

PERSETUJUAN PEMBIMBING

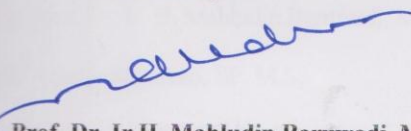
**ANALISIS NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PEMASARAN
TEPUNG KELAPA
(Studi Kasus: Pada PT Tri Jaya Tangguh di Desa Isimu Raya
Kecamatan Tibawa Kabupaten Gorontalo)**

**RIRISAFITRI YANTU
614410018**

Disetujui

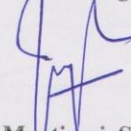
Komisi Pembimbing

Pembimbing 1



Prof. Dr. Ir.H. Mahludin Baruwadi, MP
NIP.196507111991031003


Pembimbing 2



Amelia Murtisari, SP. M.Sc
NIP.198607282010122007

Diketahui

**Menyetujui
Ketua Jurusan Agribisnis**



Amelia Murtisari, SP. M.Sc
NIP.198607282010122007

**Mengetahui
Dekan Fakultas Pertanian**



Dr. Mohammad Iqbal Bahua, SP. M.Si
NIP. 197204252001121003

ABSTRAK

Ririsafitri Yantu “614410018”. Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pemasaran Tepung Kelapa (Studi Kasus : Pada PT Tri Jaya Tangguh Di Desa Isimu Raya Kecamatan Tibawa Kabupaten Gorontalo , dibawah bimbingan Bapak Mahludin Baruwadi dan Ibu Amelia Murtisari.

Nilai tambah merupakan penambahan nilai suatu komoditi hasil pertanian akibat adanya proses produksi terhadap komoditi tersebut. Salah satu cara meningkatkan nilai tambah adalah melalui proses produksi pengolahan. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui sistem pengolahan tepung kelapa, untuk menganalisis nilai tambah ekonomi yang diperoleh dari proses produksi pengolahan tepung kelapa dan strategi pemasaran tepung kelapa. Pengambilan sampel yaitu bertemu secara langsung dengan pimpinan atau manajer perusahaan dengan menggunakan analisis Metode Hiyami.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses produksi berpengaruh terhadap nilai tambah pada tepung kelapa dan memiliki nilai ekonomi saat dipasarkan. Pada tingkat harga minimal Rp. 14.950 /Kg dengan nilai tambah sebesar Rp. 28.786,28 kg dan rasio 0,83%, Dengan demikian dapat disimpulkan yaitu : proses pengolahan tepung kelapa masih tergolong sederhana, yaitu dari tahap pemipilan kelapa yang masih utuh dan yang sudah pecah masih dilakukan secara manual dan tahap proses pemasakan tepung kelapa masih menggunakan teknologi yang terbilang sederhana yaitu bahan bakarnya menggunakan tempurung (batok kelapa). IFAS faktor kekuatan mempunyai total nilai skor 1,975 sedang, kelemahan mempunyai total nilai skor 3.825 dan EFAS faktor strategi eksternal yaitu peluang mempunyai total skor nilai 1,525, sedang ancaman mempunyai total nilai skor 1,8

Kata Kunci: *Tepung Kelapa, Nilai Tambah, Strategi Pemasaran*

ABSTRACT

Ririsafitri Yantu "614410018". Added Value Analysis and Marketing Strategy Coconut Flour (Case Study: In Tough PT Tri Jaya Raya Subdistrict In the village Isimu Tibawa Gorontalo regency, under the guidance of Mr. Mahludin Baruwadi and Mrs. Amelia Murtisari.

The added value is a value addition of agricultural commodities as a result of their production process to the commodity. One way to improve the added value is through the production process of processing. The purpose of this study to determine the coconut flour processing system, to analyze the economic added value derived from coconut flour processing production processes and marketing strategies coconut flour. Sampling is to meet directly with the leaders or managers of companies using analysis method Hiyami.

The results showed that the production process affect the value added in the coconut flour and economic value when marketed. At the level of the minimum price of Rp. 14,950 / Kg with the added value of Rp. 28786.28 kg and a ratio of 0.83%, thus it can be concluded that: the processing of coconut flour is still relatively modest, namely from coconut pemipilan stage that is still intact and that has been broken is still done manually and the stage of the cooking process coconut flour still using technology fairly simplistic namely fuel use shell (coconut shell). IFAS has a strength factor score of 1,975 was the total value, the weaknesses have a total score of 3,825 and EFAS factors external strategy is an opportunity to have a total score value of 1.525, while the threat has a score of 1.8 chips.

Keywords: *Coconut Flour, Value Added, Marketing Strategy*

