



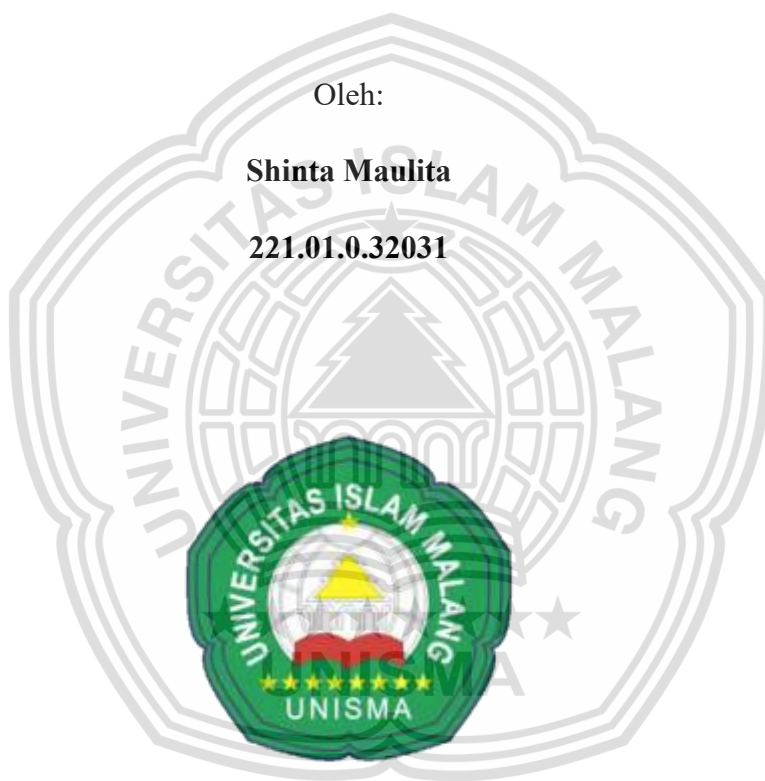
**ANALISIS NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
PANGAN FUNGSIONAL TEPUNG SAYUR PAKCOY UMKM MAHESTY
KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh:

Shinta Maulita

221.01.0.32031



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2025

**ANALISIS NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
PANGAN FUNGSIONAL TEPUNG SAYUR PAKCOY UMKM MAHESTY
KOTA MALANG**

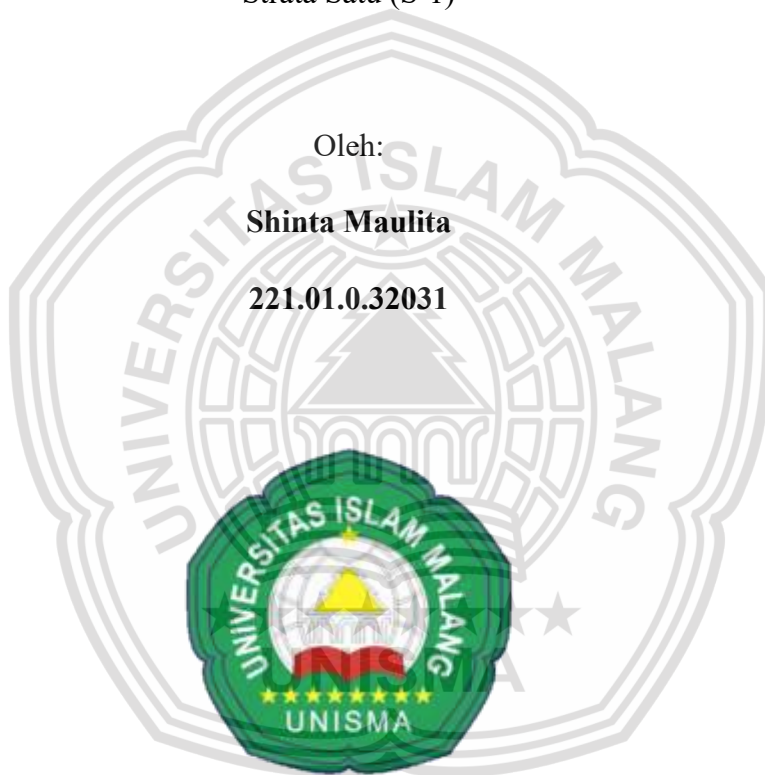
SKRIPSI

Di ajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Strata Satu (S-1)

Oleh:

Shinta Maulita

221.01.0.32031



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2025

RINGKASAN

Shinta Maulita (22101032031) Analisis Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan Pangan Fungsional Tepung Sayur Pakcoy UMKM MAHESTY Kota Malang Dosen Pembimbing: 1. Dr. Ir. Zainul Arifin M.P 2. Titis Surya Maha Rianti S.P., M.P.

UMKM Mahesty merupakan salah satu pencetus inovasi baru produk tepung sayur pakcoy di Kota Malang yang baru diluncurkan pada tahun 2023. Produk ini memiliki nilai jual tinggi karena menggunakan 100% bahan baku sayur pakcoy hidroponik tanpa pestisida, yang dibudidayakan secara mandiri melalui kerja sama dengan Kebun Baryat Jatimulyo dan beberapa mitra hidroponik lainnya. Produk tepung sayur pakcoy dijual seharga Rp75.000 per kemasan 50 gram. Pengolahan tersebut memberikan nilai tambah menjadi produk yang kompetitif sekaligus meningkatkan profitabilitas perusahaan. Namun, UMKM Mahesty menghadapi beberapa kendala diantaranya belum ada pengolahan biaya yang mendetail dan perusahaan belum memiliki administrasi yang tersistematis sehingga tidak diketahui seberapa besar nilai tambah yang dihasilkan dan profitabilitas yang diperoleh dari penjualan tepung sayur pakcoy. Selain itu, tepung sayur pakcoy merupakan inovasi baru yang perlu diteliti lebih dalam terkait kualitas, variasi, harga, kemasan dan citra merek produk untuk meningkatkan kualitas, daya saing dan citra produk ketika dipasarkan secara luas. Sehingga diperlukan strategi pengembangan produk yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk. Oleh karena itu, adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui nilai tambah, profitabilitas dan strategi pengembangan produk tepung sayur pakcoy UMKM Mahesty.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari–Februari 2025 di UMKM Mahesty dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Responden pada penelitian ini diambil secara *purposive sampling* yakni berasal dari pelaku usaha sebagai *key informan* dan 50 konsumen tepung sayur pakcoy. Data penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara secara langsung dengan media kuesioner cetak, observasi dan laporan perusahaan. Analisis pada penelitian ini mencakup analisis nilai tambah menggunakan metode hayami, analisis profitabilitas dengan dihitung nilai *Break Event Point* (BEP), *Margin Of Safety* (MOS) dan *Marginal Income Ratio* dan strategi pengembangan produk menggunakan SWOT.

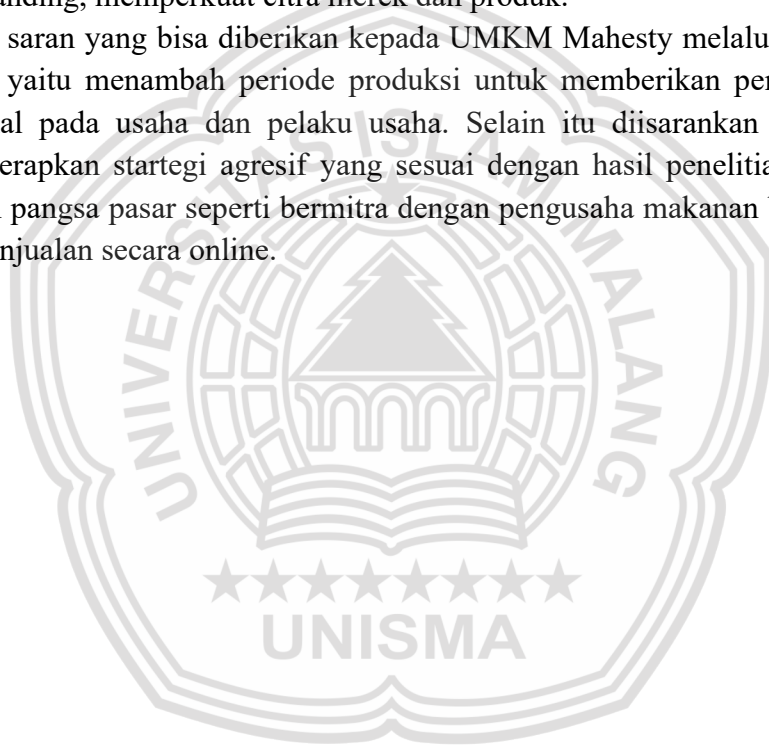
Berdasarkan hasil analisis nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan sayur pakcoy menjadi tepung sayur pakcoy menunjukkan bahwa 30 kg sayur pakcoy menjadi 1 kg tepung menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 26.000 per kilogram sayur pakcoy. Rasio nilai tambah yang didapatkan pada produksi tepung sayur pakcoy termasuk dalam kategori nilai tambah tinggi yaitu 52% yang menunjukkan bahwa nilai tersebut di atas 15-40%.

Analisis Profitabilitas tepung sayur pakcoy menunjukkan bahwa nilai BEP sebesar Rp190.409,48, MIR mencapai 38,67%, dan MOS berada pada angka 87,31%. Dari keseluruhan data, diperoleh tingkat profitabilitas sebesar 33,76%,

yang tergolong tinggi karena melebihi standar 20%. Temuan ini mengindikasikan bahwa jika UMKM Mahesty mampu menjual seluruh volume produksi, maka usaha ini berpotensi menghasilkan laba bersih sebesar 33,76%.

Hasil analisis SWOT mengenai startegi pengembangan produk tepung sayur pakcoy UMKM Mahesty berada di kuadran 1 atau berada pada strategi agresif, dimana strategi yang digunakan adalah SO (*Strength-Opportunity*). Posisi ini sangat menguntungkan bagi pelaku usaha karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan produk secara maksimal. Strategi yang harus diterapkan adalah meningkatkan kualitas dengan menggunakan mesin terbaru *freeze dryer*, memperkuat merek dengan menambah tagline *premium health brand* untuk meningkatkan kebutuhan konsumen serta memanfaatkan kebijakan pemerintah melalui fasilitas promosi dan pelatihan pengembangan produk UMKM untuk membranding, memperkuat citra merek dan produk.

Adapun saran yang bisa diberikan kepada UMKM Mahesty melalui adanya penelitian ini yaitu menambah periode produksi untuk memberikan pemasukan yang maksimal pada usaha dan pelaku usaha. Selain itu disarankan UMKM Mahesty menerapkan startegi agresif yang sesuai dengan hasil penelitian. Serta meningkatkan pangsa pasar seperti bermitra dengan pengusaha makanan bayi dan melakukan penjualan secara online.



ABSTRACT

Shinta Maulita (22101032031) Analysis of Added Value and Development Strategy for Functional Food Vegetable Flour Pakcoy UMKM MAHESTY Malang City Supervisor : 1. Dr. Ir. Zainul Arifin M.P 2. Titis Surya Maha Rianti S.P., M.P.

UMKM Mahesty is one of the originators of the new innovation of pak choy vegetable flour products in Malang City which will only be launched in 2023. This product has a high selling value because it uses 100% hydroponic pak choy vegetable raw materials without pesticides, which are cultivated independently in collaboration with Kebun Baryat Jatimulyo and several other hydroponic partners. Pakchoy vegetable flour products are sold for IDR 75,000 per 50 gram package. This processing provides added value into a competitive product while increasing the company's profitability. However, Mahesty MSMEs face several obstacles, including the lack of detailed cost processing and the company not having systematic administration, so it is not known how much added value is generated and the profitability obtained from selling pak choy vegetable flour. Apart from that, pak choy vegetable flour is a new innovation that needs to be researched more deeply regarding the quality, variety, price, packaging and brand image of the product to improve the quality, competitiveness and image of the product when marketed widely. So an effective product development strategy is needed to increase product competitiveness. Therefore, the aim of this research is to determine the value, profitability and strategy for developing Mahesty UMKM Pakcoy vegetable flour products.

This research was conducted in January–February 2025 at MSME Mahesty using a qualitative and quantitative approach. Respondents in this study were taken using purposive sampling, namely from business actors as key informants and 50 consumers of pak choy vegetable flour. This research data was collected through direct interviews using printed questionnaires, observations and company reports. The analysis in this research includes added value analysis using the Hayami method, profitability analysis by calculating the Break Event Point (BEP), Margin of Safety (MOS) and Marginal Income Ratio values and product development strategies using SWOT.

Based on the results of the analysis of the added value obtained from processing Pak Choy vegetables into Pak Choy vegetable flour; it shows that 30 kg of Pak Choy vegetables into 1 kg of flour produces an added value of IDR 26,000 per kilogram of Pak Choy vegetables. The added value ratio obtained in the production of pak choy vegetable flour is included in the high added value category, namely 52%, which indicates that the value is above 15-40%.

Profitability analysis of pak choy vegetable flour shows that the BEP value is IDR 190,409.48, MIR reaches 38.67%, and MOS is at 87.31%. From the overall

data, a profitability level of 33.76% was obtained, which is considered high because it exceeds the standard of 20%. These findings indicate that if MSME Mahesty is able to sell the entire production volume, then this business has the potential to generate a net profit of 33.76%.

The results of the SWOT analysis regarding the development strategy for UMKM Mahesty's pakchoy vegetable flour products are in quadrant 1 or in an aggressive strategy, where the strategy used is SO (Strength-Opportunity). This position is very profitable for business actors because they have strengths and opportunities that can be utilized for maximum product development. The strategy that must be implemented is to improve quality by using the latest freeze dryer machines, strengthen the brand by adding a premium health brand tagline to increase consumer needs and take advantage of government policies through promotional facilities and MSME product development training for branding, strengthening brand and product image.

The advice that can be given to Mahesty MSMEs through this research is to increase the production period to provide maximum income to businesses and business actors. Apart from that, it is recommended that Mahesty MSMEs implement aggressive strategies that are in accordance with the research results. As well as increasing market share such as partnering with baby food entrepreneurs and selling online.



BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan pangan fungsional di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat setiap tahunnya (Handito et al., 2020). Perkembangan ini didukung oleh penelitian dan inovasi yang dilakukan oleh para peneliti dan produsen makanan, yang terus berusaha membuat produk dengan kandungan bioaktif yang bermanfaat. Pangan fungsional yang mengandung komponen bioaktif yang bermanfaat bagi kesehatan telah menjadi fokus utama dalam perusahaan pangan global (Khoerunisa, 2020). Selain itu, pertumbuhan perusahaan pangan fungsional di Indonesia juga didorong oleh kebijakan pemerintah yang mendorong pengembangan pangan lokal serta peningkatan permintaan konsumen terhadap barang-barang yang alami dan berkhasiat. Pangan fungsional adalah pangan yang melakukan fungsi lain selain nutrisi, yaitu kesehatan (Handito et al., 2020). Menurut Badan POM, pangan fungsional adalah pangan yang secara alami atau telah diproses mengandung satu atau lebih bahan yang berdasarkan studi ilmiah dianggap memiliki manfaat fisiologis tertentu bagi kesehatan. Mereka memiliki fitur visual, warna, tekstur, dan rasa yang dapat diterima oleh pengguna saat dikonsumsi seperti makanan atau minuman. Selain itu, tidak menimbulkan kontra indikasi atau efek samping yang mengganggu dosis yang disarankan dari zat gizi lainnya.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) melalui hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2019 menunjukkan bahwa rata rata pengeluaran bulanan penduduk Indonesia untuk mengkonsumsi sayur hanya sebesar 209,89 gram per kapita sehari. Angka ini masih jauh di bawah rekomendasi Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) dan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yang menyarankan konsumsi sayuran sebesar 400 gram per orang per hari. Rendahnya konsumsi sayur ini menjadi indikasi lemahnya kesadaran gizi masyarakat serta keterbatasan variasi olahan sayuran dalam kehidupan sehari-hari. Situasi ini menjadi tantangan sekaligus peluang untuk melakukan inovasi dalam pengolahan sayuran sebagai upaya meningkatkan minat konsumsi masyarakat (Agustina et al., 2024). Sehingga inovasi pengolahan ini menjadi solusi untuk pemenuhan konsumsi sayur di Indonesia.

Sejalan dengan situasi yang sedang terjadi, salah satu bahan pangan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk pangan fungsional adalah pakcoy (*Brassica rapa subs. Chinensis*). Sayur pakcoy memiliki sifat mudah rusak tidak tahan dalam waktu lama, sehingga diperlukan adanya proses pengolahan lebih lanjut untuk memperpanjang masa simpan dan meningkatkan nilai tambah (Dameria Feronica, 2023). Nilai tambah adalah perubahan nilai yang disebabkan oleh input yang diperlakukan selama proses produksi (Azmita et al., 2019). Konsep ini memahami bagaimana suatu produk dapat memiliki nilai yang lebih tinggi daripada bahan bakunya. Berdasarkan definisi tersebut kegiatan yang harus dilakukan agar sayur pakcoy mempunyai nilai tambah adalah dengan melakukan pengolahan.

Salah satu pengolahan yang dapat dilakukan yakni mengolah sayur pakcoy menjadi produk pangan fungsional tepung sayur pakcoy. Proses pengolahan yang dilakukan ini tidak hanya memperpanjang umur simpan, tetapi juga meningkatkan nilai tambah, diversifikasi produk dan keuntungan bagi produsen. Tepung pakcoy yang dihasilkan kaya akan nutrisi, sehingga dapat digunakan sebagai bahan baku dalam berbagai produk makanan sehat, seperti roti, kue, dan makanan ringan lainnya. Selain itu, pengolahan sayur pakcoy ini tidak hanya membantu meningkatkan nilai tambah sayur pakcoy, tetapi juga memenuhi permintaan konsumen yang semakin meningkat terhadap makanan bergizi dan fungsional.

UMKM Mahesty merupakan salah satu pencetus inovasi baru produk tepung sayur pakcoy di Kota Malang. Lokasi produksi tepung sayur pakcoy terletak di kecamatan Blimbing, Kabupaten Malang. Tepung sayur pakcoy memiliki nilai jual yang cukup tinggi. Hal ini disebabkan karena bahan baku yang digunakan yakni sayur pakcoy tanpa pestisida yang dibudidayakan sendiri oleh UMKM Mahesty. Selain itu untuk menjaga kualitas produk, UMKM Mahesty tidak menambahkan bahan lain. Dengan adanya kualitas pengolahan tersebut memberikan nilai tambah pada hasil pertanian menjadi produk yang kompetitif. Selain meningkatkan nilai dari sayur pakcoy, penjualan tepung sayur pakcoy meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Ali Qadir & Afrasyaw Fatah, 2023), ditunjukkan dengan laba yang

dihasilkan dari penjualan dan pendapatan. Profitabilitas memberikan gambaran mengenai seberapa efisien perusahaan dalam mengelola sumber daya yang ada untuk menghasilkan keuntungan (Puspita Lianti Putri, 2024). Profitabilitas dalam kegiatan operasional UMKM merupakan elemen penting untuk menjamin keberlangsungan dan keberhasilan hidup perusahaan pada masa yang akan datang (Todić & Ranko, 2023). Keberhasilan UMKM dapat dilihat dari kemampuan untuk dapat bersaing dipasar. Dalam memberikan keberhasilan persaingan produk di pasaran dan menunjang tercapainya keuntungan perusahaan yang maksimal, diperlukan strategi pengembangan produk yang terencana. Dengan dilakukan strategi tersebut, produk akan memiliki daya saing yang tinggi dibanding produk lainnya. Selain itu akan membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan terhadap produk dan meningkatkan profit. Profitabilitas UMKM sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk strategi pengembangan yang diterapkan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang tepat dapat memainkan peran penting dalam memberikan daya saing serta meningkatkan profitabilitas UMKM.

Namun berdasarkan observasi yang telah dilakukan, UMKM Mahesty menghadapi beberapa kendala diantaranya belum ada pengolahan biaya yang mendetail pada produk tepung sayur pakcoy dan perusahaan belum memiliki administrasi yang tersistematis sehingga tidak diketahui seberapa besar nilai tambah yang dihasilkan dan profitabilitas yang diberikan dari produk tepung sayur pakcoy pada perusahaan. Hal ini perlu diteliti karena dalam menjalankan sebuah usaha indikator pengelolaan biaya dan administrasi perusahaan menjadi salah satu aspek yang dapat menunjukkan tingkat keberhasilan suatu usaha dalam menghasilkan produk olahannya serta untuk menentukan keberlanjutan usaha (Dameria Feronica, 2023). Selain itu, produk tepung sayur pakcoy yang diciptakan UMKM Mahesty merupakan inovasi baru yang perlu diteliti lebih dalam terkait aroma, tekstur, rasa, warna dan atribut produk untuk meningkatkan kualitas, daya siang dan citra produk sebelum dipasarkan secara luas. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan produk yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti mengambil topik “Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Pangan Fungsional Tepung Sayur Pakcoy UMKM Mahesty Kota Malang”. Banyak penelitian yang berfokus pada potensi bahan pangan lokal secara umum, namun belum ada studi yang secara khusus mengeksplorasi bagaimana pengolahan pakcoy menjadi tepung yang dapat memberikan nilai tambah, profitabilitas usaha dan strategi pengembangan produk yang memiliki daya saing. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang mendalam tentang nilai tambah tepung sayur pakcoy, analisis profitabilitas dan strategi pengembangan produk yang tepat agar UMKM Mahesty dapat meningkatkan daya saingnya dan memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat untuk produk. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan informasi kepada konsumen tentang manfaat kesehatan dari tepung sayur pakcoy, tetapi juga memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai potensi pengolahan pangan fungsional dari sayur pakcoy.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, dapat dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana nilai tambah produk pangan fungsional tepung sayur pakcoy UMKM Kota Malang?
2. Bagaimana nilai profitabilitas produk pangan fungsional tepung sayur pakcoy UMKM Kota Malang?
3. Bagaimana strategi pengembangan produk tepung sayur pakcoy UMKM Mahesty Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis nilai tambah produk pangan fungsional tepung sayur pakcoy UMKM Mahesty Kota Malang.
2. Menganalisis nilai profitabilitas produk pangan fungsional tepung sayur pakcoy UMKM Kota Malang
3. Menganalisis strategi pengembangan produk tepung sayur pakcoy UMKM Mahesty Kota Malang.

1.4 Batasan Penelitian

Pembahasan batasan dalam penelitian ini bertujuan untuk membatasi pada aspek pembahasan pokok permasalahan penelitian saja. Ruang lingkup menentukan konsep utama dari permasalahan sehingga problem dalam penelitian dapat dimengerti dan dicerna dengan baik. Penelitian tentang “Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Pangan Fungsional Tepung Sayur Pakcoy UMKM Mahesty Kota Malang” akan membahas 3 poin utama, sebagai berikut:

1. Analisis nilai tambah meneliti biaya produksi, harga jual dan keuntungan yang diperoleh dari produk tepung sayur pakcoy.
2. Profitabilitas yang akan meneliti keberhasilan industri dalam memperoleh laba dari produk tepung sayur pakcoy.
3. Strategi pengembangan produk yang akan diidentifikasi berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal dalam analisis SWOT dan merekomendasikan strategi pengembangan produk untuk meningkatkan daya saing produk.
4. Sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel internal dan eksternal. Sampel internal yakni pelaku usaha UMKM Mahesty, sedangkan sampel eksternal yaitu konsumen tepung sayur pakcoy.

1.5 Manfaat dan Output Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, maka dapat disusun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam pada UMKM Mahesty mengenai nilai tambah, profitabilitas dan strategi pengembangan produk tepung sayur pakcoy, sehingga dapat mengidentifikasi keunggulan dan strategi pengembangan produk yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk di pasar.
2. Memberikan wawasan tentang produk tepung sayur pakcoy yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber nutrisi dan kesehatan. Selain itu dapat mendorong permintaan pasar dan memperluas jangkauan produk.
3. Membangun strategi pengembangan yang berkelanjutan bagi UMKM disektor pangan dengan merumuskan inovasi produk dan diversifikasi yang

sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga meningkatkan keberlanjutan usaha.

1.5.2 Output Penelitian

Output penelitian ini berupa artikel ilmiah yang akan diterbitkan pada JASE
(*Journal of Agricultural Socio-Economics*)



BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian nilai tambah, profitabilitas dan strategi pengembangan produk maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil analisis nilai tambah menunjukkan bahwa pengolahan 30 kg sayur pakcoy menjadi tepung menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 21.000 per kilogram sayur pakcoy. Rasio nilai tambah yang didapatkan pada produksi tepung sayur pakcoy yaitu 46,7%. Nilai tersebut masuk pada kategori nilai tambah tinggi yakni $> 40\%$, namun hampir menyentuh kategori sedang (15-40%).
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai BEP sebesar Rp190.409,48, MIR mencapai 38,67%, dan MOS berada pada angka 87,31%. Dari keseluruhan data, diperoleh tingkat profitabilitas sebesar 33,76%, yang tergolong tinggi karena melebihi standar 20%. Temuan ini mengindikasikan bahwa jika UMKM Mahesty mampu menjual seluruh volume produksi, maka usaha ini berpotensi menghasilkan laba bersih sebesar 33,76%.
3. Posisi titik berada pada kuadran I, situasi ini yang sangat menguntungkan bagi UMKM Mahesty karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan secara maksimal. Strategi yang harus diterapkan adalah meningkatkan kualitas dengan menggunakan mesin terbaru *freeze dryer*, memperkuat merek dengan menambah tagline *premium health brand* untuk meningkatkan kebutuhan konsumen dan memanfaatkan kebijakan pemerintah melalui fasilitas promosi dan pelatihan pengembangan produk UMKM untuk membranding, memperkuat citra merek dan produk.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai nilai tambah, profitabilitas dan strategi pengembangan maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk UMKM Mahesty, produk tepung sayur pakcoy umkm mahesty telah mencapai profitabilitas yang tinggi. Namun dalam periode produksi belum maksimal yakni hanya melakukan produksi sebanyak dua kali dalam satu bulan. Sehingga disarankan untuk menambah periode produksi untuk memberikan pemasukan yang maksimal pada usaha dan pelaku usaha. Selain

itu disarankan UMKM Mahesty menerapkan startegi agresif yang sesuai dengan hasil penelitian. Serta meningkatkan pangsa pasar seperti bermitra dengan pengusaha makanan bayi dan melakukan penjualan secara online.

2. Untuk pemerintah lebih mendata dan mendorong perkembangan UMKM secara intensif, memberikan rekomendasi-rekomendasi pengembangan produk dari berbagai aspek serta menjaga kebijakan kebijakan positif yang telah digelontorkan untu mendukung UMKM.
3. Untuk mahasiswa yang akan meneliti topik yang relevan disarankan untuk menambahkan variabel penelitian pada analisis startegi pengembangan untuk melihat lebih detail dan merumuskan strategi pengembangan yang maksimal.



DAFTAR PUSTAKA

- Adita, E. C. S., Simatupang, J. T., & Timbul Soh Berutu, P. S. (2022). *Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk Robusta*. 8(1), 2022.
- Aditya Rezky, R., Rezky, Hasby Puarada, S., Adhiana, & Suryadi. (2024). Analisis Kelayakan dan Profitabilitas Agroindustri Keripik Di Desa Mane Tunong Kecamatan Muara Batu Kabupaten Aceh Utara (Studi Kasus Agroindustri Keripik Kelompok Wanita Tani Bungong Mane). *Jurnal Mahasiswa Agribisnis*, 3(1), 20–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.29103/jma.v3i1.17990>
- Agatha, R., Khoiriyah², N., & Arifin, Z. (2024). Strategi Pemasaran Madumongso Pada Industri Rumah Tangga Ar-Rohmah Di Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 12(2), 1–9. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/index>
- Agustina, A., Arifin, Z., & Siswadi, B. (2024). Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Rujak Buah Segar (Studi Kasus: Rujak Njedor Kota Batu). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 12(6), 1–7. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/index>
- Ais Zakiyudin. (2018). Membangun Kinerja Perusahaan Melalui Perencanaan Strategis Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 2(1), 20–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jp.v1i1.2361>
- Akhiroh, P., Mochammad Dinata, J., & Nugroho, E. (2023). The feasibility of broiler farming in a partnership model. *BIO Web of Conferences*, 81, 1–11. <https://doi.org/10.1051/bioconf/20238100020>
- Ali Qadir, K., & Afrasyaw Fatah, N. (2023). Impact Of Social Media Advertising on The Profitability of SMEs In Sulaymaniyah City. *Journal of University of Raparin*, 10(4), 907–923. [https://doi.org/10.26750/vol\(10\).no\(4\).paper40](https://doi.org/10.26750/vol(10).no(4).paper40)
- Aprillia Darmansah, S. Y. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30.
- Apriyani, D., Muchariman, R., & Trisna Wijaya, dan. (2021). *Peningkatan Nilai Tambah Susu Kambing Etawa Di Um Purefresh Kabupaten Ciamis*.
- Arziyah, D., Yusmita, L., & Wijayanti, R. (2022). Analisis Mutu Organoleptik Sirup Kayu Manis Dengan Modifikasi Perbandingan Konsentrasi Gula Aren Dan Gula Pasir. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta*, 1(2), 105–109. <https://doi.org/10.47233/jppie.v1i2.602>
- Azmita, N., Mutiara, V. I., & Hidayat, R. (2019). Analisis Nilai Tambah dan Profitabilitas Usaha Tahu Alami Di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. *JOSETA: Journal of Socio-Economics on Tropical Agriculture*, 1(3). <https://doi.org/10.25077/joseta.v1i3.179>
- Bot, J. B., Arifin, Z., Surya, T., & Rianti, M. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Petik Jeruk Di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 1(2), 1–10.
- Chrestiana Aponno, & Septina Louisa Siahaya. (2023). Analisis Nilai Tambah Produk Keripik Salak Menggunakan Metode Hayami. *AKUA: Jurnal*

- Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 206–212. <https://doi.org/10.54259/akua.v2i3.1860>
- Cristian Siburian, B. L., Alfianti, D., Fitriani, I., & Renata Siregar, S. L. (2024). Analisa Contribution Margin Terhadap Perencanaan Penjualan Produk Pada Toko Roti Bekasi. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 2(2), 430–437. <https://doi.org/10.61787/9g28qn91>
- Dailami, A., Kardofa, M., & Saputra, J. (2024). Analysis of Break Even Point and Margin of Safety as a Basis for Profit Planning at PT Unilever Indonesia Tbk in 2017-2021. *International Journal of Global Operations Research*, 5(3), 147–152. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.47194/ijgor.v5i3.324>
- Dameria Feronica, Yudi Ferrianta, & Masyhudah Rosni. (2023). Analisis Nilai Tambah Dan Profitabilitas Usaha Pengolahan Amplang Ikan Tenggiri Di Kecamatan Pulau Laut Utara Kabupaten Kotabaru (Studi Kasus Usaha Amplang Ikan Meilan). *Frontier Agribisnis*, 2, 182–190.
- Dameria Feronica*, Yudi Ferrianta, & Masyhudah Rosni. (2023). Value Added and Profitability Analysis of Spanish Mackerel Amplang Business in Pulau Laut Utara District, Kotabaru Regency (Case Study of Meilan Spanish Mackerel Amplang Business). *JTAM Prodi Agribisnis Universitas Lampung Mangkurat*, 7(2), 182–190. <https://doi.org/https://doi.org/10.20527/frontbiz.v7i2.9412>
- Dominiko, T. A., Setyobudi, L., Jurusan, H., Pertanian, B., & Pertanian, F. (2018). Respon Tanaman Pakcoy (*Brassica Rapachinensis*) Terhadap Penggunaan Pupuk Kascing. *Jurnal Produksi Tanaman*, 6(1), 188–193.
- Eka, Jumawan Jasman, & Asriany. (2023). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Student Research Journal*, 1(1), 394–409.
- Febiola, A., Hermita Sadeli, A., Hapsari, H., & Nurul Utami Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Uuniversitas Padjadjaran Jalan Raya Bandung-Sumedang Km, H. (2024). Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Kepuasan Konsumen Atribut Produk Pakcoy di Rumah Buah Tirtayasa Kota Bandung Customer Satisfaction Pakcoy Attributes at Rumah Buah Tirtayasa Bandung. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2), 1997–2005.
- Giska. (2017). *Analisis Nilai Tambah Dan Strategi Pemasaran Usaha Industri Tahu Di Kota Medan*.
- Hakim, L., Sujadi, dan, Kunci, K., Usaha, E., & Tambah, N. (2020). Analisis Efisiensi Usaha dan Nilai Tambah Agroindustri Olahan di Kota Mataram. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 30–42.
- Handito, D., Saloko, S., Cicilia, S., & Banyuwangi, P. N. (2020). *Pangan Fungsional*. <https://www.researchgate.net/publication/344861618>
- Hubeis, M. (1997). *Menuju Industri Kecil Profesional Di Era Globalisasi Melalui Pemberdayaan Manajemen Industri* [Orasi Ilmiah]. Institut Pertanian Bogor.
- Jonibek, S. (2021). *Swot Analysis In The Structure Of Information Technologies Of Physical Education*.
- Jumiyati, S., Haeruddin, & Rauf, A. (2021). Profitability and Efficiency: Determination of the Sustainable Development Strategy for Candlenut Oil Processing Business. *Proceedings of the International Seminar on Promoting Local Resources for Sustainable Agriculture and Development (ISPLRSAD 2020)*, 13(1), 456–472. <https://doi.org/10.2991/absr.k.210609.071>

- Kadir Julius, Muhammad Kurniawan, Erfan Robyardi, & Joni Iswan. (2023). Analisis Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga Dan Daya Saing Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Toko Kopel Bulog Divre Sumsel Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(3), 474–484.
- Khoerunisa, T. K. (2020). *Review : Pengembangan Produk Pangan Fungsional Di Indonesia Berbasis Bahan Pangan Lokal Unggulan A Review : Development of Functional Food Products in Indonesia based on Local Ingredients* (Vol. 2, Issue 1). <https://journal.uniga.ac.id/index.php/IJAFOR>
- Lalu Maman Arrahman, Nurtaji Wathoni, & Ibrahim. (2021). Analisis Profitabilitas Agroindustri Pangan Olahan Berbasis Jagung Di Kota Mataram (Studi Kasus Pada Ukm Zatu R Rizka) Analysis Of Profitability Of Corn-Based Processed Food Agroindustry In Mataram City (Case Study On Ukm Zatu R Rizka). *Agroteksos*, 31(2), 109.
- Lawalata, M., & Imimpia, R. (2020). Analisis Nilai Tambah Dan Pemasaran Produk Agroindustri Kelapa (cocos nucifera L.) Pada Perusahaan Wootay Coconut. *Jurnal Agribisnis Sumatera Utara*, 13(1), 66–80. <https://doi.org/10.31289/agrica.v13i1.3513.g2554>
- Liestiana, T. P., Novianty, I., Akuntansi, J., & Bandung, P. N. (2021). Perhitungan Break Even Point (BEP) dan Margin of Safety (MOS). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 01(03), 549–562.
- Made, N., Dharma, P. A., Khoiriyah, N., Surya, T., & Rianti, M. (2021). Perilaku Konsumen dalam Pembelian Beras Organik di Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 9(3), 1–12.
- Manzalina, N. Z., Sufiat, S., & Kamal, R. (2019). Daya Terima Konsumen Terhadap Citarasa Es Krim Buah Kawista (Limonia Acidissima). *Media Pendidikan, Gizi Dan Kuliner*, 8(2), 20–27.
- Mbachu V M, Chiabuotu C C, & Mbonu M O. (2024). Break even analysis for incentive based profit system in producer-distributor supply chain system. *Journal of Management and Science*, 14(4), 51–54. <https://doi.org/10.26524/jms.14.38>
- Nanda Triandita, K. S. M. M. I. R. H. Y. L. A. (2020). *Pengembangan Produk Pangan Fungsional Dalam Meningkatkan Kesehatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Suak Pandan Aceh Barat*.
- Naton Sania, Radiansah Dody, & Juniansyah Hardiwan. (2020). Analisis Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Pisang Pada Umkm Keripik Tiga Bujang Di Kota Pontianak. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(2), 135–148.
- Nur Awami, S., & Layaliya Faza, A. (2025). Added Value Analysis and Affecting Factors in Coconut Sugar Processing. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 30(2), 244–250. <https://doi.org/10.18343/jipi.30.2.244>
- Nur, K. M., Riza, R. B., & Mifthul, H. K. (2020). Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu (Manihot Esculenta Crantz Sin.) menjadi Tape di UD. Wanda Putri Banyuwangi. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6*, 254–261.
- Nuraini, R., Arifin, Z., & Khoiriyah, N. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Sayuran Di Pasar Modern Oro-Oro Dowo Kec. Klojen Kota Malang. *JU-Ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 7(2), 241–246. <https://doi.org/10.33474/JU-ke>

- Prisdina, N. B., & Fatururrahman, M. (2023). Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Peralatan Pelabuan Dengan Menggunakan Pendekatan Analisis Swot Pada Pt Towin Innoven. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(1), 42. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i1.666>
- Purwo Adi, R., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Negeri Semarang, U. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 1(2), 110–115. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Puspita Lianti Putri, B. W. (2024). Analisis Srtrategi Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Profitabilitas UMKM Aspikmas Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 8, 74–81. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Putri, A. I., Karona, Susena, C., & Suswati Nasution. (2023). An Analysis Of Break Even Point (BEP) In Profit Planning At Kerupuk Sri Rasa Factory In Bengkulu Analisis Break Even Point (BEP) Dalam Perencanaan Laba Pada Pabrik Kerupuk Sri Rasa Di Bengkulu. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital*, 2(1), 41–46.
- Rianti. (2021a). *Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Produk Kopi Rumput Laut UKM Sasak Maiq di Lombok Nusa Tenggara Barat*. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/index>
- Rianti, T. S. M. (2021b). Analisis Nilai Tambah Agroindustri Ting-Ting Kacang. *Media Agribisnis*, 5(1), 60–66. <https://doi.org/10.35326/agribisnis.v5i1.1459>
- Rianti, T. S. M., Syanthori, A. D., & Sari, D. K. (2022). Nilai Tambah Pengolahan Sambal Boran Kemasan Pada UKM Silvana Food. *Media Agribisnis*, 6(1), 23–29. <https://doi.org/10.35326/agribisnis.v6i1.2280>
- Rima Hayyin Nafi'ah. (2024). *Analisis Profitabilitas Produk Keripik Brokoli Pada Ukmkm Agronusa Mushroom Di Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu*.
- Risda, N. D., Aqil Al Hafizh, E., Hendra, J. K., Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis, S., Bengkalis, K., & Riau, P. (2024). HEMAT: Journal of Humanities Education Management Accounting and Transportation Analisis Perhitungan BEP (Break-Even Point) dan Margin of Safety. *HEMAT: Journal of Humanities Education Management Accounting and Transportation*, 1(2), 711–718. <https://doi.org/https://doi.org/10.57235/hemat.v1i2.2818>
- Risdayani, A. A., & Susilawati. (2024). Analisis Perhitungan Bep (Break Even Point) Dan Margin Of Safety Dalam Penentuan Harga Jual Pada Umkm Salaut. *Jurnal Bina Manajemen*, 13(1), 75–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.52859/jbm.v13i1.680>
- Rochdiani, D., & Nurdin Yusuf, M. (2017). *Analisis Biaya, Penerimaan, Pendapatan Dan R/C Pada Agroindustri Gula Aren*. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.25157/jimag.v3i3.816>
- Saediman, H., Amini, A., Basiru, R., & Nafiu, L. O. (2015). Profitability and value addition in cassava processing in buton district of Southeast Sulawesi Province, Indonesia. *Journal of Sustainable Development*, 8(1), 226–234. <https://doi.org/10.5539/jsd.v8n1p226>
- Sriwana, I. K., Santosa, B., Tripiawan, W., & Maulanisa, N. F. (2022). *Analisis Nilai Tambah Untuk Meningkatkan Keberlanjutan Rantai Pasok Agroindustri Kopi Menggunakan Hayami*. <https://doi.org/10.24853/jisi.10.1.67-76>

- Sucipto, E., & Fuad, T. M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 113–123.
- Sufyan, Maimun, & Riyan Maulana. (2024). Product Development Strategies In Marketing Management: The Case Of The Food And Beverage Industry. *Jurnal Penelitian Progresif*, 3(2), 27–38. <https://doi.org/10.61992/jpp.v3i2.114>
- Tarzia, D. A. (2016). Properties of the Financial Break-Even Point in a Simple Investment Project As a Function of the Discount Rate. *Journal of Economic & Financial Studies*, 4(02), 31. <https://doi.org/10.18533/jefs.v4i02.226>
- Th susetyarsi. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal Stie Semarang*, 4(3), 19–28.
- Todić, V., & Ranko, B. (2023). Product Profitability Assessment. *Journal Of Production Engineering*, 26(1), 19–23. <https://doi.org/10.24867/JPE-2023-01-019>
- Wulandari, T., & Arifiani, R. (2020). Analisis Profitabilitas Produk Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran Ukm Konveksi Rockafella Dan Maulidha 77 Purwakarta. *Emerging Markets : Business and Management Studies Journal*, 6(2), 75–90. <https://doi.org/10.33555/ijembm.v6i2.114>
- Yama, D. I., Kartiko, H., Budidaya, P., Perkebunan, T., Pertanian, J. T., Pontianak, N., Jenderal, J., Yani, A., Laut, B., Tenggara, P., Pontianak, K., Barat, K., Tanaman, P. B., Sawit, K., Perkebunan, J., Kelapa, P., Citra, S., Edukasi, W., Gapura, J., & Rawa Banteng, N. 8. (2020). *Pertumbuhan Dan Kandungan Klorofil Pakcoy (Brassica Rappa L) Pada Beberapa Konsentrasi Ab Mix Dengan Sistem Wick*. 12(1). <https://doi.org/10.24853/Jurtek.12.1.21-30>
- Yosifani, D. Y., Satriani, R., & Putri, D. D. (2021). Nilai Tambah Kedelai Menjadi Tahu Kuning Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhinya. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 18(1), 101. <https://doi.org/10.20961/sepa.v18i1.47688>