

ABSTRAK

Nilai tambah adalah pertambahan nilai dari sebuah produk yang sudah mengalami proses pengolahan, pengangkutan atau penyimpanan dalam suatu produksi. Beberapa tujuan dari analisis nilai tambah yaitu untuk mengetahui nilai tambah dari produk itu sendiri, dapat mengetahui laba, margin dan juga bisa menggambarkan produktifitas. Penelitian dilakukan di tiga pabrik tahu yaitu UD. Papareng, UD. Liridoillah dan perusahaan Sumber Rezeki yang berlokasi di Desa Bicornong Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. Ketiga perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pangan khususnya produksi tahu. Metode nilai tambah menggunakan metode Hayami. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai tambah pada UD. Papareng sebesar Rp 4.930,00 dengan rasio nilai tambah 37,52%, nilai tambah pada UD. Liridoillah sebesar Rp 5.900,00 dengan rasio nilai tambah 41,74%, nilai tambah pada perusahaan Sumber Rezeki sebesar Rp 2.290,00 dengan rasio nilai tambah 21,45%. Perbedaan nilai tambah antara ketiga perusahaan dipengaruhi oleh harga bahan baku yang digunakan, biaya tambahan lain dan harga jual dari masing-masing perusahaan berbeda.

Kata kunci: nilai tambah, tahu, metode Hayami

ABSTRACT

Agro-processing industries can provide value added because of the occurrence of a costly process steps, forming higher prices and higher profits compared to its original shape. Some purpose of the value added analysis are to determine the value added of the product itself, can know the profit of product and can describe the productivity. This research was conducted in the three tofu factories are UD. Papareng, UD. Liridoillah and Sumber Rezeki company that budge in food production, especially tofu. Analysis of the data in this study using Hayami. The results of this study indicate that the value added at UD. Papareng is Rp 4930.00 with ratio of value added 37.52%, value added at UD. Liridoillah is Rp 5900.00 with ratio of value added 41.74%, value added at Sumber Rezeki company is Rp 2290.00 with ratio of value added 21.45%. The difference between the value added of the three companies affected by the price of the raw materials used, other additional costs and selling price of each company is different.

Keywords: *value-added, tofu, Hayami method.*