

**ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI, NILAI TAMBAH DAN STRATEGI OPERASIONAL AGROINDUSTRI KOPI LAMPUNG SR DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

*(Analysis of Production Cost Determination, Added Value and Operational Strategy of Lampung SR Coffee Agroindustry in Kota Bandar Lampung City)*

Nadya Kurnia Sari, Yaktiworo Indriani, Lina Marlina

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brodjonegoro No. 1 Bandar Lampung 35145, e-mail: yaktiworo.indriani@fp.unila.ac.id

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the cost of production, added value, internal and external factors and operational strategies of Lampung SR Coffee Agroindustry. This research is a case study involving respondents of agroindustry owners, employees, and consumers and addition to lecturers of agribusiness and employees at the Department of Industry and Trade of Lampung Province. The data was analyzed quantitative descriptively by cost of goods manufactured and added value and qualitative descriptively by SWOT analysis. The result showed that the production cost of Lampung SR Coffee Agroindustry was IDR45,938/kg to IDR106,856/kg. The added value generated was IDR17,241.75/kg – IDR103,385.89/kg. After knowing the total value of internal factors and externals factor, it was known that the agroindustry was in quadrant I (growth). The strategy that might be implemented was to expand the marketing areas, increase production and carry out by online marketing using promotion and business development by utilizing its strengths.*

*Key words : added value, agroindustry, operational strategy, production cost*

*Received:26 July 2022 Revised:30 August 2022 Accepted:31August 2022 DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v10i3.6114>*

**PENDAHULUAN**

Pertanian adalah sektor yang mempunyai beberapa subsektor diantaranya yaitu perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan dan tanaman pangan. Subsektor perkebunan memberikan kontribusi yang besar jika dibandingkan dengan subsektor lain. Salah satu komoditas unggulannya yaitu kopi. Kopi merupakan komoditas unggulan di sektor ini. Produksi kopi di Provinsi Lampung menempati urutan kedua setelah Provinsi Sumatera Selatan dengan produksi 118.10 ton pada tahun 2020, karena memiliki kualitas baik serta sudah diakui oleh dunia (BPS 2021).

Varietas tanaman kopi di Indonesia antara lain liberika, arabika, dan robusta. Provinsi Lampung menghasilkan dua jenis kopi yaitu robusta dan arabika, namun lebih banyak menghasilkan jenis kopi robusta. Jika dilihat perbedaannya dari kopi arabika, kopi robusta lebih pesat perkembangannya di Provinsi Lampung. Hal tersebut terjadi karena kopi robusta lebih cocok secara agronomis (Najati dan Danarti 2004).

Produksi kopi di Provinsi Lampung terus mengalami peningkatan pada tahun 2017 dengan

produksi 107.183 ton sampai 156.395 ton di tahun 2021, menjadi salah satu penyebab berkembangnya agroindustri pengolahan biji kopi. Saat ini, Bandar Lampung tersebar 60 titik agroindustri kopi bubuk (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung 2020). Dari jumlah tersebut, salah satunya yaitu Agroindustri Kopi Lampung SR. Agroindustri ini sudah berdiri sejak tahun 2004 dan menggunakan bahan baku utamanya kopi robusta. Kegiatan pengolahan kopi tersebut, mendatangkan nilai tambah dan keuntungan bagi agroindustri.

Agroindustri Kopi Lampung SR sudah tentu memerlukan pengorbanan yaitu biaya untuk proses produksi dalam usahanya. Biaya tersebut perlu dihitung, sehingga agroindustri tidak mengalami kerugian dalam melakukan produksi. Potensi aroindustri ini dapat terlihat dari adanya keunggulan yaitu pernah mendapatkan penghargaan dari Disperindag Kota Bandar Lampung tahun 2021 sebagai industri kecil menengah dengan kategori produk terinovatif. Potensi yang cukup tinggi ini dapat menjadi peluang agroindustri dalam mengembangkan usahanya. Berdasarkan penjelasan di atas, sehingga perlu dilakukannya penelitian ini.

Terdapat kesamaan metode analisis yaitu SWOT yang digunakan oleh Wiryaningsih, Haryono dan Marlina (2020), perbedaannya tidak menggunakan metode full costing dan variabel costing ataupun salah satunya, tetapi dengan memperhitungkan unsur-unsur biaya dengan metode yang sudah dimodifikasi. Analisis SWOT juga digunakan pada penelitian Ledy, Haryono dan Situmorang (2019). Penelitian ini lebih komprehensif, karena belum ada penelitian tentang SWOT dengan dihitung harga pokok produksi yang berlanjut ke harga pokok penjualan, nilai tambah serta menyusun strategi operasional. Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini yaitu menganalisis harga pokok produksi dan nilai tambah serta menyusun strategi operasional pada Agroindustri Kopi Lampung SR.

### METODE PENELITIAN

Metode yang dipilih untuk melakukan penelitian ini yaitu studi kasus untuk secara rinci mengetahui harga pokok produksi dan nilai tambah serta strategi operasional. Agroindustri Kopi Lampung SR dipilih dengan sengaja melalui pertimbangan yaitu agroindustri sudah lama berdiri yaitu sejak tahun 2004 dan sampai saat ini aktif melakukan produksi serta memasarkan produknya setiap hari. Agroindustri ini memiliki beragam produk kopi dan telah memiliki izin edar dari Dinas Kesehatan. Namun demikian, produksinya mengalami naik turun. Pengumpulan data dilakukan di Bulan Januari sampai Februari 2022 di Agroindustri Kopi Lampung SR di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame.

Responden pada penelitian ini yaitu pemilik/pimpinan agroindustri, 2 orang karyawan, konsumen, pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung, dan akademisi. Pemilik memberikan informasi terkait agroindustri dan membantu menyusun faktor internal dan eksternal agroindustri, karyawan membantu memberikan informasi tentang proses pengolahan. Selain itu, pemilik, konsumen, pihak dinas, dan akademisi memberikan rating dan bobot internal faktor dan eksternal faktor yang dibuat untuk analisis SWOT.

Data yang diperoleh dianalisis dengan cara deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Untuk menganalisis harga pokok produksi dan nilai tambah di Kopi Lampung SR menggunakan analisis deskriptif kuantitatif melalui Metode

Hayami. Untuk menyusun strategi operasional digunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu analisis SWOT yang terdiri dari 4 unsur yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman. Cara ini juga dilakukan pada penelitian Suwali, Anwar dan Setiadi (2017). Sebelum menganalisis harga pokok produksi, terlebih dahulu menghitung biaya bergabung (*common cost*). *Common cost* digunakan untuk menghitung biaya saat memproduksi dua atau lebih produk yang tidak diolah bersama, tetapi dengan fasilitas yang sama.

Harga pokok produksi dihitung dengan menghitung seluruh komponen biaya. Perhitungan ini, dilakukan untuk mengetahui harga jual produk secara tepat, agar usahanya tidak mengalami kerugian. Analisis ini digunakan untuk satu periode produksi. Model yang digunakan untuk melakukan analisis ini merujuk pada Kartadinata (2000) dan telah dimodifikasi sesuai kebutuhan penelitian.

Perhitungan nilai tambah dilakukan dengan Metode Hayami. Informasi yang akan didapatkan adalah jumlah nilai tambah, rasio dan margin. Balas jasa untuk pemilik faktor produksi dapat juga dilihat. Analisis ini penting dilakukan sebagai cara menghitung balas jasa bagi tenaga kerja dan pengurus agroindustri (Zaini *et al.* 2019). Analisis nilai tambah memiliki dua kriteria yaitu :

1. Jika  $NT > 0$ , maka agroindustri kopi bubuk menghasilkan nilai tambah.
2. Jika  $NT < 0$ , maka agroindustri kopi bubuk tidak menghasilkan nilai tambah.

Analisis SWOT dilakukan sebagai cara mengetahui strategi operasional yang dapat dilakukan oleh Agroindustri Kopi Lampung SR. Analisis ini memiliki beberapa unsur yaitu, (*strength, weakness, opportunity, dan threats*). Untuk melakukan analisis SWOT, dilakukan penentuan *Internal Factor Evaluation* dan *External Factor Evaluation* terlebih dahulu. Setelah itu, barulah semua faktor akan diberikan penilaian berupa pemberian bobot dan *rating* untuk masing-masing faktor. Pengklasifikasian data ini dapat dilakukan dengan sistem pendekatan agroindustri. Pendekatan memungkinkan menganalisis masalah kehidupan agroindustri dalam upaya pengembangannya.

Setelah mendapatkan hasil rumusan matriks IFE dan EFE, dilakukan pemetaan pada diagram analisis SWOT untuk mengetahui posisi agroindustri dan strategi operasionalnya, sehingga dapat menunjukkan alternatif pengembangan

agroindustri yang sesuai dengan kondisi agroindustri. Melalui diagram analisis SWOT dapat dilihat nantinya posisi agroindustri memiliki arti yang berbeda-beda, karena dapat terletak di kuadran satu, dua, tiga dan empat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini dipilih 6 orang yang bersedia menjadi responden. Pertama adalah pemilik agroindustri dengan umur 51 tahun dengan pendidikan S1, karyawan dengan umur 49 dan 23 tahun, konsumen dengan umur 51 tahun, pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung dengan umur 41 tahun, dan akademisi dengan umur 58 tahun. Responden pada penelitian ini termasuk ke dalam klasifikasi umur produktif.

Tingkat pendidikan dalam penelitian ini berkisar antara SMA – Strata 2 (S2). Sebagian besar merupakan lulusan Strata 1 (S1), sedangkan sisanya memiliki jenjang pendidikan (SMA) Sekolah Menengah Atas juga Strata 2 (S2). Pemilik agroindustri dan karyawannya berada pada rentang pendidikan SMA-S1, hal tersebut berpengaruh pada teknologi yang digunakan pada agroindustri yang sudah cukup modern. Dengan bekal tingkat pendidikan tersebut, diharapkan responden akan mempunyai kualitas sumber daya manusia yang tinggi, sehingga akan mampu menyerap IPTEK (ilmu pengetahuan dan teknologi) secara baik.

### Pengolahan Kopi Bubuk

Kopi robusta adalah bahan baku utama yang digunakan oleh Agroindustri Lampung SR yang diperoleh dari pemasok di Lampung Barat. Harga biji kopi saat dilakukan penelitian ini adalah Rp27.000/kg kopi petik pelangi dan Rp35.000/kg kopi petik merah. Proses pengolahan kopi bubuk yaitu penyortiran, *roasting*, penggilingan, penambahan rempah, pengemasan ke kantong celup, pengemasan akhir dan pemasaran. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Siregar, Alamsyah dan Malik (2015), dimana ada proses pencucian dan penjemuran.

Agroindustri Kopi Lampung SR memproduksi kopi bubuk menjadi beberapa jenis, karena agroindustri tidak ingin hanya menjual satu jenis kopi bubuk saja. Agroindustri ingin terus melakukan pengembangan produknya mengikuti perubahan trend yang ada di masyarakat. Varian

produk yang terdapat pada agroindustri ini adalah 5 jenis yaitu kopi asalan (kopi bubuk murni), kopi petik merah, kopi sangrai, kopi rempah dan kopi celup.

### Analisis Harga Pokok Produksi

Hasil perhitungan pada harga pokok produksi di Agroindustri Kopi Lampung SR berbeda-beda. Perolehan harga pokok produksi untuk masing masing produk adalah Rp45.938 untuk kopi bubuk asalan, Rp76.439 untuk kopi petik merah, Rp46.247 untuk kopi sangrai, Rp106.856 untuk kopi rempah, dan Rp98.570 untuk kopi celup. Hasil penelitian yang dilakukan Asmadi, Loho dan Lumingkewas (2019) juga menghasilkan harga produk yang bermacam-macam. Adanya perbedaan terjadi karena harga bahan baku dengan jumlah rafaksi yang berbeda yaitu robusta petik pelangi mengalami rafaksi 30% per kg, sedangkan untuk robusta petik merah hanya 20% per kg. Perbedaan pada bahan penunjang lainnya memiliki perbedaan beban seperti jahe, kapulaga, kayu manis, cengkeh, dan cabai jawa, sehingga total beban *overhead* yang terbesar terletak pada produk kopi rempah tersebut. Beban tidak langsung adalah beban yang diperhitungkan dalam biaya *overhead* pabrik pada Agroindustri Kopi Lampung SR.

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa Agroindustri Kopi Lampung SR telah menetapkan harga jual produknya di atas harga pokok produksinya. Penetapan harga jual oleh pemilik sudah baik dan menghasilkan keuntungan bagi pemilik agroindustri, sehingga dapat menjadi dasar untuk memberikan harga yang tepat. Penelitian ini sejalan dengan Praputri, Wiendiyati dan Bano (2020) bahwa harga jual kopi yang diberikan sudah di atas harga pokok.

Harga pokok produksi dihitung sebagai alat untuk mengetahui apakah agroindustri sudah menetapkan harga jual di atas harga pokok produksinya, namun belum dapat dihitung keuntungan. Oleh karena itu, perlu dihitung harga pokok penjualan yang memiliki unsur beban komersial dan beban administrasi, sehingga hasilnya akan lebih tinggi dari perhitungan sebelumnya, perhitungan secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 1.

### Analisis Nilai Tambah

Nilai tambah mampu dihitung dengan menggunakan analisis yang diperoleh dari proses pengolahan kopi bubuk dalam kemasan.

Tabel 1. Harga Pokok Produksi pada Agroindustri Kopi Lampung SR

Keterangan	Satuan	Kopi Asalan	Kopi Petik Merah	Kopi Sangrai	Kopi Rempah	Kopi Celup
Jumlah Produksi	Kg	42	32	18	18	18
<b>Beban Langsung</b>						
Bahan Baku Langsung	Rp	1.620.000	1.400.000	700.000	700.000	700.000
Tenaga Kerja Langsung	Rp	81.000	130.500	31.500	108.000	99.000
Jumlah Beban Langsung	Rp	1.701.000	1.530.500	731.500	808.000	799.000
<b>BOP Variabel</b>						
<b>Beban Bahan Tidak Langsung</b>						
Jahe Merah	Rp	0	0	0	90.000	0
Kayu Manis	Rp	0	0	0	180.000	0
Kapulaga	Rp	0	0	0	40.000	0
Cengkeh	Rp	0	0	0	320.000	0
Cabai Jawa	Rp	0	0	0	90.000	0
Gas	Rp	69.000	46.000	23.000	23.000	23.000
Kemasan Full Printing	Rp	0	800.000	0	315.000	0
Kemasan Biasa	Rp	80000	0	40.000	0	0
Kemasan Window	Rp	0	0	0	0	270.000
Kantong Celup	Rp	0	0	0	0	540.000
Sticker Asalan	Rp	36.900	0	0	0	0
Sticker Sangrai	Rp	0	0	18.000	0	0
Sticker Celup	Rp	0	0	0	0	90.000
<b>Beban Tidak Langsung</b>						
Beban Listrik	Rp	35.125	57.347	17.204	47.311	43.010
Penyusutan	Rp	6.842	11.297	2.473	9.349	8.569
PBB	Rp	548	896	268	739	672
Jumlah BOP (Jumlah BOP Variabel + Jumlah BOP Tetap)	Rp	246.416	944.541	109.946	1.115.400	975.252
Jumlah Beban Produksi (Jumlah Beban Langsung + Jumlah BOP)	Rp	1.947.416	2.475.041	841.446	1.923.400	1.774.252
Harga Pokok Produksi (Jumlah Beban Produksi/Jumlah Produksi)	Rp	45.938	76.439	46.247	106.856	98.570

Nilai tambah Agrindustri Kopi Lampung SR dapat dilihat pada Tabel 2. Hasil produksi kopi bubuk per produksi berbeda-beda, karena bahan baku dan jumlah yang berbeda menyebabkan faktor konversinya juga berbeda.

Nilai faktor konversi tersebut menunjukkan setiap pengolahan 1 kg bahan baku masing-masing varian akan menghasilkan 0,70 kg kopi bubuk asalan, 0,80 kg kopi sangrai, 0,90 kg kopi petik merah, 0,90 kg kopi rempah dan 0,90 kg kopi celup. Seperti penelitian Oktariza, Nusril dan Sukiyono (2020) dimana setiap 1 kg bahan baku akan menghasilkan 0,76 kg kopi bubuk dalam kemasan.

Selain bahan baku, maka ada bahan penunjang lain. Setelah dilakukan perhitungan, maka produk kopi rempah memiliki hasil paling besar dengan

jumlah sebesar Rp103.385,89. Penelitian yang dilakukan Supratman, Noor dan Yusuf (2020) menghasilkan pengeluaran biaya sebesar Rp9.478.138,63. Semakin sedikit nilai sumbangan bahan baku, maka semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan oleh suatu agroindustri, begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, nilai tambah kopi bubuk cukup beragam, yaitu Rp17.241,74 – Rp103.385,89/kg. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Tamaradewi, Miftah dan Yoesdarti (2019) dengan nilai tambah beragam. Kopi rempah memiliki nilai tambah lebih besar dibandingkan produk lainnya. Berdasarkan kriteria, jika  $NT > 0$  maka semua produk yang dihasilkan Kopi Lampung SR memberikan nilai tambah positif.

Tabel 2. Nilai Tambah produk pada Agroindustri Kopi Lampung SR

No	Variabel	Formula	Nilai				
			Kopi Bubuk Asalan	Kopi Petik Merah	Kopi Sangrai	Kopi Rempah	Kopi Celup
<i>Output, Input, &amp; Harga</i>							
1	Hasil produksi (Kg/produksi)	A	42	32	18	18	18
2	Bahan baku (Kg /produksi)	B	60	40	20	20	20
3	Tenaga kerja (Jam/produksi)	C	7	6	4	5	6
4	Faktor konversi	$D = A/B$	0,70	0,80	0,90	0,90	0,90
5	Koefisien tenaga kerja	$E = C/B$	0,11	0,15	0,20	0,25	0,30
6	Harga produk	F	70.000	150.000	80.000	220.000	200.000
7	Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/orang)	G	110.400	110.400	110.400	110.400	110.400
<i>Pendapatan &amp; Keuntungan</i>							
8	Harga bahan baku (Rp/kg)	H	27.000	35.000	35.000	35.000	35.000
9	Sumbangan <i>input</i> lain (Rp)	I	4.758	25.218	6.445	59.614	52.257
10	Nilai <i>output</i>	$J = D \times F$	49.000	120.000	72.000	198.000	180.000
11	a. Nilai tambah (NT)	$K = J - I - H$	17.241	59.781	30.554	103.385	92.742
		$L\% = (K/J) \times 100\%$					
	b. Rasio nilai tambah	100%	35,19	49,82	42,44	52,22	51,52
12	a. Imbalan tenaga kerja	$M = E \times G$	12.880	16.560	20.080	27.600	33.120
		$N\% = (M/K) \times 100\%$					
	b. Bagian tenaga kerja	100%	74,70	27,70	72,26	26,70	35,71
13	a. Keuntungan	$O = K - M$	4.361	43.221	8.474,84	75.785	59.622
	b. Tingkat keuntungan	$P\% = (O/K) \times 100\%$	25,30	72,30	27,74	73,30	64,29
14	Marjin keuntungan	$Q = J - H$	22.000	85.000	37.000	163.000	145.000
	a. Keuntungan	$R = (O/Q) \times 100\%$	19,83	50,85	22,90	46,49	41,12
	b. Tenaga kerja	$S = (M/Q) \times 100\%$	58,55	19,48	59,68	16,93	22,84
	c. Faktor produksi lain	$T = (I/Q) \times 100\%$	21,63	17,43	17,42	36,57	36,04

### Strategi Operasional

Setiap agroindustri perlu adanya strategi, agar produk yang dihasilkan mampu memberikan nilai bagi agroindustri dan berkelanjutan, sehingga dilakukan analisis SWOT. Lingkungan tersebut dibedakan menjadi lingkungan dalam yaitu internal dan juga luar yaitu eksternal. Setelah data terkumpul, maka didapatkan matriks internal dan eksternal (David 2004).

### Faktor Internal

Analisis lingkungan internal akan menghasilkan faktor internal yang memiliki dua unsur yaitu unsur kekuatan dan kelemahan.

#### a. Kekuatan

1. Produk kopi bervariasi. Kopi bubuk Agroindustri Kopi Lampung SR memiliki banyak varian produk, karena mengikuti perubahan trend masyarakat.
2. Lokasi agroindustri dekat dengan pasar. Kopi Lampung SR berada di Jl. Pulau Tegal

Gg. Barokah Bandar Lampung. Lokasi tersebut dekat dengan Pasar Way Dadi.

3. Kemasan yang menarik. Agroindustri Kopi Lampung SR mengemas produknya dengan kemasan yang sudah modern yaitu menggunakan *standing pouch*.
4. Sudah memiliki P-IRT dan sertifikat halal. Agroindustri kopi Lampung SR telah memiliki merk dagang yang terdaftar secara sah.
5. Pemilik merupakan pemimpin yang mengatur dan mengelola agroindustri. Pimpinan produksi dalam Agroindustri Kopi Lampung SR adalah pemilik agroindustri, hal tersebut menjadi keuntungan bagi agroindustri.
6. Agroindustri menerima kritik dan saran. Pihak agroindustri memperhatikan keluhan konsumen terhadap produknya dengan menerima kritik dan saran yang diberikan.

#### b. Kelemahan

1. Sumber daya manusia yang belum terampil saat awal bekerja. Perekrutan tenaga kerja pada agroindustri tidak memperhatikan

- keahlian dan kemampuan, karena berasal dari lingkungan sekitar.
2. Anggapan harga produk yang mahal. Tidak sedikit yang menganggap harga yang diberikan oleh agroindustri terlalu mahal.
  3. Pemasaran secara *online* belum dilakukan secara berkala. Agroindustri sudah mempunyai berbagai *account market place*. Hanya belum terlalu gencar dalam menggunakannya.
  4. Pembayaran tidak langsung oleh beberapa pedagang besar. Hasil produksi yang di pedagang besar akan dibayar, apabila produk tersebut sudah laku terjual, sehingga tidak langsung dibayarkan.
  5. Listrik mati pada saat proses produksi. Alat dan mesin di agroindustri sudah modern, sehingga bergantung pada listrik. Saat listrik mati, maka akan menghambat proses produksi.

### Faktor Eksternal

Analisis lingkungan eksternal akan menghasilkan faktor eksternal yaitu terdiri dari unsur peluang dan ancaman sebagai berikut:

#### a. Peluang

1. Teknologi alat mesin yang sudah modern. Agroindustri Kopi Lampung SR memiliki alat pengolahan yang modern, diantaranya yaitu mesin *roasting*, mesin giling, dan mesin *sealer*.
2. Melakukan kerjasama dengan beberapa pihak. Kerjasama dengan toko oleh-oleh dan supermarket, mengikuti pameran dan festival.
3. Meningkatnya trend minum kopi masyarakat. Konsumen kopi bubuk di Provinsi Lampung masuk ke kategori tinggi. Sebagian orang menjadikan kopi sebagai tradisi dan gaya hidup.
4. Adanya dukungan pemerintah. Pemerintah Provinsi Lampung saat ini sangat mendukung produksi kopi bubuk robusta.

#### b. Ancaman

1. Ketatnya persaingan. Munculnya pesaing sejenis yang sudah ada di pasar dan juga pesaing baru menyebabkan ketatnya persaingan.
2. Permintaan yang tidak pasti. Banyaknya agroindustri sejenis membuat permintaan akan kopi bubuk semakin terbagi.

3. Kurang dikenalnya produk di masyarakat. Belum luasnya jaringan pasar, karena promosi belum efektif apalagi dengan media sosial.
4. Fluktuasi harga biji kopi. Dengan adanya perubahan musim yang terjadi tentunya berpengaruh kepada produksi, karena menyebabkan terjadinya fluktuasi harga.
5. Kenaikan harga bahan penunjang membuat keuntungan lebih kecil. Tidak hanya bahan baku utama bahan penunjang juga sering mengalami fluktuasi harga.

*Rating* yaitu rata-rata peringkat nilainya 1 sampai 4, sedangkan bobot yaitu penilaian kepentingan masing-masing faktor, skor didapatkan dengan mengalikan bobot dengan *rating* dan rangking berdasarkan skor tertinggi. Berdasarkan Tabel 3, nilai untuk faktor kekuatan paling besar yaitu kemasan yang menarik jumlah bobot 0,10 dengan *rating* 4, skor yang didapat 0,42.

Tabel 3. Matriks IFE Agroindustri Kopi Lampung SR

Faktor Internal	<i>Rating</i>	Bobot	Skor	Rang king
<b>Kekuatan</b>				
Produk kopi yang bervariasi	4	0,09	0,36	3
Lokasi agroindustri dekat dengan pasar	3	0,08	0,24	5
Kemasan menarik	4	0,10	0,42	1
Sudah memiliki P-IRT dan Sertifikat Halal	4	0,10	0,41	2
Pemilik merupakan pemimpin yang mengatur agroindustri	3	0,09	0,27	4
Pihak agroindustri menerima kritik dan saran	3	0,07	0,22	6
<b>Kelemahan</b>			1,91	
SDM yang belum terampil saat awal bekerja	3	0,10	0,29	2
Anggapan harga produk yang mahal	2	0,10	0,20	4
Pemasaran online belum dilakukan secara berkala	3	0,08	0,25	3
Pembayaran tidak langsung beberapa pedagang besar	3	0,08	0,25	2
Listrik mati pada saat proses produksi	3	0,12	0,36	1
<b>Total Nilai IFE</b>			1,35	

Tabel 4. Matriks EFE Agroindustri Kopi Lampung SR

Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Skor	Rangking
<b>Peluang</b>				
Teknologi alat mesin produksi sudah modern	4	0,12	0,47	1
Melakukan kerjasama dengan beberapa pihak	3	0,12	0,37	4
Meningkatnya trend minum kopi	4	0,11	0,45	2
Adanya dukungan pemerintah	3	0,13	0,38	3
<b>Ancaman</b>			1,66	
Ketatnya persaingan	2	0,09	0,18	5
Permintaan yang tidak pasti	2	0,10	0,20	4
Kurang dikenalnya produk	3	0,10	0,31	1
Fluktuasi harga kopi	2	0,11	0,22	2
Kenaikan harga bahan penunjang	2	0,11	0,21	3
<b>Total Nilai EFE</b>			1,14	

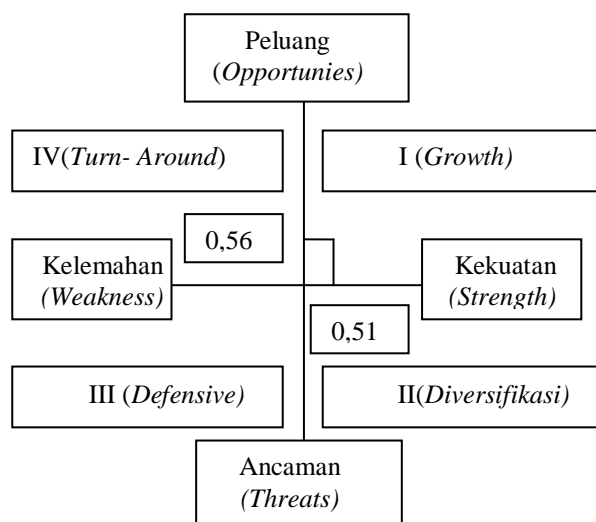
Penilaian faktor kelemahan yang paling besar yaitu pada bobot 0,12 dengan *rating* 3, total skor yang diperoleh adalah 0,36 yaitu pada proses produksi, dimana sering terjadi mati listrik, sehingga membuat terhambatnya produksi. Perhitungan Matriks IFE dari Agroindustri Kopi Lampung SR disajikan pada Tabel 3, sementara perhitungan Matriks EFE dari Agroindustri Kopi Lampung SR disajikan dalam Tabel 4.

Peluang paling besar agroindustri pada aspek penggunaan teknologi produksi yang sudah modern yaitu perolehan bobot 0,12 dengan *rating* ke-3 dan total skor yang diperoleh adalah 0,47. Ancaman paling besar terletak pada aspek kurang dikenalnya produk di masyarakat yaitu dengan hasil bobot 0,10 dengan *rating* ke-3 juga, sehingga skor yang diterima adalah 0,31. Ancaman yang paling besar yaitu kurang dikenal oleh masyarakat sama halnya seperti penelitian Ledy, Haryono dan Situmorang (2019).

### Posisi Agroindustri

Setelah diketahui total nilai faktor internal 3,26 yang terdiri dari faktor kekuatan 1,91 dan faktor

kelemahan 1,35 serta faktor eksternal 2,81 terdiri dari faktor peluang 1,66 dan faktor ancaman 1, selanjutnya dijumlahkan, maka dilakukan perhitungan selisih dari masing-masing faktor. Posisi Agroindustri Kopi Lampung SR dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Posisi Agroindustri Kopi Lampung SR

Agroindustri Kopi Lampung SR berada pada kuadran I yang memperlihatkan agroindustri pada masa pertumbuhan, yang menunjukkan usaha ini layak untuk dilakukan pengembangan, karena pada masa yang menguntungkan. Pertumbuhan tersebut bisa dalam penjualan, modal, keuntungan atau kombinasinya. Menurut Wiryaningsih *et al.* (2020), pada saat agroindustri terletak pada kuadran I, kondisi ini mendukung pemusatan strategi agresif. Strategi ini dapat dilakukan melalui pengembangan usaha yaitu memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan produksi.

### KESIMPULAN

Harga pokok produksi pada Agroindustri Kopi Lampung SR bervariasi, sehingga penetapan harga jual sudah baik, karena di atas harga pokok produksinya. Nilai tambah yang diberikan Agroindustri Kopi Lampung SR adalah positif, karena hasilnya >0 sehingga agroindustri layak untuk diusahakan. Hasil analisis strategi operasional, menempatkan Agroindustri Kopi Lampung SR berada pada kuadran I.

### DAFTAR PUSTAKA

Asmadi N, Loho AE dan Lumingkewas JRD. 2019. Analisis harga pokok produksi kopi pada PT. Fortuna Inti Alam di Desa Maumbi Kabupaten

- Minahasa Utara Sulawesi Utara. *AGRIRUD*, 1 (2): 201-209. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/agrirud/article/view/24456>. [13 November 2021].
- BPS [Badan Pusat Statistik]. 2021. *Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010 (Persen) 2011-2020*. <https://www.bps.go.id/>. [3 November 2021].
- David, FR. 2004. *Konsep Manajemen Strategis Edisi Ketujuh*. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung. 2020. *Jumlah agroindustri kopi di Kota Bandar Lampung*. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Kartadinat A. 2000. *Akuntansi dan Analisis Biaya Cetakan Ketiga*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ledy DS, Haryono D dan Situmorang S. 2019. Analisis bauran pemasaran (*marketing mix*) dan strategi pengembangan (Studi kasus Agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 7 (1) : 52 –59. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3331>. [2 November 2021].
- Najiyati S dan Danarti. 2004. *Budidaya Tanaman Kopi dan Penanganan Pasca Panen*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Oktariza MA, Nusril, dan Sukiyono 2020. Nilai tambah dan strategi pemasaran kopi bubuk aroma. *AGRITEPA*, 7(2): 108-122. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/agritepa/article/download/1160/970>. [3 November 2021].
- Praputri GG, Wiendiyati dan Bano M. 2019. Analisis penentuan harga pokok dan harga jual kopi bubuk arabika Flores Hajawa di Koperasi Papa Wiu Kelurahan Mangulewa Kecamatan Golewa Barat Kabupaten Ngada. *EXCELLENTIA*, 8(1): 20-28. <https://ejournal.undana.ac.id/index.php/JEXC> EL/article/view/1318/1133. [13 November 2021].
- Siregar MF, Alamsyah Z dan Malik A. 2015. Analisis nilai tambah kopi luwak bubuk pada Agroindustri “Buana Putra” di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *Jurnal Sosio Ekonomika Bisnis*, 18 (2): 99-109. <https://onlinejournal.unja.ac.id/jseb/article/view/2835>. [3 November 2021].
- Supratman ME, Noor TI dan Yusuf MN. 2020. Analisis nilai tambah Agroindustri Pengolahan Kopi Robusta. *Jurnal Agroinfo Galuh*, 7 (2): 436-440. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/agroinfo/article/view/348> [3 November 2021].
- Suwali, Anwar S dan Setiadi A. 2017. Strategi pengembangan Agroindustri Kopi Pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. *AGROMEDIA*, 35 (2): 83-92. <https://juralkampus.stipfarming.ac.id/index.php/am/article/view/208>. [3 November 2021].
- Tamaradewi RN, Miftah H dan Yoesdarti A. 2019. Analisis nilai tambah dan strategi pengembangan Usaha Kopi (*Coffea, sp*) Di Kelompok Tani Hutan (KTH) Cibulao Hijau. *Jurnal AgribiSains*, 5(2): 1-13. <https://ojs.unida.ac.id/AGB/article/view/2322>. [3 November 2021].
- Wiryaningsih RC, Haryono D dan Marlina L. 2020. Analisis nilai tambah dan strategi pengembangan produk Kopi Bubuk Cap Gunung di Kabupaten Way Kanan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 9 (4): 630-637. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5400>. [13 November 2021].
- Zaini A, Palupi NP, Pujowati P dan Emmawati A. 2019. *Nilai Tambah dan Daya Saing Produk Unggulan di Kutai Barat*. Deep Publish. Yogyakarta.