II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1) Konsep Agribisnis dan Agroindustri

Agribisnis merupakan suatu kegiatan yang utuh dan tidak dapat terpisah antara suatu kegiatan dengan kegiatan lainnya, mulai dari pengadaan, pengolahan hasil, pemasaran, dan aktifitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian (Soekartawi, 1990). Agribisnis juga merupakan suatu kesatuan kegiatan yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil, dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian. Dalam arti luas agribisnis adalah kegiatan usaha yang menunjang kegiatan pertanian dan kegiatan usaha yang ditunjang oleh kegiatan pertanian.

Agribisnis menurut Badan Agribisnis (1995) adalah suatu kesatuan sistem yang terdiri dari beberapa subsistem yang saling terkait erat, yaitu subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi (subsistem agribisnis hulu), subsistem usahatani atau pertanian primer, subsistem pengolahan, subsistem pemasaran, serta subsistem jasa dan penunjang. Menurut Downey dan Erickson (1988), agribisnis dapat dibagi menjadi tiga sektor yang saling tergantung secara ekonomis, yaitu sektor masukan (input), produksi (farm),

dan sektor keluaran (output). Sektor masukan menyediakan perbekalan kepada para pengusaha tani untuk dapat memproduksi hasil tanaman dan ternak. Termasuk dalam masukan ini adalah bibit, makanan ternak, pupuk, bahan kimia, mesin pertanian, bahan bakar, dan banyak perbekalan lainnya.

Sektor usahatani memproduksi hasil tanaman dan hasil ternak yang diproses dan disebarkan pada konsumen akhir oleh sektor keluaran. Kegiatan agroindustri bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah, menghasilkan produk yang dapat dipasarkan atau digunakan atau di makan, meningkatkan daya simpan, dan menambah pendapatan dan keuntungan produsen.

Saragih (2001) menyatakan, agroindustri adalah industri yang memiliki keterkaitan ekonomi (baik langsung maupun tidak langsung) yang kuat dengan komoditas pertanian.

Agroindustri mencakup kegiatan yang menyediakan input pertanian, pakan ternak, obat-obatan pestisida, dan lain-lain. Ciri dari agroindustri adalah bahwa kegiatannya tidak tergantung dengan musim, membutuhkan manajemen usaha yang modern, pencapaian skala usaha yang optimal dan efisien, serta mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi.

Secara umum kegiatan agribisnis memiliki perbedaan yang mendasar dibandingkan dengan kegiatan agroindustri. Beberapa perbedaan tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perbedaan kegiatan antara agribisnis dan agroindustri

No	Agribisnis	Agroindustri
1	Kegiatan produksi pada lahan dan dipengaruhi oleh kondisi topografi, iklim, karakteristik tanah dan tata air	Kegiatan produksi dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku yang dihasilkan dari kegiatan agribisnis
2	Produktivitas hasil dipengaruhi oleh aplikasi teknis dilapangan	Produktivitas hasil dipengaruhi oleh kreatifitas dan tingkat pemanfaatan teknologi proses
3	Pemeliharaan tanaman sebagai penghasil produk perlu intensif	Penanganan produk pasca panen menjadi titik kritis
4	Tingkat resiko keberhasilan usaha tinggi karena tergantung pada alam	Resiko keberhasilan usaha relatif lebih kecil karena dapat diprediksi lebih baik dan tidak tergantung pada alam
5	Terfokus pada satu produk (dari satu komoditas hanya dihasilkan satu produk)	Dari 1 input sumber bahan baku dapat dihasilkan produk yang bervariasi
6	Produk yang dihasilkan mudah rusak, umur konsumsi pendek	Produk yang dihasilkan lebih tahan lama, umur konsumsi lebih lama
7	Tidak ada nilai tambah karena nilai jual terpaku pada satu produk akhir komoditasnya	Ada nilai tambah, karena dari satu sumber bahan baku dapat dihasilkan beragam produk olahan dengan berbagai variasi harga
8	Membutuhkan waktu cukup lama untuk menghasilkan produk (± 3 bulan hingga tahunan)	Waktu pengolahan produk relatif singkat (hitungan jam atau hari)
9	Kegiatan dilakukan di lahan usaha tani	Kegiatan di lakukan dalam ruang unit produksi

Sumber: Oktavia, 2010

2) Agroindustri Kopi Bubuk

a. Pohon Agroindustri Kopi

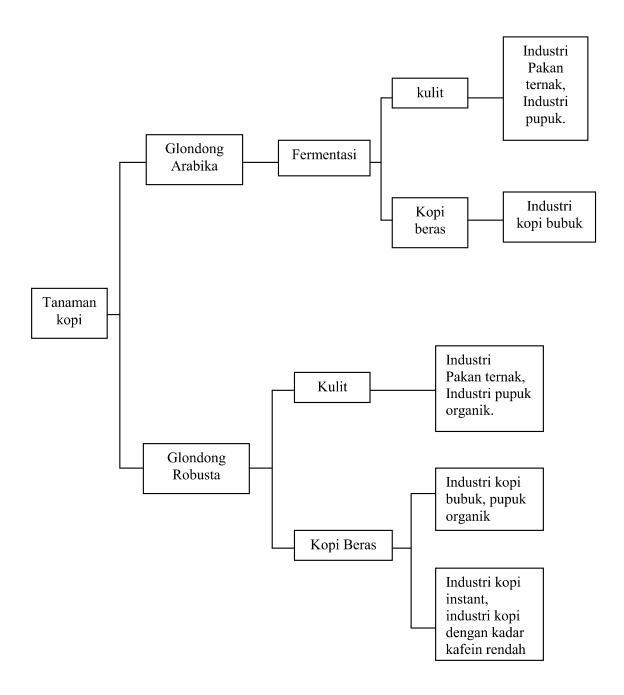
Kopi merupakan salah satu tanaman perkebunan yang dapat menghasilkan minuman. Tanaman perkebunan ini mengandung kafein dan banyak dikonsumsi masyarakat yang dalam dosis rendah dapat mengurangi rasa lelah dan membuat pikiran menjadi segar. Minuman kopi bukan hanya sekedar minuman beraroma khas dan merangsang

karena mengandung kafein, tetapi minuman ini juga mengandung beberapa zat yang bermanfaat bagi tubuh, meskipun kadarnya tidak terlalu tinggi.

Tanaman kopi terdiri dari kopi arabika dan kopi robusta. Masyarakat Indonesia lebih banyak yang memilih kopi robusta untuk konsumsi. Dalam pembuatan kopi bubuk dengan menggunakan kopi robusta, tanaman kopi akan diambil buahnya berupa kopi glondong. Kopi glondong tersebut akan diambil bijinya (kopi beras) dan biji kopi tersebut dapat diproses menjadi kopi bubuk. Kulit biji kopi robusta juga bermanfaat untuk industri pakan ternak dan industri pupuk organik. Dalam pembuatan kopi bubuk dari biji kopi arabika melalui fermentasi, dan kulitnya yang telah difermentasi bermanfaat untuk industri pakan ternak dan pupuk. Pohon agroindustri kopi dapat dilihat pada Gambar 1.

b. Pembuatan Kopi bubuk

Sebelum diolah menjadi bubuk kopi biasanya kopi masih dalan bentuk ose. Kopi ose yaitu buah/biji kopi yang telah masak telah mengalami beberapa perlakuan baik secara pengolahan kering maupun basah. Untuk menghasilkan nilai tambah dari kopi ose maka selanjutnya kopi ose diolah menjadi kopi bubuk. Berikut ini proses pengolahan yang dilakukan :



Gambar 1. Pohon Agroindustri Kopi (Wati, 2008).

a) Penggorengan

Biji kopi yang telah kering digoreng dalam wajan yang terbuat dari tanah, atau dengan menggunakan mesin khusus. Lama penggorengan

sangat menentukan rasa dan aroma yang dihasilkan. Umumnya pencicip citarasa yang mengetahui seberapa lama proses ini dilakukan.

b) Pembubukan

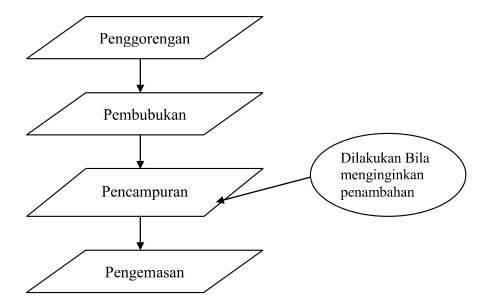
Biji kopi yang telah digoreng, dihancurkan menjadi bubuk dengan menggunakan alat pembubuk, sehingga dihasilkan kopi dalam bentuk bubuk. Alat semi modern yang digunakan adalah mesin pemarut kelapa yang dialih fungsikan menjadi mesin pembubuk kopi. Alat modern berupa mesin penggiling kopi khusus.

c) Pencampuran

Kopi bubuk dapat dikombinasikan dengan bahan campuran lain, seperti jagung, beras, moca,jahe, susu, ginseng, telur kampong, kencur dan lainnya. Proses ini tidak perlu dilakukan jika ingin menjualnya dalam dalam bentuk kopi bubuk murni.

d) Pengemasan

Kemasan sangat penting, terutama dalam hal pemasaran. Kemasan yang dapat melindungi produk dan menarik lebih merangsang konsumen untuk membeli. Proses pembuatan biji kopi menjadi kopi bubuk dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses pengolahan agroindustri kopi bubuk

3) Industri Kecil/Usaha Kecil

Menurut Undang-undang No.9 tahun 1995 tentang usaha kecil, usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Usaha kecil yang dimaksud disini meliputi usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Adapun usaha kecil informal yaitu berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum antara lain seperti industri rumah tangga, pedagang asongan, pedagang keliling, pedagang kaki lima, dan pemulung. Usaha kecil tradisional adalah usaha menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun dan atau berkaitan dengan seni dan budaya.

Menurut Hasan (2003), kriteria fisik untuk menentukan industri kecil didasarkan pada:

- a. Investasi modal untuk mesin-mesin dan peralatan kurang dari Rp
 70.000.000;
- b. Investasi per tenaga kerja Rp 635.000 ke bawah;
- c. Pemilik usaha hanya warga negara Indonesia.

Menurut Anoraga (2000) karakteristik sektor usaha kecil antara lain:

- a. Sistem pembukuan yang relatif sederhana dan cenderung tidak
 mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar;
- Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi;
- c. Modal terbatas;
- d. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas;
- e. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang;
- f. Kemampuan pemasaran dan negoisasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas;
- g. Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya.

4) Kinerja

Pengertian kinerja menurut Bernardin dan Russel (1993) adalah kinerja dilihat dari hasil pengeluaran produksi atas fungsi dari pekerjaan tertentu atau aktivitas selama periode tertentu. Dalam melakukan kegiatan usaha, ada berbagai faktor yang harus dikelola yang disebut sebagai faktor faktor produksi. Faktor-faktor tersebut yaitu material atau bahan, mesin atau peralatan, manusia atau karyawan, modal atau uang, dan manajemen yang akan mengfungsionalkan keempat faktor yang lain.

Hasibuan (2001) mengemukakan kinerja (prestasi kerja) adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu sedangkan menurut Prasetya dan Fitri (2009) ada enam tipe pengukuran kinerja, yaitu produktivitas, kapasitas, kualitas, kecepatan pengiriman, fleksibel dan kecepatan proses.

a. Produktivitas

Produktivitas adalah suatu ukuran seberapa naik kita mengonversi *input* dari proses transformasi ke dalam *output*.

$$produktivitas = \frac{output}{input}$$

b. Kapasitas

Kapasitas adalah suatu ukuran yang menyangkut kemampuan *output* dari suatu proses.

$$Capacity\ Utilization = \frac{Actual\ Output}{Design\ Capacity}$$

c. Kualitas

Kualitas dari proses pada umumnya diukur dengan tingkat ketidaksesuaian dari produk yang dihasilkan.

d. Kecepatan Pengiriman

Kecepatan pengiriman ada dua ukuran dimensi, pertama jumlah waktu antara produk ketika dipesan untuk dikirimkan ke pelanggan, kedua adalah variabilitas dalam waktu pengiriman.

e. Fleksibel

Fleksibel yaitu mengukur bagaimana proses transformasi menjadi baik dengan membutuhkan kinerja disini. Ada tiga dimensi dari fleksibel, pertama bentuk dari fleksibel menandai bagaimana kecepatan proses dapat masuk dari memproduksi satu produk atau keluarga produk untuk yang lain. Kedua adalah kemampuan bereaksi untuk berubah dalam volume. Ketiga, kemampuan dari proses produksi yang lebih dari satu produk secara serempak.

f. 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.

$$Proses \ \textit{Velocity} = \frac{\textit{Total through put time}}{\textit{Value} - \textit{added time}}$$

5) Laporan rugi/laba

Di dalam standar akuntansi keuangan PSAK no. 25 (menurut IAI) disebutkan laporan laba rugi merupakan laporan utama untuk melaporkan kinerja suatu perusahaan, terutama tentang profitabilitas dibutuhkan untuk mengambil keputusan tentang sumber ekonomi yang dikelola oleh sebuah perusahaan dimasa yang akan datang. Informasi tersebut juga sering digunakan untuk memperkirakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan kas dan aktiva yang akan disamakan dengan kas dimasa yang akan datang. Informasi tentang kemungkinan perubahan kinerja juga penting dalam hal ini (Sukrisnadi, 2011).

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa laporan laba rugi merupakan suatu laporan sistematis mengenai penghasilan biaya laba rugi yang diperoleh suatu perusahaan dalam satu periode. Informasi yang disajikan dalam laporan laba rugi meliputi :

a. Bagian pertama

Menunjukan penghasilan yang diperoleh dari usaha pokok perusahaan (penjualan barang dagangan / memberikan service) diikuti dengan harga pokok dari barang atau service yang dijual, sehingga diperoleh laba kotor.

b. Bagian kedua

Menunjukan biaya-biaya operasi yang terdiri dari biaya penjualan dan biaya umum atau administrasi (*operating expense*).

c. Bagian ketiga

Menunjukan harga hasil yang diperoleh diluar operasi pokok perusahaan yang diikuti dengan biaya diluar usaha pokok perusahaan.

d. Bagian keempat

Menunjukan laba rugi yang insidentil (*extra ordinary gain or loss*) sehingga akhirnya diperoleh laba bersih sebelum pajak pendapatan.

6) Konsep Nilai Tambah

Agroindustri bertujuan untuk menambah nilai suatu komoditas melalui perlakuan – perlakuan yang dapat menambah kegunaan komoditas tersebut, baik kegunaan bentuk (*form untility*), kegunaan tempat (*place utility*), maupun kegunaan waktu (*time utility*). Salah satu indikator untuk menilai keberhasilan dari suatu pengembangan sistem agribisnis adalah dengan menggunakan analisis nilai tambah. Nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam suatu proses produksi.

Nilai tambah juga dapat didefinisikan sebagai pertambahan nilai suatu komoditi karena adanya input fungsional yang diberlakukan pada komoditi yang bersangkutan. Menurut Soekartawi (2000) pengolahan hasil pertanian yang baik dilakukan oleh produsen yang dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian yang di proses. Tujuan dari analisis nilai tambah adalah untuk menaksir balas jasa yang diterima oleh tenaga kerja langsung dan pengelola (Hayami, 1987). Analisis nilai tambah Hayami memperkirakan perubahan bahan baku setelah mendapatkan perlakuan. Analisis nilai

tambah Hayami mempunyai kelebihan dan kekurangan (Tunggadewi, 2009).

Kelebihan dari metode Hayami yaitu:

- 1. Dapat diketahui besarnya nilai tambah dan output;
- Dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik faktor-faktor produksi, seperti tenaga kerja, modal, sumbangan input lain dan keuntungan;
- 3. Prinsip nilai tambah menurut Hayami dapat digunakan untuk subsistem lain selain pengolahan, seperti analisis nilai tambah pemasaran.

Kelemahan dari metode Hayami yaitu:

- Pendekatan rata-rata tidak tepat jika diterapkan pada unit usaha yang menghasilkan banyak produk dari satu jenis bahan baku
- 2. Tidak dapat menjelaskan nilai output produk sampingan
- 3. Sulit menentukan pembanding yang dapat digunakan untuk menyatakan apakah balas jasa terhadap pemilik faktor produksi sudah layak atau belum.

Konsep pendukung dalam analisis nilai tambah metode Hayami pada subsistem pengolahan adalah :

- Faktor konversi, yang menunjukkan banyaknya output yang dapat dihasilkan dari satu satuan input;
- 2. Koefisien tenaga kerja yang diperlukan untuk mengolah satu satuan input;

3. Nilai keluaran, menunjukkan nilai output yang dihasilkan dari satu satuan masukan.

7) Konsep Strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya orang sering kali mencampuradukkan ke dua kata tersebut. Adapun tahap penyusunan strategi pada industri kecil kopi bubuk yaitu :

1) Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (1997), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT terdiri dari :

a) Matriks SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar)

yaitu *strengths, weakness, opportunities* dan *Threats*. Metode ini paling sering digunakan dalam metode evaluasi bisnis untuk mencari strategi yang akan dilakukan. Analisis SWOT hanya menggambarkan situasi yang terjadi bukan sebagai pemecah masalah.

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:

1. *Strengths* (kekuatan)

Strengths merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

2. Weakness (kelemahan)

Weakness merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada.Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

3. *Opportunities* (peluang)

Opportunities merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar.

4. Threats (ancaman)

Threats merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

b) Matriks Pertumbuhan Pangsa Pasar

Matrik ini cocok untuk diterapkan pada suatu perusahaan dagang yang memiliki suatu produk tertentu dipasaran yang juga memiliki lebih dari satu unit bisnis, selain itu matrik BCG memberikan tekanan kepada keseimbangan cash flow perusahaan tersebut.

c) Matriks daya tarik industri

Matrik ini memberikan tekanan kepada penentuan skala prioritas investasi perusahaan. Skala prioritas investasi tersebut merupakan faktor-faktor dari daya tarik industry dan faktor kekuatan bisnis.

d) Matriks daur kehidupan industri

Matrik ini berusaha mengetahui posisi bisnis unit usaha strategis bagi perusahaan yang memiliki suatu produk di pasaran.

2) Tahapan Penyusunan Strategi

Menurut Tisnawati (2005), untuk melakukan strategi dilakukan proses penyusunan strategi yang didasarkan pada 3 fase, yaitu :

a) Penilaian keperluan penyusunan strategi

Sebelum strategi disusun, perlu dipertanyaan apakah penyususnan strategi perlu dilakukan atau tidak. Kaitannya yaitu apakah strategi yang akan dilakukan memang sesuai dengan tuntutan perubahan di lingkungan ataukah sebaliknya lebih baik mempertahankan strategi yang ada.

b) Analisis situasi

Pada analisis ini perusahaan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari perusahaan. Analisis ini biasanya dikenal dengan analisis SWOT. Pada analisis SWOT, kekuatan dan kelemahan berhubungan dengan faktor internal dari perusahaan sedangkan peluang dan ancaman berdasarkan faktor eksternal perusahaan.

c) Pemilihan strategi

Setelah dilakukan analisis terhadap faktor internal dan juga eksternal maka dilakukan pemilihan strategi dari analisis tersebut manakah yang paling baik digunakan.

B. Kajian penelitian Terdahulu

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Iryanti (2010) tentang analisis kinerja, nilai tambah dan strategi pengembangan agroindustri kecil kelanting menunjukkan kinerja produksi agroindustri kelanting secara keseluruhan sudah baik, di mana antara *output* yang dihasilkan, pendapatan dan produktivitas berkorelasi positif. Nilai rata-rata R/C rasio atas biaya total sebesar 1,42, produktivitas sebesar 11,49 kg/HOK dan kapasitas sebesar 0,91 atau 91 persen. Usaha agroindustri kelanting ini adalah usaha yang menguntungkan. Nilai tambah yang diperoleh sebesar Rp. 1.061,44 per kilogram bahan baku ubi kayu atau sebesar 41,74 persen. Agroindustri kelanting berada pada kuadran I (Growth) yaitu pada fase pertumbuhan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Roestiono (2003) tentang analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan pangsa pasar PT. Ayam Merak. Penelitian ini menunjukkan konsumen utama kopi bubuk produksi PT. Ayam Merak adalah masyarakat Bogor yang memiliki gaya hidup prestisius yang dapat dilihat dari kebiasaannya membeli di supermarket dengan frekuensi total 36,0%. Strategi penerobosan pasar yang dapat dilakukan antara lain (i) memberikan rangsangan kepada konsumen yang sudah ada untuk lebih banyak mengkonsumsi dengan cara menonjolkan kegunaan dan prestise manfaatnya, (ii) menarik konsumen merek lain dengan jalan menunjukkan keunggulan produk dibandingkan dengan produk merek lain, dengan tetap memperhatikan etika bisnis, dan (iii) meyakinkan calon pelanggan baru bahwa sampai saat ini

masih banyak orang yang belum tahu dan menikmati keunggulan merek tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Agustian (2002) tentang daya saing dan profil produk agroindustri kopi skala kecil (kajian di propinsi lampung). Penelitian ini menunjukkan rataan modal awal industri kecil hanya sekitar Rp. 5.000.000,- dengan kapasitas produksi 1-2 ton pertahun. Tujuan pemasaran kopi bubuk yang dihasilkan yaitu toko-toko, supermarket, koperasi, permintaan lewat pesanan, dan pasar. Hasil analisis terhadap DRCR dan PCR sebagai indikator keunggulan komparatif dan kompetitif masing-masing sebesar 0,36 dan 0,46 yang berarti pengolahan kopi bubuk dilakukan secara efisien dan berdaya saing.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2011) tentang analisis kelayakan finansial, nilai tambah, dan prospek pengembangan agroindustri kerupuk singkong skala rumah tangga di Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah. Penelitian ini menunjukkan agroindustri kerupuk singkong memberikan nilai tambah sebesar 32,89%. Hal ini menunjukkan bahwa agroindustri kerupuk singkong skala rumah tangga yang dilakukan memiliki prospek yang baik untuk diusahakan lebih lanjut karena nilai tambah yang dihasilkan cukup besar, yaitu hampir setengah dari nilai produk. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah (2010) tentang analisis kinerja dan pemasaran ayam pedaging (*broiler*) di PT. Sutipratama. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kinerja usaha peternakan ayam ras pedaging PT. Sutipratama masih kurang baik/belum efisien, karena nilai

nisbah R/C 1,03 yang artinya dengan biaya produksi yang telah dikeluarkan sebesar rp. 100.000,00 menjadi Rp. 103.000,00 atau untung sebesar 3%. Walaupun demikian, dengan R/C 1,03 tersebut telah memberikan keuntungan sebesar Rp. 4.958.099,54 selama satu tahun (6 kali proses produksi).

Hasil penelitian Putri (2010) tentang analisis nilai tambah, kelayakan finansial dan strategi pengembangan agroindustri kopi bubuk organik di Desa Gunung Terang Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat. Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha agroindustri kopi bubuk organik di Desa Gunung Terang menguntungkan dengan nilai tambah sebesar Rp.20.743,54 per kilogram bahan baku biji kopi organik kering. Usaha agroindustri kopi bubuk organik di Desa Gunung Terang secara finansial layak untuk dikembangkan dan menguntungkan. Peneltian menghasilkan tiga strategi prioritas yaitu (a) Meningkatkan pengalaman pemilik agroindustri dalam usahanya untuk dapat menangkap peluang pasar yang masih terbuka lebar, (b) Mengadakan perekrutan karyawan untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas yang memiliki keahlian dan keterampilan, sehingga dapat meningkatkan produksi kopi bubuk organik yang berdaya saing dalam upaya menembus pangsa pasar internasional, (c) Menjaga produk kopi bubuk organik supaya tetap baik bagi kesehatan tubuh untuk menangkap peluang pasar dalam dan luar negeri yang masih terbuka.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnomo (2006) tentang analisis kelayakan agroindustri kopi bubuk skala kecil di Bandar Lampung. Penelitian ini menyatakan bahwa agroindustri menguntungkan dan secara finansial layak

diusahakan pada suku bunga 12%. Nilai NPV dari tiga agroindustri yang dipilih yaitu CV Sinar Baru Lampung, CV Arya Duta, dan CV Kopi Bubuk Intan masing-masing sebesar Rp.3.558.066.648,68, Rp. 68.703.728,39, dan Rp. 68.703.728,39. *Payback periode* agroindustri kopi masing-masing sebesar 8 tahun, 3 bulan18 hari; 6 tahun, 1 bulan, 7 hari; dan 3 tahun, 1 bulan, 7 hari. B/C ratio sebesar 1,217, 1,040, dan 1,128. IRR masing-masing adalah 30,03%, 21,13%, dan 90,93%. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa agroindustri kopi bubuk skala kecil di Bandar Lampung sensitif terhadap perubahan biaya produksi dan harga jual kopi bubuk.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas (2006) tentang analisis tingkat konsentrasi dan efisiensi industri kopi bubuk di Bandar Lampung. Penelitian ini menghasilkan ratio konsentrasi empat perusahaan terbesar 48,45% dan delapan perusahaan terbesar 61,49% menguasai pasar menunjukkan struktur pasar industri kopi bubuk di Kota Bandar Lampung masuk kedalam kategori pasar oligopoli longgar. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsentrasi industri kopi bubuk yaitu efisiensi, biaya promosi, dan peubah modal berpengaruh secara signifikan terhadap konsentrasi industri kopi bubuk di Bandar Lampung.

C. Kerangka Pemikiran

Kopi merupakan salah satu tanaman perkebunan yang mempunyai peranan sebagai pelaku ekonomi yang dapat menggerakkan potensi sumber daya ekonomi sehingga dapat membantu pembangunan ekonomi. Agroindustri

skala kecil kopi bubuk yang berada di Kota Bandar Lampung berpotensi untuk membangun perekonomian Indonesia khususnya di Provinsi Lampung.

Namun pada kenyataannya banyak agroindustri kecil yang mengalami kemunduran karena tidak mampu bersaing dengan agroindustri skala kecil kopi bubuk yang lain sehingga diperlukannya peningkatan kinerja usaha dan strategi pengembangan terhadap agroindustri skala kecil kopi bubuk di Kota Bandar Lampung. Produksi dan Lingkungan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi pengembangan agroindustri skala kecil kopi bubuk.

Dimana produksi dan lingkungan itu sendiri saling berkaitan.

Penelitian ini diawali dengan melakukan suatu analisis nilai tambah dari kopi bubuk. Untuk mengetahui apakah agroindustri skala kecil kopi bubuk memberikan nilai tambah atau tidak, dilihat dari selisih antara nilai produk dikurangi dengan harga bahan baku dan sumbangan bahan lain. Apabila harga bahan baku ditambah sumbangan bahan lain jumlahnya lebih besar atau sama dengan nilai produk, maka agroindustri tersebut tidak memberikan nilai tambah (NT=0). Selanjutnya jika harga bahan baku ditambah sumbangan bahan lain jumlahnya lebih kecil dari nilai produk maka agroindustri skala kecil kopi bubuk memberikan nilai tambah. Analisis nilai tambah tidak dimasukkan ke dalam judul penelitian karena analisis nilai tambah merupakan bagian dari kinerja usaha dan strategi pengembangan agroindustri itu sendiri. Nilai tambah mempunyai keterkaitan dengan produksi, dari input didapat biaya produksi dan output didapat penerimaan sehingga diperoleh pendapatan agroindustri. Pendapatan tersebut berkaitan dengan nilai tambah suatu produk sedangkan untuk strategi pengembangan produksi merupakan faktor internal

dari suatu agroindustri yang dapat menghasilkan strategi-strategi dalam pengembangan agroindustri.

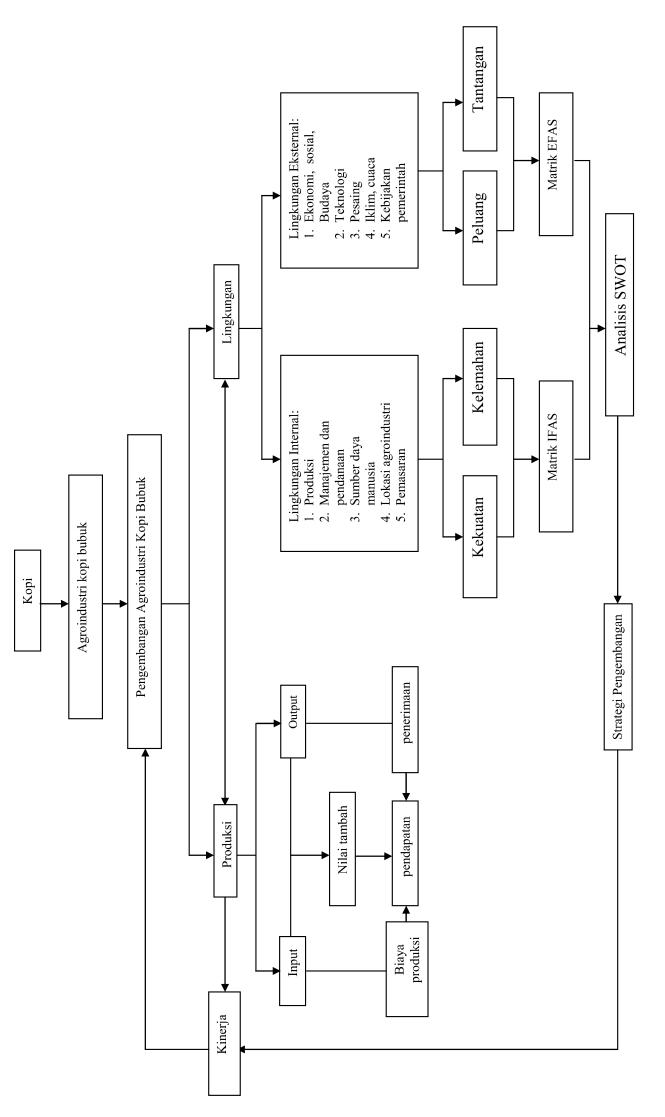
Setelah dilakukan analisis nilai tambah terhadap kopi bubuk maka dilakukan analisis kinerja usaha dari agroindustri tersebut. Kinerja ini dapat dilihat berdasarkan laporan rugi/laba, produktivitas, kapasitas dan kualitas. Kinerja agroindustri akan berpengaruh terhadap produksi yang dihasilkan yang secara langsung mempengaruhi pendapatan yang akan diterima oleh agroindustri.

Selanjutnya akan dilakukan analisis mengenai lingkungan agroindustri.

Agroindustri mempunyai lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

Analisis lingkungan internal meliputi produksi, manejemen dan pendanaan, sumber daya manusia, lokasi agroindustri dan pemasaran, sedangkan analisis lingkungan eksternal meliputi aspek ekonomi, sosial dan budaya, teknologi, pesaing, iklim dan cuaca serta kebijakan pemerintah. Dari lingkungan internal akan diperoleh kelemahan dan kekuatan sedangkan dari lingkungan eksternal akan diperoleh peluang dan ancaman.

Variabel internal dan eksternal tersebut kemudian diringkas dan dijabarkan dalam matriks *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) dan matriks *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS). Matriks IFAS untuk mengidentifikasi faktor internal sedangkan matriks EFAS untuk faktor eksternal, dan hasil dari kedua matriks tersebut dimasukkan ke dalam diagram SWOT. Kerangka pemikiran analisis kinerja, nilai tambah dan strategi pengembangan agroindustri skala kecil kopi bubuk di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Bagan Alir Kinerja dan Strategi Pengembangan Agroindustri Skala Kecil Kopi Bubuk di Kota Bandar Lampung