

ANALISIS KINERJA AGROINDUSTRI KOPI CAP JEMPOL SUPRI DI KECAMATAN KEMILING KOTA BANDAR LAMPUNG

*(Performance Analysis of the Cap Jempol Supri Coffee Agroindustry in Kemiling District
Bandar Lampung City)*

Senja Naromsyah, Wan Abbas Zakaria*, Dian Rahmalia

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia
E-mail wanabas.zakaria@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the accuracy of raw material procurement, production performance, and marketing strategies of Cap Jempol Supri Coffee Agroindustry in Kemiling District Bandar Lampung City. The research was conducted at the Cap Jempol Supri Coffee Agroindustry located in Kemiling District Bandar Lampung City, using a case study method. The respondents were included the agroindustry owner, production employees, and packaging employees. The first objective was analyzed using the 6 right criteria, while the second objective was analyzed based on eight aspects: productivity, capacity, quality, delivery speed, flexibility, processing speed, packaging process, and production management. The third objective was analyzed using the 4P method (product, price, place, promotion). The results showed that the accuracy of coffee and corn raw material procurement was categorized as good. The lowest score was found in the price indicator because the price obtained did not meet expectations. Labor productivity was 34.33 kg per workday, machine capacity was 77 percent, and product quality reached 85 percent. Delivery speed, flexibility, processing speed, packaging process, and production management were also categorized as good based on the analysis. The agroindustry produced two types of products: blended ground coffee and pure ground coffee, sold in two packaging sizes of 100 grams and 200 grams. The selling price was competitively determined. The products were marketed in Kemiling District and Sukarame District. Promotion was still carried out through personal selling by directly visiting small shops and wholesale stores to offer ground coffee products for purchase and further distribution.

Keywords: Agroindustry, ground coffee, marketing, production performance, raw material

Received: 30 April 2026

Revised: 12 May 2026

Accepted: 21 May 2026

DOI: <https://doi.org/10.23960/jiia.v14i2.12823>

PENDAHULUAN

Kopi adalah komoditi perkebunan yang ada di Indonesia dan mempunyai peran penting dalam perekonomian di Indonesia. Indonesia adalah produsen dan menempati posisi keempat sebagai eksportir kopi terbesar di dunia, setelah Brazil, Vietnam, dan Columbia (Maysarah *et al.*, 2020). Beberapa jenis kopi yang ada di Indonesia dikenal oleh penggemar kopi dari berbagai belahan dunia, termasuk mereka yang menyukai varietas seperti kopi Toraja, Lampung, Mandailing, dan Aceh. (Pangestuti *et al.*, 2020).

Provinsi Lampung merupakan provinsi yang memiliki produksi kopi yang tinggi. Jenis kopi yang dibudidayakan di Provinsi Lampung adalah kopi robusta. Jumlah produksi kopi robusta di Provinsi Lampung pada tahun 2020 sebanyak 117.311 ton, tahun 2021 sebanyak 116.281 ton, dan pada tahun 2022 sebanyak 118.139 ton (BPS

Provinsi Lampung, 2023). Kopi robusta merupakan produk unggulan di beberapa daerah yang ada di Provinsi Lampung, diantaranya Kabupaten Lampung Barat, Tanggamus, Pesisir Barat, Lampung Utara, dan Way Kanan.

Keberadaan kopi terus mengalami perkembangan dari masa ke masa. Budaya minum kopi telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sejak berabad-abad lalu. Di Indonesia, kopi bukan hanya sekadar minuman, tetapi juga memiliki nilai sosial, ekonomi, dan budaya yang kuat. Bersamaan dengan kuatnya kebiasaan minum kopi, saat ini banyak pengusaha yang melakukan hilirisasi dengan mendirikan agroindustri pengolahan berbasis kopi di Provinsi Lampung, karena wilayah penghasil kopi mempermudah mereka dalam mendapatkan bahan baku biji kopi (Almega *et al.*, 2022).

Agroindustri kopi merupakan agroindustri yang mengolah biji kopi sebagai bahan dasar menjadi produk bernilai tambah, yaitu kopi bubuk. Produk kopi bubuk digemari oleh masyarakat berbagai kalangan (Akbar *et al.*, 2020). Data dari Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung (2021) menunjukkan adanya 60 agroindustri kopi bubuk di wilayah Kota Bandar Lampung. Kecamatan Kemiling merupakan sentra produksi dengan jumlah sebanyak 5 agroindustri kopi bubuk. Salah satunya adalah Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri.

Keberlangsungan Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri di Kecamatan Kemiling bergantung pada pengelolaan bahan baku, proses produksi, dan strategi pemasaran yang saling terkait untuk mendukung kelancaran operasional serta daya saing di pasar. Namun, pengadaan bahan baku dihadapkan pada fluktuasi harga dan biaya yang lebih tinggi dari tengkulak dibandingkan petani. Di mana bahan dari petani lebih terjangkau, namun terbatas pada musim panen, sedangkan dari tengkulak lebih fleksibel, meski mahal. Proses produksi juga terkendala oleh peralatan *sealer* dan mesin *roasting* yang sederhana dan konvensional, sehingga memengaruhi kapasitas, efisiensi waktu, dan konsistensi kualitas produk. Oleh karena itu, perlu dirumuskan pertanyaan penelitian yang berfokus pada ketepatan pengadaan bahan baku, kinerja produksi, dan strategi pemasaran agroindustri tersebut.

Peningkatan produktivitas mempengaruhi performa Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri, yang ditentukan oleh permintaan pasar dan pasokan bahan baku yang cukup. Naiknya permintaan mendorong produksi lebih besar, meningkatkan efisiensi produksi dan kelancaran rantai pasok. Penelitian ini bertujuan menganalisis ketepatan pengadaan bahan baku, kinerja produksi, dan strategi pemasaran Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri di Kecamatan Kemiling, Bandar Lampung.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung, menggunakan metode studi kasus. Lokasi dipilih secara *purposive*, karena agroindustri ini baru didirikan pada tahun 2017, memiliki prospek pertumbuhan, dan mampu bersaing dengan merek kopi lama. Narasumber terdiri dari tiga orang yaitu pemilik agroindustri, staf produksi, dan staf pengemasan. Pengumpulan data primer dan sekunder dilakukan September–Desember 2025.

Analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Pengadaan bahan baku dianalisis kualitatif berdasarkan 6 aspek: tempat, kualitas, kuantitas, waktu, harga, dan jenis. Kinerja produksi dianalisis kuantitatif dan kualitatif berdasarkan produktivitas, kapasitas, kualitas, fleksibilitas, kecepatan proses, kecepatan pengiriman, proses pengemasan, dan manajemen produksi. Strategi pemasaran diidentifikasi dengan bauran pemasaran 4P (*product, price, place, dan promotion*).

Analisis pengadaan bahan baku biji kopi dan jagung dilakukan untuk menemukan masalah dalam penyediaan bahan baku untuk industri kopi bubuk, dengan fokus pada enam aspek ketepatan: jumlah yang sesuai, kualitas, lokasi, waktu, harga, dan jenis. Penilaian menggunakan skala 1-3 dengan skor maksimal untuk penilaian ini adalah 18, yang setara dengan 100 persen. Persentase ketepatan pengadaan bahan baku ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor}}{\text{Skor maksimal}} \times 100 \% \dots\dots\dots (1)$$

Produktivitas pada agroindustri dihitung berdasarkan perbandingan produk yang dihasilkan (*output*) dibagi sumber daya yang digunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{Kopi bubuk (kg)}}{\text{Jam kerja yang dipakai (jam)}} \dots\dots\dots (2)$$

Ukuran produktivitas ini dinyatakan dalam satuan Kg/HOK, sesuai dengan Render dan Heizer (2001). Kriteria pengukuran produktivitas menggunakan standar penilaian didasarkan pada situasi di lapangan yang dikumpulkan melalui wawancara serta kalkulasi rata-rata produktivitas pekerja per bulan per individu. Apabila produktivitas mencapai atau melebihi 7,45 kg/HOK, maka performa agroindustri dinilai baik; sedangkan jika produktivitas di bawah 7,45 kg/HOK, performa agroindustri dinilai kurang baik.

Kapasitas adalah kemampuan mesin produksi menghasilkan *output* dari sebuah proses produksi, yang dihitung dengan rumus berikut.

$$\text{Kapasitas} = \frac{\text{Actual output}}{\text{Design capacity}} \dots\dots\dots (3)$$

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

produksi (kg)

Berdasarkan Prasetya dan Lukiastuti (2017), jika kapasitas produksi melebihi 0,5 atau 50 persen, maka agroindustri telah beroperasi dengan baik atau mencapai tingkat optimal, dan jika kapasitas produksi di bawah 0,5 atau 50 persen, maka mesin beroperasi dengan kurang baik atau belum mencapai tingkat optimal.

Fleksibilitas merujuk pada kecepatan proses pengolahan bubuk kopi, yang mencakup kemampuan biji kopi untuk diproses serta kapasitas sistem produksi dalam menghasilkan produk lebih dari satu jenis produk dalam satu waktu produksi, dengan tujuan mempertahankan dan meningkatkan kestabilan operasional. Selain itu, fleksibilitas adalah ciri khas teknologi atau elemen perusahaan yang mampu menghadapi kondisi tak menentu, serta kemampuan untuk bereaksi cepat terhadap perubahan selama tahap produksi (Dzulfikar *et al.*, 2024).

Kualitas kopi bubuk diukur berdasarkan ketidaksesuaian suatu produk yang dihasilkan dari suatu proses (Sari *et al.*, 2017). Penilaian kualitas kopi bubuk di Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri dilihat dari tekstur, aroma, warna, dan kadar air yang dihitung menggunakan perhitungan skala *likert* dengan rentang nilai 1-3. Skor tertinggi yaitu 20 poin, yang setara dengan 100 persen. Persentase untuk menilai kualitas bubuk kopi dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor}}{\text{Skor maksimal}} \times 100\% \dots\dots\dots (4)$$

Kriteria penilaian kualitas kopi bubuk di Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri disajikan pada Tabel 1.

Kecepatan pengiriman terdiri dari dua dimensi yaitu lamanya waktu dari saat produk dipesan hingga dikirimkan ke pelanggan, dan tingkat variabilitas dalam waktu pengiriman tersebut.

Tabel 1. Kriteria penilaian kualitas kopi bubuk

Persentase (%)	Kriteria
20 - 45	Kurang Baik
46 - 75	Baik
76 - 100	Sangat Baik

Kecepatan proses adalah ukuran perbandingan waktu yang dibutuhkan selama tahap produksi untuk menyelesaikan produk hingga siap dikemas

dan dikirim ke pembeli. Waktu pengemasan adalah rata-rata durasi yang diperlukan penjual untuk mempersiapkan produk, agar bisa dikirim. Secara spesifik, kecepatan proses adalah rasio antara waktu aktual seluruh proses dan waktu nilai tambah yang diperlukan untuk menyempurnakan produk (Dzulfikar *et al.*, 2024).

Proses pengemasan adalah rangkaian kegiatan untuk menyiapkan produk, agar siap disimpan, didistribusikan, dipasarkan, dan digunakan oleh konsumen. Proses pengemasan yang baik dapat meningkatkan nilai tambah produk dan kepercayaan konsumen, karena kemasan juga berfungsi sebagai media informasi dan identitas produk (Safirin *et al.*, 2023). Tujuan utama proses pengemasan adalah melindungi produk, menjaga kualitas, mempermudah penyimpanan dan distribusi, serta meningkatkan daya tarik bagi konsumen.

Manajemen produksi adalah cara mengatur kegiatan yang mencakup penyusunan rencana, penataan organisasi, eksekusi, dan pemantauan produksi, sehingga perusahaan mampu menciptakan barang dengan cara yang efektif, hemat sumber daya, dan bermutu tinggi sesuai permintaan pasar. Berdasarkan Heizer dan Render (2015), manajemen produksi melibatkan kegiatan yang terkait dengan pembuatan produk dan layanan melalui perubahan bahan masukan menjadi hasil akhir. Manajemen produksi tidak hanya menitikberatkan pada tahap pembuatan barang, tetapi juga melibatkan penetapan strategi produksi serta memastikan seluruh langkah berjalan sesuai dengan norma operasional yang sudah ditentukan. Penerapan manajemen produksi di Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri diukur dengan skala *likert* dengan menilai *planning, organizing, actuating, dan controlling* dengan rentang nilai 1-5. Skor maksimal untuk penilaian penerapan manajemen produksi adalah 25 poin, yang mewakili 100 persen. Persentase penilaian tersebut diperoleh melalui perhitungan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor}}{\text{Skor maksimal}} \times 100\% \dots\dots\dots (5)$$

Analisis deskriptif kualitatif diterapkan untuk mencapai tujuan terkait saluran pemasaran. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan, pengelompokan, analisis, dan penafsiran data, guna menghasilkan gambaran mengenai analisis saluran pemasaran. Menurut Kotler (2001), indikator penilaian dalam strategi pemasaran 4P dapat dilihat dari sejauh mana setiap unsur (*product, price, place,*

promotion) mampu memenuhi kebutuhan pasar dan mencapai tujuan perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Ketepatan Pengadaan Bahan Baku

1. Pengadaan bahan baku biji kopi

Pengadaan bahan baku biji kopi yang sesuai dengan indikator 6 tepat menjadi salah satu harapan utama pemilik agroindustri, karena sangat berpengaruh terhadap kelancaran proses produksi dan mutu akhir produk. Setiap indikator berperan sebagai tolak ukur untuk menilai sejauh mana pengadaan telah dilaksanakan secara efektif dan efisien. Hasil analisis ketepatan pengadaan bahan baku biji kopi memperoleh skor 14. Persentase enam tepat pada ketepatan pengadaan bahan baku dihitung menggunakan rumus berikut.

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor}}{\text{Skor maksimal}} \times 100 \%$$

$$\text{Persentase} = \frac{14}{18} \times 100\%$$

$$\text{Persentase} = 77,78\%$$

Berdasarkan perhitungan, pengadaan bahan baku biji kopi berada pada kategori “tepat”. Skor terendah diberikan pada indikator harga. Hal ini disebabkan karena harga yang didapat tidak sesuai dengan harapan. Hasil penelitian ini selaras dengan temuan Lestari *et al.*, (2023) yang menunjukkan bahwa aspek keenam dalam pengadaan bahan baku untuk agroindustri kopi bubuk yang diteliti belum sepenuhnya tercapai. Kondisi ini muncul, karena ekspektasi dari kedua agroindustri kopi bubuk tersebut tidak sejalan dengan realitas. Aspek tepat waktu, kualitas, tempat, kuantitas, dan jenis sudah memenuhi harapan mereka. Namun, aspek tepat harga tidak sesuai dengan yang diinginkan.

2. Pengadaan bahan baku biji jagung

Hasil analisis ketepatan pengadaan bahan baku biji jagung dari aspek enam tepat memperoleh skor sebesar 14. Persentase ketepatan dihitung dengan rumus berikut ini.

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor}}{\text{Skor maksimal}} \times 100\%$$

$$\text{Persentase} = \frac{14}{18} \times 100\%$$

$$\text{Persentase} = 77,78\%$$

Berdasarkan perhitungan, pengadaan bahan baku biji kopi berada pada kategori “tepat”. Skor terendah diberikan pada indikator harga, hal ini disebabkan karena harga yang didapat tidak sesuai dengan harapan.

Kinerja Produksi Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri

1. Produktivitas

Hasil perhitungan produktivitas Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri sebagai berikut:

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{Kopi bubuk}}{\text{Jam kerja yang digunakan}}$$

$$\text{Produktivitas} = \frac{103 \text{ Kg}}{3 \text{ HOK}}$$

$$\text{Produktivitas} = 34,33$$

Berdasarkan perhitungan produktivitas di Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri, nilai produktivitasnya mencapai 34,33 kg/HOK. Satuan pengukuran produktivitas ini adalah Kg/HOK. Menurut Render dan Heizer (2001), produktivitas lebih dari 7,45 kg/HOK, maka kinerja agroindustri dianggap baik. Ini menunjukkan bahwa kinerja produktivitas Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri sudah baik. Temuan ini seiring dengan penelitian Maharani *et al.*, (2021) yang menyatakan produktivitas *output* di Agroindustri Kopi Bubuk Cap Gunung Betung mencapai 14,29 kg/HOK. Angka ini melebihi standar produktivitas, sehingga kinerja agroindustri Kopi Bubuk Cap Gunung Betung dari segi produktivitas dapat dinilai baik.

2. Kapasitas

Hasil perhitungan kapasitas mesin produksi pada Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri sebagai berikut:

$$\text{Kapasitas} = \frac{\text{Produksi Kopi Bubuk}}{\text{Kapasitas Maksimal Mesin Produksi}}$$

$$\text{Kapasitas} = \frac{70 \text{ kg}}{90 \text{ kg}}$$

$$\text{Kapasitas} = 0,77$$

Menurut Sari *et al.*, (2017), jika kapasitas produksi melebihi 0,5 atau 50 persen, maka agroindustri dianggap telah berproduksi dengan baik atau sudah

optimal. Berdasarkan perhitungan, nilai kapasitas mesin produksi di Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri adalah 0,77 atau 77 persen, yang menunjukkan bahwa agroindustri ini telah berproduksi dengan baik dan optimal.

Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian Lestari *et al.* (2023), bahwa Agroindustri Kopi Bubuk Cap Kapal Lampung beroperasi pada tingkat kapasitas 75 persen, sedangkan Agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan mencapai 57 persen. Angka-angka ini menunjukkan bahwa kedua agroindustri telah memproduksi dengan efisien dan optimal, karena tingkat kapasitasnya berada di atas 0,5 atau 50 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan mesin dan tenaga kerja telah berjalan secara efektif dan mendekati kapasitas produksi yang tersedia.

3. Kualitas

Penilaian kualitas kopi bubuk Cap Jempol Supri di hitung menggunakan perhitungan skala *likert* yang dapat dilihat pada Tabel 2. Penilaian pada Tabel 2, menunjukan bahwa perolehan nilai standar kualitas kopi bubuk Cap Jempol Supri sebesar 17 dari skor maksimal 20. Persentase penilaian kualitas kopi bubuk dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor}}{\text{Skor maksimal}} \times 100\%$$

$$\text{Persentase} = \frac{17}{20} \times 100\%$$

$$\text{Persentase} = 85\%$$

Hasil perhitungan kualitas kopi bubuk Cap Jempol Supri berada pada kategori sangat baik. Hasil penelitian ini seiring dengan penelitian Sari *et al.*, (2017), yang menyatakan bahwa kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia, pengujian citarasa menghasilkan kopi bubuk yang sangat baik.

Tabel 2. Kriteria penilaian kualitas produk kopi bubuk Cap Jempol Supri

No	Indikator	Standar Kualitas	1	2	3	4	5
1	Tekstur	Halus					v
2	Aroma	Aroma khas kopi yang kuat			v		
3	Warna	Seragam sesuai Tingkat <i>roasting</i>				v	
4	Kadar air	Rendah (3-5%)					v

4. Kecepatan pengiriman

Kecepatan pengiriman di Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri dinilai baik, sebab hal ini merupakan bagian dari aspek pelayanan pelanggan. Variasi waktu pengiriman kopi bubuk dari Agroindustri Kopi Bubuk Cap Jempol Supri ke konsumen berkisar dari 30 menit hingga 2 jam. Pengiriman ke konsumen yang dekat dengan lokasi produksi biasanya rampung dalam waktu sekitar 30 menit, sementara ke lokasi yang lebih jauh atau pengantaran ke beberapa titik bisa memerlukan waktu hingga 2 jam. Ini menunjukkan kemampuan agroindustri untuk mengirim produk segera setelah dipesan, didukung oleh ketersediaan stok.

Temuan penelitian ini selaras dengan studi Intifaza *et al.*, (2025) yang menyatakan bahwa kecepatan pengiriman produk di Agroindustri Kopi Bubuk 49 cukup baik, karena tidak memakan waktu lama hanya satu hari untuk pengiriman ke mitra atau konsumen dalam kota, dan 2-3 hari untuk luar kota, bergantung pada jarak tempuh.

5. Fleksibilitas

Proses dari kedatangan bahan baku hingga produksi kopi bubuk di Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri memerlukan waktu satu hari, dengan biji kopi yang tiba didiamkan minimal 24 jam untuk menyesuaikan kondisi dengan lingkungan penyimpanan, menjaga stabilitas kadar air, dan mempersiapkan bahan baku untuk tahap produksi berikutnya. Agroindustri ini menghasilkan kopi bubuk sebanyak 75 persen dari jumlah bahan baku mentah akibat penyusutan berat selama proses produksi, khususnya pada tahap penyangraian. Selain itu, agroindustri memproduksi dua varian kopi bubuk campuran biji jagung untuk harga jual lebih terjangkau, dan 100 persen biji kopi robusta bagi konsumen yang mencari rasa kopi berkualitas tinggi.

6. Kecepatan Proses

Kecepatan proses produksi dilihat berdasarkan waktu yang dibutuhkan sejak kedatangan bahan baku utama biji kopi sampai terbentuknya kopi bubuk. Durasi yang dibutuhkan dari kedatangan bahan baku utama hingga siap untuk *roasting* adalah 1 hingga 2 hari, proses *roasting* dilakukan selama 25-30 menit dan setelah di *roasting* sampai bisa digiling menjadi kopi bubuk minimal selama 2 jam, karena memerlukan waktu pendinginan. Proses penggilingan 50 kg kopi bubuk membutuhkan waktu sekitar 20 menit yang menandakan bahwa kapasitas dan kinerja mesin giling sudah cukup baik dan efisien. Namun, pada

tahap pengemasan diperlukan waktu yang jauh lebih lama, yaitu sekitar 2 jam, karena proses pengemasan masih dilakukan secara manual, meliputi penimbangan, pengisian, dan penutupan kemasan satu per satu.

Hasil penelitian ini selaras dengan temuan Lestari *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa proses pengolahan kopi bubuk di kedua agroindustri tersebut dapat dikategorikan cepat. Agroindustri kopi Cap Kapal Lampung tidak menghadapi hambatan dalam hal kecepatan prosesnya, sedangkan agroindustri kopi bubuk Cap Intan seringkali mengalami kesulitan terkait aspek kecepatan tersebut. Masalah ini biasanya timbul akibat kerusakan pada mesin penggiling, yang menyebabkan durasi produksi menjadi sedikit.

7. Proses Pengemasan

Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam melakukan pengemasan, yaitu:

- Tempat bersih.
- Berat harus sesuai dengan ukuran kemasan yang sudah ditentukan.
- Memastikan rekatan plastik kemasan setelah di *sealer* sudah kuat.

Saat melakukan pengemasan, bahan yang dipakai untuk kemasan berupa plastik. Alat untuk pengemasan adalah centong untuk memasukan bubuk kopi ke dalam kemasan berupa plastik dan *sealer* untuk merekatkan kemasan supaya tertutup rapat, agar kopi bubuk tidak rusak. Plastik yang digunakan untuk mengemas sudah cukup baik untuk melindungi kopi bubuk, karena plastik yang digunakan memiliki bahan yang tebal, tidak mudah robek dan sudah memiliki sablon merek kopi di bagian depannya. Pengemasan dilakukan oleh satu orang tenaga kerja.

Penerapan Manajemen Produksi

Penerapan manajemen produksi adalah pengelolaan efektif dan efisien kegiatan produksi di perusahaan atau agroindustri, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan, untuk memastikan produk memenuhi standar kualitas, jumlah, waktu, dan biaya. Di Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri, hasil penerapan ini dinilai dalam persentase, dengan skor maksimal 25 (100 persen).

Aspek *planning* (perencanaan) mendapat nilai 84 persen, agroindustri tidak memiliki rencana

produksi jelas per periode dan menentukannya berdasarkan permintaan pasar. Aspek *organizing* (pengorganisasian) dapat nilai tertinggi sebesar 100 persen, karena pemilik dan karyawan Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri memahami peran masing-masing, memungkinkan koordinasi efektif antara pemilik dan karyawan. Aspek *actuating* (pelaksanaan) bernilai 80 persen, menunjukkan proses produksi berjalan baik sesuai rencana, karena karyawan yang telah dilatih menjalankan langkah-langkah dari penyangraian hingga pengemasan dengan benar. Aspek *controlling* (pengawasan) juga bernilai 80 persen, pemilik melakukan pengawasan mutu produk dan proses produksi yang baik dan secara berkala mengawasi jalannya produksi dan hasilnya.

Strategi Pemasaran Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri

1. Product (Produk)

Produk kopi bubuk yang dihasilkan memiliki tekstur halus, warna cokelat muda, serta aroma kopi yang kuat dan khas, sehingga mampu memberikan sensasi rasa yang disukai konsumen. Berdasarkan jenisnya, produk yang dipasarkan terdiri atas dua varian, yaitu kopi campuran jagung dengan perbandingan 70-30 dan kopi murni. Kopi campuran diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan harga yang lebih terjangkau tanpa mengurangi kenikmatan rasa kopi, sedangkan kopi murni ditujukan bagi konsumen yang mengutamakan kemurnian dan kualitas rasa asli biji kopi. Produk kopi bubuk dapat dilihat pada Gambar 1. Sisi kiri merupakan produk kopi murni, sedangkan di sisi kanan merupakan produk kopi campuran.



Gambar 1. Produk kopi bubuk Cap Jempol Supri

Agroindustri kopi Cap Jempol Supri menggunakan dua ukuran kemasan, yaitu 100 gram dan 200 gram, yang dirancang menyesuaikan dengan daya beli serta kebutuhan konsumen. Kemasan tidak hanya

melindungi produk dan menjaga aroma tetap segar, tetapi juga menjadi identitas merek agar mudah dikenali. Kopi Cap Jempol Supri memiliki beberapa keunggulan dibanding merek lain diantaranya variasi produk (murni dan campuran), jaringan distribusi yang sudah berjalan, serta kinerja produksi yang tergolong baik. Usaha ini juga telah lama beroperasi, sehingga memiliki pasar dan pelanggan tetap.

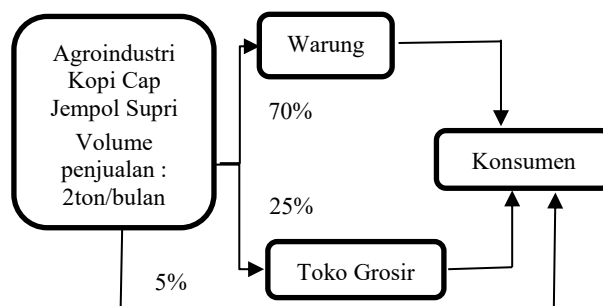
2. Price (Harga)

Harga kopi bubuk di Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri ditetapkan berdasarkan jenis produk, biaya bahan baku, dan kondisi pasar. Kopi campuran yang dikemas ukuran 200 gr dijual dengan harga Rp50.000/kg (harga untuk 5 bungkus) dan yang dikemas 100 gr dijual dengan harga Rp53.000/kg (harga untuk 10 bungkus). Kemudian untuk produk kopi murni dijual dengan harga Rp120.000/kg baik yang dikemas ukuran 100 gr maupun 200 gr. Perbedaan harga disebabkan oleh bahan baku. Kopi murni menggunakan 100 persen kopi robusta, sedangkan kopi campuran menggunakan tambahan jagung menyesuaikan daya beli masyarakat. Kopi murni bernilai lebih tinggi, karena kualitas dan cita rasanya. Kopi campuran diminati, karena lebih ekonomis. Untuk kopi murni, jika dibandingkan dengan merek lain yang diproduksi di kecamatan yang sama, harga kopi Cap Jempol Supri 30 persen lebih murah. Untuk kopi campuran, harga kopi Cap Jempol Supri 12 persen lebih murah dibanding produk sejenis merek lain.

3. Place (Tempat/Distribusi)

Penjualan produk dilakukan secara langsung oleh Pak Supri selaku pemilik Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri. Sistem pemasaran yang diterapkan masih bersifat sederhana dan berskala lokal, dimana proses penjualan dan distribusi produk dilakukan tanpa melalui perantara besar atau distributor resmi. Setiap bulannya agroindustri ini menjual kopi Agroindustri memasarkan produk kopi bubuknya ke berbagai warung yang di wilayah Kecamatan Kemiling serta ke sejumlah toko grosir yang berada di Kecamatan Kemiling dan Kecamatan Sukarame. Selain itu juga, agroindustri menjual langsung ke konsumen yang ingin membeli kopi bubuk secara langsung. Sama halnya dengan penelitian Laksono *et al.*, (2022) dimana pada Agroindustri Ratu Luwak, penjualan produk dilakukan secara langsung kepada konsumen tanpa perantara lembaga-lembaga pemasaran.

Alur distribusi pemasaran kopi bubuk Cap Jempol Supri dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Alur distribusi kopi bubuk Cap Jempol Supri

Jangkauan distribusi Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri meliputi tiga saluran utama, yaitu warung kecil, toko grosir, dan konsumen langsung. Pola distribusi ini menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran masih berfokus pada wilayah sekitar dan belum melibatkan pihak ketiga dalam proses penyaluran produk, namun tetap mampu memenuhi permintaan pasar lokal secara efektif.

4. Promotion (Promosi)

Promosi dilakukan melalui *personal selling*, yaitu interaksi tatap muka antara penjual dan pembeli, dengan tujuan meyakinkan calon pelanggan untuk membeli produk yang dijual. Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri memasarkan produknya dengan mengunjungi warung dan toko grosir di Kecamatan Kemiling, agar mereka mau membeli dan menjual ulang produk tersebut. Promosi ini paling efektif bagi kopi Cap Jempol Supri, karena dapat mempertahankan pelanggan dan menjaga distribusi produk di pasar yang telah ada. Namun, promosi ini memiliki keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, promosi juga dilakukan secara *online* melalui WhatsApp pribadi pemilik, untuk menawarkan produk, menerima pesanan, serta menyampaikan detail harga dan stok. Meski demikian, promosi ini belum dilakukan secara rutin. Jika kopi Cap Jempol Supri ingin meningkatkan pangsa pasarnya, maka strategi promosi berbasis digital perlu ditingkatkan.

KESIMPULAN

Pengadaan bahan baku kopi dan jagung berdasarkan kriteria 6 tepat pada Agroindustri Kopi Cap Jempol Supri sudah berjalan cukup baik. Kinerja produksi juga tergolong baik, ditunjukkan oleh nilai produktivitas sebesar 34,33 persen dan tingkat pemanfaatan kapasitas sebesar 77 persen. Dari sisi

kualitas, agroindustri ini memperoleh nilai 85 persen yang termasuk dalam kategori cukup baik, sementara aspek kecepatan proses dan fleksibilitas produksi dinilai berjalan dengan baik dan cukup cepat. Selain itu, strategi pemasaran yang diterapkan mengacu pada konsep bauran pemasaran 4P, meliputi produk berupa kopi bubuk dengan dua varian, yaitu kopi murni dan kopi campuran. Penetapan harga dilakukan secara kompetitif, dengan harga kopi murni sebesar Rp120.000/kg dan kopi campuran sebesar Rp50.000-Rp53.000/kg. Aspek tempat mencakup distribusi melalui warung dan toko grosir yang berada di Kecamatan Kemiling, sedangkan kegiatan promosi masih dilakukan secara konvensional melalui *personal selling*.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T. R., Lestari, D. A. H., & Nugraha, A. 2020. Analisis bauran pemasaran, risiko, dan kinerja keuangan Agroindustri Kopi Bubuk Cap Obor Mas Lampung, di Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 8(1), 39–47. <https://doi.org/10.23960/jiia.v8i1.4345>
- Almega, S. G. P. S., Indriani, Y., & Nugraha, A. 2022. Studi ragam pengolahan pasca panen biji kopi terhadap keuntungan, kepuasan dan loyalitas konsumen Kopi Ghalkoff. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 10(2), 262–269. <https://doi.org/10.23960/jiia.v10i2.5920>
- BPS [Badan Pusat Statistik] Provinsi Lampung. 2023. *Produksi Tanaman (ton) Tahun 2020-2022*. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Dzulfikar, R. F., Noor, T. I., & Andrie, B. M. 2024. Analisis kinerja dan nilai tambah agroindustri tahu di Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis. *Agroinfo*, 11(2), 778–791. <https://jurnal.unigal.ac.id/agroinfo/article/view/12378>
- Heizer, J., & Render, B. 2015. *Manajemen operasi (Edisi 11)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Intifaza, A. T., Haryono, D., & Rahmalia, D. 2025. Analisis kinerja produksi dan strategi pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk 49 di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 13(3), 265–271. <https://doi.org/10.23960/jiia.v13i3.9472>
- Kotler, P. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Laksono, A., Prasmatiwi, F. E., & Saleh, Y. 2022. Analisis keragaan agroindustri kopi luwak : studi kasus pada Agroindustri Ratu Luwak di Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 10(1), 17–25. <https://doi.org/10.23960/jiia.v10i1.5645>
- Lestari, D. A., Murniati, K., & Kasymir, E. 2023. Analisis pengadaan bahan baku dan kinerja produksi Agroindustri Kopi Bubuk Cap Kapal Lampung dan Agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan. *Journal of Food System and Agribusiness (JoFSA)*, 7(1), 33–42. <https://jurnal.polinela.ac.id/JFA/article/view/2506>
- Maharani, A. J., Haryono, D., & Nugraha, A. 2021. Analisis manajemen risiko dan strategi pemasaran agroindustri kopi (Studi Kasus pada Agroindustri Kopi Bubuk Cap Gunung Betung). *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 9(2), 341–347. <https://doi.org/10.23960/jiia.v9i2.5110>
- Maysarah, H., Sari, I., Faradilla, M., & Kwok, K. 2020. Formulation of effervescent granule from robusta green coffee bean ethanolic extract. *Journal of Pharmacy and Bioallied Sciences*, 12(6), 743–746. https://doi.org/10.4103/jpbs.JPBS_258_19
- Pangestuti, E., Sanawiri, B., Hanum, L., Robith, D. M., & Fahmi, A. 2020. Efektivitas rantai pasok kopi pada wilayah kawasan UB Forest Kabupaten Malang. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 18–23. <http://jurnal.unmuhjembar.ac.id/index.php/SMBI/article/view/3382>
- Prasetya, H dan Lukiasuti, F. 2017. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Render, B & Heizer, J. 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi: Operations Management Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Safirin, M. T., Samanhudi, D., Aryanny, E., & Pudji W, E. 2023. Pemanfaatan teknologi *packaging* untuk meningkatkan kualitas dan keamanan produk pangan lokal. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 31–41. <https://doi.org/10.54783/ap.v4i1.21>
- Sari, A. M., Haryono, D., & Adawiyah, R. 2017. Kinerja produksi dan strategi pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 5(4), 360–367. <https://doi.org/10.23960/jiia.v5i4.1744>