ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI, KEUNTUNGAN DAN KEPUASAN KONSUMEN BIBIT TANAMAN HORTIKULTURA DI LAMPUNG TENGAH

(Studi Kasus pada Perusahaan Hely Seedling and Farm di Lampung Tengah)

(Skripsi)

Oleh

Monica Inggriani

JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022

ABSTRACT

ANALYSIS OF COST OF PRODUCTION, PROFIT AND CONSUMER SATISFACTION OF HORTICULTURAL GROWTH IN LAMPUNG CENTRAL

(Case Study on Hely Seedling and Farm Company in Central Lampung)

By

Monica Inggriani

This study aims to analyze the cost of production, profit, and consumer satisfaction of the horticultural seed business at the Hely Seedling and Farm company in Central Lampung. The method used in this research is the case study method. Data collection was carried out in February 2022-March 2022. The data in this study consisted of primary data and secondary data. The data analysis used in this research are: (a) the variable costing method and the full costing method to analyze the cost of production, (b) the Revenue Cost (R/C) method to analyze the company's profits, and (c) the Customer Satisfaction Index method (CSI) and Important and Performance Analysis (IPA) to analyze customer satisfaction. The results showed that the cost of production for chili seeds, eggplant seeds, tomato seeds, celery seeds, loncang seeds, and cauliflower seeds using the variable costing method and the full costing method was lower than the selling price of the product, so that the company already made a profit by current selling price. The company's profit in the horticultural plant nursery business is IDR 63.243.456,89 per two weeks with an R/C value of more than one, meaning that the horticultural plant nursery business of the Hely Seedling and Farm company is profitable and feasible to run. Based on the value of the Customer Satisfaction Index (CSI), consumers are satisfied with the products sold by the Hely Seedling and Farm company. Based on Importance and Performance Analysis, the attribute that needs to be improved is the attribute of resistance to pests and diseases.

Keywords: cost of production, profit, CSI, IPA

ABSTRAK

ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI, KEUNTUNGAN DAN KEPUASAN KONSUMEN BIBIT TANAMAN HORTIKULTURA DI LAMPUNG TENGAH

(Studi Kasus pada Perusahaan Hely Seedling and Farm di Lampung Tengah)

Oleh

Monica Inggriani

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis harga pokok produksi, keuntungan, dan kepuasan konsumen usaha bibit tanaman hortikultura pada perusahaan Hely Seedling and Farm di Lampung Tengah. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Februari 2022-Maret 2022. Data pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (a) metode *variable costing* dan metode *full costing* untuk menganalisis harga pokok produksi, (b) metode *Revenue Cost* (R/C) untuk menganalisis keuntungan perusahaan, dan (c) metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Important and Performance Analysis* untuk menganalisis kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga pokok produksi untuk produk bibit cabai, bibit terong, bibit tomat, bibit seledri, bibit loncang, dan bibit kembang kol dengan menggunakan metode *variable costing* maupun metode *full costing* lebih rendah daripada harga jual produk, sehingga perusahaan sudah memperoleh keuntungan dengan harga jual yang berlaku sekarang. Keuntungan perusahaan dalam usaha pembibitan tanaman hortikultura adalah Rp 63.243.456,89 per dua minggu dengan nilai R/C lebih dari satu, artinya usaha pembibitan tanaman hortikultura perusahaan Hely Seedling and Farm sudah menguntungkan dan layak untuk dijalankan. Berdasarkan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) konsumen merasa puas dengan produk yang dijual perusahaan Hely Seedling and Farm. Berdasarkan *Importance and Performance Analysis,* atribut yang perlu diperbaiki adalah atribut ketahanan terhadap hama dan penyakit.

Kata Kunci: harga pokok produksi, keuntungan, CSI, IPA

ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI, KEUNTUNGAN DAN KEPUASAN KONSUMEN BIBIT TANAMAN HORTIKULTURA DI LAMPUNG TENGAH

(Studi Kasus pada Perusahaan Hely Seedling and Farm di Lampung Tengah)

Oleh

Monica Inggriani

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 HARGA POKOK PRODUKSI, KEUNTUNGAN, DAN KEPUASAN KONSUMEN BIBIT TANAMAN HORTIKULTURA DI LAMPUNG TENGAH (Studi Kasus pada Perusahaan Hely Seedling and Farm di Lampung Tengah)**

Nama Mahasiswa : *Monica Inggriani*

NPM : *1814131059*

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

MENYETUJUI,

1. Komisi Pembimbing

Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S.	**Ir. Suriaty Situmorang, M.Si.**
NIP 19600822 198603 2 001	NIP 19620816 198703 2 002

2. Ketua Jurusan Agribisnis

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

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S.** _____

Sekretaris : **Ir. Suriaty Situmorang, M.Si.** _____

Penguji
Bukan Pembimbing : **Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S.** _____

2. Dekan Fakultas Pertanian

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

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **19 Oktober 2022**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Monica Inggriani

NPM : 1814131059

Program Studi : Agribisnis

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Alamat : Jl. Purnawirawan 3 No 78 Gunung Terang, Bandar Lampung

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 jika 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, 19 Oktober 2022

Yang menyatakan

Monica Inggriani

NPM 1814131059

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Bandar Lampung tanggal 01 Agustus 2000, dari pasangan Bapak Sudarsono dan Ibu Rita Zahara, S.Pd., merupakan anak terakhir dari empat bersaudara. Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) diselesaikan di TK Kemala Bhayangkari 23 Kota Bandar Lampung pada tahun 2006, tingkat Sekolah Dasar di SD Negeri 2 Gedong Air pada tahun 2012, tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMPN 25 Bandar Lampung pada tahun 2015, dan tingkat Sekolah Menengah Atas di SMAN 2 Bandar Lampung pada tahun 2018. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2018 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*homestay*) di Desa Paguyuban, Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran pada tahun 2019. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Sukarame II Kecamatan Teluk Betung Barat Kota Bandar Lampung selama 40 hari pada Bulan Februari hingga Maret 2021. Pada Bulan Agustus hingga September 2021 penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung selama 30 hari kerja efektif. Selama masa perkuliahan, penulis aktif sebagai anggota bidang minat bakat di Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (Himaseperta) Universitas Lampung pada periode tahun 2018-2021.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Analisis Harga Pokok Produksi, Keuntungan dan Kepuasan Konsumen Bibit Tanaman Hortikultura di Lampung Tengah (Studi Kasus pada Perusahaan Hely Seedling and Farm di Lampung Tengah)"**. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya 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 atas arahan, saran, dan nasihat yang telah diberikan.
3. Dr. Indah Listiana, S.P., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis yang telah memberikan arahan, saran, dan nasihat.
4. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S., selaku Dosen Pembimbing Pertama dan Dosen Pembimbing Akademik yang dengan sabar memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, nasihat, arahan, bimbingan dari awal hingga akhir perkuliahan dan selama proses penyelesaian skripsi.
5. Ir. Suriaty Situmorang, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, nasihat, arahan, dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
6. Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S., selaku Dosen Penguji atas saran dan arahan yang

telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi.

7. Teristimewa kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda tercinta Sudarsono dan Ibunda tersayang Rita Zahara, S.Pd., yang selalu memberikan restu, kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi, nasihat, saran, dan doa yang tak pernah putus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
8. Kakak-kakakku tersayang, Ratna Sari, Leo Permana, dan Rara Trisia yang telah membantu penulis pada proses penelitian dan selalu memberikan semangat serta motivasi kepada penulis.
9. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
10. Seluruh staf dan karyawan di Jurusan Agribisnis, Mbak Iin, Mas Boim, dan Mas Bukhari yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya selama ini.
11. Bapak Hely Sumanto, selaku pemilik Perusahaan Hely Seedling and Farm atas semua bantuan, arahan, dan izin yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Karyawan-karyawati perusahaan Hely Seedling and Farm atas semua bantuan dan arahan yang diberikan kepada penulis.
13. Alifp Bayu Santoso yang sudah menemani penulis selama melakukan penelitian dari awal hingga akhir, selalu memberikan semangat, motivasi, dan masukan kepada penulis.
14. Rifdah Nuranda Rahmat, S.Ked. atas bantuan, doa, saran, semangat, dukungan, dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis.
15. Teman seperjuanganku, Tia Larasati dan Desi Rahmalia atas bantuan, doa, saran, semangat, dan hiburan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
16. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2018, yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas bantuan, kebersamaan, keceriaan, keseruan, canda tawa dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
17. Atu dan Kiyay Agribisnis 2015, 2016, 2017 serta adik Agribisnis 2019 dan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas dukungan dan bantuan kepada penulis.
18. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu

per satu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Penulis meminta maaf atas segala kekurangan selama proses penulisan skripsi ini dan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin.

Bandar Lampung, 19 Oktober 2022
Penulis,

Monica Inggriani

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	**iv**
DAFTAR GAMBAR	**ix**
I. PENDAHULUAN	**1**
A. Latar Belakang	**1**
B. Rumusan Masalah	**7**
C. Tujuan Penelitian	**8**
D. Manfaat Penelitian	**8**
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	**9**
A. Tinjauan Pustaka	**9**
1. Tanaman Hortikultura	9
2. Pembenihan dan Pembibitan	11
3. Proses Produksi Bibit	13
4. Harga Pokok Produksi	14
5. Keuntungan	16
6. Kepuasan Konsumen	18
B. Penelitian Terdahulu	**20**
C. Kerangka Pemikiran	**28**
III. METODE PENELITIAN	**31**
A. Metode Penelitian	**31**
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	**31**
C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Pengumpulan Data	**37**
D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	**38**
E. Metode Analisis Data	**41**
1. Analisis Harga Pokok Produksi	41
2. Analisis Keuntungan Usaha	43
3. Analisis Kepuasan Konsumen	44

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN 49

A. Gambaran Umum Kabupaten Lampung Tengah 49
1. Letak Geografis 49
2. Keadaan Topografi 50
3. Keadaan Demografis 51

B. Gambaran Umum Kecamatan Punggur 53
1. Letak Geografis 53
2. Keadaan Iklim 53
3. Keadaan Demografis 53
4. Kondisi Ekonomi 54

C. Gambaran Umum Perusahaan Hely Seedling and Farm 54
1. Sejarah Perusahaan Hely Seedling and Farm 54
2. Visi dan Misi Perusahaan Hely Seedling and Farm 55
3. Struktur Organisasi Perusahaan Hely Seedling and Farm 55
4. Tata Letak (*Layout*) Perusahaan Hely Seedling and Farm 56
5. Sarana dan Prasarana Perusahaan Hely Seedling and Farm 57
6. Saluran Distribusi Perusahaan Hely Seedling and Farm 58

V. HASIL DAN PEMBAHASAN 59

A. Karakteristik Umum Responden 59
1. Karakteristik responden pemilik perusahaan Hely Seedling and Farm 59
2. Karakteristik responden konsumen Hely Seedling and Farm 60

B. Proses Produksi Bibit dan Media Semai 62
1. Proses Produksi Bibit 63
2. Proses Produksi Media Semai 64

C. Harga Pokok Produksi 66
1. Harga Pokok Produksi Bibit 66
2. Harga Pokok Produksi Media Semai 78

D. Keuntungan Perusahaan 84
1. Keuntungan Bibit 84
2. Keuntungan Media Semai 89

E. Kepuasan Konsumen 92
1. *Customer Satisfaction Index* (CSI) 93
2. *Importance and Performance Analysis* (IPA) 94

VI. KESIMPULAN DAN SARAN 100

A. Kesimpulan 100

B. Saran 101

DAFTAR PUSTAKA 102

LAMPIRAN..... 106

Tabel 40 sampai dengan Tabel 74..... 113

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

1. Sebaran jumlah perusahaan hortikultura menurut provinsi tahun 2017-2021 (unit) 3

2. Sebaran jumlah perusahaan hortikultura berdasarkan komoditasnya tahun 2021 4

3. Sebaran jumlah produksi bibit tanaman hortikultura oleh Hely Seedling and Farm tahun 2017-2021 4

4. Keuntungan Hely Seedling and Farm tahun 2017-2021..... 5

5. Kajian penelitian terdahulu..... 22

6. Hasil uji validitas tingkat kepentingan konsumen Hely Seedling and Farm, tahun 2022 40

7. Hasil uji validitas tingkat kinerja konsumen Hely Seedling and Farm, tahun 2022 40

8. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada perusahaan Hely Seedling and Farm, tahun 2022 41

9. Perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing*..... 42

10. Perhitungan harga pokok produksi dengan metode *variable costing* 42

11. Kriteria penggolongan nilai CSI 46

12. Skor penilaian tingkat kepuasan konsumen 46

13. Atribut kepuasan konsumen, dalam penelitian ini, tahun 2022 48

14. Kecamatan yang terdapat di Kabupaten Lampung Tengah dan luas wilayah, tahun 2022..... 51

15. Jumlah penduduk Kabupaten Lampung Tengah berdasarkan kecamatan, tahun 2022 52

16. Sebaran konsumen perusahaan Hely Seedling and Farm berdasarkan jenis kelamin, tahun 2022 61

17. Sebaran konsumen perusahaan Hely Seedling and Farm berdasarkan usia, tahun 2022 61

18. Sebaran jenis pekerjaan konsumen Hely Seedling and Farm, tahun 2022 62

19. Sebaran jumlah pendapatan konsumen Hely Seedling and Farm, tahun 2022 62

20. Biaya bahan baku bibit per dua minggu pada perusahaan Hely Seedling and Farm, tahun 2022 67

21. Akumulasi biaya tenaga kerja dalam penyemaian/pembibitan per produk pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 68

22. Biaya bahan penunjang bibit tanaman hortikultura perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 69

23. Akumulasi biaya penyusutan penyemaian/pembibitan per produk bibit per dua minggu, tahun 2022 72

24. Harga pokok produksi bibit tanaman hortikultura pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 74

25. Perbandingan harga pokok produksi dengan harga jual bibit perusahaan Hely Seedling and Farm, tahun 2022 78

26. Biaya bahan penunjang media semai perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 80

27. Biaya penyusutan media semai perusahaan Hely Seedling and Farm per dua minggu, tahun 2022 81

28. Harga pokok produksi media semai pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 83

29. Keuntungan bibit cabai pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 85

30. Keuntungan bibit terong pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 85

31. Keuntungan bibit tomat pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 86

32. Keuntungan bibit seledri pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 86

33. Keuntungan bibit loncang pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 87

34. Keuntungan bibit kembang kol pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 87

35. Keuntungan bibit perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 89

36. Keuntungan media semai pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 90

37. Keuntungan perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 92

38. Hasil perhitungan kepuasan konsumen perusahaan Hely Seedling and Farm dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), tahun 2022 93

39. Hasil perhitungan kepuasan konsumen perusahaan Hely Seedling and Farm dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), tahun 2022 95

40. Identitas responden 107

41. Penerimaan bibit pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 107

42. Penerimaan bibit dan media semai pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 107

43. Biaya sarana produksi bibit tanpa tenaga kerja dan penyusutan pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 108

44. Tenaga kerja penyemaian/pembibitan pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 109

45. Akumulasi biaya tenaga kerja dalam penyemaian/pembibitan per produk pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 109

46. Penyusutan peralatan penyemaian/pembibitan pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu tahun 2022 110

47. Akumulasi biaya penyusutan penyemaian/pembibitan per produk bibit per 2 minggu pada perusahaan Hely Seedling and Farm, tahun 2022 111

48. Akumulasi biaya sarana produksi per produk bibit per 2 minggu pada perusahaan Hely Seedling and Farm, tahun 2022 112

49. Harga pokok produksi bibit pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 113

50. Keuntungan bibit cabai pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 116

51. Keuntungan bibit terong pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 116

52. Keuntungan bibit tomat pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 117

53. Keuntungan bibit seledri pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 117

54. Keuntungan bibit loncang pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 118

55. Keuntungan bibit kembang kol pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 118

56. Penerimaan media semai pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 119

57. Biaya sarana produksi media semai tanpa tenaga kerja dan penyusutan pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 119

58. Tenaga kerja pembuatan media semai pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 120

59. Penyusutan peralatan pembuatan media semai pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 120

60. Harga pokok produksi media semai pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 121

61. Keuntungan media semai pada perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 122

62. Keuntungan perusahaan Hely Seedling and Farm per 2 minggu, tahun 2022 123

63. Identitas responden kepuasan konsumen bibit tanaman hortikultura di perusahaan Hely Seedling and Farm..... 124

64. Skor tingkat kepentingan konsumen bibit tanaman hortikultura di perusahaan Hely Seedling and Farm, tahun 2022..... 126

65. Skor tingkat kineja konsumen bibit tanaman hortikultura di perusahaan Hely Seedling and Farm, tahun 2022..... 127

66. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan konsumen bibit tanaman hortikultura di perusahaan Hely Seedling and Farm, tahun 2022 128

67. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kinerja konsumen bibit tanaman hortikultura di perusahaan Hely Seedling and Farm, tahun 2022 129

68. Uji validitas tingkat kepentingan konsumen Hely Seedling and Farm, tahun 2022 130

69. Uji validitas tingkat kinerja konsumen Hely Seedling and Farm, tahun 2022 130

70. Uji reliabilitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja Hely Seedling and Farm, tahun 2022 130

71. Rata-rata skor tingkat kepentingan konsumen bibit tanaman hortikultura di perusahaan Hely Seedling and Farm, tahun 2022..... 131

72. Rata-rata skor tingkat kinerja konsumen bibit tanaman hortikultura di perusahaan Hely Seedling and Farm, tahun 2022..... 131

73. Hasil perhitungan kepuasan konsumen dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), tahun 2022..... 132

74. Hasil perhitungan kepuasan konsumen dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), tahun 2022..... 132

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

1. Bagan alir pemikiran "Analisis Harga Pokok Produksi, Keuntungan dan Kepuasan Konsumen Bibit Tanaman Hortikultura di Kabupaten Lampung Tengah", 2021 30

2. Diagram kartesius *Importance Performance Analysis* 47

3. Struktur organisasi perusahaan Hely seedling and Farm 56

4. Tata letak (*layout*) perusahaan Hely Seedling and Farm 57

5. Proses penyemaian/pembibitan pada perusahaan Hely Seedling and Farm 63

6. Proses pembuatan media semai pada perusahaan Hely Seedling and Farm 65

7. Diagram kartesius *Importance and Performance Analysis* (IPA) kepuasan konsumen perusahaan Hely Seedling and Farm, tahun 2022 96

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia merupakan salah satu sektor yang sangat menunjang perekonomian, karena sebagian besar penduduk Indonesia memiliki sumber pendapatan dari sektor pertanian. Pertanian merupakan kegiatan pemanfaatan sumberdaya hayati yang dilakukan oleh manusia untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi yang dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Sektor pertanian terdiri dari subsektor tanaman bahan makanan, subsektor holtikultura, subsektor perkebunan, subsektor perikanan, subsektor peternakan, dan subsektor kehutanan. Subsektor pertanian yang memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan adalah subsektor tanaman hortikultura. Tanaman hortikultura terdiri dari tanaman sayuran, buah-buahan, tanaman obat-obatan dan tanaman hias.

Hortikultura merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat dalam pertanian di Indonesia. Jenis tanaman yang termasuk dalam kelompok hortikultura diantaranya buah-buahan, sayur-sayuran, bunga dan tanaman hias. Tanaman hortikultura memiliki prospek pengembangan yang baik karena tanaman hortikultura memiliki nilai ekonomi tinggi dan potensi pasar yang terbuka baik didalam negeri maupun diluar negeri. Komoditas hortikultura menjadi komoditas perdagangan yang penting di Indonesia. Fungsi ekonomi tanaman hortikultura diantaranya sebagai sumber pendapatan petani, pedagang, dan kalangan industri. Hortikultura saat ini menjadi komoditas yang menguntungkan karena pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi memicu peningkatan konsumsi hortikultura. Tanaman hortikultura

merupakan komoditas yang sangat prospektif untuk dikembangkan karena potensi sumberdaya alam, sumberdaya manusia, ketersediaan teknologi, serta potensi serapan pasar di dalam dan luar negeri yang terus meningkat (Purnomosidhi dan Roshetko, 2012).

Usaha pertanian pembibitan merupakan komponen yang penting dalam bisnis pertanian. Hal ini dikarenakan bibit tanaman terkandung faktor genetik yang menentukan hasil produksi usaha pertanian. Sebaik apapun faktor lingkungan jika kualitas benih atau bibitnya rendah maka hasil produksi juga akan rendah. Peluang untuk membangun industri hortikultura di Indonesia sangat besar, hal ini dikarenakan industri benih dan bibit didukung oleh sumberdaya alam dan sumberdaya manusia yang memadai. Industri hortikultura benih ataupun bibit akan menyediakan benih dan bibit yang bermutu dengan varietas unggul dan harga yang terjangkau untuk kalangan petani. Manfaat yang dapat dihasilkan dari adanya industri benih dan bibit ini diantaranya adalah petani dapat menghasilkan hasil produksi tanaman hortikultura yang berkualitas dengan menggunakan benih atau bibit unggul, sehingga pendapatan petani akan meningkat (Fadli, Ekowati, dan Mulyanto, 2019).

Perusahaan hortikultura merupakan suatu perusahaan berbentuk badan usaha atau badan hukum yang bergerak dalam bidang budidaya atau pembibitan tanaman sayuran, buah-buahan, tanaman hias dan tanaman biofarmaka di atas lahan yang dikuasai dengan tujuan sebagian atau seluruhnya dijual dan mendapat izin dari instansi yang berwenang dalam pemberian izin usaha tanaman hortikultura. Perusahaan hortikultura termasuk perusahaan perkebunan yang mengusahakan budidaya tanaman hortikultura, serta perusahaan industri yang melakukan budidaya tanaman hortikultura untuk memenuhi kebutuhan bahan baku. Terdapat perusahaan-perusahaan yang bergerak pada bidang budidaya tanaman hortikultura di Indonesia. Jumlah perusahaan hortikultura pada setiap provinsi di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Sebaran jumlah perusahaan hortikultura menurut provinsi tahun 2017-2021 (unit)

Provinsi	2017	2018	2019	2020	2021
Aceh	-	-	-	-	-
Sumatera Utara	5	5	5	5	5
Sumatera Barat	1	1	1	1	1
Riau	3	3	2	2	2
Jambi	-	-	-	-	-
Sumatera Selatan	-	-	-	-	-
Bengkulu	-	-	-	-	-
Lampung	2	2	1	1	1
Bangka Belitung	-	-	-	-	-
Kepulauan Riau	12	12	12	12	11
DKI Jakarta	2	2	2	2	2
Jawa Barat	29	31	23	20	22
Jawa Tengah	19	19	16	15	15
DI Yogyakarta	6	6	5	5	5
Jawa Timur	33	33	29	30	31
Banten	1	1	1	1	1
Bali	4	4	2	2	2
Nusa Tenggara Barat	5	5	5	5	5
Nusa Tenggara Timur	4	4	4	3	3
Kalimantan Barat	1	1	1	1	1
Kalimantan Tengah	-	-	-	-	-
Kalimantan Selatan	-	-	-	-	-
Kalimantan Timur	-	-	-	-	-
Sulawesi Utara	-	-	-	-	-
Sulawesi Tengah	-	-	-	-	-
Sulawesi Selatan	4	2	1	1	1
Sulawesi Tenggara	1	1	1	1	1
Gorontalo	-	-	-	-	-
Sulawesi Barat	-	-	-	-	-
Maluku	1	1	1	1	1
Maluku Utara	-	-	-	-	-
Papua Barat	-	-	-	-	-
Papua	6	5	5	5	5
Indonesia	139	138	117	113	115

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Pada tahun 2021 jumlah perusahaan yang menghasilkan produk hortikultura di Indonesia berdasarkan jenisnya ada 113 perusahaan, seperti disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Sebaran jumlah perusahaan hortikultura berdasarkan komoditasnya tahun 2021

Komoditas	Jumlah
Biofarmaka	40
Buah-buahan	32
Sayuran	20
Tanaman hias	4
Campuran	19
Total	115

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Salah satu perusahaan penghasil bibit tanaman hortikultura di Provinsi Lampung adalah Hely Seedling and Farm, walaupun perusahaan ini belum terdaftar pada Badan Pusat Statistik. Perusahaan ini berada di Desa Sri Sawahan, Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah. Hely Seedling and Farm memproduksi bibit tanaman hortikultura khususnya bibit cabai, terong, tomat, seledri, loncang, dan kembang kol. Perusahaan Hely Seedling and Farm berfokus pada usaha pembibitan hortikultura dikarenakan adanya peluang usaha di dalam pertanian dimana para petani sering mengalami kesulitan dalam melakukan pembibitan karena tidak dirawat dengan cara yang benar, sehingga hasil produksi petani tidak maksimal. Permintaan bibit yang semakin meningkat dari petani membuat Hely Seedling and Farm memiliki volume penjualan yang tinggi. Produksi bibit hortikultura oleh perusahaan Hely Seedling and Farm pada tahun 2017-2021 disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Sebaran jumlah produksi bibit tanaman hortikultura oleh Hely Seedling and Farm tahun 2017-2021

Jenis Bibit	Produksi/tahun (batang)				
	2017	2018	2019	2020	2021
Cabai	743.000	2.252.000	3.713.000	6.893.000	10.997.400
Terong	189.700	638.000	2.375.000	1.718.700	6.079.600
Tomat	33.100	96.500	294.000	318.200	2.440.700
Seledri	24.300	1.700	8.300	13.700	247.900
Loncang	1.100	1.800	4.500	5.700	47.800
Kembang kol	8.800	10.000	105.200	50.700	186.600
Jumlah	1.000.000	3.000.000	6.500.000	9.000.000	20.000.000

Sumber: Wawancara pribadi dengan Bapak Hely, 2021

Harga per tanaman untuk bibit tanaman cabai, terong seledri, loncang, dan kembang kol, dijual dengan harga Rp 350,00 per batang, sedangkan untuk bibit tanaman tomat dijual dengan harga Rp 400,00 per batang. Akan tetapi, penjualan yang dilakuan oleh hely seedling and farm tidak selalu per unit batang, tetapi per box atau kotak. Satu box atau kotak tanaman cabai, terong seledri, loncang, dan kembang kol yang berisi 104 tanaman dijual dengan harga Rp 36.400,00 per kotak, sedangkan satu box atau kotak tanaman tomat yang berisi 104 tanaman dijual dengan harga Rp 41.600,00 per kotak. Bibit tomat dijual dengan harga yang lebih tinggi karena harga benih tomat lebih tinggi daripada benih tanaman yang lainnya. Pendapatan Hely Seedling and Farm setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan sehingga penting untuk diteliti. Pendapatan Hely Seedling and Farm dalam lima tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Pendapatan Hely Seedling and Farm tahun 2017-2021

Tahun	Pendapatan (Rp)
2017	300.000.000
2018	900.000.000
2019	1.950.000.000
2020	2.700.000.000
2021	6.000.000.000

Sumber: Wawancara pribadi dengan Bapak Hely, 2021.

Perusahaan Helly Seedling and Farm ini telah berdiri sejak tahun 2017 dan pendapatan perusahaan ini meningkat setiap tahunnya. Perusahaan Helly Seedling and Farm belum memperhitungkan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual bibit yang diproduksinya. Perhitungan harga pokok produksi dalam teori merupakan dasar yang digunakan untuk menentukan harga jual. Penentuan harga jual yang kurang tepat akan mengakibatkan masalah pada perusahaan tersebut. Ketidaktepatan dalam menentukan harga jual akan menimbulkan resiko pada perusahaan, misalnya kerugian yang terus menerus atau menumpuknya produk di gudang. Setiap perusahaan harus menetapkan harga jualnya secara tepat karena penetapan harga jual sangat penting pengaruhnya terhadap keuangan perusahaan. Penetapan harga jual yang tepat akan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Pendapatan usaha dilihat setelah memperhitungkan harga pokok produksi. Pendapatan usaha dapat dihitung berdasarkan perhitungan menggunakan rumus-rumus ekonomi. Kegiatan pokok pada perusahaan adalah menjual barang atau jasa untuk memperoleh keuntungan. Peningkatan pendapatan dalam suatu kegiatan usaha yang telah dilakukan dalam periode waktu tertentu sangat penting bagi setiap perusahaan. Salah satu tujuan didirikannya suatu usaha antara lain untuk meningkatkan pendapatan. Perusahaan yang pendapatannya meningkat secara terus menerus akan mengalami perkembangan yang positif.

Harga pokok produksi dan pendapatan didapat karena produsen menjual produk melalui tindakan pemasaran. Fungsi pemasaran merupakan sebuah faktor penting dalam suatu siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen. Pemasaran berada di antara kegiatan produksi dan konsumsi, yang berarti bahwa pemasaran menjadi penghubung antara produksi dan konsumsi (Swastha, 2002). Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Pemasaran terbagi atas enam konsep inti, yaitu (a) kebutuhan, keinginan dan permintaan, (b) produk, utilitas, (c) utilitas, nilai, dan kepuasan, (d) pertukaran, transaksi, dan hubungan, (e) pasar dan yang terakhir adalah pemasaran dan pelaku pemasaran. Pengusaha harus menjaga hubungan baik dengan konsumen melalui pelayanan. Pelayanan yang baik akan membuat konsumen nyaman untuk kembali memesan produk-produk yang ada, sehingga perusahaan dapat berkembang lebih pesat lagi. Kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan.

Perusahaan Hely Seedling and Farm telah memproduksi bibit tanaman hortikultura sejak tahun 2017. Pendapatan Hely Seedling and Farm setiap tahunnya mengalami peningkatan, tetapi pengusaha belum memperhitungkan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual. Pada dasarnya harga pokok produksi digunakan sebagai dasar untuk menentukan harga jual.

Harga pokok produksi adalah biaya per unit produksi yang diperoleh dari total biaya produksi dibagi total produksi. Perusahaan Hely Seedling and Farm diduga belum memperhitungkan harga pokok produksi sehingga peneliti berminat untuk meneliti. Melalui perhitungan harga pokok produksi dapat diketahui pendapatan usaha berdasarkan perhitungan menggunakan rumus-rumus ekonomi. Harga pokok produksi dan pendapatan diperoleh karena produsen menjual produk melalui tindakan pemasaran. Tindakan pemasaran merupakan tindakan yang menghubungkan produsen dan konsumen. Pengusaha biasanya harus menjaga hubungan baik dengan konsumen melalui pelayanan dengan mengukur tingkat kepuasan konsumen, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bagaimana kepuasan konsumen perusahaan Hely Seedling and Farm terhadap produk bibit tanaman hortikultura yang diproduksi perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Perusahaan hortikultura merupakan suatu perusahaan berbentuk badan usaha yang bergerak dalam bidang budidaya atau pembibitan tanaman sayuran, buah-buahan, tanaman hias dan tanaman biofarmaka. Perusahaan dikatakan melakukan budidaya tanaman hortikultura apabila perusahaan tersebut minimal melakukan pemupukan, penyiraman, penyiangan, dan penanganan OPT (Organisme Pengganggu Tanaman). Perusahaan Hely Seedling and Farm merupakan salah satu perusahaan pertanian hortikultura yang menyediakan bibit tanaman hortikultura dan media tanam. Pemilik perusahaan mendirikan Hely Seedling and Farm bertujuan untuk mengatasi permasalahan petani dalam melakukan pembibitan. Pembibitan yang dilakukan oleh para petani banyak yang mengalami kegagalan dan menguras banyak waktu, sehingga berdirilah perusahaan Hely Seedling and Farm. Karena perusahaan ini masih tergolong baru, yaitu didirikan pada tahun 2017 maka terdapat beberapa permasalahan dalam memperhitungkan harga pokok produksi dan pemasaran bibit tanaman hortikultura.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disusun rumusan masalah penelitian ini, yaitu

(1) Berapakah harga pokok produksi bibit di perusahaan Hely Seedling and Farm?
(2) Berapakah keuntungan di perusahaan Hely Seedling and Farm?
(3) Bagaimana kepuasan konsumen perusahaan Hely Seedling and Farm?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

(1) Menganalisis harga pokok produksi bibit di perusahaan Hely Seedling and Farm.
(2) Menganalisis keuntungan di perusahaan Hely Seedling and Farm.
(3) Mempelajari kepuasan konsumen perusahaan Hely Seedling and Farm.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat, baik secara langsung maupun tidak langsung, bagi:

(1) Peneliti lain
    Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah referensi dan untuk meneliti lebih lanjut.
(2) Perusahaan Hely Seedling and Farm
    Sebagai masukan bagi perusahaan Hely Seedling and Farm, terutama dalam hal kepuasan konsumen, biaya produksi melalui perhitungan harga pokok produksi, dan keuntungan usaha.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Tanaman Hortikultura

Hortikultura (*horticulture*) berasal dari bahasa Latin *hortus,* yang artinya tanaman kebun, dan *cultura/colere* yang artinya budidaya, atau dapat diartikan sebagai budidaya tanaman kebun. Hortikultura merupakan kegiatan yang berkaitan dengan proses perencanaan, pengembangan, perlindungan, usaha, pemberdayaan dan pembiayaan, yang berhubungan dengan tanaman buah-buahan, sayuran, tanaman hias, dan tanaman biofarmaka (Badan Pusat Statistik, 2020). Tanaman hortikultura memiliki sifat, antara lain:

(1) Mudah busuk (*perishable*), bila tidak disimpan dengan perlakuan khusus, misalnya disimpan pada suhu rendah. Sejak panen sampai ke pasar, produk hortikultura memerlukan penanganan yang tepat karena akan mempengaruhi kualitas dan harga jual.

(2) Memiliki nilai estetika, sehingga harus memenuhi keinginan masyarakat.

(3) Produksi umumnya musiman.

(4) Memerlukan volume atau ruangan (*volumenes*) yang besar, mengakibatkan ongkos angkut menjadi besar dan harga pasar yang tinggi.

(5) Memiliki daerah penanaman (geografi) yang sangat spesifik, tidak semua jenis tanaman dapat dibudidayakan di lahan yang sama.

Tanaman hortikultura memiliki prospek pengembangan yang baik karena potensi pasar yang terbuka lebar, baik di dalam maupun luar negeri. Fungsi tanaman hortikultura di antaranya adalah (Pitaloka, 2017):

(1) memperbaiki gizi masyarakat,
(2) memperbesar devisa negara,
(3) memperluas kesempatan kerja,
(4) meningkatkan pendapatan petani, dan
(5) pemenuhan kebutuhan, keindahan, dan kelestarian lingkungan.

Tanaman hortikultura yang dibudidayakan terdiri dari buah-buahan, sayur-sayuran, bunga dan tanaman hias (Badan Pusat Statistik, 2020).

(1) Tanaman Buah (*Pomologi/Frutikultur*)

Tanaman buah dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Tanaman buah-buahan semusim, yaitu tanaman sumber vitamin, mineral, dan lain-lain, yang dikonsumsi dari bagian tanaman berupa buah, berumur kurang dari satu tahun, dapat berbentuk rumpun, menjalar dan berbatang lunak. Tanaman ini terdiri dari melon, semangka, blewah, dan stroberi.
b. Tanaman buah-buahan tahunan, yaitu tanaman sumber vitamin, mineral, dan lain-lain, yang dikonsumsi dari bagian tanaman berupa buah, dan berumur lebih dari satu tahun, umumnya dapat dikonsumsi tanpa dimasak terlebih dahulu (dikonsumsi segar). Contoh dari kelompok tanaman ini adalah mangga, manggis, rambutan, duku/langsat/ kokosan, sukun, pepaya, sawo, jambu biji, jambu air, belimbing, nangka, sirsak, markisa, jeruk, anggur, salak, nanas, apel, dan pisang.

(2) Tanaman Sayuran (*Olerikultura*)

Tanaman sayuran dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Tanaman sayuran semusim adalah tanaman sumber vitamin, mineral, dan lain-lain yang dikonsumsi dari bagian tanaman yang berupa daun, bunga, buah, dan umbinya yang berumur kurang dari satu tahun, terdiri dari bawang merah, bawang putih, bawang daun,

kentang, kol/kubis, kembang kol, petsai/sawi, wortel, lobak, kacang merah, kacang panjang, cabai besar, cabai rawit, paprika, jamur, tomat, terong, buncis, ketimun, labu siam, kangkung, dan bayam.

b. Tanaman sayuran tahunan adalah tanaman sumber vitamin, mineral dan lain-lain yang dikonsumsi dari bagian tanaman berupa daun dan atau buah, berumur lebih dari satu tahun, serta berbentuk pohon. Terdiri dari melinjo, petai, dan jengkol.

(3) Tanaman Bunga Hias (*Florikultura*)

Tanaman Hias adalah tanaman yang mempunyai nilai keindahan dan estetika, baik karena bentuk tanaman, warna dan bentuk daun, tajuk maupun bentuk pohon/batang, warna dan keharuman bunganya, sering digunakan sebagai penghias pekarangan, taman atau ruangan di rumah-rumah, gedung perkantoran, hotel, restaurant maupun untuk kelengkapan upacara adat dan keagamaan.

(4) Tanaman Obat (*Biofarmaka*)

Tanaman Biofarmaka adalah tanaman yang bermanfaat untuk obat-obatan, kosmetik, dan kesehatan, yang dikonsumsi atau digunakan dari bagian-bagian tanaman seperti daun, batang, bunga, buah, umbi (rimpang), ataupun akar (Badan Pusat Statistik, 2020).

2. Pembenihan dan Pembibitan

Menurut Sumpena (2006) dalam Rukmana (2021), benih merupakan sarana penting dalam produksi tanaman pertanian. Peningkatan produksi tanaman hortikultura didukung oleh penggunaan benih varietas unggul. Kegiatan pembenihan merupakan proses peralihan biji yang dikembangbiakkan menjadi benih yang siap ditanam (bibit). Benih bermutu merupakan benih yang memiliki keunggulan secara fisik, fisiologis dan genetik. Mutu fisik merupakan mutu benih yang berkaitan dengan sifat fisik, seperti ukuran benih, keutuhan, kondisi kulit, kerusakan kulit benih akibat serangan hama dan penyakit atau proses mekanis. Mutu

fisiologis merupakan mutu benih yang dilihat dari sifat fisiologis, seperti daya kecambah, daya simpan dan viabilitas. Mutu genetik merupakan mutu benih yang berkaitan dengan sifat yang diturunkan oleh induknya.

Ketersediaan dan penggunaan benih yang memenuhi kualitas sangat berpengaruh pada produktivitas, mutu dan sifat ekonomis produk. Penggunaan benih dan bibit yang berkualitas dapat mengurangi kesenjangan antara produktivitas riil panen dan produktivitas potensi komoditi pertanian. Pentingnya peranan benih dan bibit yang berkualitas dalam menentukan keberhasilan tanaman membuat bisnis industri benih dan bibit memiliki prospek pasar yang baik. Potensi industri pembenihan dan pembibitan dalam negeri cukup besar. Langkah-langkah yang dapat dilakukan oleh industri pembenihan dan pembibitan untuk meningkatkan kualitas benih dan bibit yang diproduksi adalah (Soetopo, 2011):

(1) meningkatkan produksi benih unggul dan bermutu untuk pemenuhan kebutuhan konsumen,
(2) meningkatkan efektivitas sistem jaminan mutu benih untuk mencapai standar mutu berdaya saing, dan
(3) memperbaiki sistem regulasi di semua lini yang berhubungan dengan pembenihan.

Pada sistem pembenihan dan pembibitan tanaman hortikultura ada tiga kegiatan utama yang harus dilakukan agar menghasilkan benih dan bibit yang berkualitas, yaitu (1) sertifikasi dan pengawasan mutu, (2) produksi, dan (3) distribusi. Salah satu aspek dalam manajemen mutu benih adalah manajemen kesehatan benih, yang meliputi pencegahan infeksi atau kontaminasi benih selama proses produksi benih, pencegahan terjadinya kontaminasi silang antar-lot benih selama panen, prosesing, pengemasan dan pendistribusian benih, mengurangi tingkat infeksi atau kontaminasi pada lot benih berpenyakit, tidak mendistribusikan benih terinfeksi ke daerah yang berpotensi menimbulkan resiko ledakan penyakit, mengembangkan dan menggunakan varietas resisten, dan melakukan inspeksi serta pengendalian penyakit dan gulma (Rukmana, 2021).

3. Proses Produksi Bibit

Hortikultura merupakan komoditas yang menghasilkan bahan pokok makanan atau pangan. Hortikultura komersial merupakan sistem produksi yang berorientasi pasar dan keuntungan (*profit oriented*). Jenis tanaman yang diusahakan merupakan jenis komoditi yang diperlukan sehari-hari. Pembibitan disebut juga dengan perbanyakan tanaman. Pembibitan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu generatif dan vegetatif. Generatif dilakukan dengan penggunaan biji, sedangkan vegetatif dilakukan dengan tangan manusia. Tanaman yang memerlukan penyemaian biasanya merupakan tanaman yang memiliki siklus panen menengah hingga panjang dan memiliki benih yang berukuran kecil. Bibit yang berkualitas dicirikan oleh kemampuannya beradptasi dengan lingkungan baru, dapat tumbuh dengan baik jika ditanam di lapangan, sehat dan seragam. Bibit yang akan ditanam harus memenuhi mutu genetik benih dan mutu fisik fisiologis bibit. Mutu genetik benih berkaitan dengan faktor bawaan yang ditentukan oleh gen benih, adapun mutu fisik fisiologis bibit menginformasikan tentang kondisi fisik bibit, antara lain kondisi batang, kesehatan bibit, tinggi dan diameter (Susep, 2020).

Proses produksi bibit tanaman hortikultura pada perusahaan Hely Seedling and Farm berdasarkan wawancara dengan bapak Hely (pemilik Hely Seedling and Farm) adalah:

(1) Membuat media tanam dari cocopeat (sabut kelapa) dengan pH yang berbeda, pupuk kandang, sekam padi, pupuk NPK, biofosfat, humatit, pupuk hayati cair, dan air.
(2) Mencampurkan semua bahan dan diaduk dengan menggunakan cangkul.
(3) Memasukkan media tanam ke dalam wadah plastik berdiameter 4 cm dan panjang 1 meter.
(4) Memotong plastik yang telah diisi media tanam dengan panjang 6 cm dan dimasukkan ke dalam kotak bambu dengan jumlah 104 plastik media tanam.

(5) Memasukkan benih tanaman hortikultura ke dalam media tanam
(6) Memindahkan semua media tanam yang telah ditanami benih ke rumah benih untuk dilakukan perawatan sampai tumbuh menjadi bibit dan siap untuk dipasarkan.

4. Harga Pokok Produksi

Menurut Hansen dan Mowen (2000) dalam Anton (2012) harga pokok produksi adalah total biaya yang dikeluarkan oleh setiap perusahaan pada setiap unit barang atau jasa yang diproduksi. Pengertian harga pokok produksi adalah total biaya biaya dari bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik yang terjadi sehubungan dengan kegiatan manufaktur yang diproduksi pada setiap produk. Harga pokok produksi memiliki unsur-unsur biaya yang terdiri dari berbagai macam jenis biaya. Unsur-unsur harga pokok produksi adalah:

(1) Biaya Bahan Baku
Biaya bahan baku merupakan harga pokok bahan yang digunakan dalam produksi untuk membuat suatu produk. Biaya bahan baku merupakan bagain dari harga pokok barang jadi yang akan dibuat.
(2) Biaya Tenaga Kerja Langsung
Biaya tenaga langsung merupakan gaji dan upah yang diberikan kepada tenaga kerja yang terlibat langsung dalam pengolahan produk.
(3) Biaya *Overhead* Pabrik
Biaya *overhead* pabrik disebabkan oleh pemakaian fasilitas untuk mengolah barang berupa bahan penunjang, biaya listrik, biaya bensin, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya penyusutan, dan biaya pajak. Unsur-unsur biaya yang diperhitungkan digunakan untuk menentukan harga pokok produksi.

Pendekatan dalam menghitung biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat dua macam, yaitu dengan menggunakan metode *full costing* dan *variable costing*.

a. *Full costing*

Full costing, merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi. Harga pokok produksi yang dihitung melalui pendekatan *full costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* pabrik tetap) ditambah dengan biaya non-produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum). Metode *full costing* menunda pembebanan biaya *overhead* pabrik tetap sebagai biaya sampai saat produk yang bersangkutan dijual. Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya produksi yang belum termasuk biaya bahan baku maupun biaya sumberdaya manusia langsung. Biaya *overhead* pabrik tetap merupakan biaya yang tidak berubah walaupun terjadi perubahan volume produksi, sedangkan biaya *overhead* pabrik merupakan biaya yang terus berubah seiring dengan perubahan volume aktivitas.

b. *Variable costing*

Variable costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi. Harga pokok produksi yang dihitung dengan menggunakan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik) ditambah dengan biaya non-produksi variabel (biaya pemasaran dan biaya administrasi & umum) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik, biaya pemasaran dan biaya administrai dan umum). Metode *variable costing* tidak menyetujui penundaan pembebanan biaya *overhead* pabrik tetap tersebut, karena menurut metode *variable costing*, penundaan pembebanan suatu biaya hanya bermanfaat jika dengan penundaan tersebut diharapkan dapat dihindari terjadinya biaya yang sama dalam periode yang akan datang (Nurul, 2017).

Perbedaan metode *full costing* dan *variable costing*, yaitu pada metode *full costing* menggunakan biaya *overhead* pabrik tetap dan biaya *overhead* pabrik variabel, sedangkan pada metode *variable costing* hanya menghitung biaya *overhead* pabrik variabel. Metode *full costing* menampilkan total biaya *overhead* secara komprehensif karena mempunyai dua jenis biaya di dalamnya, yaitu biaya *overhead* tetap dan biaya *overhead* variabel. Cara ini dapat menunda biaya *overhead* ketika produk tersebut belum laku di pasaran. Metode *variable costing* kurang cocok digunakan pada kegiatan usaha yang bersifat musiman, karena akan menyebabkan kerugian yang disebabkan karena tidak memasukkan biaya *overhead* tetap, sehingga nilai persediaan menjadi lebih rendah (Dewiningrum, 2012).

5. Keuntungan

Keuntungan merupakan hasil dari kegiatan penjualan barang atau jasa di sebuah perusahaan dalam periode tertentu. Keuntungan digunakan sebagai indikator penting dalam usaha, karena merupakan sumber utama dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keuntungan adalah selisih antara pendapatan dengan semua biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usaha. Keuntungan bersih adalah pendapatan yang dikurangi dengan biaya variabel dan biaya tetap. Menurut Supriyono (2002), biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dinyatakan dengan uang untuk menghasilkan produksi. Biaya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

(1) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku utama yang dipakai untuk memproduksi barang.

(2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja utama yang langsung berhubungan dengan produk yang diproduksi dari bahan baku mentah menjadi barang jadi.

(3) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang, selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik terdiri dari:

a. Biaya Bahan Tidak Langsung

   Biaya bahan tidak langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu produk, namun pemakaiannya sedikit.

b. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

   Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar gaji tenaga kerja, namun tenaga kerja tersebut secara tidak langsung mempengaruhi pembuatan barang jadi.

c. Biaya Tidak Langsung Lainnya

   Biaya langsung lainnya adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang yang secara tidak langsung berkaitan dengan produksi barangnya.

Menurut Soekartawi (2006) penerimaan adalah perkalian antara produksi dengan harga jual dan semua biaya yang dikeluarkan dalam suatu usaha. Keuntungan usaha adalah selisih antara penerimaan dan pengeluaran. Pernyataan ini secara matematis dapat dituliskan sebagai:

$$TR = Y \times Py \qquad (1)$$

Keterangan:
TR = *Total Revenue*
Y = tingkat *output*
Py = harga *output*

Keuntungan usaha dapat diketahui dengan menghitung selisih antara penerimaan dengan pengeluaran. Secara matematis pernyataan ini dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC \quad \text{.....(2)}$$

Keterangan:
π = keuntungan
TR = total penerimaan
TC = total biaya

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengukur keuntungan adalah dengan menggunakan metode analisis R/C Rasio (*Return Cost Ratio*). Metode ini dilakukan dengan membandingkan penerimaan dengan biaya. Secara matematis R/C rasio dapat dituliskan sebagai:

$$R/C = \frac{Py \times Y}{(FC+VC)} \quad \text{.....(3)}$$

Keterangan:
R/C = *Revenue Cost Ratio*
Py = harga *output*
Y = *output*
TFC = total biaya tetap (*Total Fix Cost*)
TVC = total biaya variabel (*Total Variable Cost*)

Secara teoritis apabila nilai dari R/C Rasio = 1 artinya usaha yang dijalankan berada pada kondisi yang tidak untung maupun tidak rugi atau BEP (*Break Event Point*). Nilai dari R/C Rasio < 1 artinya usaha yang dijalankan berada pada kondisi yang merugikan dan tidak efisien. Nilai dari R/C Rasio > 1 artinya usaha yang dijalankan berada pada kondisi yang menguntungkan dan efisien.

6. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator keberhasilan dari suatu usaha. Suatu usaha dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya (Sumarwan, 2002).

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014), kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen terpenuhi. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas,pelayanan dan nilai. Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Pada jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Secara umum pelayanan adalah kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Pada umumnya pelayanan yang diberikan oleh produsen atau perusahaan yang memiliki kualitas yang baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering (Indrasari, 2019).

Menurut Tjiptono (2011), kualitas konsumen adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Produk yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan konsumen. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen semakin tinggi. Bila kepuasan konsumen semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut.

Keinginan setiap perusahaan adalah memuaskan kebutuhan konsumen. Memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan (Indrasari, 2019).

Kepuasan konsumen memberikan banyak manfaat bagi perusahaan. Kepuasan konsumen dalam jangka panjang akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik daripada terus menerus menarik dan membina konsumen baru untuk menggantikan konsumen yang pergi. Konsumen yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut dan akan menjadi iklan berjalan bagi suatu perusahaan, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru. Kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen diantaranya:

(1) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.
(2) Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
(3) Pengalaman dari teman-teman.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu tentang analisis harga pokok produksi, keuntungan dan kepuasan konsumen telah banyak dilakukan. Tinjauan penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan. Informasi penelitian tentang analisis harga pokok produksi, keuntungan dan kepuasan konsumen yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang digunakan sebagai rujukan dan pembanding pada penelitian disajikan pada Tabel 5.

Penelitian ini menganalisis analisis harga pokok produksi, keuntungan dan kepuasan konsumen pada perusahaan Hely Seedling and Farm yang berada di Kabupaten Lampung Tengah. Penelitian ini menganalisis harga pokok produksi yang bertujuan untuk menentukan harga jual produk bibit hortikultura dan media semai yang diduga belum diperhitungkan oleh pemilik usaha. Analisis keuntungan yang digunakan adalah metode *Revenue Cost*

(R/C). Analisis kepuasan konsumen yang dilakukan adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan melihat perspektif konsumen.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Riani, Zakaria dan Endaryanto (2021) adalah sama-sama menghitung harga pokok produksi pada usaha pembibitan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat pada penelitian Riani, dkk tersebut adalah metode yang digunakan. Penelitian tersebut menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data, sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Dalam hal perhitungan harga pokok produksi penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Solekhah, Zakaria dan Marlina (2018). Solekhah, dkk menghitung harga pokok produksi dengan menggunakan metode analisis perhitungan pendapatan total serta aturan *mark up* dan biaya total, sedangkan penelitian ini menggunakan metode *full costing* dan *variable costing*.

Tabel 5. Kajian penelitian terdahulu

No	Judul/Peneliti/ Tahun	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Analisis Harga Pokok Produksi dan Keuntungan Usaha Pembibitan Lada di Desa Sukadana Baru Kecamatan Marga Tiga Kabupaten Lampung Timur (Riani, Zakaria dan Endaryanto, 2021).	Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei.	Metode yang digunakan dalam perhitungan HPP adalah metode *variable costing* dan *full costing*. Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis keuntungan bibit lada lokal dan anjuran adalah analisis deskriptif kuantitatif.	Harga pokok produksi bibit lada lokal lebih besar dari bibit lada anjuran. Besar harga pokok produksi bibit lada lokal dengan metode variabel costing berkisar Rp1.103,86 - Rp1.466,68 dan dengan metode *full costing* berkisar Rp1.351,71 Rp1.754,59. Harga pokok produksi bibit lada anjuran dengan metode variabel costing berkisar Rp821,38 - Rp1.011,09 dan dengan metode *full costing* berkisar Rp1.011,90 - Rp1.305,09 Bibit lada lokal menghasilkan keuntungan atas biaya tunai dalam satu tahun sebesar Rp1.516.229,08 Rp3.527.046,11 dan atas biaya total sebesar Rp1.016.002,78 - Rp2.764.370,65. Keuntungan Bibit lada anjuran atas biaya tunai dalam satu tahun sebesar Rp4.823.589,37 - Rp12.628.495,56 dan atas biaya total sebesar Rp2.297.595,11 – Rp8.763.441,85.
2.	Analisis Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan Jagung di Kecamatan Sekampung Udik Kabupaten Lampung Timur (Solekhah, Zakaria dan Marlina, 2018).	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei.	Metode analisis harga pokok produksi menggunakan perhitungan pendapatan total serta aturan *mark up* biaya total.	Usahatani jagung di Desa Sidorejo Kecamatan Sekampung Udik Kabupaten Lampung Timur sudah menguntungkan (dilihat dari harga jual petani responden sebesar Rp 1.741,04 meskipun masih di bawah harga harga acuan pembelian menurut Peraturan Menteri Perdagangan RI) serta R/C rata-rata di atas 1,20 yang berarti bahwa setiap Rp 1,00 yang dikeluarkan akan menghasilkan Rp 1,20. Tidak ada

Tabel 5. Lanjutan

				perbedaan harga pokok produksi antar keempat merek benih jagung yang ditanam oleh petani responden.
3.	Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Pisang di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran (Salsabilla, Haryono dan Syarief, 2019).	Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei.	Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif kuantitatif.	Agroindustri keripik pisang di Desa Sungai Langka menguntungkan karena nilai R/C > 1, yaitu R/C sebesar 1,37 atas biaya tunai dan 1,35 atas biaya total. Agroindustri di Desa Sungai Langka memiliki nilai tambah yang positif yaitu Rp3.758,26 per kilogram bahan baku, sehingga menguntungkan dan layak diusahakan.
4.	Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Penentuan Harga Jual Pada Cv. Minahasa Mantap Perkasa (Setiadi, Saerang dan Runtu, 2014).	Metode penelitian yang digunakan adalah metode komparatif yaitu membandingkan antara konteks satu atau domain satu dibandingkan yang lain.	Metode analisis yang digunakan adalah analisis data deskriptif. Metode deskriptif merupakan suatu cara penelitian yang menggambarkan atau menguraikan keadaan dari objek penelitian (perusahaan) berdasarkan faktor-faktor yang nyata di situasi yang akan diteliti dan membandingkan dengan teori yang ada.	Pengumpulan biaya produksi dilakukan dengan metode harga pokok proses dengan pendekatan *full costing*, tujuannya untuk memenuhi persediaan di gudang, dan jumlahnya sama dari waktu ke waktu. Penentuan harga jual produk yang dibebankan kepada konsumen dibuat berdasarkan biaya produksi per unit ditambah persentase Markup. Persentase markup yang diinginkan perusahaan yaitu sebesar 30% dari biaya produksi per unit dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih memadai dan dapat menutup biaya produksi yang telah dikeluarkan.

Tabel 5. Lanjutan

5.	Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan terhadap Laba Penjualan (Satriani dan Kusuma, 2020).	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus.	Metode yang digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif secara deskriptif, dimana penelitian ini menjabarkan faktor-faktor yang mempengaruhi laba perusahaan.	Proses perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan yang ada pada Industri makanan donat madu yakni: Perhitungan harga pokok produksi yaitu dengan cara menghitung persediaan bahan baku awal ditambah dengan total biaya pabrik (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja,biaya *overhead* pabrik) dan dikurangi persediaan bahan baku akhir.
6.	Analisis Perhitungan Biaya Bersama dalam Menentukan Harga Pokok Produksi untuk Produk Diversifikasi Songket pada Usaha Swastika Sidemen (Sundari, Atmaja dan Dewi, 2017).	Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus.	Metode perhitungan biaya bersama dalam menentukan harga pokok produksi.	Informasi alokasi biaya bersama dari masing-masing produk selanjutkan digunakan untuk menentukan harga pokok produksi, dimana harga pokok produksi dihitung dengan cara menjumlahkan besarnya alokasi biaya bersama per produk dengan biaya tambahan dari produk tersebut, kemudian dibagi dengan jumlah kuantitas atau volume produk tersebut dalam satu kali proses produksi sehingga didapatlah masing-masing harga pokok produksi tiap produknya. Hasil perhitungan harga pokok produksi yang diperoleh kamen sebesar Rp 1,652,971.09, saput sebesar Rp 835,338.32, udeng sebesar Rp 579,602.22, tas sebesar Rp 338,915.83 dan selendang sebesar Rp 167,244.72. Perhitungan harga pokok produksi tersebut nantinya dapat dijadikan acuan oleh Usaha Swastika untuk mengetahui benar tidaknya selama ini penentuan harga jual yang ditetapkan untuk setiap produknya.

Tabel 5. Lanjutan

7.	Alokasi *Joint Cost* dalam Menentukan Harga Pokok Produksi pada Wingko Babat Hj. Wiwiek (Yuniyanti, 2015).	Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus.	Analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif.	Perhitungan harga pokok produksi menurut asumsi perusahaan tidak dilakukan secara rinci, sehingga biaya produksi tidak teralokasikan secara jelas sesuai dengan metode yang ada. Berdasarkan perhitungan alokasi biaya bersama menurut metode market value diketahui bahwa biaya bersama sebesar Rp6.030.076,59 dialokasikan ke masing-masing produk individu.
8.	Analisis Kepuasan Konsumen Pembibitan Buah Buahan di Kios Suka Makmur Desa Pekelongan Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Jatmiko, Afriani dan Kusmaria, 2019)	Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus.	Metode analaisis yang digunakan adalah analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance and Performance Analysis* (IPA).	Tingkat kepuasan konsumen terhadap pembibitan buah-buahan di kios Suka Makmur tergolong puas. Hal ini terlihat dari perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) bahwa nilai indeks kepuasan konsumen sebesar 0,71.
9.	Analisis Pendapatan Usahatani Sayuran di Kelompok Tani Jaya, Desa Ciaruteun Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor (Normansyah,	Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei.	Metode analisis yang digunakan adalah analisis pendapatan usahatani, analisis R/C ratio (Return Ana Cost ratio)	Nilai R/C rasio atas biaya total sebesar 2,99 dan nilai B/C ratio atas biaya total sebesar 1,99. Dengan nilai R/C ratio atas biaya total sebesar 2,99 dan B/C ratio atas biaya total sebesar 1,99 menunjukan bahwa kondisi usahatani sayuran ini layak untuk dijalankan dan memiliki prospek yang bagus untuk dikembangkan. Berdasarkan hasil perhitungan pendapatan, R/C Rasio, B/C Rasio, dan Break Even Point (BEP). Dengan R/C

Tabel 5. Lanjutan

	Rochaeni dan Humaerah, 2014).			> 1, B/C > 0 serta BEP produksi di bawah produksi real dan BEP harga dibawah harga real maka dapat diketahui bahwa usahatani sayuran ini layak untuk dijalankan dan memiliki prospek usaha yang bagus untuk dikembangkan.
10.	Analisis Bauran Pemasaran, Risiko, dan Kinerja Keuangan Agroindustri Kopi Bubuk Cap Obor Mas Lampung, di Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara (Akbar, Lestari dan Nugraha, 2020).	Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus.	Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif.	Kegiatan pemasaran sudah menerapkan tujuh komponen bauran pemasaran, akan tetapi pada komponen promosi kurang diterapkan dengan optimal karena masih menggunakan metode personal selling. Risiko yang dihadapi oleh Agroindustri KBCOML adalah bernilai rendah, dan Agroindustri sudah menerapkan Manajemen Risiko ISO 31000: 2009 berdasarkan risiko operasional yang terjadi yang terdiri dari risiko proses, risiko sumberdaya manusia, dan risiko insidental. Kinerja keuangan agroindustri berdasarkan analisis rasio likuiditas dan rasio aktivitas masuk dalam kategori cukup baik, sedangkan pada rasio solvabilitas dan rasio profitabilitas masuk dalam kategori buruk.
11.	Sikap dan Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Bolen Pisang CV Mayang Sari di Kota Bandar Lampung (Meisanto, Adawiyah dan Kasymir, 2021)	Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei.	Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Customer satisfaction Index* (CSI) dan *Importance and Performance Analysis* (IPA)	Tingkat kepuasan konsumen dengan menggunakan analisis dalam mengkonsumsi bolen pisang CV Mayang Sari berada pada kriteria sangat puas yaitu sebesar (83,82%). Berdasarkan Diagram Kartesius terdapat satu atribut yang masuk ke dalam kuadran I (Prioritas Utama) yaitu atribut rasa. Pada kuadran II (Pertahankan Prestasi) terdapat satu atribut yaitu atribut harga, sedangkan pada kuadran III (Prioritas Rendah) terdapat atribut ukuran dan kemudahan

Tabel 5. Lanjutan

	memperoleh produk, dan pada kuadran IV (Berlebihan) terdapat beberapa atribut yaitu tekstur, varian rasa, dan kemasan produk.

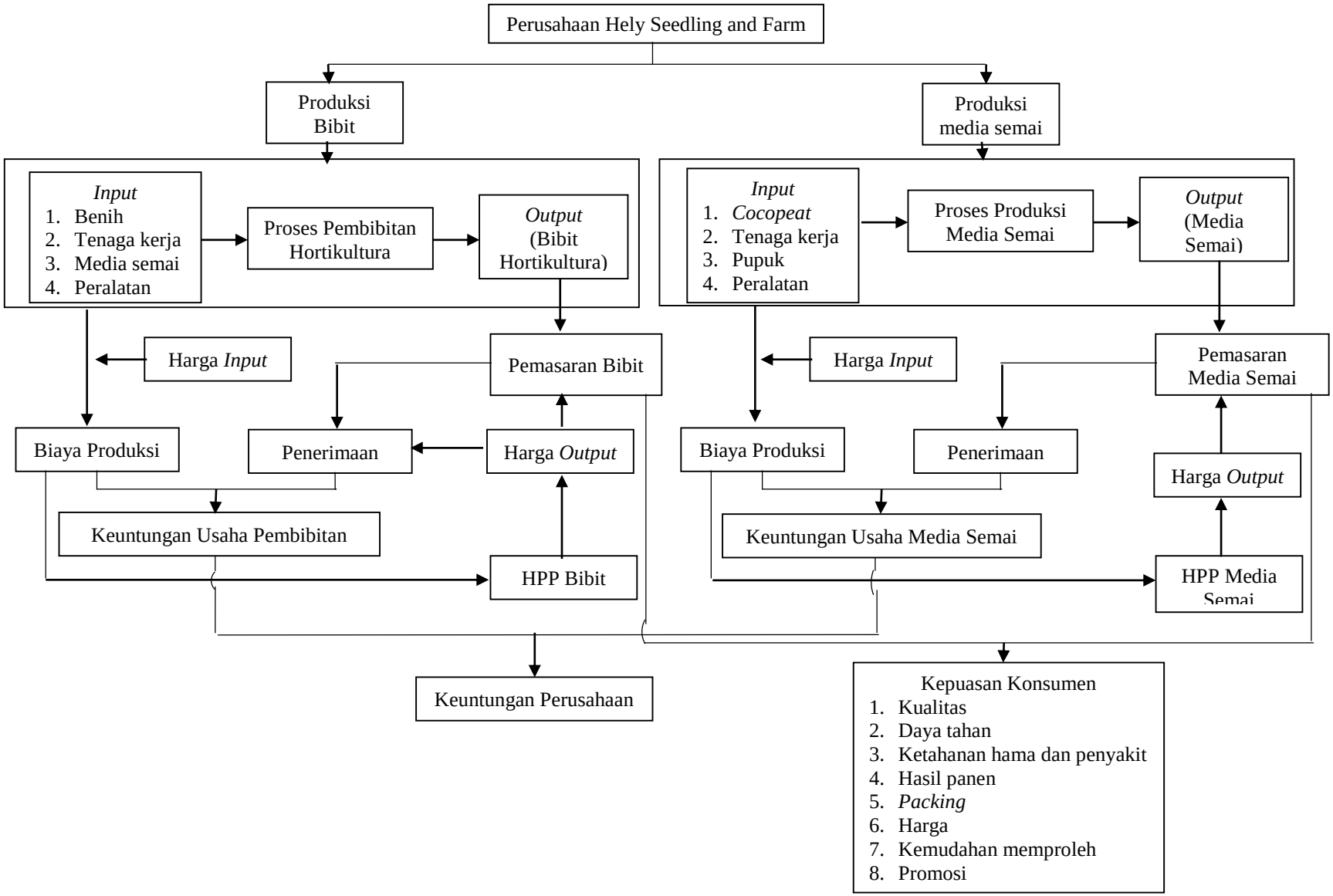
C. Kerangka Pemikiran

Perusahaan Hely Seedling and Farm merupakan salah satu perusahaan hortikultura yang memproduksi bibit.dan penyedia media tanam. Pemilik perusahaan mendirikan Hely Seedling and Farm bertujuan untuk mengatasi permasalahan petani dalam melakukan pembibitan. Pembibitan yang dilakukan oleh para petani banyak yang mengalami kegagalan dan menguras banyak waktu sehingga berdirilah perusahaan Hely Seedling and Farm. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2017, meskipun tergolong perusahaan baru tetapi pendapatan Hely Seedling and Farm setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan sehingga penting untuk diteliti.

Hely Seedling and Farm memproduksi bibit tumbuhan hortikultura khususnya bibit cabai, terong, tomat, seledri, loncang, dan kembang kol. Permintaan benih dan bibit yang besar dari petani menjadikan Hely Seedling and Farm tersebut memiliki penjualan yang besar. Perusahaan Hely Seedling And Farm harus mampu mempertahankan kualitas bibit yang diproduksinya dan mengamati keinginan konsumen yang berkaitan dengan pemasaran.

Usaha pembibitan tanaman hortikultura dan media semai yang dilakukan oleh Perusahaan Hely Seedling and Farm terdiri dari *input*, proses produksi, dan *output*. *Input* pada produksi bibit tanaman berupa benih, tenaga kerja, media semai, dan peralatan. *Input* pada produksi media semai berupa *cocopeat,* tenaga kerja, pupuk, dan peralatan. Agar *input* tersedia maka membutuhkan biaya produksi. Biaya produksi akan menentukan harga pokok produksi, harga pokok produksi akan menentukan harga *output* atau harga jual bibit hortikultura dan media semai. Harga *output* akan mempengaruhi harga di pasar sehingga membuat penerimaan. Melalui penerimaan dapat dihitung keuntungan perusahaan. Pada pemasaran terdapat pelayanan pelanggan. Perusahaan harus melakukan pelayanan yang baik kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas dan kembali membeli produk-produk yang ada sehingga perusahaan dapat berkembang lebih pesat lagi. Pada penelitian ini pelayanan pelanggan dilihat berdasarkan kepuasan konsumen terhadap bibit hortikultura yang diproduksi perusahaan Hely Seedling and Farm. Kepuasan

konsumen dilihat dari 8 (delapan) atribut, yaitu kualitas bibit, daya tahan bibit, ketahanan terhadap hama dan penyakit, hasil panen bibit, *packing*, harga bibit, kemudahan memperoleh, dan promosi perusahaan. Bagan alir analisis harga pokok produksi, keuntungan dan kepuasan konsumen bibit tanaman hortikultura di perusahaan Hely Seedling and Farm dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Bagan alir pemikiran "Analisis Harga Pokok Produksi, Keuntungan dan Kepuasan Konsumen Bibit Tanaman Hortikultura di Kabupaten Lampung Tengah", 2021

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus. Metode studi kasus merupakan metode yang bertujuan untuk mempelajari dan menyelidiki suatu kejadian atau fenomena mengenai individu yang menjadi objek penelitian (Bimo, 2010). Metode studi kasus digunakan untuk memperoleh data secara lengkap pada perusahaan Hely Seedling and Farm di Kabupaten Lampung Tengah mengenai analisis harga pokok produksi, keuntungan dan kepuasan konsumen perusahaan tersebut.

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan batasan operasional merupakan pengertian yang digunakan untuk memperoleh data dan melakukan analisis yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

Tanaman hortikultura memiliki beberapa macam golongan, diantaranya tanaman sayuran (*olektura*), tanaman hias (*florikultura*), tanaman buah-buahan (*frutikultura*), dan tanaman obat-obatan (*biofarmaka*).

Perusahaan adalah bentuk usaha yang menjalankan jenis usaha yang bersifat tetap, terus menerus, yang didirikan, bekerja dan berkedudukan dalam wilayah Indonesia, untuk tujuan memperoleh keuntungan/laba.

Perusahaan hortikultura Hely Seedling and Farm adalah perusahaan yang bergerak dalam kegiatan budidaya/pembibitan tanaman hortikultura di atas lahan yang dikuasai, dengan tujuan ekonomi/komersial. Selain memproduksi

bibit tanaman hortikultura, perusahaan Hely Seedling and farm juga memproduksi media semai.

Pembibitan adalah kegiatan memproduksi bibit tanaman, baik secara generatif ataupun vegetatif. Pembibitan pada Hely Seedling and Farm merupakan proses produksi bibit tanaman hortikultura, seperti cabai, terong, tomat, seledri, loncang, dan kembang kol yang dimasukkan ke dalam media tanam.

Produksi bibit adalah kegiatan pembibitan yang dilakukan oleh Hely Seedling and Farm yang menggunakan *input* seperti media tanam, benih, pupuk, pestisida, dan tenaga kerja untuk menghasilkan *output* berupa bibit tanaman cabai, terong, tomat, seledri, loncang, dan kembang kol. Proses produksi dalam penelitian ini diukur dalam satu kali proses produksi.

Input adalah adalah bahan dan alat yang digunakan dalam proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan Hely Seedling and Farm untuk menghasilkan produk berupa bibit tanaman hortikultura. *Input* yang digunakan diantaranya benih, tenaga kerja, media tanam, pupuk, dan pestisida.

Benih atau biji adalah bahan tanam yang digunakan untuk memulai kehidupan tanaman. Benih tanaman yang digunakan Hely Seedling and Farm diantaranya adalah benih cabai, terong, tomat, seledri, loncang, dan kembang kol, dinyatakan dalam satuan gram per produksi (gr/produksi).

Tenaga kerja adalah orang yang melakukan proses produksi pembibitan yang dilakukan oleh Hely Seedling and Farm. Biaya tenaga kerja merupakan biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja secara langsung dalam proses produksi pembibitan yang dihitung berdasarkan tingkat upah yang berlaku, dinyatakan dalam satuan rupiah per HOK (Rp/HOK).

Media semai adalah media yang digunakan untuk menumbuhkan tanaman, tempat akar atau bakal akar akan tumbuh dan berkembang, tempat berpegangnya akar, tempat tajuk tanaman dapat tegak kokoh, dan sebagai sarana untuk menghidupi tanaman. Media semai yang digunakan Helly

Seedling and Farm adalah serabut kelapa (cocopeat) yang dicampurkan dengan pupuk kandang, sekam padi, pupuk NPK, biofosfat, humatit, pupuk hayati cair, dan air. Media semai dinyatakan dalam satuan kilogram per produksi (kg/produksi).

Produksi media semai adalah proses pencampuran *input* untuk menghasilkan *output* berupa media semai. Input yang digunakan adalah *cocopeat*, tanah, dan pupuk.

Cocopeat adalah media tanam organik yang berbahan dasar serbuk sabut buah kelapa. *Cocopeat* mempunyai kemampuan daya serap dan menyimpan air yang cukup tinggi dibandingkan dengan tanah.

Tanah adalah media tanam yang menyediakan faktor-faktor utama untuk pertumbuhan tanaman, yaitu unsur hara, air, dan udara dengan fungsinya sebagai media tunjangan mekanik akar dan suhu tanah.

Pupuk adalah material yang ditambahkan pada media tanam atau tanaman untuk mencukupi kebutuhan hara yang diperlukan tanaman sehingga mampu berproduksi dengan baik. Pupuk terdiri dari dua jenis, yaitu pupuk organik dan pupuk anorganik.

Pupuk organik adalah pupuk yang tersusun dari materi mahluk hidup, seperti pelapukan sisa-sisa tanaman, hewan, dan manusia. Pupuk organik yang digunakan oleh Hely Seedling and Farm adalah pupuk kandang dan pupuk hayati cair, dinyatakan dalam satuan kilogram per produksi (kg/produksi).

Pupuk anorganik adalah pupuk yang dibuat oleh pabrik dengan mencampur bahan-bahan kimia (anorganik) dengan tingkat kadar hara yang tinggi. Pupuk anorganik yang digunakan oleh Hely Seedling and Farm adalah pupuk NPK, biofosfat, dan humatit, dinyatakan dalam satuan kilogram per produksi (kg/produksi).

Pestisida adalah zat kimia maupun bahan jasad renik yang digunakan untuk mencegah hama penyakit yang berpotensi merusak tanaman dan mengganggu hasil pertanian, dinyatakan dalam satuan liter per produksi (liter/produksi).

Peralatan adalah serangkaian alat yang digunakan dalam proses pembibitan dan produksi media semai. Peralatan yang digunakan oleh perusahaan Hely Seedling and Farm, yaitu cangkul, sekop, gerobak sorong, selang, dan polibag.

Harga *input* merupakan harga atau nilai dari *input* yang digunakan dalam proses produksi, diukur dalam satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Output adalah produk yang dihasilkan perusahaan Hely Seedling and Farm dari pengolahan *input* yang berupa bibit dan media semai. Bibit adalah bahan tanam yang berasal dari benih yang disemai dan telah berkecambah untuk menuju proses pertumbuhan dan perkembangan tanam selanjutnya. Bibit tanaman yang dihasilkan, yaitu cabai, tomat, terong, kembang kol yang dijual dalam satuan box atau kotak dan dinyatakan dalam satuan batang.

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi bibit tanaman hortikultura dan media semai. Biaya produksi terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel, dinyatakan dalam satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Biaya bersama digunakan ketika perusahaan menghasilkan produk lebih dari satu atau terdiri dari beberapa produk. Perusahaan Hely Seedling and Farm menggunakan biaya bersama pada penggunaan peralatan untuk memproduksi bibit, listrik, bensin, pajak, tenaga kerja pengangkutan.

Penerimaan usaha pembibitan dan media semai adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari hasil menjual produknya, dalam hal ini bibit dan media semai yang dihitung dengan mengalikan jumlah produksi dengan harga produksi dan dinyatakan dalam satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Keuntungan usaha pembibitan adalah seluruh penerimaan produk bibit yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dan diukur dalam satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Keuntungan usaha media semai adalah seluruh penerimaan produk media semai yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dan diukur dalam satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Keuntungan perusahaan adalah seluruh penerimaan produk bibit dan media semai yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi bibit dan media semai dan diukur dalam satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Harga pokok produksi adalah jumlah keseluruhan biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik dibagi dengan jumlah produksi yang diukur dalam satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Full costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik tetap dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Variable costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Pemasaran adalah suatu proses pemindahan komoditas dari petani produsen kepada konsumen akhir, sehingga transaksi yang dilakukan memberikan keuntungan bagi produsen dan konsumen.

Konsumen adalah semua individu yang membeli atau memperoleh produk bibit tanaman hortikultura pada perusahaan Hely Seedling and Farm.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan konsumen diukur dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja.

Tingkat kepentingan atribut adalah keyakinan pelanggan sebelum membeli suatu produk, dalam hal ini bibit tanaman hortikultura yang akan dijadikan standar acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

Tingkat kinerja atribut adalah suatu sistem yang bertujuan untuk membantu perusahaan menilai pencapaian suatu strategi. Penilaian tingkat kinerja,yaitu dengan memberikan skor 1 sampai 5, dari sangat tidak puas sampai sangat puas.

Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut kepuasan konsumen pada penelitian ini, yaitu harga, kualitas bibit, daya tahan bibit, *packing*, hasil panen bibit, ketahanan hama dan penyakit, kemudahan memperoleh, dan promosi perusahaan.

Harga adalah nilai yang diberikan untuk nilai finansial suatu produk. Pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan dipengaruhi persepsinya terhadap harga. Penilaian tingkat kinerja atribut produk mengenai harga, yaitu dengan memberikan skor 1 sampai 5, dari sangat mahal sampai sangat murah.

Kualitas bibit adalah tingkat baik buruknya suatu bibit yang mampu berkecambah dalam kondisi yang cukup baik. Pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan dipengaruhi persepsinya terhadap kualitas bibit, karena bibit yang berkualitas akan mampu menghasilkan produktivitas yang tinggi. Penilaian tingkat kinerja atribut produk mengenai kualitas bibit, yaitu dengan memberikan skor 1 sampai 5, dari sangat buruk sampai sangat baik.

Daya tahan bibit adalah kemampuan daya hidup (viabilitas) bibit yang mencakup daya kecambah, kekuatan tumbuh bibit, dan mutu fisik bibit. Penilaian tingkat kinerja atribut produk mengenai daya tahan bibit, yaitu dengan memberikan skor 1 sampai 5, dari sangat buruk sampai sangat baik.

Packing adalah hal yang utama untuk menjaga bibit yang akan dikirimkan dapat terjaga dengan baik dan juga dalam kondisi yang tidak rusak. Penilaian tingkat kinerja atribut produk mengenai *packing*, yaitu dengan memberikan skor 1 sampai 5, dari sangat buruk sampai sangat baik.

Hasil panen bibit adalah besaran yang menggambarkan banyaknya tanaman yang diperoleh dalam satu siklus produksi. Penilaian tingkat kinerja atribut produk mengenai hasil panen, yaitu dengan memberikan skor 1 sampai 5, dari sangat tidak puas sampai sangat puas.

Ketahanan hama dan penyakit adalah tanaman yang menderita kerusakan yang lebih sedikit dibandingkan dengan tanaman lain dalam keadaan tingkat populasi hama yang sama dan keadaan lingkungan yang sama. Penilaian tingkat kinerja atribut produk mengenai ketahanan hama dan penyakit, yaitu dengan memberikan skor 1 sampai 5, dari sangat buruk sampai sangat baik.

Kemudahan memperoleh didefinisikan sebagai sejauh mana konsumen merasakan kemudahan dalam memperoleh atau membeli bibit. Penilaian tingkat kinerja atribut produk mengenai kemudahan memperoleh, yaitu dengan memberikan skor 1 sampai 5, dari sangat sulit sampai sangat mudah.

C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan di perusahaan tanaman hortikultura Hely Seedling and Farm yang beralamat di Jl. Dam Raman, Desa Sri Sawahan, Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa perusahaan Hely Seedling and Farm merupakan perusahaan yang mempunyai potensi untuk berkembang pesat.

Responden pada penelitian ini terdiri dari dua kelompok, yaitu produsen dan konsumen. Responden untuk mengumpulkan data harga pokok produksi dan keuntungan adalah pemilik perusahaan Hely Seedling and Farm dan responden untuk mengumpulkan data kepuasan konsumen adalah konsumen yang berjumlah 40 orang. Teknik pengambilan sampel konsumen dilakukan dengan menggunakan metode *non-probability sampling*, jenisnya adalah *accidental sampling* yang merupakan teknik pengumpulan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti di perusahaan Hely Seedling and Farm dapat digunakan sebagai sampel. Penentuan jumlah sampel dalam menganalisis pelayanan pelanggan menggunakan rumus Malhotra, dengan rumus:

$$\Sigma \text{sampel} = \text{variabel atribut produk} \times 5 \quad (4)$$

Atribut yang digunakan untuk menganalisis pelayanan pelanggan ada 8 (delapan), yaitu harga, kualitas bibit, daya tahan bibit, *packing*, hasil panen, ketahanan terhadap hama dan penyakit, kemudahan memperoleh, dan promosi perusahaan. Penggunaan rumus Malhotra dianggap sesuai karena besarnya jumlah sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah variabel/indikator dengan 5 (Sugiyono, 2012). Pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner dan wawancara secara langsung agar mendapatkan data yang sesuai dengan fakta yang sebenarnya terjadi di lapangan. Pengumpulan data dimulai pada bulan Februari 2022-Maret 2022

D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik dan konsumen Hely Seedling and Farm menggunakan kuesioner. Wawancara merupakan kegiatan penggalian informasi dan data berdasarkan pertanyaan yang diberikan sebagai alat bantu pengumpulan data. Data

sekunder merupakan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistika, lembaga terkait, publikasi, laporan-laporan dan pustaka lainnya.

Pengujian validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji atribut kepuasan konsumen. Uji validitas dan reliabilitas berguna untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang disusun benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid. Instrumen dikatakan valid artinya menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mengumpulkan data tersebut valid dan dapat digunakan untuk mengukur data yang seharusnya diukur. Menurut Sufren dan Natanael (2013), nilai validitas dapat diketahui dengan mencari r hitung dan dibandingkan dengan r tabel. r hitung dapat diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$\text{r hitung} = \frac{n\,(\Sigma X1)-(\Sigma X1)(\Sigma Y1)}{\sqrt{\{n\,\Sigma X1^2-(\Sigma X1)^2\}\,\{n\,\Sigma Y1^2-(\Sigma Y1)^2\}}} \quad \text{.....(5)}$$

Keterangan:
r = koefisien korelasi (validitas)
X = skor pada atribut item n
Y = skor total atribut
XY= skor pada atribut item n dikalikan skor total
n = banyaknya atribut

Instrumen dianggap valid jika:

- Nilai *corrected item* dari total *correlation* bernilai > 0,2 maka instrumen tersebut valid.
- Nilai *corrected item* dari total *correlation* bernilai < 0,2 maka instrumen tersebut tidak valid.

Berdasarkan hasil pengujian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang diberikan kepada konsumen diperoleh hasil pada setiap atribut adalah valid, hal ini karena seluruh atribut memiliki angka korelasi ≥ 0,361 dengan taraf kepercayaan 5%. Hasil uji validitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut bibit pada perusahaan Hely Seedling and Farm dapat dilihat pada Tabel 6 dan Tabel 7.

Tabel 6. Hasil uji validitas tingkat kepentingan konsumen Hely Seedling and Farm, tahun 2022

Atribut	R Hitung	R Tabel	Keputusan
Kualitas bibit	0,537	0,361	Valid
Daya tahan bibit	0,463	0,361	Valid
Ketahanan terhadap hama dan penyakit	0,435	0,361	Valid
Hasil panen bibit	0,380	0,361	Valid
Packing	0,579	0,361	Valid
Harga bibit	0,450	0,361	Valid
Kemudahan memperoleh	0,596	0,361	Valid
Promosi perusahaan	0,802	0,361	Valid

Tabel 7. Hasil uji validitas tingkat kinerja konsumen Hely Seedling and Farm, tahun 2022

Atribut	R Hitung	R Tabel	Keputusan
Kualitas bibit	0,718	0,361	Valid
Daya tahan bibit	0,636	0,361	Valid
Ketahanan terhadap hama dan penyakit	0,715	0,361	Valid
Hasil panen bibit	0,629	0,361	Valid
Packing	0,581	0,361	Valid
Harga bibit	0,552	0,361	Valid
Kemudahan memperoleh	0,509	0,361	Valid
Promosi perusahaan	0,643	0,361	Valid

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tertentu dapat dipercaya. Menurut Ghozali (2002), pengujian reliabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach* (α). Rumus *Alpha Cronbach* (α) adalah:

$$r = \frac{k}{k-1} \text{ x } \{1 - \frac{\Sigma Si}{St}\} \quad \text{.....(6)}$$

Keterangan:
r = nilai reliabilitas
ΣSi= jumlah varian skor tiap item
St = varian total
k = jumlah item
Instrumen dianggap reliabel jika:

- Nilai *Cronbach's alpha* bernilai > 0,60 maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.

- Nilai *Cronbach's alpha* bernilai < 0,60 maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Setelah dilakukan uji reliabilitas, diperoleh hasil pada Tabel 8 yang menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut pada perusahaan Hely Seedling and Farm yaitu lebih besar dari 0,6 yang artinya semua pertanyaan yang diajukan reliabel. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada perusahaan Hely Seedling and Farm, tahun 2022

	Cronbach's Alpha	Standard
Tingkat Kepentingan	0,636	0,600
Tingkat Kinerja	0,765	0,600

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menghitung harga pokok produksi, keuntungan, dan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang dilakukan perusahaan. Metode analisis data yang digunakan pada setiap tujuan dalam penelitian, yaitu:

1. Analisis Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi perusahaan Helly Seedling and Farm ditentukan dengan cara memperhitungkan unsur-unsur biaya. Unsur biaya yang diperhitungkan digunakan untuk menentukan harga pokok produksi. Harga pokok produksi adalah jumlah keseluruhan biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik dibagi dengan jumlah produksi. Faktor pendekatan dalam menghitung biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat dua macam, yaitu menggunakan metode *full costing* dan metode *variable costing.* Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing*

Jumlah produksi		(A)
a. Biaya bahan baku	(B)	
b. Biaya tenaga kerja	(C)	
c. BOP variabel:		
- Biaya pendukung	(D)	
- Biaya listrik	(E)	
- Biaya proses produksi lainnya (telepon, asuransi, insentif tenaga kerja, perlengkapan dan pemeliharaan bangunan)	(F)	
Jumlah BOP variabel (D+E+F)		(G)
d. BOP tetap		
- Biaya penyusutan	(H)	
Jumlah BOP tetap		(I)
Total harga pokok produksi (B+C+G+I)		(J)
Harga pokok produksi per unit (J/A)		(K)

Sumber: Mulyadi, 1991

Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *variable costing* dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Perhitungan harga pokok produksi dengan metode *variable costing*

Jumlah produksi		(A)
a. Biaya bahan baku	(B)	
b. Biaya tenaga kerja	(C)	
c. BOP variabel:		
- Biaya pendukung	(D)	
- Biaya listrik	(E)	
- Biaya proses produksi lainnya (telepon, asuransi, insentif tenaga kerja, perlengkapan dan pemeliharaan bangunan)	(F)	
Jumlah BOP variabel (D+E+F)		(G)
Total harga pokok produksi (B+C+G)		(H)
Harga pokok produksi per unit (H/A)		(I)

Sumber: Mulyadi, 1991

Perhitungan biaya produksi pada penelitian ini dilakukan dengan menghitung biaya bersama. Perhitungan biaya bersama diperlukan, karena perusahaan Hely Seedling and Farm memproduksi enam jenis bibit dan media semai. Pada penelitian ini, biaya bersama yang dianalisis dalam proses produksi adalah biaya penyusutan peralatan, biaya listrik, biaya pajak, biaya bensin, dan biaya tenaga kerja pengangkutan.

Perhitungan biaya bersama yang digunakan mengacu pada teori Mulyadi (2009), yaitu dengan menggunakan metode satuan fisik. Metode satuan fisik menentukan harga biaya bersama sesuai dengan manfaat yang ditentukan oleh masing-masing produk akhir. Pada metode ini, biaya bersama dialokasikan kepada produk atas dasar koefisien fisik kuantitas bahan baku yang terdapat dalam masing-masing produk. Koefisien fisik ini dinyatakan dalam satuan berat. Dengan metode ini produk bersama yang dihasilkan harus dapat diukur dengan satuan ukuran pokok yang sama. Selanjutnya, mengalokasikan total biaya bersama diantara produk bersama berdasarkan proporsi tersebut. Alokasi biaya bersama dengan metode satuan fisik dapat dirumuskan sebagai berikut:

Alokasi *joint cost* = $\frac{\Sigma \text{ unit masing-masing produk}}{\Sigma \text{ unit keseluruhan produk}}$ x biaya bersama.....(7)

2. Analisis Keuntungan Usaha

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua tentang keuntungan usaha digunakan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis keuntungan usaha menggunakan metode *Revenue Cost* (R/C). Penggunaan biaya tetap dan biaya variabel dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

TC = TFC + TVC.....(8)

Keterangan:
TC = Biaya total usaha dalam periode usaha
FC = Total biaya tetap (*Total fixed cost*)
VC = Total biaya variabel

Keuntungan usaha diperoleh dengan hasil penjualan produk dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan. Untuk menghitung keuntungan dapat menggunakan rumus:

Π = TR – TC.....(9)

Keterangan:
Π = Keuntungan

TR = Total penerimaan/*total revenue*
TC = Total biaya/*total cost*

Untuk mengetahui suatu usaha menguntungkan atau tidak secara ekonomi dapat dianalisis dengan menggunakan *Revenue cost ratio* (R/C rasio). *Revenue cost ratio* adalah perbandingan ukuran antara penerimaan usaha (*revenue*) dengan total biaya (*cost*), dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{R/C ratio} = \frac{\text{TR}}{\text{TC}} \quad \text{.....(10)}$$

Keterangan:
R/C ratio = *Revenue cost ratio*
TR = Total hasil penerimaan
TC = Total keseluruhan biaya produksi

Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah:

a. Jika R/C > 1, maka usaha mengalami keuntungan karena penerimaan lebih besar daripada biaya.
b. Jika R/C < 1, maka usaha mengalami kerugian karena penerimaan lebih kecil daripada biaya.
c. Jika R/C = 1, maka usaha mengalami impas karena penerimaan sama dengan biaya.

3. Analisis Kepuasan Konsumen

Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen pada perusahaan Hely Seedling and Farm adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan melakukan wawancara terhadap konsumen di perusahaan Hely Seedling and Farm terkait dengan kepuasan konsumen perusahaan Hely Seedling and Farm.

Persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang dilakukan perusahaan dianalisis dengan menggunakan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau indeks kepuasan konsumen dan analisis *Importance and Performance Analysis* (IPA). Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang

kemungkinan seorang pelanggan beralih ke produk lain, terutama jika pada produk tersebut berubah, baik mengenai harga maupun atribut lainnya. Metode ini digunakan untuk mengukur indeks kepuasan konsumen secara keseluruhan dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tahapan-tahapan pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah (Supranto, 2006):

(1) Menghitung *Weighting Factor* (WF), yaitu mengubah nilai kepentingan menjadi angka persen, sehingga diperoleh *Important Weight Factor* dengan total 100 persen. *Weighting Factor* adalah fungsi dari rata-rata skor kepentingan (RSP – i) masing-masing atribut dalam bentuk persentase (%) dari total rata-rata tingkat kepentingan (RSP – i) untuk seluruh atribut atau indikator uji. Rumus *Weight Factor* adalah sebagai berikut:

$$\textit{Weight Factor} = \frac{\text{RSP}}{\text{Total RSP}} \text{ x } 100\% \quad \text{.....(11)}$$

(2) Menghitung indeks kepuasan konsumen dengan cara sebagai berikut:

a. Menghitung *Weighted Score* (WS), yaitu perkalian antara Rata-rata Skor Kinerja (RSK) dengan *Weighting Factor* (WF), dengan rumus:

$$\textit{Weighted Score} = \text{RSK x WF} \quad \text{.....(12)}$$

b. Menghitung *Weighted Total* (WT), yaitu menunjukkan semua *Weighted Score* (WS) dengan semua atribut kualitas produk dan pelayanan.

c. Menghitung Indeks Kepuasan Konsumen, yaitu *Weighted Total* (WT) dibagi skala maksimal (*Highest Scale*/HS), yaitu skala likert maksimum (5) dikalikan 100 persen. Rumus CSI adalah sebagai berikut:

$$\text{CSI} = \frac{\text{WT}}{\text{HS}} \text{ x } 100\% \quad \text{.....(13)}$$

Kriteria penggolongan nilai CSI dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Kriteria penggolongan nilai CSI

Nilai CSI	Kriteria CSI
81%-100%	Sangat puas
66%-80%	Puas
51%-65%	Cukup puas
35%-50%	Kurang puas
0%-34%	Tidak puas

Sumber: Ayuni, 2017

Penilaian kepuasan konsumen menggunakan skala *Likert* yang dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Skor penilaian tingkat kepuasan konsumen

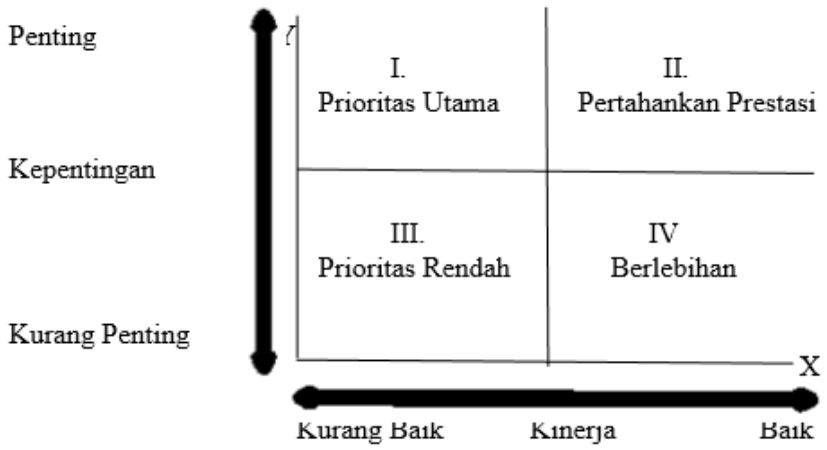
Skor	Kepuasan
Skor 1	Sangat tidak puas
Skor 2	Tidak puas
Skor 3	Cukup puas
Skor 4	Puas
Skor 5	Sangat puas

Sumber: Stenley, 2009.

Analisis *Importance and Performance Analysis* (IPA) menghasilkan empat kuadran yang terbentuk dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Tingkat kepentingan adalah seberapa penting suatu atribut bagi pelanggan, sedangkan tingkat kinerja adalah aktual dari atribut yang dirasakan oleh konsumen. Tingkat kinerja erat kaitannya dengan penilaian konsumen. Setiap kuadran yang terbentuk merupakan penilaian dari konsumen terhadap atribut-atribut suatu produk.

Kuadran-kuadran yang telah terbentuk akan disimpulkan mengenai produk yang ada di pasaran dan bagaimana produk yang diharapkan oleh konsumen sehingga produsen dapat mengambil tindakan terkait dengan upaya untuk menghasilkan suatu produk yang dapat memuaskan konsumen. Menurut Ong (2014) hasil dari analisis *Importance and*

Performance Analysis (IPA) disajikan dalam diagram kartesius dimana penilaian kepentingan konsumen ditunjukkan dengan sumbu Y, sedangkan penilaian kinerja ditunjukkan dengan sumbu X. Diagram kartesius dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram kartesius *Importance Performance Analysis*

Strategi yang dapat dilakukan sesuai dengan posisi masing-masing variabel pada ke empat kuadran tersebut adalah:

a. Kuadran I (Prioritas Utama)
   Kuadran I memuat variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi pada kenyataannya variabel-variabel ini belum sesuai dengan harapan konsumen (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)
   Kuadran II memuat variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen, dan variabel-variabel ini dianggap sudah sesuai sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk unggul di mata konsumen.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran ini memuat variabel-variabel yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerjanya juga kurang istimewa. Peningkatan variabel-variabel pada kuadran ini dapat ditingkatkan kembali karena memberi manfaat yang sangat kecil bagi konsumen.

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini memuat variabel-variabel yang dianggap kurang penting oleh konsumen, namun pelaksanaannya telah dilakukan dengan baik. Variabel-variabel dalam kuadran ini dapat dikurangi sehingga produsen dapat menghemat biaya.

Atribut kepuasan konsumen pada bibit tanaman hortikultura di perusahaan Hely Seedling and Farm dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Atribut kepuasan konsumen, dalam penelitian ini, tahun 2022

No.	Atribut Kepuasan
1.	Harga
2.	Kualitas Bibit
3.	Daya Tahan Bibit
4.	*Packing*
5.	Hasil Panen Bibit
6.	Ketahanan Hama dan Penyakit
7.	Kemudahan Memperoleh
8.	Promosi perusahaan

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Lampung Tengah

1. Letak Geografis

Kabupaten Lampung Tengah terletak antara 104°35’ sampai 105°50’ Bujur Timur dan 4°30’ sampai 4°15’ Lintang Selatan. Kabupaten Lampung Tengah berada di dataran rendah dengan ketinggian rata-rata ±46 meter DPL (Di atas Permukaan Laut). Wilayah Kabupaten Lampung Tengah memiliki luas sebesar 4.789,82 km^2 dan merupakan daerah agraris yang sebagian besar penduduk memiliki mata pencaharian di sektor pertanian.

Pusat pemerintahan Kabupaten Lampung Tengah berada di Kecamatan Gunung Sugih. Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Lampung Tengah No. 15 Tahun 2006, Kabupaten Lampung Tengah terdiri dari 28 kecamatan dan 314 desa. Wilayah Kabupaten Lampung Tengah memiliki batas-batas, yaitu:

a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Tulang Bawang, Kabupaten Tulang Bawang Barat, dan Kabupaten Lampung Utara.
b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Pesawaran, Kabupaten Lampung Timur, Kabupaten Lampung Selatan, dan Kabupaten Pringsewu.
c. Sebelah Timur berbatasan dengan Kota Metro.
d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Tanggamus dan Kabupaten Lampung Barat.

2. Keadaan Topografi

Topografi Kabupaten Lampung Tengah dapat dibagi menjadi lima bagian, yaitu:

a. Daerah topografi berbukit sampai bergunung, daerah ini terdapat di Kecamatan Selagai Lingga dengan ketinggian rata-rata 1.600 m.
b. Daerah topografi berombak sampai bergelombang, ciri khusus daerah ini adalah terdapat bukit-bukit rendah yang dikelilingi dataran-dataran sempit dengan kemiringan antara 8-15 persen dan ketinggian antara 300 m-500 m dpl.
c. Daerah dataran aluvial, dataran ini sangat luas meliputi Lampung Tengah sampai mendekati pantai timur dan merupakan bagian hilir dari sungai-sungai besar seperti Way Seputih dan Way Pengubuan. Ketinggian daerah ini berkisar antara 25 m- 75 m dpl, dengan kemiringan 0-3 persen.
d. Daerah rawa pasang surut, daerah ini terletak di sebelah timur Kabupaten Lampung Tengah yang mempunyai ketinggian antara 0,5 m- 1 m dpl.
e. Daerah river basin Kabupaten Lampung Tengah memiliki dua dari lima DAS di Provinsi Lampung, yaitu sebagian besar adalah DAS Way Seputih dan sebagian kecil adalah DAS Way Sekampung di Kecamatan Selanggai Lingga.

Keadaan lereng di Kabupaten Lampung Tengah bervariasi, mulai dari datar, landai, miring, dan terjal. Lereng 0-2 persen terletak pada ketinggian 50 meter di atas permukaan laut yang hampir tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Lampung Tengah. Lereng diatas 40 persen terletak pada ketinggian lebih dari 500 meter di atas permukaan laut terdapat di Kecamatan Padang Ratu dan Kecamatan Kalirejo (BPS Lampung Tengah, 2022).

3. Keadaan Demografis

Secara administratif, Kabupaten Lampung Tengah dibagi menjadi 28 wilayah kecamatan. Kecamatan yang terdapat di Kabupaten Lampung Tengah beserta luas wilayah dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Kecamatan yang terdapat di Kabupaten Lampung Tengah dan luas wilayah, tahun 2022

Kecamatan	Ibu Kota	Luas (km^2)	Persentase (%)
Padang Ratu	Haduyang Ratu	164,00	3,61
Selagai Lingga	Negri Katon	272,63	6,00
Pubian	Negri Kepayungan	187,40	4,12
Anak Tuha	Negara Aji Tua	162,68	3,58
Anak Ratu Aji	Gedung Sari	70,22	1,54
Kali Rejo	Kalirejo	111,90	2,46
Sendang Agung	Sendang Agung	97,90	2,15
Bangun Rejo	Bangun Rejo	104,88	2,31
Gunung Sugih	Gunung Sugih	164,01	3,61
Bekri	Kusumadadi	94,15	2,07
Bumi Ratu Nuban	Bulusari	63,71	1,40
Trimurjo	Simbarwaringin	64,18	1,41
Punggur	Tanggul Angin	60,70	1,34
Kota Gajah	Kota Gajah	46,90	1,03
Seputih Raman	Rukti Harjo	130,00	2,86
Terbanggi Besar	Terbanggi Besar	217,15	4,78
Seputih Agung	Dono Arum	106,96	2,35
Way Pengubuan	Tanjung Ratu Ilir	214,48	4,72
Terusan Nyunyai	Gunung Batin Ilir	289,69	6,37
Seputih Mataram	Kurnia Mataram	115,96	2,55
Bandar Mataram	Jati Datar	1.017,89	22,39
Seputih Banyak	Tanjung Harapan	136,62	3,01
Way Seputih	Suko Binangun	62,34	1,37
Rumbia	Reno Basuki	118,39	2,60
Bumi Nabung	Bumi Nabung Ilir	97,75	2,15
Putra Rumbia	Binakarya Utama	93,38	2,05
Seputih Surabaya	Gaya Baru Satu	141,55	3,11
Bandar Surabaya	Surabaya Ilir	138,09	3,04
Total		**4.545,50**	**100,00**

Sumber: BPS Lampung Tengah, 2022

Berdasarkan Tabel 14 Kecamatan Bandar Mataram memiliki luas wilayah paling besar di Kabupaten Lampung Tengah, sebesar 1.017,89 km^2 dengan persentase luas wilayah 22,39 persen. Kecamatan dengan

luas paling kecil adalah Kota Gajah dengan luas 46,90 km^2 dengan persentase luas wilayah 1,03 persen. Kecamatan yang ada di Kabupaten Lampung Tengah memiliki jumlah penduduk yang berbeda-beda, secara lebih lengkap jumlah penduduk pada setiap kecamatan di Kabupaten Lampung Tengah dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Jumlah penduduk Kabupaten Lampung Tengah berdasarkan kecamatan, tahun 2022

Kecamatan	Penduduk (jiwa)
Padang Ratu	63.461
Selagai Lingga	40.431
Pubian	54.494
Anak Tuha	48.599
Anak Ratu Aji	20.164
Kali Rejo	77.798
Sendang Agung	46.543
Bangun Rejo	71.077
Gunung Sugih	78.957
Bekri	31.743
Bumi Ratu Nuban	35.955
Trimurjo	59.266
Punggur	42.568
Kota Gajah	73.504
Seputih Raman	54.672
Terbanggi Besar	131.091
Seputih Agung	58.162
Way Pengubuan	48.671
Terusan Nyunyai	59.549
Seputih Mataram	56.621
Bandar Mataram	85.627
Seputih Banyak	54.088
Way Seputih	20.991
Rumbia	41.796
Bumi Nabung	38.565
Putra Rumbia	22.830
Seputih Surabaya	54.237
Bandar Surabaya	42.007
Lampung Tengah	**1.477.395**

Sumber: BPS Lampung Tengah, 2022

Berdasarkan Tabel 15 dapat dilihat bahwa penduduk Kabupaten Lampung Tengah paling banyak berada di Kecamatan Terbanggi Besar dengan jumlah penduduk 131.091 jiwa. Jumlah penduduk paling sedikit

berada di Kecamatan Anak Ratu Aji dengan jumlah penduduk 20.164 jiwa. Jumlah keseluruhan penduduk Kabupaten Lampung Tengah sebesar 1.477.395 jiwa.

B. Gambaran Umum Kecamatan Punggur

1. Letak Geografis

Kecamatan Punggur merupakan salah satu dari 28 kecamatan yang ada di wilayah Kabupaten Lampung Tengah. Luas wilayah Kecamatan Punggur sebesar 60,70 km^2 dan jumlah penduduk sebesar 42.568 jiwa. Batas-batas wilayah Kecamatan Punggur adalah sebagai berikut:

a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Gunung Sugih
b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Lampung Timur
c. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Kota Gajah
d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gunung Sugih, Kecamatan Bumi Ratu Nuban, dan Kecamatan Trimurjo (BPS Lampung Tengah, 2021).

2. Keadaan Iklim

Kondisi iklim di Kecamatan Punggur sama dengan kondisi iklim pada daerah-daerah lain di wilayah Indonesia, yaitu tropis (sedang) yang terdiri dari musim penghujan dan musim kemarau. Musim kemarau dimulai dari bulan Maret hingga September dan musim penghujan dimulai pada bulan Oktober sampai Februari dengan curah hujan 2000mm/tahun dan suhu rata-rata 23°C.

3. Keadaan Demografis

Secara administratif, Kecamatan Punggur dibagi menjadi sembilan desa, yaitu Desa Nunggal Rejo, Desa Badran Sari, Desa Sri Sawahan, Desa Toto Katon, Desa Tanggul Angin, Desa Ngesti Rahayu, Desa Mojo Pahit, Desa Asto Mulyo, dan Desa Sido Mulyo. Penduduk Kecamatan Punggur

pada tahun 2021 berjumlah 42.568 jiwa, dengan laju pertumbuhan penduduk per tahun 2010-2021 sebesar 1,52 persen. Persentase penduduk Kecamatan Punggur dari total penduduk yang ada di Kabupaten Lampung Tengah sebesar 2,9 persen. Kepadatan penduduk di Kecamatan Punggur per km^2 adalah sebesar 701,29 jiwa/km^2, dengan rasio jenis kelamin atau *sex ratio* 102,83 (BPS Lampung Tengah, 2022).

4. Kondisi Ekonomi

Sektor yang mampu mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi di Kecamatan Punggur adalah sektor pertanian dan peternakan. Hal ini dapat dilihat dari luas lahan pertanian yang mendominasi sekitar 60 persen dari seluruh wilayah Kecamatan Punggur. Mata pencaharian penduduk sebagian besar adalah petani dengan aktivitas utama bertanam padi, jagung, dan sayuran. Hal ini didukung dengan topografi dan kondisi yang sangat mendukung di Kecamatan Punggur, sehingga potensial dalam melakukan kegiatan usahatani sayuran dan perkebunan.

C. Gambaran Umum Perusahaan Hely Seedling and Farm

1. Sejarah Perusahaan Hely Seedling and Farm

Hely Seedling and Farm adalah perusahaan penyemaian/pembibitan yang didirikan oleh Bapak Hely Sumanto pada tahun 2017. Perusahaan ini didirikan dengan maksud dan tujuan untuk membantu para petani dalam menghadapi kesulitan untuk menanam bibit hortikultura yang rentan akan penyakit dan banyak yang tidak tumbuh dengan baik. Perusahaan ini berfokus untuk menyediakan bibit tanaman hortikultura, khususnya bibit cabai, bibit terong, bibit tomat, bibit seledri, bibit loncang, dan bibit kembang kol. Perusahaan Hely Seedling and Farm juga menyediakan produk penunjang untuk penanaman bibit, yaitu media semai.

Bapak Hely Sumanto melihat banyak petani yang kesulitan dalam menanam tanaman hortikultura. Tanaman hortikultura yang ditanam umumnya banyak terserang hama dan penyakit sehingga banyak bibit yang mati. Keadaan tersebut dilihat oleh pemilik Hely Seedling and Farm sebagai sebuah peluang bisnis dimana perusahaan ini bisa menyediakan bibit tanaman yang lebih baik. Petani sebenarnya bisa menyediakan atau menanam bibit tanamannya sendiri, namun hal tersebut menyita banyak waktu yang seharusnya bisa digunakan untuk mengerjakan hal lain. Keadaan ini yang membuat bapak Hely Sumanto mendirikan perusahaan pembibitan sehingga para petani mendapatkan kemudahan untuk mendapatkan bibit tanaman yang mereka inginkan dengan mudah dan dengan kualitas yang baik.

2. Visi dan Misi Perusahaan Hely Seedling and Farm

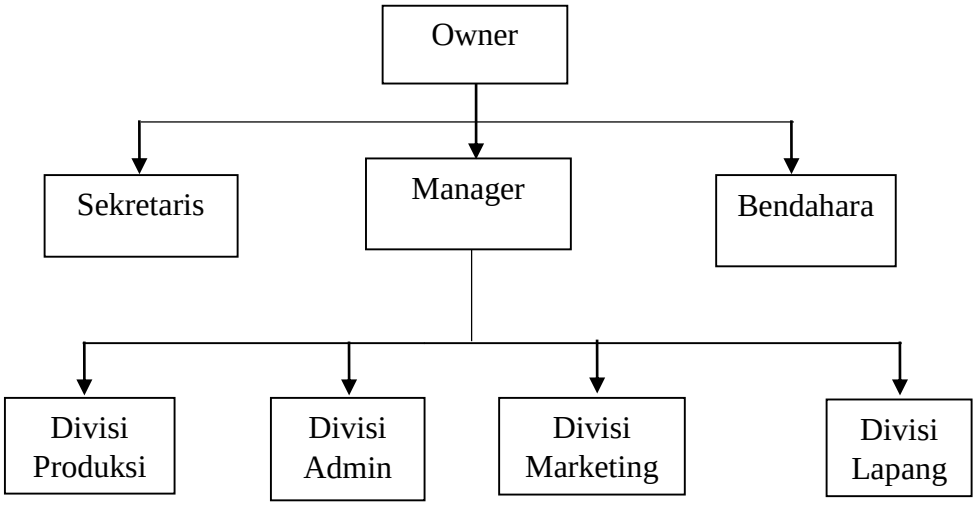
Visi dan misi perusahaan merupakan hal yang membuat perusahaan menjadi lebih fokus dalam melakukan seluruh tujuan perusahaan agar dapat tercapai dan lebih terstruktur. Visi menjelaskan bagaimana situasi masa depan yang diinginkan oleh perusahaan. Misi perusahaan berisikan target akhir atau tujuan yang diharapkan disetujui oleh perusahaan yang diinginkan pada waktu yang akan datang. Visi dari Perusahaan Hely Seedling and Farm yaitu “Menyediakan bibit tanaman hortikultura yang berkualitas”. Visi tersebut didukung dengan misi, yaitu:

a. Siap memberikan edukasi, informasi dan solusi.
b. Memiliki prinsip mulailah berbudaya tanam dengan cara yang benar.
c. Produk yang dihasilkan hemat, praktis, dan berkualitas.

3. Struktur Organisasi Perusahaan Hely Seedling and Farm

Perusahaan Hely Seedling and Farm menerapkan struktur organisasi dengan tipe lini. Struktur organisasi lini merupakan struktur dimana tugas pimpinan dibantu oleh para *staff*, dimana *staff* mengerjakan seluruh instruksi tugas yang diberikan oleh pimpinan perusahaan. Struktur

organisasi Perusahaan Hely Seedling and Farm dapat dilihat pada Gambar 3.



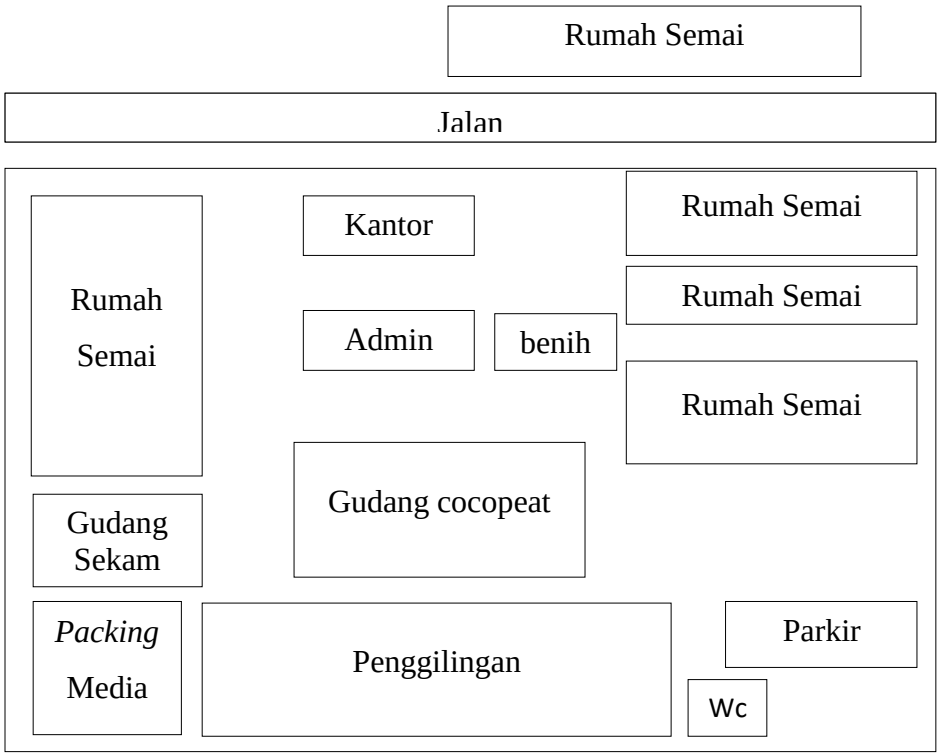
Gambar 3. Struktur organisasi perusahaan Hely seedling and Farm

Pemegang kekuasaan tertinggi Perusahaan Hely Seedling and Farm adalah seorang owner atau pemilik perusahaan. Manager membawahi seluruh posisi yang ada kecuali sekretaris dan bendahara. Sekretaris bertugas untuk melakukan pencatatan surat menyurat dan berkas-berkas dalam perusahaan. Bendahara bertugas untuk mencatat semua kegiatan keuangan yang ada di Perusahaan Hely Seedling and Farm. Petugas administrasi bertugas untuk menjalankan kegiatan kemediaan berupa dokumentasi dan bertanggung jawab dalam memegang kegiatan penerimaan informasi dari konsumen. Divisi produksi melakukan kegiatan produksi, seperti menyiapkan bahan-bahan yang diperlukan, menyemaikan bibit, dan membuat media semai. Divisi marketing bertugas untuk memasarkan produk Perusahaan Hely Seedling and Farm. Divisi pengkondisian lapangan melakukan tugasnya sebagai pihak yang bertanggung jawab atas tumbuhnya seluruh bibit yang akan dipasarkan.

4. Tata Letak (*Layout*) Perusahaan Hely Seedling and Farm

Tata letak (*layout*) adalah susunan letak fasilitas operasional perusahaan, baik yang ada di dalam bangunan maupun yang ada di luar bangunan.

Layout yang tepat menunjukkan ciri-ciri adanya penyesuaian tata letak fasilitas operasional terhadap jenis produk dan proses konversi. Pengaruh *layout* yang tepat bagi perusahaan adalah peningkatan produktivitas perusahaan. Tata letak (*layout*) bangunan perusahaan Hely Seedling and Farm dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Tata letak (*layout*) perusahaan Hely Seedling and Farm

5. Sarana dan Prasarana Perusahaan Hely Seedling and Farm

Keberadaan sarana dan prasarana sangat penting bagi perusahaan, karena akan digunakan oleh tenaga kerja dalam kegiatan operasional perusahaan, oleh karena itu sarana dan prasarana mutlak dimiliki perusahaan. Sarana dan prasarana yang memadai dapat menunjang kelancaran kegiatan dan keberlangsungan aktivitas bisnis perusahaan penyedia bibit tanaman hortikultura ini. Sarana yang menunjang terlaksananya segala kegiatan yang berlangsung di Perusahaan Hely Seedling and Farm antara lain, ATK (Alat Tulis Kantor), telepon, laptop, printer, mobil operasional kantor, kipas angin, kotak sampah, timbangan kopi, CCTV (*Closed*

Circuit Television), meja dan kursi pengunjung, cangkul, sekop, gerobak sorong, alat penggilingan, dan selang. Prasarana yang terdapat pada Perusahaan Hely Seedling and Farm, yaitu kantor, rumah semai, tempat penggilingan, gudang, lahan pertanian, toilet, mushola, dan area parkir.

6. Saluran Distribusi Perusahaan Hely Seedling and Farm

Saluran distribusi menggambarkan proses penyampaian bibit tanaman hortikultura dan media semai dari perusahaan Hely Seedling and Farm hingga ke konsumen akhir. Pihak yang terlibat dalam memasarkan bibit dan media semai dari perusahaan hingga ke konsumen akhir di perusahaan Hely Seedling and Farm adalah perusahaan, pedagang pengecer, dan konsumen akhir. Perusahaan menjual bibit tanaman hortikultura dan media semai kepada pedagang pengecer atau mitra dan dari pedagang pengecer dijual ke konsumen akhir. Pedagang pengecer yang bekerja sama dengan perusahaan Hely Seedling and Farm berjumlah 7 (tujuh) mitra dan tersebar di beberapa tempat, seperti Pekalongan, Seputih Banyak, Metro, dan Metro Kibang. Perusahaan Hely Seedling and Farm juga langsung menjual produknya ke konsumen akhir atau petani. Perusahaan melakukan distribusi produk dengan cara konsumen yang memesan dan diantarkan ke alamat konsumen ataupun konsumen sendiri yang mengambil bibit tanaman ke perusahaan.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang didapat adalah:

1. Harga pokok produksi perusahaan Hely Seedling and Farm dengan menggunakan metode *variable costing* maupun metode *full costing* untuk produk bibit cabai, bibit terong, bibit tomat, bibit seledri, bibit loncang, bibit kembang kol, dan media semai lebih rendah daripada harga jual produk tersebut, sehingga perusahaan sudah memperoleh keuntungan dengan harga jual yang berlaku sekarang karena harga jual berada di atas harga pokok produksi.
2. Keuntungan yang diperoleh perusahaan Hely Seedling and Farm dalam menjual produk bibit dan media semai adalah sebesar Rp 63.243.456,89 dengan besar R/C rasio 1,69. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Hely Seedling and Farm layak untuk dijalankan.
3. Konsumen merasa puas dengan produk yang dijual perusahaan Hely Seedling and Farm dengan besar nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 80,23 persen. Berdasarkan diagram kartesius terdapat satu atribut yang masuk ke dalam kuadran I, yaitu atribut ketahanan terhadap hama dan penyakit. Pada kuadran II, yaitu atribut kualitas bibit, daya tahan bibit, hasil panen bibit, dan harga bibit. Pada kuadran III, yaitu atribut promosi perusahaan dan pada kuadran IV, yaitu atribut *packing* dan kemudahan memperoleh produk

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Saluran distribusi penting bagi perusahaan karena menggambarkan proses penyampaian produk dari perusahaan hingga ke konsumen akhir, tetapi pada penelitian ini saluran distribusi perusahaan Hely Seedling and Farm belum diteliti. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih lanjut mengenai saluran distribusi yang dilakukan oleh perusahaan Hely Seedling and Farm.
2. Pembukuan pada perusahaan sangat penting dilakukan agar perusahaan terhindar dari kerugian, tetapi perusahaan Hely Seedling and Farm belum melakukan pembukuan. Perusahaan Hely Seedling and Farm perlu melakukan pembukuan untuk dapat menghitung biaya dari masing-masing produk agar diketahui besarnya biaya yang dikeluarkan tiap produk per produksi, sehingga informasi biaya tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk proses produksi berikutnya.
3. Produk yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis kepuasan konsumen menggunakan metode *Importance and Performance Analysis,* atribut yang berada pada kuadran I (ketahanan terhadap hama dan penyakit) harus menjadi perhatian lebih atau bahkan perlu perbaikan sehingga kinerja perusahaan Hely Seedling and Farm meningkat dan berbanding lurus dengan kepuasan konsumen perusahaan Hely Seedling and Farm.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, T. R., Lestari, D. A. H., dan Nugraha, A. 2020. Analisis Bauran Pemasaran, Risiko, dan Kinerja Keuangan Agroindustri Kopi Bubuk Cap Obor Mas Lampung, di Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara. *JIIA*, 8(1):78-85.

Anton. 2012. Penentuan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Activity Based Costing. Majalah Ilmiah INFORMATIKA*, 3(3).

Ayuni, N. W. D., Adiakas I. M. A. dan Sari I. G. A. M. K. K. 2017. *Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Produk Kopi Bijik Salak.* Politeknik Negeri Bali. Bali.

Badan Pusat Statistik. 2020. *Statistik Perusahaan Hortikultura dan Usaha Hortikultura Lainnya.* Badan Pusat Statistik. Jakarta.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Tengah. 2021. *Kecamatan Punggur dalam Angka.* Badan Pusat Statistik. Lampung Tengah.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Tengah. 2022. *Kabupaten Lampung Tengah dalam Angka.* Badan Pusat Statistik. Lampung Tengah.

Bimo, W. 2010. *Pengantar Psikologi Umum.* CV Andi. Yogyakarta.

Daryanto dan I. Setyobudi . 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima. Gava Media. Yogyakarta.

Dewiningrum, P. 2012. *Penetapan Harga Pokok Produksi (HPP) Produk Temulawak Menggunakan Metode Full costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Produk yang Tepat di Klaster Biofarmaka Kabupaten Karanganyar*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

Fadli, N. R., Ekowati, T., & Mulyanto, B. 2019. Analisis Profitabilitas Usahatani Pembibitan Hortikultura di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics), 12*(1), 1-10.

Ghozali, I. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Kedua*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Indrasari. M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.* Unitomo Press. Jawa Timur.

Jatmiko, A., Afriani, I., dan Kusmaria. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Pembibitan Buah Buahan di Kios Suka Makmur Desa Pekalongan Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Wacana Pertanian*, 15(2):68-75.

Meisanto, R. D., Adawiyah, R., dan Kasymir. E. 2021. Sikap dan Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Bolen Pisang Cv Mayang Sari di Kota Bandar Lampung. *JIIA*, 9(4):693-700.

Mosher. A. T. 1985. *Menggerakkan dan Membangun Pertanian.* CV. Yasaguna. Jakarta.

Mulyadi. 1991. *Akuntansi Biaya, Edisi 5*. Unit. Universitas Gadjah Mada. Aditya 85 Media. Yogyakarta.

_____. 2009. *Akuntansi Biaya. Edisi Kelima. Cetakan Ketujuh.* Unit Penerbitan dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.

_____. 2012. *Akuntansi Biaya*. Salemba. Jakarta.

Normansyah, D., Siti R., dan Humaerah, A. D. 2014. Analisis Pendapatan Usahatani Sayuran di Kelompok Tani Jaya, Desa Ciaruteun Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor. *Jurnal Agribisnis*, 8(1):29-44.

Nurul, A. H. 2017. Evaluasi Perhitungan Harga Pokok Produksi Meubel dengan Menggunakan *Full costing* dalam Pencapaian Laba Perusahaan Meubel Sudirman. *Skripsi.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makasar. Makasar.

Pitaloka, D. 2017. Hortikultura: Potensi, Pengembangan dan Tantangan. *Jurnal Teknologi Terapan*; 1(1).

Purnomosidhi, P., & Roshetko, J. M. (2012). Legalitas produksi bibit tanaman hortikultura dari masyarakat (Legality of horticultural seedling production from smalholder farmers). *Seminar Nasional Perhimpunan Hortikultura Indonesia*, (pp. 1407-1418).

Riani, Y. A., Zakaria, W. A., dan Endaryanto, T. 2021. Analisis Harga Pokok Produksi dan Keuntungan Usaha Pembibitan Lada di Desa Sukadana Baru Kecamatan Marga Tiga Kabupaten Lampung Timur. *JIIA*, 9(1):154-160.

Rukmana, S. O. S. C. 2021. Industri Perbenihan dan Pembibitan Tanaman Hortikultura di Indonesia: Kondisi Terkini dan Peluang Bisnis. *Jurnal Hortuscoler*, 2(1): 26-31.

Salsabilla, S., Dwi H., dan Yuniar A. S. 2019. Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Pisang di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. *JIIA*, 7(1):68-74.

Satriani, D dan Kusuma, V. V. 2020. Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Penjualan. *JIMEA*, 4(2):438-453.

Setiadi, P., Saerang, D. P. E., dan Runtu, T. 2014. Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Penentuan Harga Jual pada CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi,* 14(2):71-81.

Soekartawi. 2006. *Analisis Usahatani*. UI-Press. Jakarta.

Soeratno. 1996. *Ekonomi Pertanian.* Universitas Terbuka. Jakarta.

Soetopo, L. 2011. *Rantai Pasok Benih Hortikultura.* Universitas Brawijaya. Malang.

Solekhah, F., Zakaria, W. A., dan Marlina, M. 2018. Analisis Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan Jagung di Kecamatan Sekampung Udik Kabupaten Lampung Timur. *JIIA*, 6(4):422-429.

Sumarwan, U. 2002. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Sundari, I. A. M. A., Atmaja, A. T., dan Dewi, P. E. 2017. Analisis Perhitungan Biaya Bersama dalam Menentukan Harga Pokok Produksi untuk Produk Diversifikasi Songket pada Usaha Swastika Sidemen. *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha,* 8(2).

Stenley, I. 2009. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Warung Kopi serta Implikasinya terhadap Strategi Pemasaran. *Skripsi.* Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Sufren dan Natanael. 2013. *Mahir Menggunakan SPSS secara Otodidak*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Alfabeta. Bandung.

Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.

Supriyono, R. A. 2002. *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya serta Pembuatan Keputusan. Buku cetakan kedelapan edisi ke-2.* BPFE. Yogyakarta.

Susep, U. I., Arbainsyah, Abrar R. 2020. *Manual Pembuatan Persemaian dan Pembibitan Tanaman Hutan.* Operasi Wallacea Terpadu. Bogor.

Swastha, B. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua*. Penerbit Liberty. Jakarta.

Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan,dan Penelitian*. Andi Offset. Yogyakarta.

Yuniyanti D. K. 2015. Alokasi *Joint Cost* dalam Menentukan Harga Pokok Produksi pada Wingko Babat Hj. Wiwiek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nusantoro Semarang.*