

RINGKASAN

Tanaman pangan merupakan subsektor penting dalam pertanian yang berperan strategis dalam penyediaan pangan nasional, terutama dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat. Dari berbagai komoditas, padi memiliki nilai ekonomi tertinggi dan menjadi makanan pokok mayoritas penduduk Indonesia. Salah satu produk olahan padi adalah beras ketan, yang umumnya digunakan dalam hidangan tradisional pada acara adat dan budaya. Ketan pencok menjadi salah satu produk olahan berbahan dasar ketan yang diproduksi oleh UMKM milik Ibu Bariyah.

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM ini adalah pencatatan keuangan yang belum sistematis, sehingga pengelolaan usaha kurang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi usaha, nilai tambah, serta bauran pemasaran 7P pada UMKM Ketan Pencok Ibu Bariyah. Penelitian dilakukan pada Juli–Agustus 2023 dengan pendekatan metode campuran (*mixed methods*), mencakup kuantitatif dan kualitatif. Responden ditentukan melalui *purposive sampling*, melibatkan 42 responden, terdiri dari 12 karyawan dan 30 konsumen.

Analisis dilakukan menggunakan perhitungan pendapatan, rasio, nilai tambah, dan skala Likert untuk bauran pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan usaha ini efisien dan menguntungkan, dengan nilai RC Ratio sebesar 1,117, artinya setiap Rp1,00 biaya menghasilkan penerimaan Rp1,117. Keuntungan bersih per produksi mencapai Rp222.500 dengan total penerimaan Rp2.125.000. Nilai tambah tercatat Rp14.833 per kg bahan baku (10,47% dari penerimaan), yang menunjukkan kontribusi ekonomi signifikan. Usaha ini bersifat padat karya dengan kontribusi tenaga kerja 28,24%. Bauran pemasaran 7P efektif, dengan faktor Product (81,33%) dan People (80,33%) sebagai komponen paling berpengaruh, sementara Price, Place, Promotion, Process, dan Physical Evidence berada pada kategori cukup berpengaruh (76,33%–79,67%).

SUMARRY

Food crops are an important subsector of agriculture that play a strategic role in ensuring national food security, particularly in meeting basic needs. Among various commodities, rice has the highest economic value and serves as the staple food for the majority of Indonesians. One processed rice product is glutinous rice, commonly used in traditional dishes during cultural and ceremonial events. Ketan Pencok is one such processed product made from glutinous rice, produced by the micro, small, and medium enterprise (UMKM) owned by Mrs. Bariyah.

The main challenge faced by this UMKM is the lack of systematic financial recording, which hinders optimal business management. This study aims to analyze business efficiency, value added, and the 7P marketing mix of Mrs. Bariyah's Ketan Pencok MSME. The research was conducted from July to August 2023 using a mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative techniques. Respondents were selected through purposive sampling, involving 42 participants consisting of 12 employees and 30 consumers.

The analysis employed income and ratio calculations, value-added measurement, and a Likert scale for the marketing mix assessment. The results indicate that the business is efficient and profitable, with an RC Ratio of 1.117, meaning every Rp1.00 of expenditure generates Rp1.117 in revenue. Net profit per production cycle reached Rp222,500 from a total revenue of Rp2,125,000. The value added amounted to Rp14,833 per kg of raw material (10.47% of total revenue), highlighting its significant economic contribution. This business is also labor-intensive, with labor contributing 28.24%. The 7P marketing mix was found effective, with Product (81.33%) and People (80.33%) as the most influential factors, while Price, Place, Promotion, Process, and Physical Evidence were moderately influential (76.33%–79.67%).