rp. 2.005.000}}{\text{Rp. 4.000.000}} \times 100\%$$

$$= 50\%$$

Jadi, margin laba kotor PGK 1 adalah 50%. Ini berarti 50% pendapatan total PGK 1 berasal dari laba kotor.

Pemilik usaha PGK 2

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Biaya}}{\text{Penjualan Bersih}} \quad \times \quad 100 \% \\ & = \frac{\text{Rp. 8.000.000} - \text{Rp. 4.025.000}}{\text{Rp. 8.000.000}} \quad \times \quad 100 \% \\ & = 50 \% \end{aligned}$$

Jadi, margin laba kotor PGK 2 adalah 50%. Ini berarti 50% pendapatan total PGK 2 berasal dari laba kotor.

Pemilik usaha PGB 1

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Biaya}}{\text{Penjualan Bersih}} \quad \times \quad 100 \% \\ & = \frac{\text{Rp. 20.000.000} - \text{Rp. 14.150.000}}{\text{Rp. 20.000.000}} \quad \times \quad 100 \% \\ & = 29\% \end{aligned}$$

Jadi, margin laba kotor PGB 1 adalah 29%. Ini berarti 29% pendapatan total PGB 1 berasal dari laba kotor.

Pemilik usaha PGB 2

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Biaya}}{\text{Penjualan Bersih}} \quad \times \quad 100 \% \\ & = \frac{\text{Rp. 40.000.000} - \text{Rp. 20.000.000}}{\text{Rp. 40.000.000}} \quad \times \quad 100 \% \\ & = 50\% \end{aligned}$$

Jadi, margin laba kotor PGB 2 adalah 50%. Ini berarti 50% pendapatan total PGB 2 berasal dari laba kotor.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pemetaan rantai nilai dilakukan pada keripik ubi kayu di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat dengan melakukan pemetaan rantai nilai dapat diketahui peta distribusi keripik ubi kayu dari mulai bahan baku sampe ke proses produksi dan sampai ke tahap distribusi. Analisis rantai nilai menghasilkan identifikasi aktivitas utama dan aktivitas pendukung dari keripik ubi kayu yang diproduksi. Selain itu dari analisis ini diketahui bahwa value added yang diperkirakan untuk seratus Kg ubi kayu yaitu sebesar Rp. 2.005.000. Value added berpotensi untuk dikembangkan dengan melakukan produksi dalam skala besar untuk meingkatkan penjualan.
2. Peningkatan rantai nilai diidentifikasi dalam beberapa aspek peningkatan yaitu proses, produk, dan fungsi. Peningkatan rantai nilai dapat dilihat pada tabel 7. Kinerja keseluruhan rantai nilai dapat ditingkatkan melalui penentuan tingkatan dalam rantai nilai yang paling efektif. Peningkatan fungsi perlu dilakukan secara efektif karena akan menghasilkan dampak positif bagi pelaku-pelaku rantai nilai.
3. Peningkatan rantai nilai keripik ubi kayu tidak hanya berfokus pada aspek produksi tetapi juga mencakup inovasi dalam pemasaran, pengolahan, serta kolaborasi antara berbagai pihak dalam rantai pasok. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, industri keripik ubi kayu yang berada di desa Air hitam,kecamatan Gebang ,Kabupaten Langkat diharapkan dapat mencapai efisiensi yang lebih tinggi, meningkatkan profitabilitas, serta memberikan manfaat ekonomi bagi semua pelaku di dalamnya.

Saran

1. Untuk pemilik usaha keripik ubi kayu disarankan menambah volume bahan baku untuk produksi keripik ubi kayu dan lebih banyak melakukan mitra dengan pedagang lainnya.
2. Untuk pemilik usaha keripik ubi kayu disarankan untuk menggunakan teknologi modern yang lebih praktis agar mempermudah dan lebih irit dalam biaya produksi keripik ubi kayu
3. Bagi pembaca diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang baik dan berguna terutama untuk peneliti yang ingin mengangkat masalah yang sama dengan penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Austin Nick. (2012). *Australian Centre for International Agricultural Research. Chief Excecutive Officer, ACIAR*
- Addlillah, F. M., Sutoni, A., & Putro, B. E. (2021). Analisis Rantai Pasok Dan Rantai Nilai Pada Kelapa Dan Ubi Jalar Di Kabupaten Cianjur Jawa Barat. In *Prosiding Seminar dan Konferensi Nasional IDEC (July)*, 1-9. <https://idec.ft.uns.ac.id/wp-content/uploads/IDEC2021/PROSIDING/LSP/ID027.pdf>
- Daly J, Hamrick D, Bamber P, Fernandez-Stark K. 2018. *Jamaica in The Arabic Coffee Value Chain Global*. Duke Value Chain Global Center. Duke University (USA).
- Fitriani, Unteawati, Fatih, Sutarni, Mutaqin. (2018). Rantai Nilai Komoditas Pertanian: Aplikasi *Value chain theory*, 102 hlm. <https://www.researchgate.net/publication/352581437>
- Gereffi, G., & Fernandez-Stark, K. (2016). *Global Value Chain Analysis: A Primer*, 2nd Edition. Global Value Chain Analysis: A Primer, 2nd Edition. <https://hdl.handle.net/10161/12488>
- Hernanda, (2018) . Analisis Rantai Nilai dan Nilai Tambah Agroindustri Berbahan Baku Ubi Kayu (Artikel Imiah)
- Ibnu, (2023). Peningkatan (Upgrading) Rantai Nilai Sektor Pertanian Indonesia: Kajian Teori dan Hasil-hasil Empiris, *JSEP*, Volume 19, No.1, Februari 2023, Halaman 39-53 p-ISSN 0853-8395; e-ISSN 2598-5922 *JSEP*
- Jannah, Yurisinthae, A yusra. (2019). Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*) Kerupuk Lidah Buaya (*Aloevera*) Pada UKM I SUN VERA di Kota Pontianak, (*Jurnal Agribisnis* 2019) <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jsep>
- Lihawa, A., Uloli, H., & Rasyid, A. (2021). Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Pada Komoditas Jagung. *Jambura Industrial Review (JIREV)*, 1(2), 94–103. <https://doi.org/10.37905/jirev.1.2.94-103>
- Nurjanah, (2017). Analisis Value Chain dan Biaya Transaksi Komoditas Ubi Kayu di Kecamatan Panumbangan Kabupaten Ciamis. *Jurnal Logistik Bisnis*, Vol. 8, No.1, Oktober 2017
- Nusmantoro, Billa. (2020). Studi Formulasi Kebijakan Pengembangan Kelembagaan Tani Kabupaten Bener Meriah. DOI prefix: 10.55927/ISSN-E: 2829-8896

<https://journal.formosapublisher.org/index.php/fjmr>

Pratama, G. R., Hardjomidjojo, H., Iskandar, A., & Muhandri, T. (2018). Analisis Rantai Nilai Agroindustri Sagu Di Kabupaten Kepulauan Meranti. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 28(2), 199–209.

<https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2018.28.2.199>

Rahmatin, Sucipto, Lestari, (2019). Analisis Rantai Nilai Berbagai Skala Usaha Ayam Broiler di Kabupaten Jombang, Jawa Timur, Volume 8 Nomor 3: 183-196 (2019)

Rohmanu, Murdianto, Sumarsono, Jamianto, Prasasti. (2022). Pengembangan Rantai Nilai Komoditas Unggul Sektor Pertanian Padi di Kabupaten Ponorogo dan Kabupaten Madiun Provinsi Jawa Timur, Vol. 2 No. 1 Februari 2022 (Jurnal Pusat Studi Jawa Timur Pascasarjana Universitas Islam Malang) <http://jpsjt.unisma.ac.id/index.php/jpsjt>

Sibuea, M. B., Lestari, A. A., Ahmad, F. F., & Nasution, N. (2021). Supply Chain Analysis Of Copra (Empirical Study in North Sumatra and Aceh). *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 4(2), 53-57.

Veal A J. 2005. *Business Research Method: A Managerial Approach*. Pearson Education. Australia.

Waisundara. (2018). Hubungan Unsur Iklim Terhadap Produktivitas Tanaman Ubi Kayu (*Manihot esculenta* Crantz) Di Kabupaten Malang. *Journal of Agricultural Science* 2020. 5(2)118-128.

Yusuf, Rangkuti. (2019). Analisis Neraca Perdagangan Indonesia-India Periode 2013-2018. *Jurnal: Penelitian Medan Agama* Vol. 10, No. 1, 2019

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“Analisis Rantai Nilai Keripik Ubi Kayu di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat”

Dengan Hormat,

Saya Puspita Wulan Rahmadani, Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ingin menyampaikan kuesioner penelitian mengenai “Analisis Rantai Nilai Ubi Kayu di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat” Sebagai pengumpulan data yang diperlukan untuk tugas akhir.

A. Identitas Responden

Nama :

No. Hp/ Telepon :

Alamat :

Jenis Kelamin :

- a. Laki-laki b. Perempuan

Pendidikan Terakhir :

- a. SD
b. SMP
c. SMA/SMK
d. D3
e. S1
f. Lainnya, sebutkan.....

Usia :

Status :

- a. Menikah
- b. Belum menikah
- c. Duda / janda

Pekerjaan :

- a. Petani
- b. Pengepul kampung/ desa/ kecil/.....
- c. Pedangan perantara –

Lama Merintis usaha(bulan) :

Luas Tanah

(Lapak Usaha) (ha)

a. Tahun awal Usaha :

Cara mempelajari pemasaran

keripik ubi kayu

- :**
- a. Keluarga
 - b. Pelatihan
 - c. Pendidikan di sekolah
 - d. Lainnya, sebutkan..

Status Lahan

- :**
- a. Milik sendiri
 - b. Sewa
 - c. Lainnya, sebutkan

Status dengan Perusahaan

(Nama Perusahaan)

- a. Kemitraan
- b. Kontrak
- c. Informal : secara verbal
- d. Informal : atas dasar kepercayaan
- e. Lainnya, sebutkan..

Rata-rata pendapatan perhari (keripik) :

Rata-rata pengeluaran perhari :

**Tantangan yang dihadapi selama
penjualan keripik :**

B. PROSES *MAPPING VALUE CHAIN*

1. Dimana saja penjualan keripik ubi kayu yang anda produksi ?
 - a. Pedagang kecil
 - b. Agen
 - c. Eksportir
 - d. Lainnya, sebutkan.....
2. Apa keuntungan yang anda peroleh dari menjual (men-supply) secara langsung ke pihak selanjutnya? (lanjutan soal nomor 1)
 - a. Pendapatan lebih tinggi dan layak (sesuai)
 - b. Diversifikasi sumber pendapatan
 - c. Pendapatan teratur (lebih teratur karena adanya kepastian)
 - d. Lainnya, sebutkan.....
3. Apakah perusahaan (pembeli) memberi informasi terkait standarisasi produk? Jika, Ya sebutkan standarisasi yang dimaksud.
 - a. Ukuran
 - b. Warna
 - c. Lainnya, sebutkan....
4. Apakah perusahaan (pembeli) memberikan dukungan dalam mencapai standar produk? Jika, Ya berapa kali dan dalam bentuk apa.
 - a. Pelatihan dalam pemasaran
 - b. Pelatihan manajemen
 - c. Lainnya, sebutkan.....
5. Apa hubungan yang terjadi antara Anda dengan pembeli (perusahaan atau pengecer)?
 - a. Spot market relation (transaksi putus tanpa ada kontrak)
 - b. Persisten network relation (transaksi atas dasar kepercayaan tanpa ada kontrak)
 - c. Horizontal integration (membentuk organisasi pada level yang sama)

C. PROSES PENENTUAN POLA *UPGRADING*

1. Bagaimana Anda menentukan jenis Ubi kayu yang baik untuk diolah menjadi keripik? Dari mana Anda mengetahui informasi tersebut? Jawab:
2. Apa Anda tahu jenis (varietas) ubi kayu sangat mempengaruhi jumlah dan kualitas produk? Dari mana Anda mengetahui informasi tersebut? Jawab:
3. Bagaimana Anda menentukan standar keripik ubi kayu yang akan dijual? Dari mana Anda mengetahui informasi tersebut? Jawab:
4. Apa ada perbedaan pada produk keripik anda dengan produk keripik yg lain? Jawab:
6. Apa perubahan (perbedaan) tersebut bertujuan untuk peningkatan kualitas dari keripik ubi kayu? Jawab:
7. Apa saja perubahan yang terjadi? Jawab :

Lampiran 2. Karakteristik Sampel

No Karakteristik	Pelaku Rantai Nilai			
	PGK		PGB	
	Jmlh	%	jmlh	%
Jenis Kelamin:				
Perempuan	4	40%	0	
Laki-laki	4	40%	2	20%
Usia:				
20-30	1	10%	1	10%
31-40	2	20%	1	10%
41-50	4	40%	0	
51-60	1	10%	0	
61-70	0		0	
Pendidikan:				
SD	1	10%	0	
SMP	5	50%	0	
SMA	3	30%	0	
S1	0		1	10%
Kepemilikan Lahan				
a. Milik pribadi	9	90%	1	10%
b. Sewa	0		0	
Lama merintis Usaha				
a. 1 - 3 Tahun				
b. 4 - 6 Tahun	5	50%	0	
c. 7 - 9 Tahun	4	40%	0	
d. 10 - 12 Tahun	0		0	
e. > 12 Tahun	0		1	10%
Cara mempelajari pemasaran keripik				
Teman	0		0	
Keluarga	9	90%	1	10%

Bimbingan dari lembaga

Penjual lain dan instansi lain

0

0

Lampiran 3. Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki - Laki	6	60 %
2	Perempuan	4	40 %
	Jumlah	10	100 %

Lampiran 4. Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	20 - 30	4	40 %
2	31 - 40	2	20 %
3	41 - 50	3	30 %
4	51 - 60	1	10 %
		10	100 %

Lampiran 5. Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	SD	1	10 %
2	SMP	4	40 %
3	SMA	4	40 %
4	S1	1	10 %
		10	100 %

Lampiran 6. Rantai Nilai

Pelaku	Rantai Nilai	
	Harga Jual Rp/Kg	Marjin Pemasaran Rp/Kg
Petani	1.500	-
Produsen	4.000	2.500
PGB	7.000	3.000
PGK	8.000	2.000
Konsumen	10.000	2.000
Total		9.500

Lampiran 4. Biaya Alat dan Bahan Keripik Ubi Kayu Pedagang Kecil

1

No	Jenis Biaya	Harga Satuan	Jumlah	Harga Total
1	Ubi Kayu	1.500	100 Kg	150.000
2	Wajan	200.000	2 unit	400.000
3	Tungku Kayu	100.000	2 unit	200.000
4	Minyak Goreng/Liter	14.000	20 Liter	280.000
5	Alat Parutan Keripik	20.000	5 unit	100.000
6	Penyedap Rasa	50.000	2 pcs	100.000
7	Plastik Kemasan	50.000	4 pcs	200.000
8	Label/Logo Produk	25.000	2 pcs	50.000
9	Listrik	25.000	1 hari	25.000
10	Tenaga Kerja	100.000	5 orang	500.000
Total Harga				Rp. 2.005.000

Lampiran 5. Biaya Alat dan Bahan Keripik Ubi Kayu Pedagang Kecil

2

No	Jenis Biaya	Harga Satuan	Jumlah	Harga Total
1	Ubi Kayu	1.500	200 Kg	300.000
2	Wajan	200.000	4 unit	800.000
3	Tungku Kayu	100.000	4 unit	400.000
4	Minyak Goreng/Liter	14.000	50 Liter	700.000
5	Alat Parutan Keripik	20.000	10 unit	500.000
6	Penyedap Rasa	50.000	4 pcs	200.000
7	Plastik Kemasan	50.000	8 pcs	400.000
8	Label/Logo Produk	25.000	5 pcs	125.000
9	Listrik	50.000	1 hari	50.000
10	Tenaga Kerja	100.000	6 orang	600.000
Total Harga				Rp. 4.025.000

Lampiran 6. Biaya Alat dan Bahan Keripik Ubi Kayu Pedagang Besar

1

No	Jenis Biaya	Harga Satuan	Jumlah	Harga Total
1	Ubi Kayu	1.500	500 Kg	750.000
2	Wajan	300.000	10 unit	3.000.000
3	Tungku Kayu	200.000	10 unit	2.000.000
4	Minyak Goreng/Liter	14.000	200 Liter	2.800.000
5	Alat Parutan Keripik	100.000	10 unit	1.000.000
6	Penyedap Rasa	50.000	40 pcs	2.000.000
7	Plastik Kemasan	50.000	20 pcs	1.000.000
8	Label/Logo Produk	25.000	20 pcs	500.000
9	Listrik	100.000	1 hari	100.000
10	Tenaga Kerja	100.000	10 orang	1.000.000
Total Harga				Rp. 14.150.000

Lampiran 7. Biaya Alat dan Bahan Keripik Ubi Kayu Pedagang Besar

2

No	Jenis Biaya	Harga Satuan	Jumlah	Harga Total
1	Ubi Kayu	1.500	1.000 Kg	1.500.000
2	Wajan	300.000	10 unit	3.000.000
3	Tungku Kayu	200.000	10 unit	2.000.000
4	Minyak Goreng/Liter	14.000	400 Liter	5.600.000
5	Alat Parutan Keripik	100.000	10 unit	1.000.000
6	Penyedap Rasa	50.000	80 pcs	4.000.000
7	Plastik Kemasan	50.000	40 pcs	2.000.000
8	Label/Logo Produk	25.000	40 pcs	1.000.000
9	Listrik	200.000	1 hari	200.000
10	Tenaga Kerja	100.000	15 orang	1.500.000
Total Harga				Rp. 20.800.000

DOKUMENTASI



