ANALISIS RANTAI PASOK DAN EFISIENSI SALURAN PEMASARAN DI AGROINDUSTRI KOPI BUBUK KLANGENAN KABUPATEN PRINGSEWU

(Skripsi)

Oleh

Satnoval Dewa Kara Winarto Putro
1754131004

JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSUTAS LAMPUNG
2022

ABSTRACT

Supply Chain Analysis and Marketing Channel Efficiency in Klangenan Powder Coffee Agroindustry Pringsewu Regency

By

Satnoval Dewa Kara Winarto Putro

This study aims to determine supply chain flow patterns, analyze supply chain performance, and analyze marketing efficiency of Klangenan ground coffee. The research location was set at the Klangenan Coffee Powder Agroindustry, Pringsewu Regency, because this agroindustry is the largest ground coffee agroindustry in Pringsewu Regency. The number of respondents as many as 19 people who were selected by the snowball sampling method, consisting of Agroindustry Owners, 3 suppliers, 3 wholesalers, 6 retailers, and 6 consumers. The analytical method used for supply chain flow patterns is supply chain analysis method, Bolstroff method is used to analyze supply chain performance by comparing the indicators on the FoodSCOR Card, and to analyze marketing efficiency the marketing margin and producer's share. The results of the research on the flow pattern of the supply chain of Klangenan ground coffee are starting from suppliers, agro-industry, wholesalers, retailers, and consumers. The supply chain performance of the Klangenan ground coffee agroindustry in Pringsewu subdistrict has quite good criteria on input factors and some criteria that are not good on output factors. And for the results of marketing efficiency, the second channel is an efficient channel because wholesalers have a margin value of Rp.2,166.67 for 40gr and 110gr sizes, while for 250gr sizes, it is Rp.2,500.00.

Keywords: agroindustry, supply chain, supply chain performance, margin.

ABSTRAK

Analisis Rantai Pasok dan Efisiensi Saluran Pemasaran di Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Kabupaten Pringsewu

Oleh

Satnoval Dewa Kara Winarto Putro

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola aliran rantai pasok, menganalisis kinerja rantai pasok, dan menganalisis efisiensi pemasaran kopi bubuk klangenan. Lokasi penelitian ditetapkan di Agroindustri Kopi Bubuk klangenan kabupaten pringsewu, karena agroindustri ini merupakan agroindustri kopi bubuk terbesar yang ada di kabupaten pringsewu. Jumlah responden sebanyak 19 orang yang dipilih dengan metode *snowball sampling*, yang terdiri dari Pemilik Agroindustri, 3 *supplier*, 3 pedagang besar, 6 pedagang pengecer, dan 6 konsumen. Metode analisis yang digunakan untuk pola aliran rantai pasok yaitu metode analisis rantai pasok, untuk menganalisis kinerja rantai pasok digunakan metode Bolstroff dengan membandingkan indikator pada FoodSCOR Card, dan untuk menganalisis efisiensi pemasaran digunakan metode marjin pemasaran dan *producer's share*. Hasil penelitian pada pola aliran rantai pasok kopi bubuk klangenan adalah dimulai dari *supplier*, agroindustri, pedagang besar, pedagang pengecer, dan konsumen. Kinerja rantai pasok pada agroindustri kopi bubuk klangenan di kecamatan pringsewu memiliki kriteria yang cukup baik pada faktor masukan dan memiliki beberapa kriteria yang kurang baik pada faktor keluaran. Dan untuk hasil efisiensi pemasaran saluran kedua merupakan saluran yang efisien karena Pedagang besar memiliki nilai marjin sebesar Rp2.166,67 untuk ukuran 40gr dan 110gr, sedangkan untuk ukuran 250gr yaitu sebesar Rp2.500,00.

Kata kunci : agroindustri, rantai pasok, kinerja rantai pasok, marjin.

ANALISIS RANTAI PASOK DAN EFISIENSI SALURAN PEMASARAN DI AGROINDUSTRI KOPI BUBUK KLANGENAN KABUPATEN PRINGSEWU

Oleh

SATNOVAL DEWA KARA WINARTO PUTRO

Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN

Pada

Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung

JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022

Judul Skripsi	:	**ANALISIS RANTAI PASOK DAN EFISIENSI SALURAN PEMASARAN DI AGROINDUSTRI KOPI BUBUK KLANGENAN KABUPATEN PRINGSEWU**
Nama Mahasiswa	:	Satnoval Dewa Kara Winarto Putro
NPM	:	**1754131004**
Jurusan	:	**Agribisnis**
Fakultas	:	**Pertanian**

MENYETUJUI,

1. Komisi Pembimbing

Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si.
NIP. 19640724 198902 1002

Dr. Maya Riantini,S.P.,M.Si.
NIP. 19780504 200912 2001

2. Ketua Jurusan Agribisnis

Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP. 19691003 199403 1 004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si**

Sekertaris : **Dr. Maya Riantini,S.P., M.Si.**

Penguji
Bukan Pembimbing : **Ir. Adia Nugraha,M.S.**

2. Dekan Fakultas Pertanian

Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
NIP 19611020 198603 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **12 Agustus 2022**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Satnoval Dewa Kara Winarto Putro
NPM	: 1754131004
Program Studi	: S1 Agribisnis
Jurusan	: Agribisnis
Fakultas	: Pertanian
Alamat	: Jl. Kampung Sawah, Kelurahan Sukaraja, Kecamatan Semaka, Kabupaten Tanggamus

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dari sumbernya, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 9 September 2022
Penulis,

Satnoval Dewa Kara Winarto Putro
NPM 1754131004

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Tanggamus tanggal 27 November 1999 dari pasangan Bapak Edi Winarto dan Ibu Sri Mulyani. Penulis adalah anak kedua dari tiga bersaudara. Riwayat pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah menyelesaikan tingkat Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 3 Sukaraja pada tahun 2011, tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Semaka pada tahun 2014, dan tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Swasta YP Unila Bandar Lampung pada tahun 2017. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2017 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (Homestay) di Desa Gunung Rejo, Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran selama tujuh hari pada bulan Januari pada tahun 2018. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Wirabangun, Kecamatan Simpang Pematang, Kabupaten Mesuji selama 40 hari pada bulan Januari hingga Februari 2020. Penulis melaksanakan Praktikum Umum (PU) di Hidroponik Lampung selama 30 hari kerja efektif. Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis juga aktif dalam organisasi kemahasiswaan yaitu menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) Universitas Lampung di bidang II yaitu pengkaderan dan pengabdian masyarakat pada tahun 2017-2019.

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala kenikmatan rahmat, hidayah, dan Inayah-Nya yang tiada terkira, sehingga penulis bias menyelesaikan skripsi ini. Shalawat teriring salam semoga selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad S.A.W. beserta keluarganya, para sahabatnya dan pengikutnya, yang bersamanya kemuliaan dan keagungan Islam, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Analisis Rantai Pasok Dan Efisiensi Saluran Pemasaran Di Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Kabupaten Pringsewu**

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, arahan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis yang telah memberikan arahan, saran, dan nasihat.
3. Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si.,sebagai Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, nasihat, arahan, dan meluangkan waktu, tenaga dan pikiranya dalam bimbingan selama proses penyelesaian skripsi serta atas saran dan juga doa dan dukungan yang telah diberikan.
4. Dr. Maya Riantini,S.P., M.Si.,sebagai Dosen Pembimbing Kedua atas ketulusan hati, bimbingan, nasihat, arahan, dukungan, motivasi serta

meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi serta doa dan motivasi hidup yang telah diberikan selama bimbingan yang telah diberikan.

5. Ir. Adia Nugraha,M.S. selaku Dosen Penguji/Pembahas yang telah memberikan masukan, saran, motivasi dan ilmu yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi serta doa dan juga motivasi hidup untuk lebih baik lagi selama bimbingan yang telah diberikan.
6. Ir. Suriaty Situmorang,M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik atas saran, nasihat, doa, bimbingan, dan motivasi-motivasi hidup yang telah diberikan.
7. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
8. Keluarga tercinta, Ayah tercinta Edi Winarto, Ibu tercinta Sri Mulyani, kakakku Bintang Witjacksono W P, serta adikku Cantik Edya Primadani W P yang selalu memberikan dukungan, semangat, kasih sayang, perhatian, saran dan do'a yang tak pernah terputus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
9. Sahabat dan Calon Teman Hidup yaitu Hania Saputri, S.IP. yang selalu mensupport, yang rela direpotkan, membantu, dan mendoakan penulis selalu agar penulis segera menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Sahabat-sahabatku "MURWA", Amarulhaq, Muhammad Rifqi, Insannul Mutaqien atas bantuan doa, saran, dukungan, semangat, dan kebersamaan yang diberikan kepada penulis.
11. Teman-temanku "The Paps" Angga, Dharma, Savira, Tegar, Andrian, dkk.
12. Teman-temanku angkatan 2017 tercinta dari the kons, kosbel, kasuh, dan semuanya terimakasih atas semangat, dukungan, motivasi, pelajaran, dan kenangan yang diberikan kepada penulis.
13. Teman-teman angkatan 2013-2016 & 2018 terimakasih sudah memberikan motivasi, semangat, dan kenangan semasa kuliah yang diberikan kepada penulis.
14. Bapak Riyanto Pamungkas, Mas Alfi, Mas Dhofir, Mas Miftah, dan para karyawan Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Pringsewu atas semua arahan, bantuan, dan izin yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

15. Almamater tercinta dan seluruh pihak yang telah membantu selama pembuatan laporan ini yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak di masa yang akan datang. Penulis meminta maaf atas segala kekurangan dan semoga Allah SWT membalas budi baik berbagai pihak atas semua hal yang telah diberikan kepada penulis.

Bandar Lampung, September 2022
Penulis,

Satnoval Dewa Kara Winarto Putro

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xviii**
I. PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 6
1.3. Tujuan Penelitian 6
1.4. Manfaat Penelitian 7
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN **8**
2.1. Tinjauan Pustaka 8
2.1.1. Sistem Agroindustri 8
2.1.2. Pohon Industri Kopi 10
2.1.3. Agroindustri Kopi Bubuk 11
2.1.4. Rantai Pasok 15
2.1.5. Manajemen Rantai Pasok 16
2.1.6. *Stakeholder* 17
2.1.7. Pola dan Pihak Rantai Pasok 17
2.1.8. Kinerja Rantai Pasok 18
2.1.9. Saluran Pemasaran 19
2.1.10. Manajemen Persediaan 20
2.1.11. Kelembagaan Pemasaran 21
2.1.12. Saluran Distribusi 23
2.2. Penelitian Terdahulu 25
2.3. Kerangka Pemikiran 35
III. METODE PENELITIAN **38**

3.1. Metode Penelitian 38
3.2. Konsep Dasar dan Definisi Operasional 38
3.3. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Pengumpulan Data 41
3.4. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data 42
3.5. Metode Analisis Data 43
3.5.1. Metode Analisis Tujuan Pertama 43
3.5.2. Metode Analisis Tujuan Kedua 43
3.5.3. Metode Analisis Tujuan Ketiga 46
IV. GAMBARAN UMUM 48
4.1. Keadaan Umum Kabupaten Pringsewu 48
4.1.1. Keadaan Geografis 48
4.1.2. Keadaan Topografi dan Iklim 49
4.1.3. Keadaan Demografi 50
4.2. Sejarah Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan 50
4.3. Struktur Organisasi Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan 52
4.4. Demografi Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan 53
4.4.1. Demografi Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja 53
4.4.2. Demografi Berdasarkan Pendidikan 53
4.5. Sarana Dan Prasarana 55
V. HASIL DAN PEMBAHASAN 56
5.1. Keadaan umum responden 56
5.2. Rantai Pasok 58
5.2.1. Unit Rantai Pasok 59
5.2.2. Pola Aliran dalam Rantai Pasok 68
5.3. Kinerja Rantai Pasok 70
5.3.1. Kinerja *Supplier* Kopi dan Jagung 70
5.3.2. Kinerja Pedagang Besar Kopi Bubuk Klangenan Prngsewu 77
5.3.3. Kinerja Agroindustri Kopi Bubuk di Pringsewu 83
5.4. Analisis Efisiensi Pemasaran Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan 88
5.4.1. Struktur Pasar 88
5.4.2. Perilaku Pasar 90
5.4.3. Keragaan Pasar 90

VI. KESIMPULAN 96
6.1. Kesimpulan 96
6.2. Saran 97
DAFTAR PUSTAKA 98
LAMPIRAN 103

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

1. Produksi Tanaman Perkebunan Besar di Indonesia tahun 2018-2019..... 1
2. Produksi Tanaman Kopi di Provinsi Lampung Tahun 2018-2019 3
3. Tinjauan Penelitian Terdahulu 27
4. Kriteria Pencapaian kinerja rantai pasok..... 46
5. Sebaran usia responden rantai pasok pada agroindustri kopi bubuk klangenan di pringsewu..... 56
6. Sebaran pelaku rantai pasok kopi bubuk klangenan di pringsewu berdasarkan tingkat pendidikan. 57
7. Sebaran pengalaman usaha responden pelaku rantai pasok kopi bubuk klangenan di pringsewu..... 58
8. Lead time pemenuhan pesanan supplier 71
9. Nilai kinerja rantai pasok supplier berdasarkan indikator kinerja pengiriman . 75
10. Nilai kinerja rantai pasok supplier berdasarkan indikator pemenuhan pesanan. 76
11. Nilai kinerja rantai pasok supplier berdasarkan indikator kesesuaian dengan standar 76
12. Nilai kinerja rantai pasok pedagang besar berdasarkan indikator lead time pemenuhan pesanan..... 77
13. Nilai Kinerja rantai pasok pedagang besar berdasarkan indikator siklus pemenuhan pesanan..... 78
14. Nilai kinerja rantai pasok pedagang besar berdasarkan indikator kinerja pengiriman..... 81
15. Nilai kinerja rantai pasok pedagang besar berdasarkan indikator pemenuhan pesanan pedagang pengecer 82

16. Nilai kinerja rantai pasok pedagang besar berdasarkan indikator kesesuaian dengan standar 83
17. Harga jual pesaing kopi bubuk klangenan di pedagang besar dengan satuan gr/pack 89
18. Harga jual pesaing kopi bubuk klangenan di pedagang pengecer dengan satuan gr/pack 89
19. Hasil analisis marjin pemasaran komoditas kopi bubuk klangenan di Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu. 93
20. Produksi kopi di Indonesia tahun 2017-2020 104
21. Identitas responden Supplier kopi bubuk klangenan 105
22. Identitas Pemilik Agroindustri 105
23. Identitas Pedagang Besar Kopi Bubuk Klangenan 105
24. Identitas Pedagang Pengecer Kopi Bubuk Klangenan 106
25. Identitas konsumen Kopi Bubuk Klangenan 106
26. Biaya pemasaran pedagang besar kopi bubuk klangenan kabupaten pringsewu 107
27. Biaya pemasaran pedagang pengecer kopi bubuk klangenan kabupaten pringsewu 107
28. Biaya pemasaran pedagang besar kopi bubuk klangenan kabupaten pringsewu per 1 kemasan 108
29. Biaya pemasaran pedagang pengecer kopi bubuk klangenan kabupaten pringsewu per 1 kemasan 108
30. Harga beli dan jual per kemasan pedagang besar 109
31. Harga beli dan jual per kemasan pedagang pengecer 109
32. Harga beli per kemasan konsumen 110
33. Biaya Transaksi Agroindustri 110
34. Nilai kinerja rantai pasok supplier ke Agroindustri 111
35. Nilai kinerja rantai pasok agroindustri ke pedagang besar 111
36. Perhitungan kinerja pedagang besar ke pedagang pengecer 112
37. Perhitungan jumlah waktu Supplier 112
38. Perhitungan jumlah waktu Agroindustri 113
39. Perhitungan jumlah Pedagang Besar 113
40. Perhitungan jumlah Pedagang Pengecer 113

41. Lead time, siklus pemenuhan pesanan, fleksibilitas rantai pasok, cash to cash cycle time, kinerja pengiriman, pemenuhan pesanan dan kesesuaian dengan standar berdasarkan masukan dan keluaran supplier 114

42. Lead time, siklus pemenuhan pesanan, fleksibilitas rantai pasok, cash to cash cycle time, kinerja pengiriman, pemenuhan pesanan dan kesesuaian dengan standar berdasarkan masukan dan keluaran Agroindustri..... 114

43. Lead time, siklus pemenuhan pesanan, fleksibilitas rantai pasok, cash to cash cycle time, kinerja pengiriman, pemenuhan pesanan dan kesesuaian dengan standar berdasarkan masukan dan keluaran pedagang besar. 115
44. Jumlah responden berdasarkan kelompok umur 115

45. Jumlah responden berdasarkan lama usaha..... 116

46. Jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan..... 116

47. Hasil pengolahan data berdasarkan tabulasi bolstroff..... 117

48. Margin Pemasaran Saluran I 118

49. Margin Pemasaran Saluran II..... 119

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

1. Pohon Industri Buah Kopi..... 10

2. Diagram alir analisis rantai pasok dan efisiensi saluran pemasaran di Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Kabupaten Pringsewu..... 37

3. Struktur Organisasi Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan..... 52

4. Jumlah Tenaga Kerja..... 53

5. Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja..... 54

6. Bagan alir proses pembuatan kopi bubuk pada agroindustri kopi bubuk klangenan pringsewu..... 61

7. Pola rantai pasok Kopi bubuk klangenan di pringsewu..... 69

8. Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja..... 72

9. Saluran pemasaran agroindustri kopi bubuk klangenan Kabupaten Pringsewu..... 91

10. Wawancara bersama Bapak Ahmad Alfi Alashddiqie (Wakil Direktur Kopi Klangenan Pringsewu)..... 120

11. Wawancara bersama salah satu supplier kopi bubuk klangenan yaitu Bapak Mayu Rempoko..... 120

12. Ruang penyimpanan bahan baku utama..... 121

13. Ruang roasting biji kopi..... 121

14. Ruang roasting biji jagung..... 122

15. Ruang mixing dan grinding..... 122

16. Ruang Packing. 123

17. Ruang penyimpanan kopi bubuk sementara. 123

18. Foto bersama beberapa pedagang besar yang sedang mengambil pasokan kopi bubuk 124

19. Foto bersama para pedagang pengecer daerah pringsewu dan tanggamus. 124

20. Foto bersama beberapa konsumen kopi bubuk klangenan pringsewu. 125

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kegiatan ekonomi industri dari sektor pertanian yaitu agroindustri. Menurut Saragih (2001), agroindustri merupakan salah satu bentuk industri hilir yang berbahan baku produk pertanian dan menekankan pada produk olahan dalam suatu perusahaan atau industri. Agroindustri membutuhkan bahan baku untuk diolah dan menghasilkan suatu produk yang lebih bernilai. Yang mana salah satu bahan baku untuk diolah oleh agroindustri berasal dari subsektor perkebunan.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia (2020) dapat diketahui bahwa subsektor perkebunan merupakan salah satu subsektor yang setiap tahunnya mengalami pertumbuhan produksi.

Tabel 1. Produksi Tanaman Perkebunan Besar di Indonesia Tahun 2018-2019

No	Jenis Tanaman	Tahun/*year*	
		2018 (Ribu Ton)	2019 (Ribu Ton)
1	Karet	519,1	497,9
2	Kelapa	32,3	32,6
3	Minyak Kelapa Sawit	27.586,7	29.637,5
4	Inti Sawit	5.517,3	5.927,5
5	Kopi	28,1	29,5
6	Kakao	15,7	15,3
7	Teh	89,9	88,5
8	Cengkeh	2,0	2,2

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia (2020)

Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil tanaman perkebunan besar di Indonesia. Setiap tahun produksi semua jenis tanaman perkebunan mengalami pasang surut, dan ada yang mengalami penurunan serta peningkatan. Diantaranya

adalah tanaman kopi yang mengalami peningkatan dari 28.1 ton pada 2018 menjadi 29.5 ton pada 2019. Tabel ini membuktikan bahwa peluang produksi tanaman perkebunan khususnya kopi sangat bermanfaat untuk pengembangan lebih lanjut.

Kopi merupakan komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan merupakan sumber devisa negara yang penting. Kopi juga menjadi sumber pendapatan bagi hampir seluruh petani kopi di Indonesia, karena banyak masyarakat yang hidup dari petani kopi (Syakir, 2010). Rata-rata produksi kopi di Indonesia tahun 2017-2020 dapat dilihat pada lampiran.

Data pada lampiran tersebut menunjukkan bahwa produksi kopi Indonesia sangat berfluktuasi dari tahun 2017 hingga 2020. Rata-rata produksi kopi di Provinsi Lampung menempati urutan kedua setelah Sumatera Selatan, sebesar 109.599,50 ton. Hal ini dikarenakan kondisi geografis di Provinsi Lampung yang memiliki permintaan kopi tinggi dan memungkinkan untuk ditanami tanaman kopi sehingga banyak petani yang mengandalkan komoditas ini sebagai mata pencaharian (Kementerian Pertanian, 2020).

Pengembangan produksi tanaman kopi di setiap daerah di provinsi Lampung memiliki hasil produksi yang cukup banyak. Menurut hasil yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, produksi tanaman kopi di Provinsi Lampung dari 2018 hingga 2019 mencapai 110,6 ton hingga 110.3 ton. Jumlah tersebut merupakan jumlah yang cukup besar bagi daerah penghasil kopi. Berikut data tabel produksi kopi yang terdapat di Lampung berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2018-2019.

Tabel 2. Produksi Tanaman Kopi di Provinsi Lampung Tahun 2018-2019

Kabupaten/Kota	Kopi/*coffe*	
	2018 (Produksi/Ton)	2019 (Produksi/Ton)
Lampung Barat	52.572	52.320
Tanggamus	33.482	33.450
Lampung Selatan	430	430
Lampung Timur	240	240
Lampung Tengah	299	299
Lampung Utara	8.725	8.725
Way Kanan	8.722	8.722
Tulang Bawang	35	35
Pesawaran	1.458	1.458
Pringsewu	**705**	**705**
Mesuji	43	43
Tulang Bawang Barat	6	6
Pesisir Barat	3.622	3.622
Kota Bandar Lampung	230	210
Kota Metro	1	1
Lampung	110.570	110.264

Sumber: Badan Pusat Statistik Lampung 2020

Tabel 2 menunjukkan bahwa hampir seluruh kabupaten dan kota di Provinsi Lampung menghasilkan kopi. Kabupaten Pringsewu merupakan salah satu daerah yang berpotensi dalam mengembangkan agroindustri kopi di Provinsi Lampung. Hal ini dapat dilihat dari jumlah produksi kopi di Kabupaten Pringsewu pada tahun 2019 yaitu sebesar 705 ton. Kabupaten Pringsewu merupakan sebuah Kabupaten di Provinsi Lampung yang terletak diantara Kabupaten Pesawaran dan Kabupaten Tanggamus yang merupakan kabupaten penghasil kopi cukup tinggi. Tingginya produksi kopi di dua kabupaten membuat masyarakat di daerah tersebut mengusahakan kegiatan pengolahan kopi menjadi hasil olahan yang baik untuk memperoleh profit yang lebih tinggi. Kabupaten Pringsewu memiliki agroindustri yang mengolah biji kopi menjadi kopi bubuk.

Merujuk pada pembangunan di bidang ekonomi daerah terutama merujuk pada industri hasil pertanian dari hulu ke hilir melalui sistem yang berorientasi pada sistem agribisnis dan agroindustri. Maka penting adanya kegiatan agroindustri bagi sebuah daerah khususnya Kabupaten Pringsewu. Industri pertanian pada sub sektor perkebunan sangat menentukan keberhasilan negara dalam melaksanakan pembangunan pertanian. Pengolahan hasil yang baik dan daya beli yang tinggi merupakan tujuan

utama dari sebuah agroindustri. Agroindustri dikembangkan oleh beberapa perusahaan yang memiliki daya saing tinggi untuk mendapatkan konsumen tetap, dalam industri pertanian komoditas yang banyak digunakan untuk diolah sebagai bahan baku utama adalah komoditas yang berasal dari perkebunan. Komoditas perkebunan menjadi daya tarik bagi komoditas industri pengolahan hasil pertanian karena memiliki hasil panen yang kaya dan tahan lama bila disimpan sebagai bahan baku hasil pertanian (Soekartawi, 2000).

Salah satu perusahaan di Kabupaten Pringsewu yang memiliki agroindustri pengolahan kopi biji menjadi kopi bubuk yaitu PT. Citra Putera Utama atau sering disebut kopi klangenan, PT. Citra Putera Utama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan hingga pemasaran kopi bubuk, perusahaan ini berdiri pada tahun 2003, agroindustri ini masih melakukan kegiatan produksi pengolahan kopi bubuk dimana kegiatan produksi tersebut dilakukan setiap hari namun agroindustri kopi klangenan masih mengalami kendala dalam pengadaan bahan baku terkait kinerja pihak pemasok yang masih memiliki kekurangan seperti keterlambatan datangnya pesanan dan kurang meratanya stok kopi bubuk dipasar. Pengelolaan setiap saluran rantai pasok agroindustri kopi klangenan dimulai dari pengadaan bahan baku kopi, pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk hingga di distribusikan ke konsumen akhir perlu diperhatikan. Hal tersebut dilakukan untuk terciptanya keefisienan rantai pasok pada agroindustri kopi. Rantai pasok yang tidak berjalan dengan baik dapat diminimalisir dengan dilakukannya pengukuran kinerja rantai pasok itu sendiri.

Pengukuran kinerja rantai pasok akan memberikan peluang besar untuk memperbaiki dan mengembangkan manajemen rantai pasok pada semua industri (Bolstorff dan Rosenbaum, 2003). Pengukuran dan evaluasi kinerja manajemen serta efisiensi pemasaran agroindustri kopi klangenan perlu dilakukan agar sistem rantai pasok yang menghubungkan agroindustri kopi dengan para pemasok lebih optimal dan efisien. Efisiensi manajemen rantai pasok akan membantu agroindustri kopi bubuk untuk mencapai berbagai

tujuan industri, yaitu unggul dalam persaingan dengan produk berkualitas. Persaingan untuk produk kopi berkualitas tinggi harus dibarengi dengan pemasaran yang baik di industri pertanian.

Sistem manajemen yang baik harus dimiliki oleh pelaku industri pertanian pada saat melakukan kegiatan rantai pasok agar resiko dalam kegiatannya dapat dikurangi. Manajemen rantai pasok dapat mengurangi ketidakpastian permintaan buah kopi. Masalah yang dihadapi agroindustri kopi bubuk Klangenan saat ini adalah adanya ketidakpastian antara besarnya jumlah permintaan kopi bubuk dengan *supply* bahan baku biji kopi yang mana dapat mempengaruhi sistem rantai pasok dan dapat menyebabkan industri pertanian gagal berproduksi secara optimal. Ketidakpastian dalam sistem rantai pasok kemudian akan berpengaruh pada kinerja rantai pasok kopi klangenan di Provinsi Lampung, dengan adanya sistem rantai pasok yang baik maka dapat membuat pola dan pihak-pihak rantai pasok menjadi lebih baik juga.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti ingin mengetahui Pola Alir Rantai Pasok yang dilakukan oleh PT. Citra Putera Utama khususnya pada agroindustri kopi bubuk klangenan sehingga nantinya PT.Citra Putera Utama mampu mengetahui hal yang dapat mempengaruhi pola aliran rantai pasok dari penyedia bahan baku sampai ke konsumen sehingga dapat terciptanya suatu kinerja rantai pasok yang efisien. Oleh karena itu peneliti ingin membahas tentang “Analisis Rantai Pasok dan Efisiensi Saluran Pemasaran di Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Kabupaten Pringsewu”.

1.2. Rumusan Masalah

PT. Citra Putera Utama atau agroindustri kopi bubuk klangenan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan hingga pemasaran kopi bubuk, perusahaan ini berdiri pada tahun 2003, agroindustri ini masih melakukan kegiatan produksi pengolahan kopi bubuk dimana kegiatan produksi tersebut dilakukan setiap hari namun agroindustri kopi klangenan masih mengalami kendala dalam pengadaan bahan baku terkait kinerja pihak pemasok yang masih memiliki kekurangan seperti keterlambatan datangnya pesanan dan kurang meratanya stok kopi bubuk dipasar. Pengelolaan setiap saluran rantai pasok agroindustri kopi klangenan dimulai dari pengadaan bahan baku kopi, pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk hingga di distribusikan ke konsumen akhir perlu diperhatikan. Hal tersebut dilakukan untuk terciptanya keefisienan rantai pasok pada agroindustri kopi. Rantai pasok yang tidak berjalan dengan baik dapat diminimalisir dengan dilakukannya pengukuran kinerja rantai pasok itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pola aliran rantai pasok kopi di Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Kabupaten Pringsewu ?
2. Bagaimana kinerja rantai pasok kopi bubuk pada Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Kabupaten Pringsewu ?
3. Apakah saluran pemasaran kopi bubuk pada Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Kabupaten Pringsewu sudah efisien atau belum?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pola aliran rantai pasok kopi di Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Kabupaten Pringsewu
2. Menganalisis kinerja rantai pasok kopi di Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Kabupaten Pringsewu
3. Menganalisis efisiensi saluran pemasaran kopi di Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Kabupaten Pringsewu

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pengusaha, hasil penelitian ini bermanfaat sebagai bahan informasi dalam pengambilan keputusan bagi para mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan kopi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan bagi penelitian sejenisnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Sistem Agroindustri

Agribisnis adalah setiap usaha yang berkaitan dengan kegiatan produksi pertanian, yang meliputi pengusahaan input pertanian dan atau pengusahaan produksi itu sendiri atau pun juga pengusahaan pengelolaan hasil pertanian. Agribisnis, dengan perkataan lain, adalah cara pandang ekonomi bagi usaha penyediaan pangan. Sebagai subjek akademik, agribisnis mempelajari strategi memperoleh keuntungan dengan mengelola aspek budidaya, penyediaan bahan baku, pascapanen, proses pengolahan, hingga tahap pemasaran (Sjarkowi dan Sufri, 2004).

Menurut Suparta (2005) konsep sistem agribisnis yaitu keseluruhan aktivitas bisnis di bidang pertanian yang saling terkait dan saling tergantung satu sama lain, mulai dari:

a. Subsistem penyediaan dan penyaluran sarana produksi.
b. Subsistem usahatani.
c. Subsistem pengolahan dan penyimpanan hasil (agroindustri).
d. Subsistem pemasaran.
e. Subsistem jasa penunjang.

Menurut Soekartawi (2001) agroindustri dapat diartikan menjadi dua hal, yang pertama agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian dengan menekankan pada manajemen pengelolaan, maka

dalam suatu perusahaan produk olahan dimana minimal 20 persen dari jumlah bahan baku yang digunakan adalah berasal dari pertanian. Arti kedua yaitu agroindustri adalah suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan, tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri. Salah satu tujuan dari pengolahan hasil pertanian pada agroindustri adalah meningkatkan kualitas, dengan kualitas hasil yang lebih baik, maka nilai barang menjadi lebih tinggi dan keinginan konsumen menjadi terpenuhi. Perbedaan kualitas bukan saja menyebabkan adanya perbedaan segmentasi pasar tetapi juga mempengaruhi harga barang itu sendiri.

Agroindustri merupakan suatu subsistem yang terdiri dari tiga bagian yaitu pengadaan bahan baku, pengolahan, pemasaran. Pengadaan bahan baku merupakan suatu upaya-upaya dari bagian perusahaan dalam bentuk pengadaan bahan mentah yang digunakan dalam rangkaian proses produksi untuk diolah menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi, yang dalam hal ini dapat berupa barang ataupun jasa. Pengolahan merupakan suatu kegiatan mentransformasikan bahan mentah yang dikombinasikan dengan bahan baku tambahan sehingga dapat menghasilkan output tertentu. Pemasaran merupakan suatu kegiatan mendistribusikan barang dari produsen hingga ke konsumen.

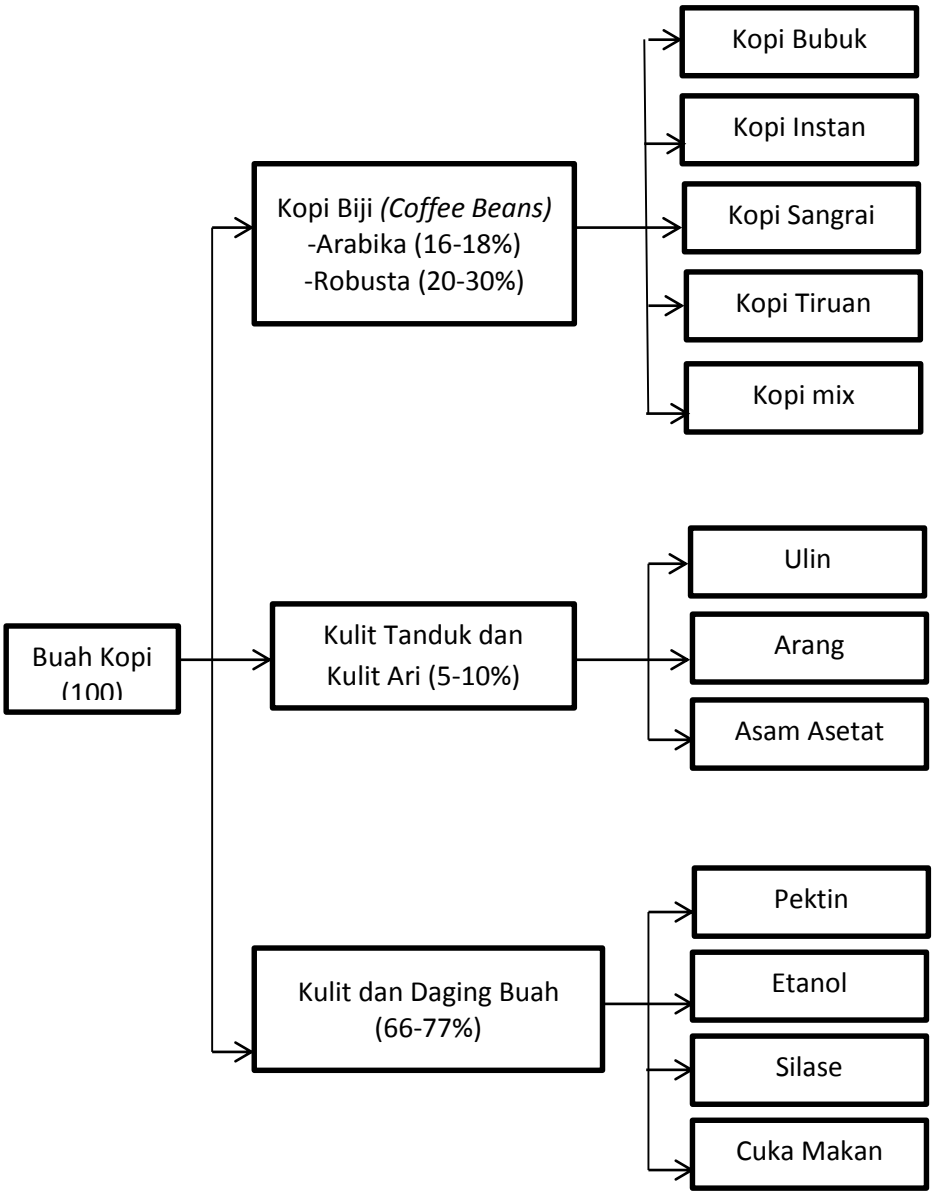
Agroindustri merupakan kegiatan pertanian yang diorientasikan pada permintaan pasar. Agroindustri merupakan kegiatan dengan ciri:

a. meningkatkan nilai tambah,
b. menghasilkan produk yang dapat dipasarkan atau digunakan atau dimakan.
c. meningkatkan daya simpan.
d. menambah pendapatan dan ke untungan produsen.

Sifat kegiatannya mampu menciptakan lapangan pekerjaan, memperbaiki pemerataan pendapatan dan mempunyai kapasitas yang cukup besar untuk menarik pembangunan sektor pertanian (Tarigan, 2007).

2.1.2. Pohon Industri Kopi

Produk olahan langsung terdiri dari produk biji kopi, kulit anduk dan kulit ari. dan kulit dan daging buah. Skema produk olahan buah kopi disajikan pada Gambar 1



Gambar 1. Pohon Industri Buah Kopi
Sumber : Kementan, 2020

Pada Gambar 1. Pohon Industri Buah Kopi tersebut menjelaskan berbagai macam olahan yang berasal dari buah kopi, olahan tersebut terdiri dari olahan kopi biji, olahan kulit kopi, olahan kulit dan daging. Posisi olahan kopi bubuk berada pada olahan kopi biji yang berasal dari bahan buah kopi itu sendiri yang telah mengalami proses pengolahan biji kopi yang menjadi kopi bubuk.

2.1.3. Agroindustri Kopi Bubuk

Agroindustri kopi merupakan industri yang mengolah kopi sebagai bahan baku dasar menjadi berbagai produk olahannya (*derived product*). Agroindustri kopi pada umumnya menggunakan bahan baku biji kopi Arabika dan Robusta dengan komposisi perbandingan tertentu. Kopi Arabika digunakan sebagai sumber citra rasa, sedangkan kopi Robusta digunakan sebagai campuran untuk memperkuat daya tahan. Kopi Arabika memiliki citra rasa yang lebih baik, tetapi memiliki daya tahan yang lebih lemah dibandingkan kopi Robusta. Selain biji kopi, agroindustri kopi juga membutuhkan bahan tambahan seperti gula dan bahan penolong seperti bahan kemasan (*packing*), pallet, krat dan lain-lain (Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia Departemen Perindustrian Jakarta, 2009). Menurut Wardhana (2016), pengembangan agroindustri kopi memiliki beberapa kendala khususnya dalam masalah pasca panen antara lain rendahnya kualitas kopi yang dihasilkan dikarenakan masih meiliki kadar air yang cukup tinggi, jenis produksi yang belum mengikuti permintaan pasar dunia, produktivitas yang masih cukup rendah, jangkauan pemasaran yang terbatas pemasaran, manajemen yang masih kurang berjalan dengan baik, dan kualitas tenaga kerja yang masih belum memadai.

Menurut Syakir (2010) pada prinsipnya agroindustri kopi adalah pengolahan kopi bertujuan memisahkan biji kopi dari daging buah, kulit tanduk (*parchment*) dan kulit ari (*silver skin*). Secara garis besar terdapat dua cara pengolahan kopi yaitu:

a. Pengolahan basah (*wet process*)

Pengolahan basah digunakan di Indonesia sejak perkebunan kopi Robusta mulai berkembang. Sebelum itu untuk kopi Arabika hanya menggunakan pengolahan kering. Pengolahan basah memerlukan banyak air, yaitu kira-kira 16 - 18 liter/kg kopi biji karena pengolahan justru terjadi pada musim kemarau, maka masalah air penting sekali bagi cara pengolahan ini. Pengolahan basah dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu dengan fermentasi dan tanpa fermentasi. Pengolahan dengan fermentasi menghasilkan kopi lebih bersih dari lendir, sehingga dapat lebih cepat dicuci. Tetapi sebaliknya, fermentasi menyebabkan penyusutan berat kopi. Fermentasi selama 36 jam menyebabkan berat kopi susut dengan 2-4%, tergantung pada temperatur. Semakin tinggi temperatur atau semakin rendah letak pabrik maka akan semakin besar penyusutan. Selama fermentasi, biji kopi masih hidup sehingga terjadi dissmilasi (pemecahan) yang menghasilkan produk-produk yang menguap, yang menyebabkan penyusutan berat. Oleh karena itu, kopi yang diolah tanpa fermentasi mempunyai rendeman lebih tinggi. Proses pengolahan basah terdiri atas beberapa tingkat pengolahan sebagai berikut:

1) Sortasi kopi gelondong

Setelah tiba di emplasemen, buah kopi yang baru dipetik dipisahkan dengan tangan dari buah-buah yang berwarna hijau. selanjutanya buah kopi merah dimasukkan ke dalam sifon (*conische tank*) untuk memisahkan kopi yang masak dan baik untuk diolah secara basah, dan kopi yang inferior (bubuk, gabug, kering) untuk diolah secara kering. Buah yang baik dan tenggelam disedot masuk ke dalam pulper untuk diolah secara basah

2) Pulping

Pulping bertujuan untuk memisahkan kopi dari pulp yang terdiri atas daging dan kulit buah. Terdapat dua macam pulper yaitu disk pulper dan cylinder pulper. Sekarang praktis hanya dipakai cylinder pulper yaitu vis-pulper dan raung-pulper. Raung-pulper juga berfungsi sebagai pencuci, dan kopi yang keluar dari mesin ini tidak perlu difermentasi

dan dicuci lagi, karena sudah bersih dari lendir. Kopi yang baru dipetik harus di-pulp pada hari itu juga,agar lebih mudah dan lebih bersih. Lubang saluran ke dalam pulper harus disetel dengan seksama, agar kopi tidak terkelupas kulita tanduknya.

3) Fermentasi

   Kopi yang sudah di-pulp dengan vis-pulper masih diselaputi oleh lendir (*mucilage*). Lendir tersebut harus dihilangkan untuk mempercepat pengeringan dan agar tidak menjadi substratum bagi mikroorganisme yang dapat menimbulkan flavors yang tidak dikehendaki. Terdapat beberapa cara yang sering digunakan untuk menghilangkan lendir, yaitu dengan fermentasi basah dan fermentasi kering. Fermentasi basah dilakukan dalam bak-bak semen selama 12-24 jam. Setelah direndam 10 jam, cairan fermentasi harus dikeluarkan melalui saluran di bawah lantai bak, kemudian ditambahkan air secara berangsur-angsur sebanyak 2/3 volume kopi. Apabila menggunakan raung-pulper, lapisan lendir tersebut sudah sekaligus hilang tercuci sehingga tidak perlu dilakukan fermentasi.

4) Pencucian

   Setelah difermentasi, kopi harus dicuci bersih hingg terasa kesat agar tidak kumal. Kopi yang difermentasi dapat dicuci dengan mesin cuci atau dicuci dengan tangan dalam saluran serpentin. Kopi yang tidak difermentasi tetapi dipulp dalam vis-pulper harus dicuci dengan mesin cuci. Kopi yang dicuci dengan raung-pulper tidak perlu dicuci karena mesin tersebut sudah sekaligus melakukan pulping dan pencucian.

5) Pengeringan

   Setelah dicuci, kopi berkulit tanduk (parchment coffee) mengandung air 52 - 54% terhadap berat basah. Tujuan pengeringan adalah menurunkan kandungan air kopi dari ± 54% menjadi ± 10%. Pengeringan dapat dilakukan dengan cara penjemuran, mekanis, serta kombinasi penjemuran dan mekanis, di perkebunan, kopi Robusta kebanyakan dikeringkan secara mekanis, sedangkan kopi Arabika menggunakan kombinasi penjemuran dan pengeringan mekanis untuk mempercepat.

Pengeringan mekanis dilakukan melalui penguapan dengan jalan pemanasan. Terdapat dua stadium penguapan dengan pengaturan temperatur yang berbeda, yaitu stadium lembab (fase pertama) menggunakan temperatur 100-120°C hingga kandungan air mendekati 30%, dan stadium higroskopis (fase kedua) menggunakan temperatur yang diturunkan perlahanlahan hingga 70-60 °C.

6) Hulling

Setelah kering, kopi dikupas dalam huller untuk memisahkan kopi dari kulit tanduk dan kulit ari. Untuk menghindari pecahnya biji-biji kopi dan juga agar kadar air kopi menjadi sama rata, hendaknya kopi disimpan dulu 1-2 hari sebelum dikupas. Huller hendaknya tidak distel terlalu rapat, agar kopi tidak pecah dan untuk mencegah supaya kopi tidak berwarna belang atau warna marmer yang dapat menurunkan mutu.

7) Sortasi kopi biji

Setelah dikupas, kopi harus disortir untuk memisahkan biji-biji yang baik dari kotoran dan biji-biji inferior. Untuk sortasi ini menggunakan mesin sortir angin yang memisahkan biji dalam beberapa kelas, berdasarkan perbedaan berat jenis. Untuk sortasi menurut ukuran biji menggunakan mesin ayakan yang mempunyai lubang-lubang dengan ukuran berbeda-beda. Akhirnya kopi disortir lebih lanjut dengan tangan, untuk memisahkan biji-biji hitam, terbakar dan bubuk.

b. Pengolahan kering (*dry process*)

Cara pengolahan kering adalah yang lebih sederhana dan terdiri atas beberapa proses yaitu pengeringan, pengupasan dan sortasi. Pengupasan kopi gelondong dilakukan dengan menjemur diatas lantai atau semen. Untuk mempercepat pengeringan, adakalanya kopi gelondong dimemarkan terlebih dahulu sebelum dijemur. Setelah kering kopi dikupas, yaitu dipisahkan dari daging buah, kulit tanduk dan kulit ari dengan cara menumbuk dalam lesung atau dengan huller. Sortasi dilakukan untuk memisahkan dedek serta biji-biji yang pecah, kena bubuk, hitam dan sebagainya.

c. Penyangraian biji kopi

Pada proses penyangraian biji kopi ini agar hasilnya bisa optimal kita bisa menggunakan mesin sangrai kopi. Tapi bisa juga dengan menggunakan wajan penggorengan. Untuk bahan bakarnya sendiri, disarankan menggunakan tungku kayu dari pada menggunakan kompor gas, sebab dengan menggunakan tungku kayu dapat menambah kenikmatan dan aroma tersendiri pada kopi yang akan dihasilkan. Selama proses penyangraian ini, biji-biji kopinya harus dibolak-balik secara berkala agar biji kopinya tidak gosong. Pada intinya, biji-biji kopi yang disangrai/goreng sampai permukaannya berubah jadi warna cokelat gelap, aroma kopinya semakin semerbak, dan juga mudah dihancurkan/digiling. Dengan demikian, proses penggilingan biji kopi itu tidak memakan waktu yang cukup lama.

d. Penggilingan biji kopi

Setelah proses-proses diatas, langkah terakhir yang dilakukan untuk menghasilkan bubuk kopi adalah proses penggilingan biji-biji kopi yang sudah disangrai tadi untuk bisa menjadi kopi bubuk. Proses penggilingan biji kopi dapat dilakukan dengan menggunakan mesin penggiling kopi. Setelah biji kopi sudah menjadi bubuk halus, sebaiknya bubuk kopi hasil proses pengolahan agroindustri tersebut dikemas lalu disimpan di dalam tempat yang bersih, kering, dan tertutup, agar kualitas bubuk kopi tersebut bisa tetap terjaga.

2.1.4. Rantai Pasok

Rantai pasok adalah suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada para pelanggannya. Rantai ini juga merupakan jaringan atau jejaring dari berbagai organisasi yang saling berhubungan dan mempunyai tujuan yang sama, yaitu sebaik mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang tersebut (Indrajit dan Djokopranoto, 2002).

Rantai pasok digunakan untuk menggambarkan pengelolaan aliran materi, informasi, dan keuangan di seluruh rantai pasokan. Rantai pasok melibatkan penyalur suatu bahan baku mentah menjadi produk yang bernilai dimulai dari pemasok kemudian ke produsen komponen, pembuat produk dan distributor (gudang-gudang dan pengecer), dan akhirnya ke konsumen. Deskripsi ini berbicara tentang mengelola tiga bagian secara fisik, informasi, dan keuangan di sepanjang rantai, dan juga mengenai pentingnya pelanggan, dalam praktik bisnis yang modern, aliran keempat, yaitu, membalikkan aliran materi secara fisik atau membalikkan logistik adalah semakin penting (Chandrasekaran dan Raghuram, 2014).

2.1.5. Manajemen Rantai Pasok

Menurut Indrajit dan Pranoto (2002), rantai pasokan adalah suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada para pelanggannya. Rantai ini juga merupakan jaringan dari berbagai organisasi yang saling berhubungan yang mempunyai tujuan yang sama, yaitu menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang tersebut. Model rantai pasokan yaitu suatu gambaran mengenai hubungan mata rantai dari pelakupelaku tersebut yang dapat membentuk seperti mata rantai yang terhubung satu dengan yang lain. Salah satu faktor kunci untuk mengoptimalkan rantai pasok adalah dengan menciptakan alur informasi yang bergerak secara mudah dan akurat diantara jaringan atau mata rantai tersebut, dan pergerakan barang yang efektif dan efisien yang menghasilkan kepuasan maksimal pada para pelanggan. Manajemen rantai pasokan merupakan strategi alternatif yang memberikan solusi dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui pengurangan biaya operasi dan perbaikan pelayanan konsumen dan kepuasan konsumen.

2.1.6. *Stakeholder*

Stakeholder adalah individu, kelompok atau organisasi, perempuan maupun laki-laki yang memiliki kepentingan, terlibat atau terpengaruh (positif ataupun negatif) dari suatu aktivitas atau proyek. Stakeholder sangat penting karena dapat memberikan dukungan atau melestarikan suatu aktivitas (Hisyam, 2003).

Stakeholder dapat dibagi kepada stakeholder primer dan stakeholder sekunder. Stakeholder primer merupakan kelompok yang jika mereka tidak dilibatkan secara berkelanjutan, maka akan berakibat buruk kepada keberadaan perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Kelompok terdiri dari pemegang saham, manager, pekerja, pengguna, distributor dan juga stakeholder publik yang terdiri daripada pemerintah dan komunitas yang menyediakan infrastruktur yang berhubungan langsung dengan kepentingan perusahaan. Kebergantungan diantara stakeholder primer dan perusahaan adalah sangat vital terhadap keberadaan perusahaan dalam melaksanaan aktivitas bisnis. Stakeholder sekunder pula merupakan kelompok yang tidak mempunyai hubungan secara langsung dengan aktivitas perusahaan, akan tetapi keberadaannya dapat memberikan efek positif atau negatif bagi aktivitas perusahaan (Yusuf, 2017).

2.1.7. Pola dan Pihak Rantai Pasok

Pola aliran rantai pasok adalah pola yang terbentuk dari kegiatan bisnis dalam rantai pasok yaitu dimulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan, pendistribusian, hingga produk sampai ke konsumen akhir. Sedangkan pihak-pihak yang terlibat dalam suatu rantai pasokan meliputi pabrik manufaktur, pemasok, perusahaan, penyedia transportasi, gudang, retailer, perusahaan komunikasi, dan bahkan konsumen itu sendiri. Maka pola dan pihak rantai pasok yaitu suatu model yang dipakai untuk membuat satu kesatuan antara

pihak-pihak yang terkait menjadi suatu pola yang terstruktur (Virona, 2020).

2.1.8. Kinerja Rantai Pasok

Sistem pengukuran kinerja diperlukan sebagai pendekatan dalam rangka mengoptimalisasikan jaringan rantai pasok. Pengukuran kinerja bertujuan untuk mendukung perancangan tujuan, evaluasi kinerja, dan menentukan langkah-langkah ke depan baik pada level strategi, taktik, dan operasional (Vorst, 2006). Pengukuran kinerja adalah membandingkan antara hasil yang sebenarnya diperoleh dengan yang direncanakan, dengan kata lain sasaran-sasaran yang telah ditargetkan harus diteliti sejauh mana pencapaian yang telah dilaksanakan untuk mencapai tujuan (Ruky, 2001). Menurut Hertz (2009), istilah kinerja mengacu pada hasil output dan sesuatu yang dihasilkan dari proses suatu produk yang dapat dinyatakan dalam istilah finansial dan nonfinansial.

Kendala utama rantai pasok komoditas pertanian adalah perencanaan, sosialisasi, pengiriman, dan ekspektasi. Perencanaan dalam rantai pasok memegang peranan yang sangat penting. *Lead time* dan siklus dalam pemenuhan pesanan bagi setiap pelaku rantai pasok sangat dipengaruhi oleh perencanaan yang telah dibuat oleh anggota rantai pasok tersebut. Selain itu, *lead time* yang digunakan untuk memenuhi pesanan juga akan mempengaruhi biaya rantai pasok yang akan digunakan. Semakin lama waktu yang dibutuhkan untuk memenuhi pesanan, maka diperlukan biaya tambahan untuk mengurangi resiko terjadinya kerusakan suatu komoditas. Mengingat produk pertanian merupakan produk yang mudah rusak, waktu menjadi salah satu faktor input yang paling bermasalah dalam kinerja rantai pasok (Morgan, 2004). Pengukuran kinerja organisasi telah mendapat banyak perhatian dari para peneliti dan praktisi. Pengukuran kinerja rantai pasok memiliki peran penting dalam menetapkan tujuan, evaluasi kinerja dan penentuan aksi di masa depan Peran pengukuran kinerja dalam keberhasilan suatu organisasi

tidak dapat dilebih-lebihkan karena akan mempengaruhi strategi, taktik dan operasional (Gunasekaran dkk, 2004).

2.1.9. Saluran Pemasaran

Saluran Pemasaran Saluran pemasaran adalah rangkaian proses menyalurkan barang yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran dari produsen hingga ke konsumen dimana sepanjang rantai tersebut terjadi penambahan nilai produk (Kotler & Armstrong, 2014). Menurut Kartasapoetra (1986) panjang dan pendeknya saluran pemasaran ditentukan oleh : (1) jarak antara produsen dan konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen akan semakin panjang saluran pemasaran yang ditempuh oleh komoditas tersebut. (2) Sifat produk. Produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima konsumen sehingga menghendaki saluran yang pendek dan cepat. (3) Skala Produksi. Jika produksi berlangsung dalam ukuran-ukuran kecil maka jumlah produk yang dihasilkan berukuran kecil, sehingga akan tidak menguntungkan bila produsen langsung menjual ke pasar. Hal ini berarti membutuhkan kehadiran pedagang perantara dan saluran yang dilalui komoditas akan cenderung panjang. (4) Posisi keuangan pengusaha. Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran karena dapat melakukan fungsi pemasran lebih banyak dibandingkan dengan pedagang yang posisi keuangannya lemah. Dengan kata lain, pedagang yang memiliki modal kuat cenderung memperpendek saluran pemasarannya.

Marjin pemasaran adalah perbedaan harga pada tingkat produsen (Pf) dengan harga di tingkat pengecer (Pr) yang terdiri dari keuntungan dan biaya (Hasyim, 2012). Secara matematis marjin pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

Mji = Psi – Pbi.....(1)

Keterangan:

Mji = Marjin lembaga pemasaran tingkat ke-i
Psi = Harga penjualan lembaga pemasaran tingkat ke-i (i = 1,2, 3,...., n)

Pbi = Harga pembelian lembaga pemasaran tingkat ke-i Total marjin pemasaran adalah:

Mji = Pr – Pf.....(2)

Keterangan :

Mji = Total marjin pemasaran
Pr = Harga pada tingkat konsumen
Pf = Harga pada tingkat petani

Penyebaran marjin pemasaran dapat dilihat berdasarkan presentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (Ratio Profit Margin) pada masing masing lembaga pemasaran, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$RPM = \frac{\Pi i}{Bti} \quad \text{.....(3)}$$

Keterangan :

Bti = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
Πi = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

Nilai RPM yang relatif menyebar merata pada berbagai tingkat lembaga perantara pemasaran merupakan cerminan dari sistem pemasaran yang efisien. Jika selisih RPM antara lembaga perantara pemasaran sama dengan nol, maka sistem pemasaran tersebut efisien, dan jika selisih RPM antara lembaga perantara pemasaran tidak sama dengan nol, maka sistem pemasaran tidak efisien (Azzaino, 1983).

2.1.10. Manajemen Persediaan

Persediaan bahan baku merupakan hal yang penting dalam suatu perusahaan maupun industri pengolahan. Persediaan bahan baku menjadi kelangsungan produksi suatu produk. Persediaan bahan baku adalah bahan atau barang yang disimpan yang akan digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu, misalnya untuk digunakan dalam proses produksi atau perakitan, untuk dijual kembali, atau untuk suku cadang dari suatu peralatan atau mesin (Herjanto, 2007).

Persediaan bahan baku dilakukan sejak jauh hari, hal ini agar perusahaan maupun industri pengolahan memiliki stok ketika bahan baku habis sehingga produksi terus berjalan. Persediaan bahan baku memiliki rentan waktu yang berbeda dalam pemenuhan sesuai dengan jenisnya. Menurut Rangkuti (2007), persediaan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis sebagai berikut:

a. Persedian bahan mentah (*raw material*), merupakan persediaan barang-barang berwujud, seperti kayu, besi, serta komponen-komponen lain yang digunakan dalam proses produksi.
b. Persediaan komponen-komponen rakitan (*purchased parts*), merupakan persediaan barang-barang yang terdiri dari komponen komponen yang diperoleh dari perusahaan lain, yang secara langsung dapat dirakit menjadi suatu produk.
c. Persediaan barang pembantu (*supplies*), merupakan persediaan barang-barang yang diperlukan dalam proses produksi, tetapi bukan merupakan bagian atau komponen barang jadi.
d. Persediaan barang dalam proses (*work it process*), merupakan persediaan barang-barang yang termasuk keluaran dari tiaptiap bagian dalam proses produksi atau jasa yang telah diolah menjadi suatu bentuk, tetapi masih perlu diproses lebih lanjut menjadi barang jadi.
e. Persediaan barang jadi (*finished goods*), merupakan persediaan barang-barang yang telah selesai di proses atau diolah dalam pabrik dan siap dijual atau dikirim kepada pelanggan.

2.1.11. Kelembagaan Pemasaran

Menurut Cahyono (2003), lembaga pemasaran adalah badan hukum atau perorangan yang menangani kegiatan pemasaran. Lembaga pemasaran sangat membantu dan memudahkan produsen dalam menjual hasil produknya. Lembaga pemasaran yang berperan berpengaruh terhadap harga jual ditingkat produsen dan harga jual di pasaran (yang dibayar oleh konsumen). Menurut Rahim dan Hastuti (2007), lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau

individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditas dari produsen kepada konsumen akhir, serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditas sesuai waktu, tempat, dan bentuk yang di inginkan konsumen. Lembaga pemasaran ingin mendapatkan keuntungan sehingga harga dibayarkan oleh lembaga pemasaran itu juga berbeda. Perbedaan harga di masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran. Jadi, harga jual ditingkat produsen (petani, ternak, dan nelayan) akan lebih rendah dari pada harga jual di tingkat pedagang perantara. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran produk-produk pertanian sangat beragam sekali tergantung dari jenis yang dipasarkan. Ada komoditi yang melibatkan banyak lembaga pemasaran dan ada pula yang melibatkan hanya sedikit lembaga pemasaran.

Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran ini lebih lanjut dapat diidentifikasikan sebagai berikut :

a. tengkulak yaitu lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani, tengkulak ini melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai maupun kontrak pembelian.
b. pedagang pengumpul menjual komoditi yang dibeli tengkulak dari petani biasanya relatif lebih kecil sehingga untuk meningkatkan efisiensi. Jadi pedagang pengumpul ini membeli komoditi pertanian dari tengkulak
c. pedagang besar adalah untuk meningkatkan efisiensi pelaksanaan fungsi-fungsi pemasaran, maka jumlah komoditi yang ada pada pedagang pengumpul ini harus dikonsentrasikan lagi oleh lembaga pemasaran.
d. Pengecer merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen

2.1.12. Saluran Distribusi

Ada empat kategori kecepatan memasarkan dan mendistribusikan produk, dapat dilihat dibawah ini:

a. *Very fast moving* Produk dengan kategori ini adalah produk yang pemasaran dan pendistribusiannya membutuhkan waktu yang cepat untuk sampai ke konsumen akhir. Biasanya produk dengan kategori ini yang memiliki tanggal kadaluarsa yang pendek yaitu 3-6 hari bulan, hal ini dikarenakan agar produk terhindar dari kerusakan pada saat di pasarkan.
b. *Fast moving* Produk pada kategori ini adalah produk yang dalam pemasaran atau pendistribusiannya relatif cepat sampai pada konsumen. Produk yang termasuk pada kategori ini adalah makanan, minuman dan obat-obatan yang dijual bebas yang memiliki kadaluarsa 6-12 bulan.
c. *Slow moving* Produk pada kategori ini adalah produk yang dalam pemasaran dan pendistribusiannya relatif membutuhkan waktu untuk mendapatkan permintaan dari konsumen akhir. Umumnya yang termasuk pada produk kategori slow moving adalah bahan bangunan yang memiliki nilai ekonomis dan ketahanan produk lebih lama (diatas satu tahun)
d. *Very slow moving* Produk pada kategori ini adalah produk yang dalam pemasaran dan pendistribusiannya membutuhkan waktu yang sangat lama untuk permintaan dari konsumen akhir.

Peran utama dari fungsi distribusi adalah untuk memastikan bahwa produk yang tepat tersedia pada waktu yang tepat. Ini menunjukkan pengelolaan saluran distribusi mulai dari sumber pasokan awal hingga akhir ke konsumen. Ada berbagai tipe *outlet* dalam pemasaran dan pendistribusian suatu barang, yaitu:

1) Saluran *outlet* tradisional

   Outlet tradisional adalah *outlet* operasional yang cukup sederhana atau manual. Saluran tradisional di antaranya yaitu warung, rombong atau gerobak dan pasar desa atau pasar becek.

   a) Warung

Warung adalah *outlet* yang kegiatannya menjual barng dengan eceran. Konsumen yang dilayani berasal dari berbagai golongan dan membeli untuk dikonsumi sendiri. Produk yang dijual sangat terbatas.

b) Gerobak

Gerobak adalah *outlet* yang kegiatan utamanya menjual dalam bentuk eceran. *Outlet* ini ada dimanapun, baik permanen maupun tidak permanen. *Outlet* pengecer ini berperan dalam menjual dan promosi produk pada konsumen secara langsung

c) Pasar tradisional

Pasar tradisional dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi dan swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, losdan tenda. Jumlah pasar tradisional mengalami penurunan dari 181. 000 pasar (2005) menjadi 13. 450 pasar (2007), padalpasar tradisional mempunyai kaitan erat dengan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

d) Retailer

Retailer adalah *outlet* yang utamanya menjual secara ecerab. Produk yang dijual terbatas pada produk yang terjangkau oleh konsumen. Persediannya pun terbatas. Kelebihannya adalah jumlahnya sangat banyak dibandingkan *outlet* lainnya. *Outlet* pengecer ini sangat berperan dalam menjual dan mempromosikan suatu produk ke konsumen secara langsung.

e) Semi grosir

Konsumen yang dilayani dari berbagai produk, baik yang membeli secara eceran maupun secara partau bersar untuk dijual kembali. Prosuk yang dijual tidak terbatas, tetapi harus produk yang laku di pasaran.

f) Grosir

Grosir adalah toko yang melayani pembelian di tingkat kulakan. Jumlah *outlet* lebih sedikit dibandingkan toko semigrosir. Produk yang dijual juga terbatas pada produk yang fast moving. Toko grosir dapat menampung produk lebih banyak dan daya beli melebihi semigrosir.

g) Minimarket

Operasional minimarket sama dengan pengecer. Produk yang dijual tidak terbatas pada produk tertentu, tetapi meliputi pada berbagai jenis produk. Daya belinya melebihi toko eceran, produk bervariasi, penyediaan produk berpedoman pada manajemen persediaan, pembayaran terencana dan berani untuk menyediakan stok dalam jumlah banyak.

h) Supermarket

Outlet ini kegiatan operasionalnya hampir sama denga minimarket yang menjual secara eceran dan partai. Produk yang dijual adalah item yang beraneka ragam sehingga konsumen dapat memenuhi semua kebutuhannya.

i) Hipermarket

Kegiatan operasional pada hipermarket sama dengan supermarket. Produk yang dijual beraneka ragam dan stok barang memlebihi supermarket. Pembayaran tagihan dan pemesanan lebih terencana dan teratur berdasarkan jadwal kunjungan salesman.

2) Saluran *outlet* modern

Outlet modern memiliki sistem operasional yang cukup baik dan sistematis dari penerimaan barang, penyimpanan barang dan pembayaran. Untuk mengatasi permasalahan di toko tradisional, *outlet* modern harus berubah menjadi *semi-self service* atau sekaligus swalayan total. Harus meniru minimarket, misalnya dalam hal penempatan barang, brand blocking, eye level agar muncul impulse purchac (Suryanto, 2017)

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merujuk pada beberapa penelitian terdahulu untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu akan memberikan gambaran kepada penulis tentang penelitian sejenis yang sudah dilakukan, sehingga dapat dijadikan referensi bagi penulis. Kajian penelitian terdahulu

bertujuan untuk memperlihatkan bahwa terdapat persamaan dan perbedaaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dalam hal komoditas, metode, waktu, dan tempat penelitian.

Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, perbedaan hanya dari hal komoditas saja dari beberapa penelitian terdahulu dan ada juga yang sama komoditasnya dengan penelitian terdahulu, sedangkan untuk persamaannya adalah sama-sama meneliti mengenai aspek rantai pasok dan efisiensi usaha agroindustri. Ringkasan dari beberapa penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
1	Lestari, Abidin, dan Sadar (2016)	Analisis Kinerja Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Produk Olahan Kelompok Wanita Tani Melati Di Desa Tribudisyukur Kecamatan Kebun Tebu Lampung Barat	1. Melakukan pengukuran kinerja rantai pasok produk olahan KWT Melati 2. Menganalisis nilai tambah produk olahan KWT Melati.	1. Metode studi kasus 2. Metode Hayami 3. Daerah penelitian ditentukan secara sengaja *(purposive*). 4. Metode analisis data yang digunakan untuk menghitung kinerja rantai pasok adalah Supply Chain Operation References (SCOR) 9.0 version	1. kinerja produk KWT Melati dapat disimpulkan bahwa terdapat ketidakefektifan pada atribut biaya manajemen khususnya metrik TSMC pada semua produk olahan 2. produk yang memberikan nilai tambah terbesar adalah kopi bubuk kemasan 25gr dengan rasio nilai tambah sebesar 55,68% dan memberikan nilai tambah sebesar Rp52.400,00 untuk setiap kg pengolahan kopi bubuk.
2	Yunita, Ibrahim, dan Widjaya (2018)	Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Keripik Nangka Pada Agroindustri Keripik Panda Alami Di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran	1. mengetahui pola aliran rantai pasok komoditas nangka pada Agroindustri Keripik Panda Alami di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, 2. mengukur kinerja rantai pasok keripik nangka pada	1. Metode studi kasus 2. Pengambilan sampel dengan *snowball* 3. Penentuan lokasi secara *purposive* 4. Menggunakan data primer dan sekunder 5. Metode Deskriptif 6. Pengolahan data untuk menentukan	1. pola aliran rantai pasok pada Agroindustri Keripik Panda Alami dimulai dari petani sebagai pemasok utama bahan baku, Agroindustri Keripik Panda Alami, pedagang keripik, dan konsumen. 2. Kinerja rantai pasok nangka pada Agroindustri Keripik Panda Alami memiliki kriteria yang baik berdasarkan pengukuran indikator input dan output dengan kriteria foodSCOR card pada setiap anggota rantai pasok. 3. Pengukuran efisiensi rantai pasok menunjukkan hanya 37,50% pelaku rantai pasok Agroindustri Keripik Panda Alami yang sudah efisien secara

Tabel 3. Lanjutan Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
			Agroindustri Keripik Panda Alami, 3. mengukur efisiensi rantai pasok pada Agroindustri Keripik Panda Alami, dan 4. menghitung nilai tambah produk keripik nangka yang dihasilkan oleh Agroindustri Keripik Panda Alami	efisiensi rantai pasok pada penelitian ini menggunakan metode DEA (Data Envelopment Analysis) 7. Metode Hayami 8. Metode CSR	teknis untuk kategori DMU petani, dan 100,00% efisien untuk kategori DMU retail dan DMU pedagang. Secara keseluruhan, sistem rantai pasok pada Agroindustri Keripik Panda Alami belum dapat memberikan pembagian manfaat yang adil, karena masih ada pihak – pihak yang belum efisien 4. Nilai tambah yang diperoleh dari keripik nangka dengan penggorengan mesin vakum memiliki nilai tambah yang positif dan layak untuk diusahakan
3	Yuliatami, Affandi, dan Kasymir (2020)	Analisis Pendapatan, Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Agroindustri Tahu Dan Tempe Di Desa Bandar Agung Kecamatan Terusan Nunyai Kabupaten	1. Menganalisis tingkat pendapatan agroindustri tahu dan tempe di Desa Bandar Agung Kecamatan Terusan Nunyai Kabupaten Lampung Tengah. 2. Menganalisis pola dan kinerja rantai pasok agroindustri	1. Metode studi kasus 2. Analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif 3. Menggunakan data primer dan data sekunder 4. Metode Analisis hayami	1. Pendapatan agroindustri diperoleh dari pengurangan total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan. 2. Kinerja rantai pasok dianalisis dengan membandingkan indikator pada FoodSCOR Card. 3. perhitungan nilai tambah menggunakan metode Hayami, Perhitungan nilai tambah agroindustri tahu dan tempe menghasilkan nilai tambah positif dengan rasio nilai tambah sebesar 56,75% pada agroindustri tahu dan sebesar 53,15% pada agroindustri tempe.

Tabel 3. Lanjutan Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
		Lampung Tengah	tahu dan tempe di Desa Bandar Agung Kecamatan Terusan Nunyai Kabupaten Lampung Tengah 3. Menganalisis nilai tambah agroindustri tahu dan tempe di Desa Bandar Agung Kecamatan Terusan Nunyai Kabupaten Lampung Tengah		
4	Noviantari, Ibrahim, dan Rosanti (2015)	Analisis Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Agroindustri Kopi Luwak Di Provinsi Lampung	mengetahui: pola alir rantai pasok pada agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung, efisiensi pemasaran kopi luwak di Provinsi Lampung, dan nilai tambah pada agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung.	1. Metode studi kasus 2. Metode Snowball 3. Penentuan lokasi secara *purposive* 4. Analisis Deskiptif 5. Metode Analisis hayami 6. Analisis Efisiensi Pemasaran	1. pihak-pihak yang terkait dalam rantai pasok agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung ini adalah terdiri dari petani kopi, pedagang pengumpul, pedagang buah kopi, agroindustri kopi luwak, pedagang besar, pedagang pengecer, eksportir, dan konsumen. Saluran distribusi yang paling efisien adalah saluran 1, yaitu penyaluran langsung produk kopi luwak kepada konsumen dengan nilai efisiensi pemasaran sebesar 31,62 persen. 2. Rata-rata nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan satu kilogram buah kopi menjadi kopi luwak biji Rp67.123,95, kopi luwak biji menjadi kopi luwak bubuk Rp78.887,87 dan buah kopi

Tabel 3. Lanjutan Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
					menjadi kopi luwak bubuk Rp42.666,01. Nilai tersebut menunjukkan bahwa agroindustri kopi luwak tersebut menguntungkan
5	Siska, Ibrahim, dan Affandi (2019)	Analisis Rantai Pasok Tomat Di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat	mengkaji pola aliran rantai pasok, aliran barang, aliran informasi dan aliran keuangan; kinerja rantai pasok dalam pemenuhan pesanan konsumen, dan efisiensi pemasaran pada komoditas tomat di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat	1. Metode studi kasus 2. Analisis deskriptif 3. Daerah penelitian ditentukan secara sengaja *(purposive*). 4. Metode Snowball	Lembaga yang terlibat dalam rantai pasok tomat yaitu petani, agen, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Mekanisme aliran barang dari hulu ke hilir yaitu petani sampai konsumen akhir, aliran informasi terdiri dari dua arah yaitu antara petani dan antara beberapa lembaga pemasaran (petani dengan agen, agen dengan pedagang besar dan pedagang pengecer, pedagang besar dengan pedagang pengecer dan pedagang pengecer dengan konsumen), dan aliran keuangan dari hilir ke hulu yaitu dari konsumen ke petani. Kinerja rantai pasok anggota telah mencapai standar kinerja, sehingga dalam kriteria baik. Untuk pengukuran ratio profit margin antar lembaga tersebar tidak merata dan Et<1

Tabel 3. Lanjutan Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
6	Putri, Ismono, dan Murniati (2020)	Efektivitas Kebijakan Harga Eceran Tertinggi (Het) Dan Rantai Pasok Beras Medium Di Provinsi Lampung	mengetahui tingkat efektivitas Kebijakan HET beras di Provinsi Lampung, menganalisis dampak ekonomi kebijakan HET beras dari sudut pandang petani, penyalur, pedagang eceran serta konsumen, dan mengetahui perbedaan rantai pasok beras medium sebelum dan setelah Kebijakan HET.	1. metode wawancara terstruktur 2. Penentuan lokasi secara *purposive* 3. Analisis kualitatif dan kuantitatif	Kebijakan HET beras medium belum efektif dilaksanakan di provinsi lampungPada bulan september 2017 hingga februari 2018 dengan rata-rata harga berasMedium di provinsi lampung sebesar Rp.11.113,00/kg (diatas HET yang Telah ditentukan). Kebijakan HET beras tidak berdampak terhadap petani, penyalur, pedagang eceran, dan konsumen. Rantai pasok beras medium sebelum dan setelah adanya kebijakan HET beras hanya terjadi pada aliran harga yaitu pada saat bulog mengalirkan beras kepada konsumen.
7	Natasena, Abidin, dan Kasymir (2020)	Analisis Rantai Pasok Agroindustri Tempe Di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung	mengetahui pola alir dan para pihak rantai pasok agroindustri tempe Kelurahan Gunung Sulah, mengetahui kinerja rantai pasok agroindustri tempe Kelurahan Gunung Sulah, mengetahui saluran pemasaran yang efisien pada	1. Metode studi kasus 2. Metode Supply Chain Operation References (SCOR) 9.0 version 3. Daerah penelitian ditentukan secara sengaja *(purposive*). 4. Metode snowball sampling 5. Metode sistem rantai pasok	Pola rantai pasok kedelai terdiri dari importir kedelai keagen kedelai lalu ke pedagang pengecer dan ke agroindustri tempe. Pola rantai pasok tempe terdiri dari pemasok bahan baku ke agroindustri tempe lalu ke pedagang pengecer dan ke pedagang kaki lima. Para pihak yang terkait dalam rantai pasok agroindustri tempe terdiri dari importir kedelai, agen kedelai, pedagang pengecer kedelai, pedagang pengecer tempe, pedagang kaki lima. Terdapat ketidakefisienan kinerja rantai pasok kedelai dan tempe pada atribut manajemen biaya dan manajemen aset. Pemasaran tempe saluran ketiga, pemasaran

Tabel 3. Lanjutan Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
			agroindustri tempe Kelurahan Gunung Sulah.	6. Metode producer's share dan RPM	langsung ke konsumen akhir oleh agroindustri tempe adalah saluran pemasaran yang paling efisien.
8	Isma, Tawaf, dan Paturochman (2016)	Analisis Rantai Pasok Sosis Food Industries Dari Produsen Sampai Konsumen Di Kota Bandung	1. Mengetahui aliran rantai pasok PT. Kemfood Indonesia 2. Mengetahui kinerja rantai pasok dari PT. Kemfood Indonesia	1. Metode studi kasus 2. Penentuan lokasi secara *purposive* 3. Analisis kualitatif dan kuantitatif	1. Aliran rantai pasok PT. Kemfood Indonesia pertama dari produk yang dipasok oleh PT. Kemfood Pusat di alirkan ke Perusahaan Kemfood Cabang kemudian langsung ke segmen, baik itu retail maupun perusahaan lain yang bermitra dengan PT. Kemfood. 2. Fungsi dan kinerja rantai pasok yang di miliki PT. Kemfood sudah cukup baik karena dilihat dari penilaian dan pengukuran menggunakan pendekatan metode Balanced Scorecard, dilihat dari masing-masing faktor yang diukur yaitu bisnis internal, pertumbuhan dan pembelajaran, pelanggan dan keuangan memiliki nilai yang menunjukan bahwa kinerja rantai pasok tersebut berjalan dengan baik.

Tabel 3. Lanjutan Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
9	Budiarti, Ismono, dan Sadar (2017)	Analisis Rantai Pasok Dan Harga Pokok Penjualan Daging Ayam Broiler Pada Rumah Potong Ayam Bersertifikat Di Provinsi Lampung	1. Mengetahui aliran produk, aliran finansial dan aliran informasi pada rantai pasok daging ayam broiler di Provinsi Lampung 2. Mengetahui efisiensi rantai pasok daging ayam broiler di Provinsi Lampung 3. Mengetahui nilai tambah pada proses pemotongan ayam broiler di Provinsi Lampung 4. Mengetahui berapa harga pokok penjualan daging ayam broiler di Provinsi Lampung	1. Metode studi kasus 2. Metode Survei 3. Analisis deskriptif 4. Analisis nilai tambah 5. Analisis rantai pasok 6. Analisis efisiensi	1. Daging ayam broiler mengalir dari pemasok, melalui rumah potong ayam, retail atau rumah makan hingga kepada konsumen akhir. Arus finansial mengalir dari konsumen akhir melalui retail atau restoran, rumah potong hingga kepada pemasok. Arus informasi mengalir secara timbal balik antar mata rantai 2. Kinerja pemasok seluruhnya telah efisien, namun kinerja pada beberapa pengiriman oleh rumah potong ayam, retail dan rumah makan telah efisien sementara yang lainya belum efisien 3. Terdapat perbedaan nilai tambah yang diperoleh kedua RPA. Nilai tambah yang diperoleh RPA berkat Usaha Bersama cenderung lebih besar, meskipun keduanya memiliki nilai tambah > 1, artinya usaha pemotongan ayam broiler memiliki nilai tambah yang nilainya positif atau menguntungkan. 4. Harga pokok penjualan daging ayam broiler probiotik dan non probiotik memiliki perbedaan yang cukup signifikan dan cenderung lebih tinggi harga pokok penjualan daging ayam broiler probiotik.

Tabel 3. Lanjutan Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
10	Aprilia, Affandi, Kasymir (2019)	Analisis Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Agroindustri Kelanting Di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur	1. Mengetahui pola dan kinerja rantai pasok komoditas pada agroindustri kelanting di Desa Gantimulyo. 2. Mengetahui nilai tambah dan pendapatan dihasilkan oleh agroindustri kelanting di Desa Gantimulyo. 3. Mengetahui efisiensi pemasaran pada agroindustri kelanting di Desa Gantimulyo.	1. Metode studi kasus 2. Penentuan lokasi secara *purposive* 3. Analisis kualitatif dan kuantitatif 4. Analisis Rantai Pasok 5. Analisis Hayami 6. Analisis Efisiensi Pemasaran	1. Pola aliran rantai pasok kopi bubuk pada agroindustri kelanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur dimulai dari petani kopi bubuk, agen kopi bubuk, agroindustri kelanting, agen kelanting, pedagang, pengecer, dan konsumen. Kinerja rantai pasok kopi bubuk pada agroindustri kelanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur memiliki kriteria yang baik. Hal ini berdasarkan pengukuran indikator input dan output dengan kriteria foodSCOR card pada setiap anggota rantai pasok memiliki rata-rata nilai yang baik. 2. Pendapatan agroindustri kelanting di Desa Gantimulyo, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur menunjukkan bahwa R/C atas biaya total adalah 1,1 yang berarti usaha ini menguntungkan dan layak karena nilai R/C lebih dari satu. 3. Efisiensi pemasaran kelanting pada agroindustri kelanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur sudah efisien karena memiliki efisiensi kurang dari 50 %.

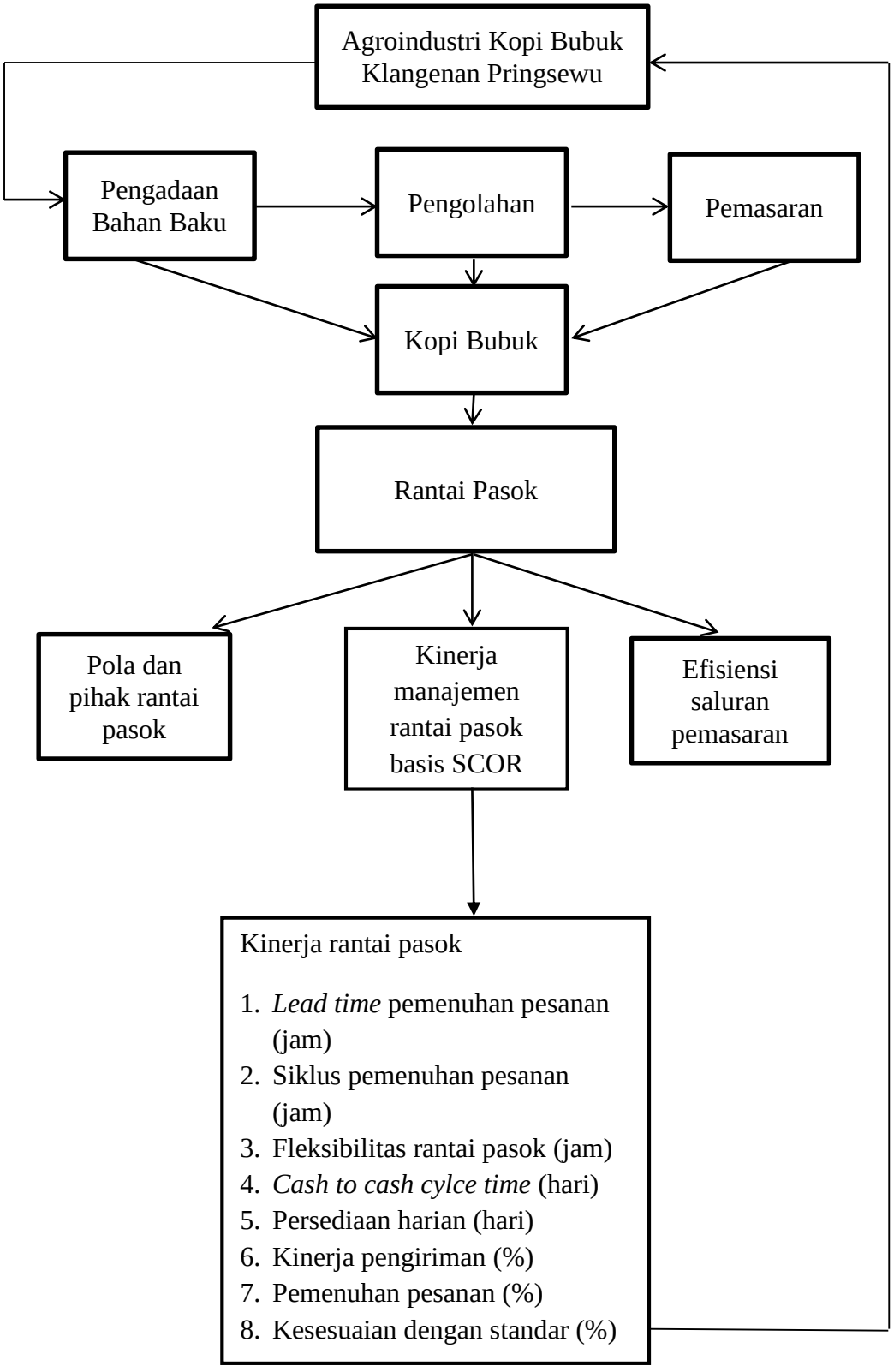
2.3. Kerangka Pemikiran

Agroindustri merupakan industri di bidang pertanian yang mengolah hasil pertanian memiliki tujuan untuk memperpanjang masa produk, dan terciptanya produk olahan pertanian yang memiliki kualitas dan mampu bersaing dipasar. Agroindustri memiliki suatu subsistem yang terdiri dari tiga bagian yaitu pengadaan bahan baku, pengolahan, pemasaran. Salah satu agroindustri yang berkembang di Kelurahan Pringsewu Selatan, Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu adalah agroindustri kopi. Agroindustri kopi membutuhkan biji kopi sebagai bahan baku pengolahan. Kebutuhan bahan baku dapat diperoleh dengan adanya suatu transaksi ataupun hubungan kemitraan dengan pemasok yang dirancang dalam sebuah sistem rantai pasok.

Rantai pasok dapat terlaksana dengan baik, jika pihak-pihak rantai memiliki kinerja yang baik juga. Pengukuran kinerja dalam rantai pasok diperlukan untuk mengetahui dan mengurangi ketidakefisienan rantai pasokan pada agroindustri kopi bubuk. Pengukuran kinerja rantai pasokan menggunakan model SCOR karena model ini dapat menilai dimensi rantai pasokan secara keseluruhan. Pengukuran kinerja rantai pasok dilakukan dengan metode bolstroff dengan atribut *lead time* pemenuhan pemesanan, siklus pemenuhan pesanan, fleksibilitas rantai pasok, *cash to cash cycle time*, persediaan harian, kinerja pengiriman, pemenuhan pesanan, dan dengan standar yang mana masing-masing dari atribut tersebut memiliki metrik pengukuran kinerja bagi rantai pasokan. Kinerja rantai pasok yang baik akan mempengaruhi kinerja perusahaan dalam melakukan kegiatannya.

Pemasaran akan menghubungkan produsen hingga konsumen akhir. Pola pemasaran akan berpengaruh terhadap efisiensi pendistribusian hingga sampai ke tangan konsumen. Pemasaran dilakukan ke konsumen akhir baik secara langsung maupun melalui antar lembaga. Harga beli dan harga jual tiap lembaga pemasaran akan berbeda-beda hingga sampai ke tangan konsumen akhir. Perhitungan dan mengetahui nilai persentase total marjin,

producer's share, dan RPM pada saluran pemasaran agroindustri kopi bertujuan untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran. Alur bagan alir yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram alir analisis rantai pasok dan efisiensi saluran pemasaran di Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Kabupaten Pringsewu

III. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus pada Agroindustri kopi bubuk Klangenan Pringsewu. Metode studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam yang dilakukan terhadap suatu individu, lembaga atau lembaga penelitian dengan bidang yang sempit dalam kurun waktu tertentu (Arikunto, 2004). Metode studi kasus digunakan untuk mendapatkan data yang lengkap dan detail tentang industri pertanian kopi bubuk klangenan, pola aliran rantai pasok dan efisiensinya.

3.2. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar penelitian dan definisi operasional merupakan Variabel yang akan dipelajari untuk memperoleh dan menganalisis data Terkait penelitian. Data sekunder adalah data yang didapat dari lembaga atau instansi tertentu yang mendukung tujuan penelitian, dalam bentuk data publikasi mengenai kopi.

Data primer adalah data yang didapat melalui wawancara dengan responden yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu *supplier* kopi dan jagung, pelaku agroindustri, pedagang besar, pedagang pengecer, dan konsumen kopi bubuk.

Agroindustri dalam arti luas merupakan kegiatan industri yang mengolah hasil pertanian melalui pendekatan bernilai tambah dan berorientasi pada kualitas. Tujuannya untuk memberikan nilai tambah dari hasil pertanian hingga produk olahan. Industri pengolahan hasil pertanian mengolah hasil pertanian dari hulu hingga hilir, baik pangan maupun non pangan.

Agroindustri kopi adalah industri yang yang mengolah kopi sebagai bahan baku dasar menjadi berbagai produk olahannya (*derived product*).

Sistem Agroindustri adalah kumpulan suatu subsistem yang melingkupi agroindustri serta saling berhubungan dan mempengaruhi satu sama lain.

Pengadaan bahan baku merupakan suatu upaya-upaya dari bagian perusahaan dalam bentuk pengadaan bahan mentah yang digunakan dalam rangkaian proses produksi untuk diolah menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi, yang dalam hal ini dapat berupa barang ataupun jasa.

Pengolahan merupakan suatu kegiatan mentransformasikan bahan mentah yang dikombinasikan dengan bahan baku tambahan sehingga dapat menghasilkan output tertentu.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan mendistribusikan barang dari produsen hingga ke konsumen.

Biji kopi merupakan biji dari tanaman kopi dan bahan baku pembuatan kopi bubuk.

Kopi bubuk diolah menjadi partikel-partikel kecil dari biji kopi yang digiling halus, sehingga menjadi produk yang dapat dikonsumsi oleh konsumen.

Rantai Pasok adalah jaringan organisasi yang saling berhubungan dan Terhubung secara langsung atau tidak langsung ke internal Pengadaan atau pendistribusian barang.

Manajemen rantai pasok merupakan strategi alternatif yang memberikan solusi dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui pengurangan biaya operasi dan perbaikan pelayanan konsumen dan kepuasan konsumen.

Produksi kopi bubuk adalah kegiatan pengolahan bahan baku kopi dengan memproduksi kopi yang bisa menghasilkan lebih dari 500 kg bubuk kopi per harinya.

Pola aliran rantai pasok adalah pola yang terbentuk dari kegiatan bisnis dalam rantai pasok yaitu dimulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan, pendistribusian, hingga produk sampai ke konsumen akhir.

Kinerja rantai pasok mengacu pada output dari proses rantai pasok agroindustri kopi kecamatan pringsewu yang dapat dinyatakan dalam istilah finansial dan nonfinansial.

Reliabilitas adalah indikator kinerja rantai pasokan agroindustri kopi kecamatan pringsewu dalam memenuhi pesanan pembeli dengan produk, jumlah, waktu, kemasan dan kondisi yang tepat, sehingga mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen.

Responsitivitas adalah indikator kinerja yang berupa kecepatan waktu rantai pasokan agroindustri kopi klangenan kecamatan pringsewu dalam memenuhi pesanan konsumen dari pesanan diterima oleh agroindustri kopi bubuk tersebut sampai pesanan sampai kepada konsumen.

Pemasaran merupakan proses pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan untuk memindahkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dengan tujuan untuk menciptakan permintaan yang efektif, memperoleh keuntungan serta menciptakan kepuasan konsumen.

Saluran pemasaran kopi bubuk adalah rangkaian lembaga-lembaga pemasaran kopi bubuk dalam penyalurannya dari produsen kepada konsumen.

Pemasok adalah adalah individu atau perusahaan dalam skala besar atau kecil yang memiliki kemampuan untuk menyediakan kebutuhan untuk orang lain, pemasok pada agroindustri kopi bubuk klangenan yaitu pengepul kopi.

Marjin pemasaran adalah perbedaan harga antara pembayaran konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen, sedangkan margin pemasaran di setiap lembaga pemasaran adalah selisih harga beli dengan harga jual dari masing-masing lembaga yang bersangkutan, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Producer's share adalah bagian yang diterima oleh produsen, merupakan salah satu indikator untuk mengetahui efisiensi pemasaran yaitu dengan membandingkan antara harga yang diterima produsen kopi hitam dengan harga yang dibayarkan konsumen dan dinyatakan dalam persen (%).

Biaya pemasaran adalah semua biaya yang timbul pada berbagai saluran pemasaran untuk kegiatan pemasaran. Biaya-biaya tersebut diantaranya biaya pengemasan, biaya resiko rusak, dan biaya transportasi (Rp/kg).

Keuntungan agroindustri kopi bubuk adalah selisih antara jumlah pendapatan dengan jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam suatu produksi kopi bubuk (Rp).

3.3. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan di PT. Citra Putera Utama, Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Pringsewu yang terletak di Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agroindustri tersebut masih aktif memproduksi kopi yang bisa menghasilkan lebih dari 500 kg bubuk kopi per harinya, dan memiliki kurang lebih 70 tenaga kerja, serta telah memiliki nomor LPPOM: 021600141340919 dan Dinas Kesehatan

Perizinan Industri Rumah Tangga No. 2101810010155-22. Agroindustri kopi bubuk ini juga merupakan salah satu jenis agroindustri yang aktif melaksanakan kegiatan produksi dan memasarkan produknya setiap hari.

Pemilihan responden dalam penelitian adalah pemilik Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan, pemilihan dengan *purposive sampling* yaitu pemilihan dengan sengaja, dengan pertimbangan bahwa pemilik agroindustri (Bapak Riyanto Pamungkas) lebih mengetahui dan mengenal keadaan Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan Pringsewu. Untuk melihat rantai pasok dari Agroindustri Kopi Klangenan tersebut digunakan metode *snowball sampling* pada pengambilan responden *supplier*, pedagang besar, pedagang pengecer¸dan konsumen. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara langsung dengan tujuan agar mendapatkan data sesuai dengan fakta yang sebenarnya serta pertanyaan yang diajukan lebih terstruktur dan mencakup berbagai hal yang dapat menunjang penelitian. Waktu pengumpulan data dimulai pada Bulan Juni 2021 sampai dengan Agustus 2021.

3.4. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik agroindustri menggunakan kuesioner terkait sejarah agroindustri dan kondisi agroindustri, terkait pemasaran agroindustri, serta pengamatan secara langsung tentang keadaan lapangan.

Data sekunder diperoleh dari agroindustri, seperti struktur organisasi, laporan keuangan dan daftar tenaga kerja agroindustri, serta data yang dikutip dari instansi-instansi pemerintah yang terkait dengan penelitian.

3.5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis kinerja dan efisiensi produk dari kegiatan Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan. Analisis deskriptif kualitatif merupakan analisis yang menjelaskan tentang pola aliran rantai pasok yang ada pada Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan.

3.5.1. Metode Analisis Tujuan Pertama

Metode analisis untuk menjawab tujuan pertama yaitu untuk mengetahui pola aliran dan para pihak terkait rantai pasok pada agroindustri kopi bubuk adalah metode sistem rantai pasok. Metode sistem rantai pasok bertujuan untuk menemukan pengetahuan yang luas terhadap objek penelitian tertentu yang diteliti melalui data sampel yang diambil dengan menggunakan kuisoner wawancara langsung kepada pihak-pihak rantai pasok yang ada di Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan.

3.5.2. Metode Analisis Tujuan Kedua

Model rantai pasok yang terjadi di Agroindustri kopi bubuk klangenan dibahas secara deskriptif dengan pengukuran kinerja rantai pasok yang dapat dilihat dari nilai-nilai pada setiap indikator Supply Chain Operation Refference yang dibandingkan dengan nilai Food SCOR card (Bolstroff dan Rosenbaum, 2011). Pengukuran kinerja rantai pasok dilakukan secara kuantitatif.

Perbedaan dalam penentuan indikator dalam pengukuran kinerja rantai pasok disebabkan oleh perbedaan karakteristik produk. Indikator yang digunakan dalam pengukuran kinerja rantai pasok kopi bubuk didasarkan pada matriks kerja SCOR (Supply Chain Operation Refference), dimana SCOR meliputi reliability, responsiveness, flexibility, cost, dan asset (Setiawan 2011). SCOR didasarkan pada tiga hal, yakni pemodelan proses, pengukuran performa atau kinerja rantai pasok, dan penerapan best practices (Marimin 2010). Indikator-indikator kinerja rantai pasok kopi bubuk pada agroindustri kopi bubuk klangenan di Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu adalah sebagai berikut:

(1) Kinerja pengiriman merupakan persentase pengiriman pesanan tepat waktu yang sesuai dengan tanggal pesanan konsumen dan atau tanggal yang diinginkan konsumen, yang dinyatakan dalam persen. Secara matematis, dapat dilihat sebagai berikut (SCC, 2008):

Kinerja Pengiriman= $\frac{Total\ pesanan\ yang\ dikirim\ tepat\ waktu}{Total\ pesanan\ yang\ dikirim}$ x 100%

(2) Pemenuhan pesanan adalah persentase jumlah permintaan konsumen yang dapat dipenuhi tanpa menunggu, yang dinyatakan dalam persen. Secara matematis, dapat dilihat sebagai berikut (SCC, 2008):

Pemenuhan Pesanan=

$\frac{Permintaan\ konsumen\ yang\ dapat\ dipenuhi\ tanpa\ menunggu}{Total\ permintaan\ konsumen}$ x 100%

(3) Kesesuaian dengan standar adalah persentase jumlah permintaan konsumen yan dikirimkan sesuai dengan standar yang ditentukan konsumen, yang dinyatakan dalam persen. Secara matematis, dapat dilihat sebagai berikut (SCC, 2008):

Kesesuaian dengan Standar=

$\frac{Total\ pesanan\ yang\ dikirim\ sesuai\ standar}{Total\ pesanan\ yang\ dikirim}$ x 100%

(4) *Lead time* pemenuhan pesanan adalah menerangkan waktu yang dibutuhkan oleh pelaku industri atau agroindustri kopi untuk memenuhi kebutuhan konsumen, yang dinyatakan dalam satuan jam.

(5) Siklus pemenuhan pesanan adalah waktu yang dibutuhkan oleh petani atau agroindustri pada satu siklus order, yang dinyatakan dalam satuan jam. Secara matematis, dapat dilihat sebagai berikut (SCC, 2008):

Siklus Pemenuhan Pesanan = Waktu Perencanaan + Waktu Pengemasan + Waktu Pengiriman

(6) Fleksibilitas rantai pasok adalah waktu yang dibutuhkan untuk merespon rantai pasok apabila ada pesanan yang tak terduga baik peningkatan atau penurunan pesanan tanpa terkena biaya penalti, yang dinyatakan dalam satuan hari. Secara matematis, dapat dilihat sebagai berikut (SCC, 2008):

Fleksibilitas rantai pasok = Siklus mencari barang + siklus mengemas barang + siklus mengirim barang

(7) *Cash to cash cycle time* adalah perputaran uang agroindustri mulai dari pembayaran bahan baku ke pemasok, sampai pembayaran atau pelunasan produk oleh konsumen, atau dapat diartikan sebagai waktu antara agroindustri membayar kopi ke petani pemasok dan menerima pembayaran dari konsumen, yang dinyatakan dalam satuan hari. Secara matematis, dapat dilihat sebagai berikut:

Cash to Cash Cycle Time = Rata-rata persediaan (Inventory days of supply) + waktu yang dibutuhkan konsumen membayar ke agroindustri (days sales outstanding) – waktu yang dibutuhkan agroindustri membayar ke pemasok untuk barang yang sudah diterima (days payable outstanding)

(8) Persediaan harian adalah lamanya persediaan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan jika tidak ada pasokan lebih lanjut, yang dinyatakan dalam satuan hari. Secara matematis, dapat dilihat sebagai berikut (SCC, 2008):

$$\text{Persediaan Harian} = \frac{Rata\text{-}rata\ pesediaan}{Rata\text{-}rata\ kebutuhan}$$

Menurut Bolstroff (2011), setelah diukur nilai pada setiap indikator, nilai-nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai superior food SCORcard yang telah ditetapkan oleh *supply chain* council. Kinerja rantai pasok yang diukur meliputi kinerja pihak rantai pasok agroindustri kopi bubuk klangenan. Kinerja rantai pasok kopi bubuk klangenan merupakan akumulasi hasil kesimpulan dari kinerja setiap pelaku rantai pasok. Jika kinerja antar pelaku rantai pasok baik, maka kinerja rantai pasok kopi bubuk klangenan baik. Kriteria pencapaian kinerja rantai pasok dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Kriteria Pencapaian kinerja rantai pasok

Indikator	Target untuk mencapai kriteria baik	Target untuk mencapai kriteria kurang baik
Lead time Pemenuhan pesanan	≤72 jam	>72 jam
Siklus pemenuhan pesanan	≤336 jam	>336 jam
Fleksibilitas rantai pasok	≤240 jam	>240 jam
Cash to clash cycle time	≤29 hari	>29 hari
Persediaan harian	≤23 hari	>23hari
Kinerja pengiriman	≥95%	<95%
Pemenuhan pesanan	≥88%	<88%
Kesesuaian dengan standar	≥99%	<99%

Sumber : Bolstroff dan Rosenbaum, 2011.

3.5.3. Metode Analisis Tujuan Ketiga

Untuk menjawab tujuan ketiga efisiensi pemasaran kopi bubuk klangenan digunakan marjin pemasaran dan *producer's share*. Tinggi rendahnya marjin yang diterima oleh produsen *(producer's share)* dari harga jual ditingkat konsumen akhir merupakan indikator efisiensi pemasaran. Marjin pemasaran adalah perbedaan harga pada tingkat produsen (Pf) dengan harga di tingkat

pengecer (Pr) yang terdiri dari keuntungan dan biaya (Hasyim, 2012). Secara matematis marjin pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

Mji = Psi – Pbi.....(1)

Keterangan:

Mji = Marjin lembaga pemasaran tingkat ke-i
Psi = Harga penjualan lembaga pemasaran tingkat ke-i (i = 1,2, 3,...., n)
Pbi = Harga pembelian lembaga pemasaran tingkat ke-i

Total marjin pemasaran adalah:
Mji = Pr – Pf.....(2)

Keterangan :

Mji = Total marjin pemasaran
Pr = Harga pada tingkat konsumen
Pf = Harga pada tingkat agroindustri

Penyebaran marjin pemasaran dapat dilihat berdasarkan presentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (Ratio Profit Margin) pada masing masing lembaga pemasaran, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$RPM = \frac{\Pi i}{Bti} \quad \text{.....(3)}$$

Keterangan :

Bti = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
Πi = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

Apabila π_i/bt_i lebih dari nol ($\pi_i/bt_i > 0$) atau bernilai positif maka usaha tersebut efisien, dan apabila π_i/bt_i kurang dari nol ($\pi_i/bt_i < 0$) atau bernilai negatif maka usaha tersebut tidak efisien. Meratanya penyebaran rasio keuntungan dan biaya maka secara teknis sistem pemasaran tersebut semakin efisien (Azzaino, 1983).

IV. GAMBARAN UMUM

4.1. Keadaan Umum Kabupaten Pringsewu

4.1.1. Keadaan Geografis

Kabupaten Pringsewu merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Lampung hasil pemekaran dari Kabupaten Tanggamus, dan dibentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 48 tahun 2008 tanggal 26 November 2008 dan diresmikan pada tanggal 3 April 2009 oleh Menteri Dalam Negeri. Secara geografis Kabupaten Pringsewu terletak diantara 104045'25" – 10508'42" Bujur Timur (BT) dan 508'10"- 5034'27" Lintang Selatan (LS). Batas-batas wilayah Kabupaten Pringsewu secara administrasi adalah.

a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Lampung Tengah
b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Tanggamus
c. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Tanggamus
d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Pesawaran

Kabupaten Pringsewu mempunyai luas wilayah daratan 625 km2, yang hampir seluruhnya berupa wilayah daratan. Potensi sumber daya alam yang dimiliki Kabupaten Pringsewu sebagian besar dimanfaatkan untuk kegiatan pertanian.

Kabupaten Pringsewu merupakan areal datar dengan luas sekitar 41,79% dari luas wilayah Kabupaten Pringsewu yang tersebar di Kecamatan Pringsewu, Ambarawa, Gadingrejo dan Sukoharjo. Lereng berombak memiliki sebaran

luasan sekitar 19,09% dari luas wilayah Kabupaten Pringsewu yang dominan terdapat di Kecamatan Adiluwih. Sementara kelerengan yang terjal memiliki sebaran luasan sekitar 21,49% dari luas wilayah Kabupten Pringsewu yang terdapat di Kecamatan Pagelaran dan Kecamatan Pardasuka.

4.1.2. Keadaan Topografi dan Iklim

1. Kemiringan Lahan

   Sekitar 41,79% wilayah Kabupaten Pringsewu merupakan areal datar (0-8%) yang tersebar di Kecamatan Pringsewu, Ambarawa, Gadingrejo dan Sukoharjo. Lereng berombak (8-15%) memiliki sebaran luasan sekitar 19,09% yang dominan terdapat di Kecamatan Adiluwih. Lerengan yang terjal (>25%) memiliki sebaran luasan sekitar 21,49% terdapat di Kecamatan Pagelaran dan Kecamatan Pardasuka.

2. Ketinggian Lahan

   Sebagian besar wilayah Kabupaten Pringsewu berada pada ketinggian 100–200 meter dpl, hal itu dapat dilihat dari porsi luasan yang merupakan luasan terbesar yaitu 40.555,25 Ha atau sebesar 64,88% dari total wilayah Kabupaten Pringsewu. Wilayah dengan ketinggian 100–200 meter sebagian besar tersebar di wilayah Kecamatan Pagelaran, sedangkan kelas ketinggian lahan tertinggi > 400 meter dpl dengan porsi luasan terkecil atau sebesar 5,99% terdapat di Kecamatan Pardasuka dengan luasan sebesar 2.640,40 Ha atau 27,86% dari total luas wilayahnya dan Kecamatan Pagelaran dengan luasan sebesar 1.106,72 Ha atau 6,40% dari total luas wilayahnya.

3. Iklim

Kabupaten Pringsewu merupakan daerah tropis dengan rata-rata curah hujan berkisar antara 161,8 mm/bulan dan rata-rata jumlah hari hujan 13,1 hari/bulan, meskipun saat ini curah hujan di kabupaten tersebut tidak menentu akibat perubahan iklim yang luar biasa. Sedangkan, rata-rata temperatur suhu berselang antara 22,5^{o}C – 33^{o}C dengan selang rata-rata kelembaban relatifnya adalah 56,8% - 93,1%.

4.1.3. Keadaan Demografi

Sesuai perda Kabupaten Pringsewu nomor 12 tahun 2012 mengenai pemekaran wilayah, kecamatan di Kabupaten Pringsewu bertambah menjadi sebanyak sembilan kecamatan yaitu Kecamatan Pardasuka, Kecamatan Ambarawa, Kecamatan Pagelaran, Kecamatan Pringsewu, Kecamatan Gadingrejo, Kecamatan Sukoharjo, Kecamatan Banyumas, Kecamatan Adiluwih, dan Kecamatan Pagelaran Utara. Berdasarkan sembilan kecamatan tersebut, terdapat 131 pekon atau desa secara keseluruhan. Jumlah penduduk di Kabupaten Pringsewu pada tahun 2020, sebanyak 405.466 jiwa yang terdiri dari laki- laki 208.763 jiwa dan perempuan 196.703 jiwa.

4.2. Sejarah Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan

PT Citra Putra Utama adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang agroindustri pengolahan kopi bubuk, yang didirikan oleh Bapak Hi. Riyanto Pamungkas pada tahun 2001. Pada awal berdirinya, usaha kopi bubuk ini berawal dari usaha rumahan yang diracik oleh Alm. Ibu Sulasti binti Marso dan Bapak Citro Rejo bin Wongso Rejo. Kopi bubuk ini awalnya hanya dipasarkan di warung-warung dekat rumah. Kemudian mulai dipasarkan

tanpa merk di daerah Dipasena, Rawa Jitu oleh Bapak Riyanto dengan bermodalkan 4 gram emas pemberian ibunya. Nama dari Citra Putera Utama ini diambil dari kata Citra Putera yang berarti putra dari bapak Citra (Ayah dari bapak Riyanto Pamungkas) dan kata Utama diambil karena sebagian besar pegawai atau karyawan berasal dari PT Dipasena Utama yang sudah keluar. Seiring berjalannya waktu, usaha kopi bubuk ini terus mengalami perkembangan, dan Bapak Riyanto mulai memasarkan keseluruh Provinsi Lampung.

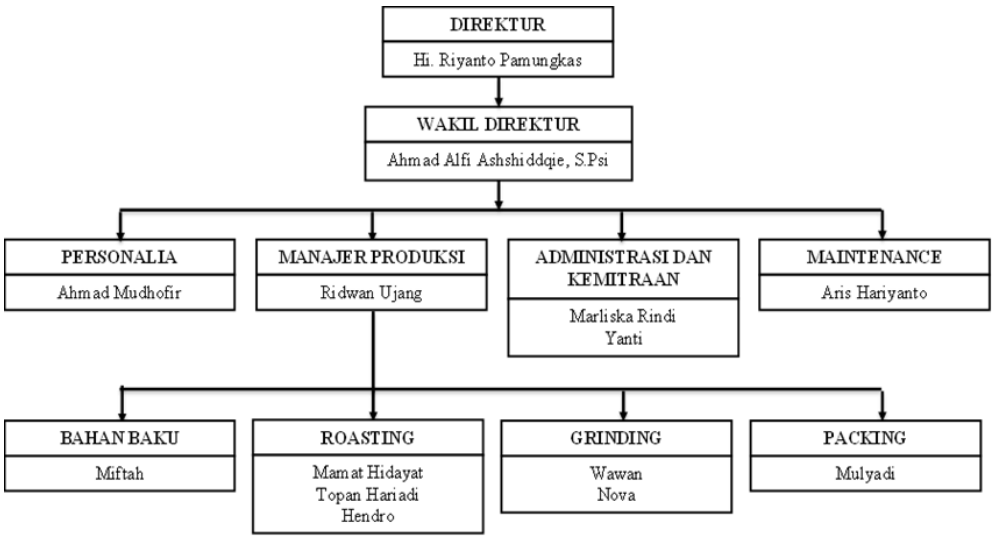
Tanggal 22 Desember 2003 mulai diberi nama dengan merk "Kopi Klangenan" dan sekaligus ditetapkan sebagai hari ulang tahun *Home Industry* Kopi Bubuk Klangenan, yang bertepatan dengan hari Ibu sebagai bentuk mengenang Almarhum ibu dari Bapak Hi. Riyanto. Nama Kopi Klangenan memiliki makna yang berasal dari bahasa jawa, nglangeni dengan kata dasar klangenan yang berarti ketagihan, sehingga setiap orang yang meminum kopi klangenan ini akan ketagihan dan ingin meminum kopi klangenan lagi dan lagi, oleh karena itulah produk ini menggunakan merk Kopi Bubuk Klangenan.

Tahun 2012 dibelilah lahan di Jl. Kesehatan, Jatimulyo Kelurahan Waluyojati 005/005 Pringsewu, Kabupaten Pringsewu. Lokasi tersebut dipilih karena berada dekat dengan rumah serta tidak begitu dekat dengan pemukiman masyarakat. Lokasi tersebut awalnya hanya berdiri satu gedung yang digunakan untuk seluruh aktivitas produksi mulai dari *roasting*, penggorangan, pencampuran (*mixing*), penggilingan dan pengemasan. Tahun 2014 dibangunlah gedung untuk tempat penggorengan dan pembangunan tersebut selesai pada tahun 2016 dan mulai digunakan. Tahun 2018 dibangun lagi gedung untuk tempat *roasting* disebelah bangunan penggorengan. Untuk memproduksi kopi sangrai, jenis kopi yang diproduksi adalah kopi Robusta. Kopi Robusta dipilih karena bahan baku yang cukup mudah didapat dan juga rasanya yang tidak asing dikalangan masyarakat.Perkembangan kopi bubuk klangenan pemasarannya sekarang sudah mencakup seluruh wilayah Lampung dan akan dikembangkan lagi untuk mencapai pasar yang luas.

Industri Citra Putera Utama mendapat badan hukum dari Kemenkumham dan merubah organisasinya menjadi PT pada tahun 2017, serta disusul dengan surat izin industri (daerah) pada tahun 2018 dan Alhamdulillah Kopi Bubuk Klangenan masih cukup eksis dan bertahan sampai sekarang.

4.3. Struktur Organisasi Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan

Struktur organisasi merupakan susunan yang menggambarkan tiap bagian atau unit kerja yang ada pada suatu organisasi maupun perusahaan untuk mencapai tujuan. Struktur organisasi agroindustri kopi bubuk klangenan dalam mengembangkan dan menjalankan perusahaan dipimpin oleh seorang Direktur dengan dibantu oleh Wakil Direktur serta setiap divisi bagian dengan wewenang dan tanggung jawab yang jelas sesuai dengan kemampuan dan keahliannya sehingga kegiatan perusahaan dapat berjalan dengan baik dan terarah. Struktur organisasi pada Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan disajikan pada Gambar 3.

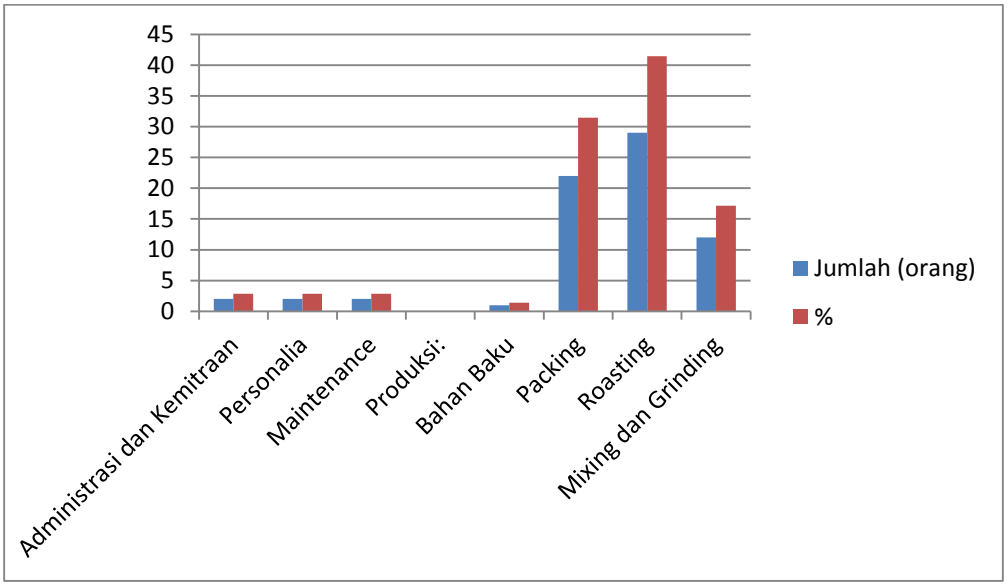


Gambar 3. Struktur Organisasi Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan

4.4. Demografi Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan

4.4.1. Demografi Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

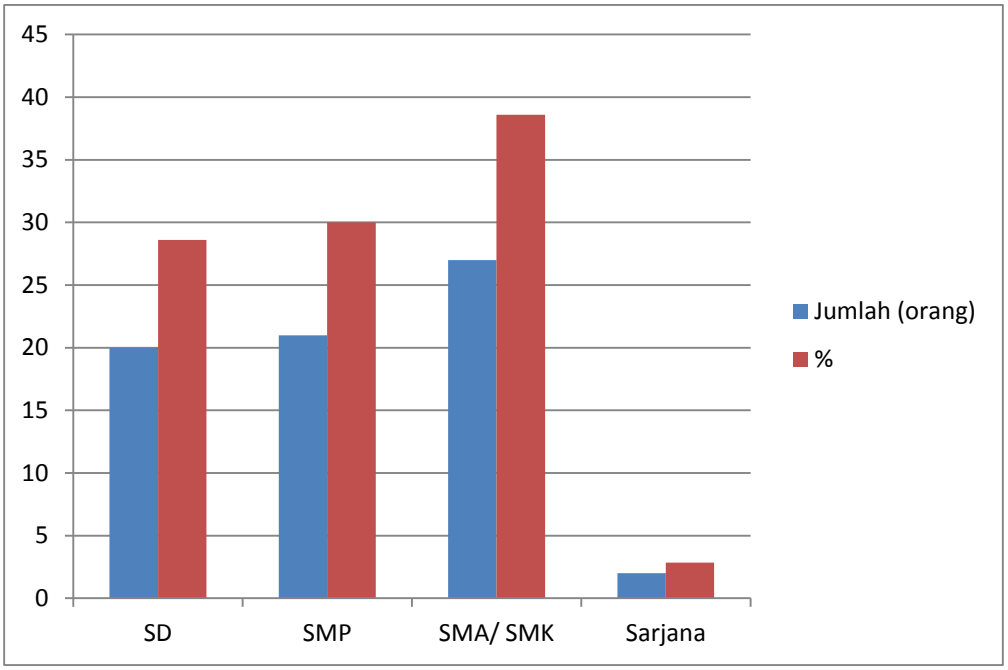
Sumber daya manusia sebagai penggerak utama sumber daya perusahaan harus memiliki kemampuan prima dan kerja yang profesional serta ditempatkan pada posisi yang tepat. Tenaga kerja yang ada di Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan berjumlah 70 orang karyawan, dengan posisi dan penempatan yang berbeda. Tenaga kerja tersebut ditempatkan di bidang administrasi, personalia, *maintennce* (pemeliharaan), *packing* (pengepakan), *roasting*, *mixing* dan penggilingan, dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Jumlah Tenaga Kerja

4.4.2. Demografi Berdasarkan Pendidikan

Secara rinci jumlah tenaga kerja berdasarkan tingkat pendidikan di Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja

Sebagian besar tenaga kerja yang ada didominasi oleh lulusan SD hingga SMA/SMK. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat kesadaran akan pendidikan dan kesulitan ekonomi sehingga para karyawan lebih memilih untuk bekerja dibanding sekolah. Rata-rata karyawan berpendidikan SMA/SMK, mereka dapat bekerja dengan baik karena pekerjaan yang mereka kerjakan tidak menuntut harus berpendidikan yang tinggi. Walaupun begitu, para karyawan juga harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap pekerjaannya. Hal tersebut dapat diatasi dengan prinsip "*the right man on the right place*" sehingga para staff dan karyawan dapat bekerja sesuai dengan kompetensi atau *skill* masing-masing. Sebagian besar tenaga kerja tersebut ditempatkan dibagian *roasting* dan pengemasan yang merupakan bagian yang membutuhkan tenaga kerja yang cukup banyak.

4.5. Sarana Dan Prasarana

Ketersediaan sarana dan prasarana merupakan hal yang sangat penting dan dibutuhkan dalam mendukung kegiatan dan aktivitas pekerja. Sarana dan prasarana yang memadai dapat menunjang kelancaran proses pemasaran dan keberlangsungan aktivitas perusahaan. Sarana yang terdapat di Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan yaitu seperti *WiFi*, mesin *roasting* kopi berkapasitas 500 kg, tungku untuk penggovenan jagung dan kopi secara manual, mesin sulthon (mesin pengering bahan baku), gerobak besar untuk penampungan kopi setelah di *roasting*, timbangan digital, timbangan duduk, alat pengukur kadar air, mesin *mixing*, mesin penggilingan, mesin *packing*, mesin *dynamo*, ember, tongkat besi yang digunakan untuk menyangrai kopi yang telah di*roasting*, laptop, komputer, dan printer. Prasarana yang terdapaat pada Agroindustri Kopi Bubuk Klangenan yaitu musholla, toilet, ruang administrasi, kantor sekaligus ruangan yang digunakan untuk melalukan *meeting*, gudang penyimpanan, tempat produksi seperti *roasting*, dan *mixing*, tempat penggilingan, tempat *packing*, area parkir, dan taman wisata.

VI. KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap agroindustri kopi bubuk klangenan di Kabupaten Pringsewu, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola aliran rantai pasok pada agroindustri kopi bubuk klangenan di kabupaten pringsewu dimulai dari *supplier*, agroindsutri, pedagang besar, pedaganag pengecer, konsumen dan biaya transaksi yang dilakukan yaitu hanya biaya informasi yang digunakan oleh agroindustri untuk mencari bahan baku atau menawarkan produknya sebesar Rp360.000,00/bulan.
2. Kinerja rantai pasok pada agroindustri kopi bubuk klangenan di kabupaten pringsewu memiliki kriteria yang cukup baik pada faktor masukan dan memiliki beberapa kriteria yang kurang baik pada faktor keluaran. Hal ini berdasarkan pengukuran indikator masukan dan keluaran dengan kriteria *foodSCOR card* pada setiap anggota rantai pasok yang dibandingkan dengan nilai yang sudah ditetapkan.
3. Marjin terkecil ada di saluran pemasaran kedua yang mengindikasikan bahwa saluran pemasaran kedua (Agroindustri-Pedagang Besar-Konsumen) paling efisien. Hal tersebut dikarenakan pada saluran pemasaran kedua (Agroindustri-Pedagang Besar-Konsumen) Pedagang besar memiliki nilai marjin sebesar Rp2.166,67 untuk ukuran 40gr dan 110gr, sedangkan untuk ukuran 250gr yaitu sebesar Rp2.500,00.

6.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti menyarankan:

1. Bagi pelaku rantai pasok yang belum menghasilkan kinerja yang baik, sebisa mungkin meningkatkan kinerja agar mencapai kriteria yang baik. Khususnya bagi agroindustri kopi bubuk klangenan agar dalam kegiatan pemenuhan bahan baku biji kopi perlu menambah *supplier* biji kopi atau mengikat kontrak agar pemenuhan biji kopi menjadi optimal dan tidak mengalami keterlambatan pengiriman atau kurangnya biji kopi yang dikirim, sehingga nantinya akan membuat rantai pasok kopi bubuk klangenan menjadi lebih baik.
2. Terkait penelitian lanjutan, diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti tentang motivasi dan kepuasan konsumen pada agroindustri kopi bubuk klangenan di Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Z, N. Harahab, dan L. Asmarawati. 2017. Pemasaran Hasil Perikanan. Tim UB Press. Malang.

Aprilia, N. 2019. Analisis Rantai Pasok dan Nilai Tambah Agroindustri Kelanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *Skripsi*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.

Arikunto, S. 2004. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Bandung.

Asmarantaka, R.W. 2014. Pemasaran Agribisnis (*Agrimarketing*). IPB Press. Bogor.

Azzaino, Z. 1982. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. 2020. *Produksi Tanaman Perkebunan Besar di Indonesia Tahun* 2018-2019. Badan Pusat Statistik. Jakarta.

Badan Pusat Statistik. 2020. *Lampung Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Badan Pusat Statistik. Jakarta.

Bolstorff, P., dan Rosenbaum R. 2011. *Supply Chain Excellence: A Handbook for Dramatic Improvement Using the SCOR Model (US).* Prentice Hall. New York.

Budiarti, A. 2017. Analisis Rantai Pasok Dan Harga Pokok Penjualan Daging Ayam Broiler Pada Rumah Potong Ayam Bersertifikat Di Provinsi Lampung. *Skripsi*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.

Cahyono, B. 2003. *Cabai Rawit : Teknik Budidaya dan Analisis Usaha Tani*. Kanisius. Yogyakarta.

Chandrasekaran, N, dan G. Raghuram. 2014. *Agribusiness Supply Chain Management*. Taylor and Francis Group. CRC Press.

Direktorat Jenderal Industri Agro. 2011. *Pohon Agroindustri Kopi*. http://agro.kemenperin.go.id/. Diakses 29 Januari 2021.

Gunasekaran, A, dan E. Ngai. 2004.*Information Systems in Supply Chain Integration and Management.* European Journal of Operational Research, 159(2): 269-295.

Habibi, M., Miftah, H., dan Masitoh, S. 2015. Komparasi Marjin Pemasaran dan Nilai Tambah Ubi Kayu Antara Petani Non Mitra dengan Petani Mitra. *Jurnal AgribiSains*. Vol 1 (1) : hal 38-43. https://ojs.unida.ac.id/index.php/AGB/article/downloadSuppFile/182/14 (Diakses pada tanggal 10 November 2021).

Hanafiah dan Saefuddin. 1986. *Tataniaga Hasil Perikanan Edisi kedua*. UI Press. Jakarta.

Hasyim, A. I. 2012. *Tataniaga Pertanian, Diktat Kuliah*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Lampung.

Hausman, W. H. 2002. *The Practice of Supply Chain Management*. Kluwer Academic Publishers. Amsterdam.

Herjanto, E. 2007. *Manajemen Operasi*. Grasindo. Jakarta.

Hertz, H. S. 2009. The 2009-2010 *Criteria for Performance Excellence.* Baldrige National Quality Program Gaithersburg. USA.

Hisyam, M. 2003. *Krisis Masa Kini dan Orde Baru*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Jakarta.

Indrajit, R, dan R. Djokopranoto. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain: Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang*. Grassindo. Jakarta.

Isma, D, D., R, Tawaf., dan M, Paturochman. 2016. Analisis Rantai Pasok Sosis *Food Industries* dari Produsen Sampai Konsumen di Kota Bandung (Studi Kasus PT. Kemfood Cabang Kota Bandung). *Jurnal Universitas Padjadjaran*.

Kartasapoetra. 1986. Marketing Produk Pertanian dan Industri. Jakarta: PT Bina Aksara.

Kementerian Pertanian. 2020. *Produksi Kopi Menurut Provinsi di Indonesia Tahun 2017-2020*. https://tinyurl.com/y345th8m. Diakses pada tanggal 28 Januari 2021. Bandar Lampung.

Kotler, P, dan K. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P., & Armstrong, G. 2014. Principles of Marketing, 15th Edition. London: Pearson Education Limited.

Lestari, S., Z, Abidin., dan S, Sadar. 2016. Analisis Kinerja Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Produk Olahan Kelompok Wanita Tani Melati di Desa Tribudisyukur Kecamatan Kebun Tebu Lampung Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis* vol 4 (1): hal 24-29.

Marimin dan Maghfiroh N. 2010. Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok. IPB Press. Bogor.

Mantra, I.B, 2004. *Demografi Umum Edisi Kedua.* Pustaka Belajar. Yogyakarta.

Morgan, W. Iwantoro, S. dan Lestari, A.S. 2004. *Improving Indonesian Vegetable Supply Chains.* ACIAR. Bali. Najiyati, S. dan Danarti. 1999. Kopi, Budidaya dan Penanganan Lepas Panen. Penebar Swadaya. Jakarta.

Natasena, Z, A., Z, Abidin., dan E, Kasymir. 2020. Analisis Rantai Pasok Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis* vol 8 (4): hal 633-640.

Noviantari, K., A, I, Hasyim., dan N, Rosanti. 2015. Analisis rantai pasok dan nilai tambah agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis* vol 3 (1): hal 10-17.

Oentoro, D. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang Pressindo. Yogyakarta.

Pujawan, I. Y. 2005. *Supply Chain Management*. Guna Widya. Surabaya.

Putri, N., R, H, Ismono., dan K, Murniati. 2020. Efektivitas Kebijakan Harga Eceran Tertinggi (HET) dan Rantai Pasok Beras Medium di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis* vol 8 (2): hal 318-325.

Rahim, A dan D. Hastuti. 2007. *Ekonomika Pertanian Pengatar, Teori dan Kasus.* Penebar Swadaya. Jakarta.

Rangkuti, F. 2007. *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Ruky, A. 2001. *Sistem Manajemen Kinerja (Performance Management System): Panduan Praktis untuk Merancang dan Meraih Kinerja Prima*. Gramedia. Jakarta.

Saragih, B. 2001. Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian, Kumpulan Pemikiran. PT Surveyor Indonesia dan Pusat Studi Pembangunan LP-IPB, Jakarta.

Setiawan S, A. et al. 2011. Studi Peningkatan Kinerja Manajemen Rantai Pasok Sayuran Dataran Tinggi di Jawa Barat. *Agritech, Jurnal Fakultas Teknologi Pertanian UGM*, vol. 31 (1), hal 60–70.

Siska, Y, P., A, I, Hasyim., dan M, I, Affandi. 2019. Analisis rantai pasok tomat di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, vol.7 (4): hal 499-506.

Sjarkowi, F. dan Sufr, M. 2004. *Manajemen Agribisnis*. Baldal Grafiti Press. Palembang.

Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri.* PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta.

Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindustri*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

_____. 2003. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*. Raja Grafindo. Jakarta.

Suparta, N. 2005. *Pendekatan Holistik Membangun Agribisnis*. Bali Media Adhikarsa. Denpasar.

Supply Chain Council. 2008. *Supply Chain Operations Reference Model SCOR Version 9.0 Metric*. Washington DC.

Suryanto, M. H. 2017. *Metode Riset dan Saluran Distribusi*. PT. Grasindo. Jakarta.

Suseno, Priyonggo. 2008. Analisis Efisiensi dan Skala Ekonomi Pada Indsutri Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 2. No. 1.

Syakir, M. 2010. *Budidaya Kelapa Sawit*. Aska Media. Bogor.

Tarigan, R. 2007. *Ekonomi Regional.* Bumi Aksara. Jakarta.

Yuliatami, D. 2020. Analisis Pendapatan, Rantai Pasok dan Nilai Tambah Agroindustri Tahu dan Tempe di Desa Bandar Agung Kecamatan Terusan Nunyai Kabupaten Lampung Tengah. *Skripsi*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.

Yunita, R, S., A, I, Hasyim., dan S, Widjaya. 2018. Rantai Pasok dan Nilai Tambah Keripik Nangka pada Agroindustri Keripik Panda Alami di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, vol. 6 (3): hal 257-262.

Virona, R. M. 2020. *Dasar-Dasar Manajemen Rantai Pasok*. PT. Bumi Aksara. Jakarta Timur.

Vorst, V. 2006. *Performance Measurement in Agri-Food Supply Chain Networks. Netherland : Logistics and Operations Research Group*. Wageningen University. Gelderland.

Wardhana, D., Yuli, W., dan Sony, S. 2016. *Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Yang Berkelanjutan.* Seminar Nasional APTA.

Yusuf, M. 2017. *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR).* PT. Balebat Dedikasi Prima Kencana. Depok.