

## INTISARI

Perhitungan nilai tambah dan perumusan strategi pengembangan harus dilakukan berdasarkan jenis produk, karena masing-masing jenis produk tentu memiliki tingkat nilai tambah dan strategi pengembangan yang berbeda. Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengetahui Nilai Tambah dan Pendapatan dari Tepung Mocaf dan Mie berbahan baku tepung mocaf di UMKM Putri 21 Kabupaten Gunung Kidul? (2) Mengetahui alternative strategi Pengembangan apa yang digunakan untuk Pengembangan Agribisnis Mie berbahan baku tepung mocaf dan tepung mocaf sebagai produk lokal di pangsa pasar. Penelitian ini dilakukan di UMKM Putri 21 yang beralamat di desa Sumberijo, kelurahan ngawu kecamatan playen, playen, kabupaten gunung kidul. Teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan oleh peneliti, yakni observasi, wawancara, dan pencatatan. Alat analisis usahatani digunakan untuk mengetahui pendapatan dan analisis deferensial digunakan untuk keputusan terakhir menjual mie mocaf dan tepung mocaf konsep Hayami digunakan untuk nilai tambah dan SWOT digunakan untuk mengetahui strategi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan Tepung mocaf sebesar Rp. 23.180.000 per tahun, Mie Mocaf Cup sebesar 1.785.216 per kilogram per tahun, Mie mocaf Kotak berbumbu sebesar Rp. 268.032 per kilogram per tahun dan pendapatan mie mocaf 17 varian rasa sebesar Rp. 3.796.992 per kilogram per tahun. Nilai tambah dari proses pengolahan ubi kayu menjadi tepung mocaf dalam satu periode produksi dilihat dari input dan output maka nilai tambah sebesar Rp. 2.818 dengan rasio nilai tambah yang diperoleh sebesar 62,62%. nilai tambah untuk mie mocaf cup sebesar Rp. 4.119 per kg artinya setiap 1 kg Bahan Baku. Rasio nilai tambah yang diperoleh sebesar 41,69% . Nilai Tambah mie mocaf kotak berbumbu sebesar Rp.1.358 per kg. setiap 1 kg Bahan Baku Rasio nilai tambah yang diperoleh sebesar 26,95 % . Dan nilai tambah mie mocaf 17 varian rasa ini sebesar Rp. 690 per kg , rasio nilai tambah yang diperoleh sebesar 21.05%. Strategi pengembangan pengolahan mie mocaf yaitu Meningkatkan produksi untuk skala ekonomi, melakukan pengembangan produk mie mocaf dengan kebutuhan pelanggan, meningkatkan penjualan melalui pemasaran digital mie mocaf, Meningkatkan pemasaran di daerah local, meningkatkan diversifikasi kemasan dan fungsi produk (Produk variatif), Mengalihkan produk mie mocaf kotak berbumbu menjadi mie mocaf cup

**Kata Kunci:** Analisis Nilai Tambah, Tepung mocaf, Mie Mocaf, Strategi.

## ABSTRACT

The calculation of added value and the formulation of development strategies must be carried out based on the type of product, because each type of product certainly has a different level of added value and development strategy. The objectives of this study are (1) Knowing the added value and income of Mocaf flour and noodles made from mocaf flour at UMKM Putri 21 Gunung Kidul Regency (2) Knowing what alternative development strategies are used for agribusiness development. Noodles made from mocaf flour and mocaf flour as local products in the market share? This research was conducted at UMKM Putri 21 which is located in Sumberijo village, Ngawu sub-district, Playen district, Playen, Gunung Kidul district. Research data collection techniques used by researchers, namely observation, interviews, and note-taking. Farming analysis tools are used to determine income and differential analysis is used for the final decision to sell mocaf noodles and mocaf flour. Hayami concept is used for added value and SWOT is used to determine strategies. The results showed that the income of mocaf flour was Rp. 23,180,000 per year, Mocaf Cup noodle amounting to 1,785,216 per kilogram per year, spiced box mocaf noodle for Rp. 268,032 per kilogram per year and income of 17 flavors mocaf noodles is Rp. 3,796,992 per kilogram per year. The added value of the processing of cassava into mocaf flour in one production period is seen from the input and output, so the added value is Rp. 2.818 with a value added ratio obtained of 62.62%. the added value for mocaf cup noodles is Rp. 4.119 per kg means every 1 kg of Raw Material. The added value ratio obtained is 41.69%. The added value of seasoned boxed mocaf noodles is Rp. 1,358 per kg. every 1 kg of Raw Material The added value ratio obtained is 26.95%. And the added value of these 17 flavored mocaf noodles is Rp. 690 per kg, the value added ratio obtained is 21.05%. The strategy for mocaf noodle processing development is increasing production at economies scale, developing mocaf noodle products with customer needs, increasing sales through digital marketing of mocaf noodles, increasing marketing in local areas, increasing packaging diversion and product functions (varied products), shifting mocaf noodle products seasoned box into mocaf cup noodles

**Keywords:** Adedd value analysis, mocaf flour, mocaf noodle, strategy.