

**KINERJA PRODUKSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI  
KOPI BUBUK DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

*(Production Performance and Agroindustry Development Strategy of Coffee Powder  
in Bandar Lampung City)*

Ayu Maya Sari, Dwi Haryono, Rabiatul Adawiyah

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1  
Bandar Lampung 35145, Telp. 082178751291, e-mail: ayumayasari90@yahoo.com

**ABSTRACT**

*This research aims to analyze the production performance and Agroindustry development strategy of coffee powder in Bandar Lampung City. This research is a case study in a coffee powder agroindustry namely Sinar Baru Cap Bola Dunia. Respondents are the owner and employees of the agroindustry. Research data is analyzed by quantitative and qualitative descriptive analysis (analysis of production performance) and descriptive qualitative analysis (SWOT). The results showed that the performance of Sinar Baru Cap Bola Dunia Agroindustry in overall was not in good category. The main priority strategy for developing the agroindustry were (a) utilizing the human resources' skills to increase production utilizing modern technology, (b) utilizing the human resources' skills to increase production and government support for increasing sales through exhibitions conducted by department of cooperatives, industry, and trade, (c) utilizing the location near to the sales location there by reducing distribution costs and facilitating the marketing of products to meet the increasing demands of the population, (d) collaborating with the government to facilitate information access related to the agroindustry and promotion abroad, especially to introduce the product in Southeast Asia market through cyberspace or overseas exhibition activities, (e) producing a quality product according to consumers' tastes for consumers to re-purchase so that it could be competitive to similar competitors.*

*Key words: coffee powder, development strategy, production performance*

**PENDAHULUAN**

Tanaman kopi yang memiliki laju pertumbuhan sebesar 3,23 persen merupakan salah satu komoditas unggulan dalam subsektor perkebunan karena memiliki peluang pasar yang baik di dalam negeri maupun luar negeri (Badan Pusat Statistik 2015). Masyarakat Indonesia merupakan salah satu konsumen kopi yang cukup besar, dimana konsumsi kopi Indonesia cenderung meningkat setiap tahun. Peningkatan tersebut terjadi, selain karena kebiasaan/tradisi masyarakat juga oleh adanya perubahan gaya hidup/trend dimana kopi diminati oleh segala lapisan masyarakat dari berbagai latar belakang. Pada tahun 2016 konsumsi kopi di Indonesia mencapai 1,15 kg/kapita/tahun (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia 2016). Meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia setiap tahun menunjukkan ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap kopi cukup besar.

Salah satu daerah penghasil kopi yang terdapat di Indonesia yaitu Provinsi Lampung. Kopi robusta memiliki produksi tertinggi yaitu sebesar 131.501 ton (Dinas Perkebunan Provinsi Lampung 2014a).

Hal tersebut menunjukkan kopi robusta mempunyai prospek yang baik untuk ke depan dalam membantu perekonomian Provinsi Lampung. Produksi kopi robusta di Kota Bandar Lampung sebesar 99 ton dengan luas area tanam sebesar 217 Ha (Dinas Perkebunan Provinsi Lampung 2014b).

Kota Bandar Lampung sebagai pusat perdagangan dan perekonomian di Provinsi Lampung berpotensi untuk menarik minat konsumen terhadap kopi bubuk, sehingga mengakibatkan banyak agroindustri kopi bermunculan dan terjadi persaingan terhadap penjualan kopi bubuk. Salah satu agroindustri kopi bubuk di Kota Bandar Lampung adalah agroindustri kopi Bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia. Agroindustri kopi bubuk Sinar Baru cap Bola Dunia merupakan agroindustri kopi bubuk tertua yang berdiri sejak tahun 1911. Banyaknya kompetitor yang meniru produk dari Sinar Baru Cap Bola Dunia baik dari penggunaan nama, logo dan kemasan produk membuat kesalahan penafsiran akan produk Sinar Baru Cap Bola Dunia di pasar. Peniruan *brand* produk, tentu memberikan keuntungan bagi penirunya baik dari

segi finansial maupun “pendompleng” citra baik dari *brand* produk yang ditiru. Sebaliknya bagi produk yang ditiru tentu memberikan kerugian, seperti penurunan volume penjualan. Volume penjualan pada tahun 2012 sebesar 90 persen, mengalami penurunan pada tahun 2013-2014 menjadi 85 persen, dan 84 persen pada tahun 2015.

Permasalahan tersebut menyebabkan agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia menjadi terhambat pengembangannya, sehingga diperlukan strategi pengembangan untuk meminimalisir kelemahan dari kekuatan dan memanfaatkan peluang dari ancaman agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia. Agar strategi pengembangan yang digunakan tepat untuk pengembangan agroindustri maka perlu diketahui terlebih dahulu bagaimana kinerja produksi dari agroindustri tersebut apakah sudah berjalan dengan baik atau belum. Atas dasar uraian tersebut, penelitian ini ditujukan untuk menganalisis kinerja produksi dan strategi pengembangan agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia di Kota Bandar Lampung.

#### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian ini dilaksanakan pada agroindustri kopi bubuk Sinar Baru cap Bola Dunia di Kota Bandar Lampung yang dipilih secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia merupakan salah satu agroindustri kopi bubuk tertua yang ada di Kota Bandar Lampung. Penentuan responden penelitian menggunakan metode survey yang terdiri dari satu orang pemilik dan 10 karyawan dengan total responden sebanyak 11 orang. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Desember 2016 sampai Januari 2017.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara, pengamatan serta pencatatan langsung. Data sekunder diperoleh dari studi literatur, laporan-laporan, publikasi, dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini, serta lembaga/instansi yang terkait dalam penelitian ini, seperti Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian Provinsi Lampung, dan lain-lain.

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama yaitu metode analisis kuantitatif dan deskriptif kualitatif yaitu analisis kinerja produksi. Metode analisis yang digunakan untuk

menjawab tujuan ke dua adalah metode analisis deskriptif kualitatif yaitu analisis SWOT.

Analisis kinerja produksi dilakukan untuk melihat hasil kerja produksi dari agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia yang dilihat dari aspek produktivitas, kapasitas, kualitas, kecepatan pengiriman, fleksibilitas dan kecepatan proses (Prasetya dan Fitri 2009).

#### 1) Produktivitas

Produktivitas dari agroindustri dihitung dari unit yang diproduksi (*output*) dengan masukan yang digunakan (tenaga kerja dan mesin) dengan menggunakan rumus (Prasetya dan Fitri 2009) :

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{Output}}{\text{Input}} \dots\dots\dots(1)$$

#### 2) Kapasitas

Kapasitas yaitu suatu ukuran yang menyangkut kemampuan dari *output* dari suatu proses. Kapasitas agroindustri dihitung dengan menggunakan rumus (Prasetya dan Fitri 2009) :

$$\text{Capacity Utilization} = \frac{\text{Actual output}}{\text{Design capacity}} \dots\dots(2)$$

Keterangan:

*Actual output* : *Output* yang diproduksi (kg)  
*Design capacity* : Kapasitas maksimal memproduksi (kg)

#### 3) Kualitas

Kualitas dari proses pada umumnya diukur dengan tingkat ketidaksesuaian dari produk yang dihasilkan (Prasetya dan Fitri 2009).

#### 4) Kecepatan Pengiriman

Kecepatan pengiriman ada dua ukuran dimensi, pertama jumlah waktu antara produk ketika dipesan untuk dikirimkan ke pelanggan, ke dua adalah variabilitas dalam waktu pengiriman (Prasetya dan Fitri 2009).

#### 5) Fleksibilitas

Fleksibilitas yaitu mengukur bagaimana proses transformasi menjadi lebih baik dengan membutuhkan kinerja disini. Ada tiga dimensi dari fleksibilitas, pertama bentuk dari

fleksibilitas menandai bagaimana kecepatan proses dapat masuk dari memproduksi satu produk atau keluarga produk untuk yang lain. Ke dua adalah kemampuan bereaksi untuk berubah dalam volume. Ke tiga adalah kemampuan dari proses produksi yang lebih dari satu produk secara serempak (Prasetya dan Fitri 2009).

#### 6) Kecepatan Proses

Kecepatan proses adalah perbandingan nyata melalui waktu yang diambil dari produk untuk melewati proses yang dibagi dengan nilai tambah waktu yang dibutuhkan untuk melengkapi produk atau jasa (Prasetya dan Fitri 2009).

Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Maka dengan demikian, perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam kondisi yang ada saat ini. Perencanaan strategi yang akan diterapkan sesuai dengan misi yang telah ditetapkan dan visi yang akan dicapai perusahaan (Rangkuti 2005).

Penyusunan strategi pengembangan dalam penelitian ini melalui beberapa tahap. Tahap pertama, menentukan faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Tahap ke dua, pemberian bobot serta perangkingan masing-masing komponen menggunakan matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*). Tahap ke tiga, menyilangkan setiap komponen dari hasil perangkingan matriks IFAS dan EFAS untuk menghasilkan strategi pengembangan. Tahap ke empat, dilakukan pembobotan terhadap strategi tersebut berdasarkan visi dan misi yang dimiliki agroindustri, sehingga diperoleh sepuluh strategi prioritas teratas berdasarkan analisis SWOT.

Penentuan komponen internal dan eksternal yang digunakan pada penelitian ini mengacu komponen yang digunakan pada penelitian Laisa, Sayekti, dan Nugraha (2013), serta berdasarkan kondisi keadaan agroindustri. Komponen internal yang digunakan pada penelitian ini adalah produksi, manajemen dan pendanaan, sumber daya manusia, lokasi usaha serta pemasaran. Berbeda halnya dengan komponen internal, komponen eksternal yang digunakan adalah sosial, ekonomi, dan budaya, pesaing, teknologi, iklim dan cuaca serta kebijakan pemerintah.

Penentuan bobot setiap komponen IFAS dan EFAS adalah dengan menggunakan metode derajat kepentingan relatif menurut David (2004) dalam Prihatini (2015). Penentuan bobot ini melibatkan beberapa pihak yang dijadikan responden dalam penelitian. Para responden ini menentukan komponen IFAS dan EFAS mana yang lebih dipentingkan, kurang dipentingkan, atau sama-sama dipentingkan dan kemudian akan diberi nilai 0, 1, dan 2 yang dicatat pada tabel catur yang akan menghasilkan derajat kepentingan relatif untuk setiap komponen IFAS dan EFAS. Hasil penelitian dari setiap komponen tersebut selanjutnya dijumlahkan kemudian akan dibagi dengan skor total sehingga diperoleh bobot masing-masing komponen IFAS dan EFAS. Pembagian hasil setiap komponen dengan skor total adalah untuk memperoleh nilai keseluruhan bobot komponen berjumlah satu atau 100 persen.

Bobot masing-masing komponen IFAS dan EFAS dari 11 responden dijumlah untuk mendapatkan nilai rata-rata bobot yang akan digunakan pada matriks IFAS dan EFAS. Menurut David (2004) dalam Prihatini (2015), penentuan rating komponen IFAS dan EFAS adalah dengan cara responden memberikan nilai 1-4 pada setiap komponen, selanjutnya dihitung nilai modulus untuk setiap komponen IFAS dan EFAS. Nilai modulus tersebut yang digunakan pada matriks IFAS dan EFAS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Kinerja Produksi

#### 1) Produktivitas

Tabel 1 menunjukkan bahwa produktivitas pada agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia belum baik, dikarenakan produktivitas mesin belum maksimal dibandingkan dengan kapasitas mesin berdasarkan Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia (PPKKI), serta produktivitas tenaga kerja yang belum maksimal karena nilai produktivitas tenaga kerja di bawah rata-rata produktivitas tenaga kerja berdasarkan penelitian Andika (2012) yang menyatakan produktivitas tenaga kerja agroindustri kopi bubuk skala kecil di Kota Bandar Lampung sudah baik dengan produktivitas sebesar 16,84 kg/HOK. Berdasarkan penelitian Sari, Zakaria, dan Affandi (2015) mengungkapkan bahwa peningkatan produktivitas dapat dilakukan dengan cara peningkatan persediaan bahan baku, peningkatan keterampilan sumber daya

manusia dengan cara mengikuti pelatihan–pelatihan untuk pengembangan agroindustri, serta mengadopsi perkembangan teknologi baru.

## 2) Kapasitas

Nilai rata-rata kapasitas agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia sebesar 0,64 atau 64 persen. Hal ini berarti agroindustri belum memproduksi dengan baik karena nilai kapasitas yang didapat di bawah standar kapasitas rata-rata produksi agroindustri kopi bubuk skala kecil di Kota Bandar Lampung berdasarkan penelitian Andika (2012) yaitu sebesar 0,84 atau 84 persen. Berdasarkan penelitian Sari, Zakaria, dan Affandi (2015) mengungkapkan bahwa kapasitas tersebut masih dapat dimaksimalkan dengan cara menambah persediaan bahan baku, meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan penggunaan peralatan yang lebih modern.

## 3) Kualitas

Kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia telah melalui uji citarasa (*cupping*) yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia (PPKKI). Uji citarasa tersebut menunjukkan bahwa kualitas kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia untuk atribut *fragrance*, *flavour*, *aftertaste*, *salt/acid*, *bitter/sweet*, *balance*, dan *overall* berdasarkan skala kualitas kopi bubuk masuk ke dalam kategori *very good*. Atribut *mouthfeel* masuk ke dalam kategori *excellent*, serta atribut *uniform cups* dan *clean cups* masuk ke dalam kategori *perfect*. Berdasarkan uji citarasa tersebut dapat dikatakan kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia memiliki kualitas yang sangat baik.

## 4) Kecepatan pengiriman

Kecepatan pengiriman diukur berdasarkan dua ukuran dimensi, pertama jumlah waktu antara produk ketika dipesan untuk dikirimkan ke pelanggan, ke dua adalah ketepatan dalam waktu pengiriman. Proses pemasaran dilakukan pemilik agroindustri ketika produksi kopi bubuk telah dikemas kemudian langsung dikirim ke toko penjualan yang berada di jalan Ikan Kakap, Teluk Betung Selatan yang membutuhkan waktu 15 menit. Berdasarkan penelitian Sari, Zakaria, dan Affandi (2015) menyatakan bahwa waktu yang dibutuhkan untuk mengirimkan produk yang dipesan untuk sampai ke pelanggan membutuhkan waktu 30 menit dan waktu tersebut dapat dikategorikan baik, sehingga aspek kecepatan pengiriman pada agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia dapat dikategorikan baik sudah dapat dikategorikan baik.

## 5) Fleksibel

Fleksibel bahan baku diukur melalui tiga tahapan. Tahapan pertama fleksibel dilihat dari kecepatan proses transformasi biji kopi menjadi kopi bubuk. Waktu yang dibutuhkan dari proses pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk yaitu selama satu hari. Berdasarkan penelitian Andika (2012) waktu yang dibutuhkan dari proses pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk yaitu selama satu hari dan waktu tersebut dapat dikategorikan baik. Tahapan ke dua yaitu kemampuan bereaksi untuk berubah dalam volume. Satu kilogram biji kopi dapat menghasilkan 80 persen kopi bubuk yaitu 8 ons. Hal ini sejalan dengan penelitian Andika (2012) yang menyatakan bahwa rendemen kopi yang baik adalah 80 persen.

Tabel 1. Produktivitas pada agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia menurut jenis kegiatan produksi

| Kegiatan                    | Produktivitas mesin        | Kapasitas mesin                    | Kategori       |
|-----------------------------|----------------------------|------------------------------------|----------------|
| Penyortiran                 | 200 kg/jam                 | 300 kg/jam                         | Belum maksimal |
| Penggorengan                | 25 kg/jam                  | 25 kg/jam                          | Baik           |
| <i>Resting</i>              | 50 kg/jam                  | -                                  | -              |
| Penggilingan                | 100 kg/jam                 | 100 kg/jam                         | Baik           |
| Pengemasan aluminium 8 gr   | 5000 bungkus/jam           | 6000 bungkus/jam                   | Belum maksimal |
| Pengemasan aluminium 250 gr | 320 bungkus/jam            | 6000 bungkus/jam                   | Belum maksimal |
| Pengemasan kaleng 1 kg      | 40 kaleng/jam              | 900 kaleng/jam                     | Belum maksimal |
| Kegiatan                    | Produktivitas tenaga kerja | Standar produktivitas tenaga kerja | Kategori       |
| Pengemasan kertas 250 gr    | 16,33 kg/HOK               | 16,84 kg/HOK                       | Belum maksimal |
| Pengemasan kertas 500 gr    | 11,43 kg/HOK               | 16,84 kg/HOK                       | Belum maksimal |

Tahapan ke tiga yaitu kemampuan dari proses produksi yang lebih dari satu produk secara serempak. Tahapan ke tiga ini belum dapat dilakukan karena biji kopi yang dibeli hanya bisa diproduksi menjadi kopi bubuk, belum menghasilkan produk pengolahan yang lain dengan bahan baku yang sama, sehingga dapat disimpulkan bahwa dari aspek fleksibilitas belum dikatakan baik karena pada tahapan pengukuran ketiga belum dapat dilakukan. Berdasarkan penelitian Sari, Zakaria, dan Affandi (2015) mengungkapkan bahwa tahapan ke tiga fleksibilitas dapat ditingkatkan dengan cara pengembangan terhadap sumber daya manusia melalui pelatihan pengembangan produk dan hasil produksi kopi bubuk sehingga biji kopi yang diolah dapat menghasilkan produk olahan yang lain.

#### 6) Kecepatan proses

Kecepatan proses dilihat dari berapa lama waktu yang diperlukan dari proses datangnya biji kopi sampai menghasilkan kopi bubuk. Waktu yang diperlukan dari proses datangnya biji kopi sampai menghasilkan kopi bubuk adalah 2 hari. Hal ini sejalan dengan penelitian Andika (2012) yang mengungkapkan bahwa waktu yang diperlukan dari proses datangnya biji kopi sampai menghasilkan kopi bubuk adalah 2 hari dan waktu tersebut dikategorikan baik, sehingga aspek kecepatan proses pada agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia dapat dikategorikan baik.

### Analisis Lingkungan Internal

Tabel 2. Matriks faktor internal untuk kekuatan (*strenghts*)

| Komponen                | Kekuatan                                                                         | Bobot | Rating | Total | Rank |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|------|
| Produksi                | Produk yang dihasilkan berkualitas                                               | 0,291 | 4      | 1,164 | 1    |
| Manajemen dan pendanaan | Pimpinan produksi adalah pemilik produksi                                        | 0,177 | 3      | 0,532 | 4    |
| Sumber daya manusia     | Keterampilan yang baik yang telah dimiliki oleh sumber daya manusia agroindustri | 0,200 | 3      | 0,600 | 2    |

| Komponen                                              | Kekuatan                                          | Bobot | Rating | Total | Rank |
|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------|--------|-------|------|
| Lokasi usaha                                          | Lokasi agroindustri dekat dengan lokasi penjualan | 0,150 | 3      | 0,450 | 5    |
| Pemasaran                                             | Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi    | 0,182 | 3      | 0,545 | 3    |
| Total kekuatan                                        |                                                   |       |        | 3,291 |      |
| Keterangan pemberian rating: (kekuatan)               |                                                   |       |        |       |      |
| 4 = Kekuatan yang dimiliki agroindustri sangat kuat   |                                                   |       |        |       |      |
| 3 = Kekuatan yang dimiliki agroindustri kuat          |                                                   |       |        |       |      |
| 2 = Kekuatan yang dimiliki agroindustri rendah        |                                                   |       |        |       |      |
| 1 = Kekuatan yang dimiliki agroindustri sangat rendah |                                                   |       |        |       |      |

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa kekuatan paling besar yang dimiliki agroindustri terletak pada komponen produksi dengan skor 1,164, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan agroindustri ini berkualitas sehingga menjadi kekuatan bagi agroindustri. Hal ini sejalan dengan penelitian Putri, Sayekti, dan Rosanti (2014) yang mengungkapkan bahwa produk yang berkualitas merupakan komponen kekuatan terbesar bagi budidaya rumput laut di Pulau Pahawang, Kecamatan Punduh Pidada, Kabupaten Pesawarann dengan skor sebesar 1,60.

Tabel 3. Matriks faktor internal untuk kelemahan (*weaknesses*)

| Komponen                                                         | Kelemahan                                                        | Bobot | Rating | Total | Rank |
|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|------|
| Produksi                                                         | Produksi menurun jika ketersediaan bahan baku sedikit            | 0,250 | 2      | 0,500 | 3    |
| Manajemen dan pendanaan                                          | Catatan pembukuan yang tidak baik dan keterbatasan modal         | 0,177 | 3      | 0,532 | 2    |
| Sumber daya manusia                                              | Pekerja berpendidikan rendah                                     | 0,164 | 3      | 0,491 | 4    |
| Lokasi usaha                                                     | Lokasi agroindustri jauh dari bahan baku                         | 0,136 | 3      | 0,409 | 5    |
| Pemasaran                                                        | Banyaknya peniruan <i>brand</i> produk Sinar Baru Cap Bola Dunia | 0,273 | 2      | 0,545 | 1    |
| Total kelemahan                                                  |                                                                  |       |        | 2,477 |      |
| Keterangan pemberian rating : (kelemahan)                        |                                                                  |       |        |       |      |
| 4 = Kelemahan yang dimiliki agroindustri sangat mudah dipecahkan |                                                                  |       |        |       |      |
| 3 = Kelemahan yang dimiliki agroindustri mudah dipecahkan        |                                                                  |       |        |       |      |
| 2 = Kelemahan yang dimiliki agroindustri sulit dipecahkan        |                                                                  |       |        |       |      |
| 1 = Kelemahan yang dimiliki agroindustri sangat sulit dipecahkan |                                                                  |       |        |       |      |

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa kelemahan paling besar yang dimiliki agroindustri terletak pada aspek pemasaran dengan skor sebesar 0,273, dimana kelemahan tersebut dipengaruhi dari banyaknya peniruan brand produk Sinar Baru Cap Bola Dunia baik dari peniruan nama maupun logo produk yang berpengaruh terhadap penjualan produk. Hal ini sejalan dengan penelitian Sari, Hudoyo, dan Nugraha (2015) yang mengungkapkan bahwa komponen perluasan usaha merupakan komponen kelemahan terbesar bagi usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional Kota Bandar Lampung yang berpengaruh terhadap volume penjualan dengan skor sebesar 0,25.

Tabel 4. Matriks faktor eksternal untuk peluang (*opportunities*)

| Komponen                     | Peluang                                                                                                                                                      | Bobot | Rating | Total | Rank |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|------|
| Ekonomi, sosial, dan ekonomi | Pertumbuhan penduduk dan kebutuhan masyarakat semakin meningkat                                                                                              | 0,200 | 2      | 0,400 | 5    |
| Pesaing                      | Kepuasan dan loyalitas konsumen Sinar Baru Cap Bola Dunia memperbesar peluang untuk memperoleh jumlah konsumen yang lebih besar dibandingkan pesaing sejenis | 0,168 | 3      | 0,505 | 2    |
| Teknologi                    | Pemanfaatan teknologi oleh agroindustri                                                                                                                      | 0,264 | 3      | 0,527 | 1    |
| Iklim dan cuaca              | Musim akan mempengaruhi pembelian bahan baku biji kopi                                                                                                       | 0,159 | 3      | 0,477 | 3    |
| Kebijakan pemerintah         | Memanfaatkan dukungan pemerintah terhadap agroindustri                                                                                                       | 0,209 | 2      | 0,418 | 4    |
| Total peluang                |                                                                                                                                                              |       |        | 2,327 |      |

Keterangan pemberian rating : (peluang)

4 = Peluang yang dimiliki agroindustri sangat mudah diraih

3 = Peluang yang dimiliki agroindustri mudah diraih

2 = Peluang yang dimiliki agroindustri sulit diraih

1 = Peluang yang dimiliki agroindustri sangat sulit diraih

Tabel 5. Matriks faktor eksternal untuk ancaman (*treaths*)

| Komponen                     | Ancaman                                                                       | Bobot | Rating | Total | Rank |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|------|
| Ekonomi, sosial, dan ekonomi | Tingkat preferensi penduduk tentang kopi terhadap kesehatan                   | 0,164 | 2      | 0,327 | 5    |
| Pesaing                      | Munculnya pesaing agroindustri yang sejenis                                   | 0,286 | 2      | 0,573 | 1    |
| Teknologi                    | Perkembangan teknologi sulit diikuti karena memerlukan biaya yang tinggi      | 0,214 | 2      | 0,427 | 4    |
| Iklim dan cuaca              | Pada saat tidak musim panen menyebabkan produksi bahan baku biji kopi menurun | 0,173 | 3      | 0,518 | 2    |
| Kebijakan pemerintah         | Sedikitnya dukungan dari pemerintah terhadap agroindustri                     | 0,164 | 3      | 0,491 | 3    |
| Total ancaman                |                                                                               |       |        | 2,336 |      |

Keterangan pemberian rating : (ancaman)

4 = Ancaman yang sangat mudah untuk diatasi

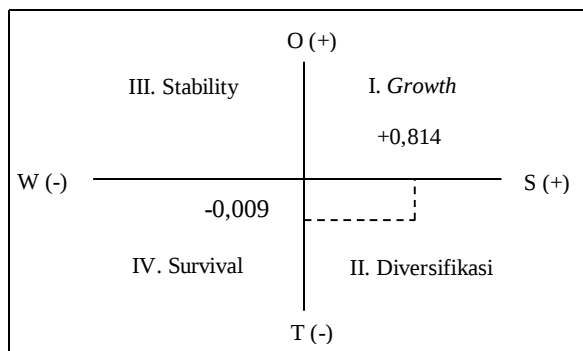
3 = Ancaman yang mudah diatasi

2 = Ancaman yang sulit diatasi

1 = Ancaman yang sangat sulit diatasi

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa ancaman yang paling besar yang dimiliki agroindustri terletak pada komponen pesaing dengan skor 0,573, di mana munculnya pesaing agroindustri yang sejenis mengakibatkan terjadinya persaingan terhadap penjualan kopi bubuk. Hal ini sejalan dengan penelitian Lisa, Sayekti, dan Nugraha (2013) yang mengungkapkan bahwa komponen pesaing merupakan komponen ancaman terbesar bagi industri pengolahan ikan teri nasi kering di Pulau Pasaran, Kecamatan Teluk Betung Barat, Kota Bandar Lampung dengan skor sebesar 0,60.

Berdasarkan total skor faktor internal dan eksternal, maka dapat dibuat diagram matriks I-E yaitu dengan mencari titik potong sumbu X dan sumbu Y. Titik potong sumbu X (W-S) diperoleh dari selisih antara total faktor kekuatan dan kelemahan yaitu +0,814 . dan titik potong sumbu Y (O-T) diperoleh dari selisih antara total faktor peluang dan ancaman yaitu -0,009.



Gambar 1. Diagram SWOT faktor internal dan eksternal agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia

Diagram internal eksternal (I-E) dapat dilihat pada Gambar 1. Berdasarkan diagram SWOT pada Gambar 1 menunjukkan bahwa agroindustri berada pada kuadran II (diversifikasi strategi). Artinya organisasi dalam kondisi mantap, namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Oleh karena itu, organisasi disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktisnya (David 2002).

### Strategi Pengembangan

Strategi prioritas diperoleh dengan cara menyilangkan faktor internal dengan faktor eksternal yaitu ( $S > O$ ), ( $S > T$ ), ( $W > O$ ) dan ( $W > T$ ) yang menghasilkan 100 strategi, selanjutnya memilih sepuluh strategi menurut urutan prioritas yang diperoleh dari perankingan dengan pendekatan visi misi agroindustri dan kondisi kuadran agroindustri yang diperoleh dari diagram SWOT agroindustri. Visi agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia adalah menjadi produsen kopi nomor satu di Indonesia yang berkualitas dengan citarasa tinggi. Adapun misi dari agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia yaitu:

1. Menghasilkan produk-produk perusahaan menjadi produk unggulan
2. Menyediakan produk-produk pilihan dengan citarasa tinggi, inovatif, harga terjangkau, dan memastikan ketersediaannya bagi pelanggan
3. Berkomitmen untuk senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi yang efisien, dan teknologi yang berkembang, serta
4. Memberikan kepuasan kepada konsumen dengan berfokus dengan produk, sistem dan pelayanan yang baik.

Strategi prioritas usaha bagi agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia adalah :

1. Memanfaatkan keterampilan sumber daya manusia agroindustri untuk meningkatkan produksi dengan menggunakan teknologi yang modern, seperti penggunaan mesin produksi dengan kapasitas yang lebih besar.
2. Memanfaatkan keterampilan sumber daya manusia agroindustri untuk meningkatkan produksi serta dukungan pemerintah untuk meningkatkan penjualan melalui pameran-pameran yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Bandar Lampung.
3. Memanfaatkan lokasi agroindustri yang dekat dengan lokasi penjualan sehingga mengurangi biaya distribusi dan memudahkan dalam memasarkan produk untuk memenuhi kebutuhan penduduk yang semakin meningkat.
4. Menjalin kerja sama dengan pemerintah untuk memfasilitasi agroindustri berkaitan akses informasi dan promosi di luar negeri khususnya untuk memperkenalkan produk di pasar Asia Tenggara melalui dunia maya atau kegiatan-kegiatan pameran di luar negeri.
5. Menghasilkan produk yang berkualitas dan sesuai selera konsumen agar konsumen melakukan pembelian ulang sehingga dapat bersaing dengan pesaing sejenis.
6. Pemilik agroindustri menentukan kebijakan melalui riset pasar untuk menentukan harga produk dan inovasi produk sehingga dapat bersaing dengan pesaing sejenis.
7. Pemilik agroindustri menentukan teknologi yang tepat untuk diadopsi sesuai dengan modal yang dimiliki.
8. Pemanfaatan sosial media sebagai media promosi agar menaikkan pendapatan sehingga dapat mengadopsi teknologi baru seperti penggunaan mesin produksi dengan kapasitas yang lebih besar.
9. Memanfaatkan modal yang terbatas untuk memproduksi produk yang sesuai dengan kebutuhan penduduk.
10. Mengatasi peniruan brand produk untuk memperoleh jumlah konsumen yang lebih besar dibandingkan pesaing sejenis dengan memanfaatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

### KESIMPULAN

Kinerja produksi agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia di Kota Bandar Lampung secara keseluruhan belum dapat dikatakan baik.

Strategi pengembangan pada agroindustri kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia di Kota Bandar Lampung yaitu (a) memanfaatkan keterampilan sumber daya manusia agroindustri untuk meningkatkan produksi dengan menggunakan teknologi yang modern seperti penggunaan mesin produksi dengan kapasitas yang lebih besar, (b) memanfaatkan keterampilan sumber daya manusia agroindustri untuk meningkatkan produksi serta dukungan pemerintah untuk meningkatkan penjualan melalui pameran-pameran yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Bandar Lampung, (c) memanfaatkan lokasi agroindustri yang dekat dengan lokasi penjualan sehingga mengurangi biaya distribusi dan memudahkan dalam memasarkan produk untuk memenuhi kebutuhan penduduk yang semakin meningkat, (d) menjalin kerja sama dengan pemerintah untuk memfasilitasi agroindustri berkaitan akses informasi dan promosi di luar negeri khususnya untuk memperkenalkan produk di pasar Asia Tenggara melalui dunia maya atau kegiatan-kegiatan pameran di luar negeri, (e) Menghasilkan produk yang berkualitas dan sesuai selera konsumen agar konsumen melakukan pembelian ulang sehingga dapat bersaing dengan pesaing sejenis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andika MS. 2012. Kinerja Usaha dan Strategi Pengembangan Agroindustri Skala Kecil Kopi Bubuk di Kota Bandar Lampung. *Skripsi*. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia. 2016. Konsumsi kopi domestik. <http://www.aekiaice.org/>. [5 Januari 2017].
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Produksi Perkebunan Besar Menurut Jenis Tanaman di Indonesia*. BPS Nasional Indonesia. Jakarta
- David FR. 2002. *Manajemen Strategik Konsep Edisi ke Tujuh*. Pearson Education Asia Pte. Ltd. dan PT Prenhallindo. Jakarta.
- Dinas Perkebunan Provinsi Lampung. 2014a. *Produksi Perkebunan Utama di Provinsi Lampung Menurut Jenis Tanaman Tahun 2014*. Bandar Lampung.
- Dinas Perkebunan Provinsi Lampung. 2014b. *Luas Areal dan Produksi Tanaman Kopi Robusta Tahun 2014*. Bandar Lampung.
- Laisa DD, Sayekti WD, dan Nugraha A. 2013. Analisis harga pokok produksi dan strategi pengembangan industri pengolahan ikan teri nasi kering di Pulau Pasaran Kecamatan Teluk Betung Barat Kota Bandar Lampung. *JIIA*: 1(2): 111-117. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/237>. [25 Maret 2017]
- Mantra IB. 2004. *Demografi Umum*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Nurhidayati E, Lestari DAH, dan Nugraha A. 2015. Strategi pengembangan koperasi Agro Siger Mandiri di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan. *JIIA*: 3(1): 57-65. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1018>. [25 Maret 2017]
- Prasetya H dan Fitri L. 2009. *Manajemen Operasi*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Prihatini D. 2015. Strategi pengembangan komoditas sayuran (dataran tinggi) unggulan di Kawasan Agropolitan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat. *Tesis*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Lampung.
- Putri D, Sayekti WD, dan Rosanti N. 2014. Analisis pendapatan dan strategi pengembangan budidaya rumput laut di Pulau Pahawang Kecamatan Punduh Pidada Kabupaten Pesawaran. *JIIA*: 2(1): 56-63. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/561>. [25 Maret 2017].
- Rangkuti F. 2005. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sari IRM, Zakaria WA, dan Affandi MI. 2015. Kinerja produksi dan nilai tambah agroindustri emping melinjo di Kota Bandar Lampung. *JIIA*: 3 (1): 18 - 25. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1013>. [25 Maret 2017].
- Sari TY, Hudoyo A, dan Nugraha A. 2015. Analisis finansial dan strategi pengembangan usaha perdagangan telur eceran: studi kasus di pasar tradisional Kota Bandar Lampung. *JIIA*: 3(3): 243-250. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1048>. [25 Maret 2017].