

**ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI JAHE INSTAN
DI KECAMATAN RAJABASA KOTA BANDAR LAMPUNG
(Studi Kasus pada KWT Harapan Jaya)**

(Skripsi)

Oleh

Febby Putri Sonia
1814131025



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

ABSTRACT

PERFORMANCE ANALYSIS OF INSTANT GINGER AGROINDUSTRY IN RAJABASA DISTRICT, BANDAR LAMPUNG CITY (Case Study on KWT Harapan Jaya)

By

Febby Putri Sonia

The purpose of this research is to analyze: (1) the process of procuring raw materials in accordance with the six criteria (right time, right place, right quality, right quantity, right type, and right price), (2) production performance, income, and cost of goods produced, and (3) the application of marketing mix, preferences, and consumer satisfaction. This research used a case study method on instant ginger agroindustry in KWT Harapan Jaya, Rajabasa District, Bandar Lampung City. The location of the research was determined purposively with the consideration that the agroindustry was still actively producing instant ginger. Respondents in this study were 3 agroindustry managers who are also members of KWT Harapan Jaya, and 30 instant ginger consumers. Data collection was conducted from June-July 2022. Data were analyzed descriptively qualitative and descriptively quantitative. The results showed that (1) the procurement of raw materials in the instant ginger agroindustry has met the six criteria, with a very good level of accuracy. (2) overall production performance is good, with an average labor productivity of 0.55 kg per hour and good product quality in accordance with the quality requirements of traditional powder drinks, instant ginger agroindustry income of Rp2,340,000.00 with a profit of Rp899 476.08 per April 2022, the cost of good obtained is below the selling price, because the selling price is above the HPP, and (3) marketing activities have implemented the marketing mix, but according to consumer evaluations, the product and places components are still lacking. The preference of the majority of instant ginger consumers is in the medium category. Consumer preference attributes are spicy flavor, distinctive ginger aroma, smooth texture, and attractive packaging. Consumers are satisfied with instant ginger products. The top priority attributes are aroma.

Keywords: agroindustry, performance, instant ginger, preference, satisfaction

ABSTRAK

ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI JAHE INSTAN DI KECAMATAN RAJABASA KOTA BANDAR LAMPUNG (Studi Kasus pada KWT Harapan Jaya)

Oleh

Febby Putri Sonia

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) proses pengadaan bahan baku yang sesuai dengan enam tepat (tepat waktu, tepat tempat, tepat kualitas, tepat kuantitas, tepat jenis, dan tepat harga), (2) kinerja produksi, pendapatan, dan harga pokok produksi (HPP), dan (3) penerapan bauran pemasaran, preferensi, dan kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada agroindustri jahe instan di KWT Harapan Jaya, Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar Lampung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agroindustri tersebut masih aktif memproduksi jahe instan. Responden dalam penelitian ini adalah 3 orang pengelola agroindustri jahe instan yang juga merupakan anggota KWT Harapan Jaya, serta 30 konsumen jahe instan. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Juni – Juli 2022. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pengadaan bahan baku pada agroindustri jahe instan telah memenuhi kriteria enam tepat, dengan tingkat ketepatan sangat baik; (2) kinerja produksi secara keseluruhan baik, dengan rata-rata produktifitas tenaga kerja sebesar 0,55 kg per jam dan kualitas produk baik sesuai dengan syarat mutu minuman serbuk tradisonal, pendapatan agroindustri jahe instan sebesar Rp2.340.000,00 dengan keuntungan sebesar Rp899.476,08 per bulan April 2022, harga pokok produksi yang diperoleh berada di bawah harga jual, sehingga agroindustri masih memperoleh laba dengan harga jual yang berlaku sekarang, karena harga jual berada di atas HPP; dan (3) kegiatan pemasaran sudah menerapkan *marketing mix*, namun menurut penilaian konsumen komponen produk dan tempat masih kurang. Preferensi mayoritas konsumen jahe instan berada pada kategori sedang. Atribut yang menjadi preferensi konsumen adalah rasa pedas, aroma khas jahe, tekstur halus, dan kemasan menarik. Konsumen merasa puas dengan produk jahe instan. Atribut yang menjadi prioritas utama adalah aroma.

Kata kunci: agroindustri, keragaan, jahe instan, preferensi, kepuasan

**ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI JAHE INSTAN
DI KECAMATAN RAJABASA KOTA BANDAR LAMPUNG
(Studi Kasus pada KWT Harapan Jaya)**

Oleh

Febby Putri Sonia

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi

**: ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI JAHE
INSTAN DI KECAMATAN RAJABASA
KOTA BANDAR LAMPUNG
(Studi Kasus pada KWT Harapan Jaya)**

Nama Mahasiswa

: Febby Putri Sonia

Nomor Pokok Mahasiswa : **1814131025**

Jurusan

: Agribisnis

Fakultas

: Pertanian



1. Komisi Pembimbing

Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S.
NIP 19600822 198603 2 001

Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.
NIP 19630203 198902 2 001

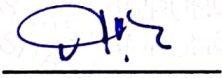
2. Ketua Jurusan Agribisnis

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

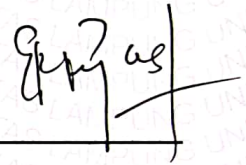
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

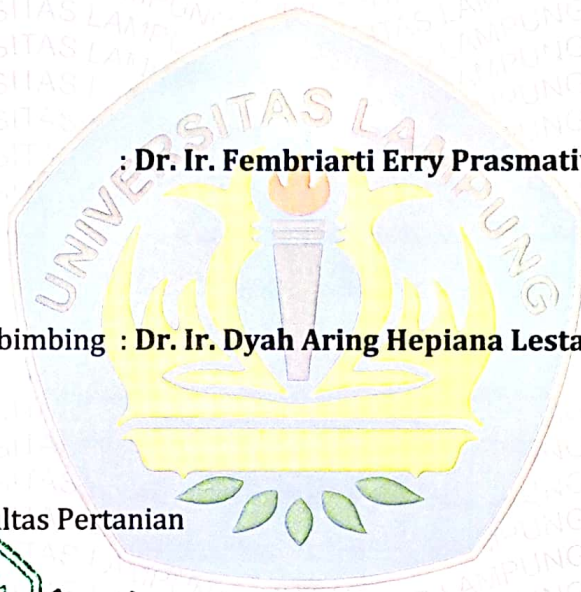
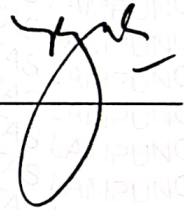
Ketua : Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S.



Sekretaris : Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.



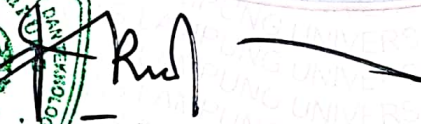
**Penguji
Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Pertanian



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



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Februari 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febby Putri Sonia
NPM : 1814131025
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Jl. Cut Nyak Dien, No. 18, 15 B Barat, RT 09 RW 002,
Kel. Imopuro, Kec. Metro Pusat, Kota Metro.

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, 10 Februari 2023
Penulis,



Febby Putri Sonia
NPM 1814131025

RIWAYAT HIDUP



Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, yang dilahirkan di Kota Metro pada tanggal 19 Februari 2000 dari pasangan Bapak Afrison dan Ibu Sania. Pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) diselesaikan di TK Bhayangkari Metro pada tahun 2006, pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 5 Metro Pusat pada tahun 2012, pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 4 Metro pada tahun 2015, dan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Metro pada tahun 2018. Penulis diterima sebagai mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2018 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) di Desa Paguyuban, Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran selama tujuh hari pada bulan Januari tahun 2019. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Imopuro, Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro selama 40 hari pada bulan Februari hingga Maret 2021. Penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) di PT. Sinar Jaya Inti Mulya, Kecamatan Metro Utara, Kota Metro selama 26 hari kerja efektif pada bulan Agustus hingga September 2021. Selama masa perkuliahan, penulis merupakan penerima Beasiswa Bidikmisi tahun 2018-2022. Penulis pernah menjadi Asisten Dosen pada mata kuliah Koperasi semester genap tahun ajaran 2020/2021, mata kuliah Ekonometrika pada semester ganjil tahun ajaran 2021/2022, dan mata kuliah Dasar-dasar Akuntansi pada semester ganjil tahun ajaran 2021/2022. Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis juga aktif dalam organisasi kemahasiswaan internal kampus yaitu menjadi

anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (Himaseperta) Universitas Lampung di Bidang III yaitu Bidang Pengembangan Minat Bakat dan Kreativitas pada tahun 2018-2021.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah *rabbi* *'alamin*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa pula, shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan teladan dalam kehidupan, juga kepada keluarga, para sahabat, dan pengikutnya. Skripsi yang berjudul “**Analisis Keragaan Agroindustri Jahe Instan di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung (Studi Kasus pada KWT Harapan Jaya)**” ini dapat terselesaikan berkat bantuan, arahan, bimbingan, motivasi, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis atas arahan, saran, dan nasihat yang telah diberikan.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.TA., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis yang telah memberikan arahan, saran, dan nasihat.
4. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S., selaku Dosen Pembimbing Pertama, atas ketulusan hati dan kesabaran selama memberikan bimbingan, arahan, motivasi, ilmu yang bermanfaat, dan kebijaksanaan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi.
5. Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan ilmu, bimbingan, motivasi, saran, keyakinan, arahan, nasihat, dan semangat kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.

6. Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si., selaku Dosen Pembahas, atas ketulusannya memberikan saran, arahan, masukan dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis untuk menyempurnakan skripsi ini.
7. Yuliana Saleh, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik atas arahan, nasihat, dan motivasi yang telah diberikan selama penulis menjalani studi di Jurusan Agribisnis sampai menyelesaikan skripsi.
8. Teristimewa kedua orang tuaku tersayang, Ayahanda tercinta Afrison dan Ibunda tersayang Sania, yang selalu memberikan doa yang tidak pernah henti, restu, kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi, nasihat, saran, dan arahan. Terimakasih telah mendidik, membimbing, menyayangi, mendukung penulis dalam segala hal serta selalu berada di samping penulis selama ini.
9. Adik-adikku tersayang, Amanda Putri Sonia dan Chalisa Putri Sonia yang selalu memberikan semangat, motivasi dan hiburan, terimakasih telah membantu penulis pada proses penelitian dan menjadi tempat berkeluh kesah penulis selama ini.
10. Kakak-kakakku, Okti Marini, Dwi Aprilia Sari, dan Fitria Laraswati atas bantuan, dukungan, semangat, doa, saran, nasihat, dan motivasi yang diberikan kepada penulis selama ini.
11. Seluruh keluarga besarku yang telah memberikan semangat, motivasi, doa, dukungan, dan perhatian selama ini kepada penulis.
12. Keluarga besar KWT Harapan Jaya atas semua arahan, bantuan, dan izin yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
14. Karyawan-karyawati di Jurusan Agribisnis, Mbak Iin, Lucky, Mas Boim, dan Mas Bukhari yang telah memberikan bantuan dan kerja samanya selama ini.
15. Sahabat seperjuanganku “HIMAHAHI”, Kifah Soleha, Desi Rahmalia, Deta Delima, Rania Alisa Syifawanda Yasmin, Sofi Elisa Nurul Fala, Sinta Erviana, Ayi Indah Kurnia, dan Dwi Putri Arlitha atas bantuan, doa, saran, semangat, dukungan, perhatian, keceriaan dan kebersamaan yang telah diberikan kepada penulis sejak menjadi mahasiswa baru.
16. Sahabat-sahabat SMA ku, Dominique Natasya Rosalia, Annisa Aurelia

Rilanti, Nadya Shafa Ramadhani, Revi Nurul Syifa, Atri Melati Ningsih, Falih Ardi, dan M. Riski Renaldi Pratama atas bantuan, doa, semangat, dukungan, nasihat, motivasi, saran, keceriaan dan ide-ide cemerlang yang diberikan sejak SMA sampai proses penyelesaian skripsi ini.

17. Sahabat-sahabat seperjuangan di kampus M. Reyhan Riyandaffa M., Vikran Bramara Pratama, dan Ahmad Eggy Trifauzi, atas bantuan, doa, saran, semangat, dan hiburan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
18. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2018, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu atas bantuan, kebersamaan, keceriaan, keseruan, canda tawa dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
19. Kiyay dan Atu Agribisnis 2015, 2016, 2017 serta adik-adik Agribisnis 2019 dan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas dukungan dan bantuan kepada penulis.
20. Keluarga besar Himaseperta yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, cerita, kebersamaan, semangat, motivasi serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama kuliah di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
21. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

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 dalam penulisan skripsi ini dan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin.

Bandar Lampung, 10 Februari 2023
Penulis,

Febby Putri Sonia

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10
A. Tinjauan Pustaka.....	10
1. Konsep Agribisnis dan Agroindustri	10
2. Kelompok Wanita Tani (KWT).....	14
3. Jahe (<i>Zingiber officinale</i> Rosc.)	17
4. Jahe Instan.....	20
5. Pengadaan Bahan Baku.....	21
6. Pengolahan Jahe Instan	23
7. Kinerja Produksi.....	26
8. Konsep Keuntungan.....	27
9. Harga Pokok Produksi	28
10. Bauran Pemasaran	31
11. Preferensi Konsumen.....	36
12. Kepuasan Konsumen	37
13. Kajian Penelitian Terdahulu	41
B. Kerangka Pemikiran	51
III. METODE PENELITIAN.....	55
A. Metode Dasar, Lokasi dan Waktu Penelitian	55
B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional	55
C. Responden Penelitian.....	63
D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	63
E. Metode Analisis Data.....	66
1. Metode Analisis Tujuan Pertama	66
2. Metode Analisis Tujuan Kedua	68
3. Metode Analisis Tujuan Ketiga.....	71
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	78

A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung	78
1. Sejarah Kota Bandar Lampung	78
2. Letak Geografis	79
3. Kondisi Iklim dan Topografi	80
4. Kondisi Demografis	80
B. Gambaran Umum Kecamatan Rajabasa	82
1. Sejarah Kecamatan Rajabasa	82
2. Letak Geografis	83
3. Kondisi Demografi	84
C. Gambaran Umum KWT Harapan Jaya	85
1. Sejarah KWT Harapan Jaya	85
2. Aspek Organisasi KWT Harapan Jaya	87
3. Aspek Sumberdaya Manusia Agroindustri	88
4. Aspek Permodalan Agroindustri	88
5. Sarana dan Prasarana Agroindustri	89
6. Tata Letak/ <i>Layout</i> Agroindustri	90
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	91
A. Karakteristik Responden	91
1. Keadaan Umum Responden Agroindustri Jahe Instan	91
2. Keadaan Umum Responden Konsumen Jahe Instan	93
B. Proses Produksi Jahe Instan di KWT Harapan Jaya	96
C. Pengadaan Bahan Baku pada Agroindustri Jahe Instan	99
D. Penggunaan Sarana Produksi	106
1. Bahan Baku	106
2. Tenaga Kerja Langsung	109
3. Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	110
E. Produksi Jahe Instan	114
F. Analisis Kinerja Produksi	117
1. Produktivitas	117
2. Kualitas	118
G. Analisis Keuntungan	120
H. Analisis Harga Pokok Produksi	122
I. Bauran Pemasaran	123
1. Perspektif Pemilik Agroindustri	125
2. Perspektif Konsumen	130
J. Preferensi Konsumen	132
K. Tingkat Kepuasan Konsumen	134
1. Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	134
2. <i>Important Performance Analysis</i> (IPA)	136
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	141
A. Kesimpulan	141
B. Saran	142
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN	150

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Produksi tanaman biofarmaka di Indonesia tahun 2018-2020	4
2. Data luas panen, produksi, dan produktivitas jahe berdasarkan provinsi tahun 2019	5
3. Karakteristik berbagai varietas jahe	18
4. Komposisi kimia jahe segar per 100 gram	19
5. Syarat mutu minuman serbuk tradisional (SNI 01-4320-1996)	21
6. Kajian penelitian terdahulu	43
7. Hasil uji validitas preferensi konsumen jahe instan.....	65
8. Hasil uji validitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut jahe instan	65
9. Hasil uji reliabilitas preferensi, tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut jahe instan	66
10. Kriteria penerapan 6T pada agroindustri jahe instan di KWT Harapan Jaya	67
11. Kriteria ketepatan.....	68
12. Harga pokok produksi menggunakan metode <i>variable costing</i>	70
13. Harga pokok produksi menggunakan metode <i>full costing</i>	71
14. Skor penilaian jawaban	73
15. Penilaian preferensi konsumen berdasarkan karakteristik atribut jahe instan.....	74
16. Karakteristik kepentingan dan kinerja atribut dari produk jahe instan	75
17. Rentang nilai kepuasan konsumen.....	76
18. Jumlah dan kepadatan penduduk di Kota Bandar Lampung tahun 2020.....	81
19. Distribusi penduduk berdasarkan kelompok umur di Kota Bandar Lampung tahun 2020	82

20. Penduduk Kecamatan Rajabasa menurut kelurahan, jenis kelamin, jumlah dan kepadatan penduduk tahun 2020	84
21. Modal peralatan yang diberikan pemerintah	89
22. Karakteristik responden agroindustri jahe instan	92
23. Karakteristik responden konsumen jahe instan berdasarkan jenis kelamin dan umur	93
24. Karakteristik konsumen jahe instan berdasarkan tingkat pendidikan dan pekerjaan.....	94
25. Karakteristik konsumen jahe instan berdasarkan jumlah pendapatan ...	95
26. Pengadaan bahan baku dengan kriteria 6T pada agroindustri jahe instan	101
27. Hasil pembobotan dan tingkat ketepatan berdasarkan kriteria 6 tepat pengadaan bahan baku pada agroindustri jahe instan.....	105
28. Penggunaan bahan baku dan jumlah produksi jahe instan.....	107
29. Penggunaan dan biaya bahan baku jahe merah pada agroindustri per April 2022.....	108
30. Biaya tenaga kerja langsung pada agroindustri jahe instan per bulan April 2022	109
31. Biaya penggunaan bahan penunjang pada agroindustri jahe instan per bulan April 2022	111
32. Biaya sumbangan faktor lain pada agroindustri jahe instan per bulan April 2022	112
33. Total biaya penyusutan peralatan pada agroindustri jahe instan per bulan.....	113
34. Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap pada agroindustri jahe instan per produksi.....	114
35. Produktivitas tenaga kerja agroindustri jahe instan per April 2022.....	118
36. Perbandingan produk jahe instan dengan SNI 01-4320-1996.....	119
37. Keuntungan agroindustri jahe instan per produksi dengan 6 kilogram bahan baku	120
38. Analisis harga pokok produksi pada agroindustri jahe instan	123
39. Bauran pemasaran berdasarkan perspektif pemilik agroindustri dan perspektif konsumen.....	124
40. Penilaian preferensi konsumen jahe instan berdasarkan kategori	132
41. Preferensi konsumen jahe instan berdasarkan atribut produk	133
42. Hasil <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) jahe instan.....	134
43. Rata-rata skor kepentingan, kinerja dan tingkat kesesuaian atribut jahe instan.....	136

44. Karakteristik responden konsumen jahe instan	151
45. Biaya tenaga kerja tak langsung pada agroindustri jahe instan per bulan.....	153
46. Biaya <i>overhead</i> pabrik pada agroindustri jahe instan per April 2022.....	153
47. Biaya agroindustri jahe instan per April 2022	154
48. Pendapatan agroindustri jahe instan per April 2022	154
49. Perhitungan pendapatan agroindustri jahe instan per bulan selama satu tahun terakhir.....	155
50. Keuntungan agroindustri jahe instan per bulan selama satu tahun terakhir	156
51. Data validitas dan reliabilitas preferensi konsumen jahe instan.....	157
52. Data uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan atribut kepuasan konsumen jahe instan.....	158
53. Data uji validitas dan reliabilitas tingkat kinerja atribut kepuasan konsumen jahe instan	159
54. Uji validitas preferensi konsumen jahe instan.....	160
55. Uji validitas tingkat kepentingan atribut jahe instan.....	161
56. Uji validitas tingkat kinerja atribut jahe instan.....	162
57. Uji reliabilitas preferensi konsumen jahe instan.....	163
58. Uji reliabilitas tingkat kepentingan atribut kepuasan konsumen jahe instan.....	163
59. Uji reliabilitas tingkat kinerja atribut kepuasan konsumen jahe instan	163
60. Preferensi konsumen jahe instan.....	164
61. Nilai kepentingan atribut jahe instan	165
62. Nilai kinerja atribut jahe instan.....	166
63. Hasil perhitungan tingkat kepentingan atribut jahe instan	167
64. Hasil perhitungan tingkat kinerja atribut jahe instan	167
65. Atribut-atribut jahe instan berdasarkan diagram kartesius.....	167

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Sistem agribisnis	11
2. Diagram alir pembuatan jahe instan	25
3. Diagram kartesius (matriks) IPA	39
4. Diagram alir Analisis Keragaan Agroindustri Jahe Instan di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung (Studi Kasus pada KWT Harapan Jaya).....	54
5. Peta wilayah Kota Bandar Lampung	79
6. Peta wilayah Kecamatan Rajabasa	83
7. Struktur organisasi KWT Harapan Jaya.....	87
8. Tata letak/ <i>layout</i> rumah produksi jahe instan.....	90
9. Diagram alir proses produksi jahe instan di KWT Harapan Jaya.....	98
10. Produk jahe instan dari KWT Harapan Jaya	99
11. Pendapatan per bulan selama satu tahun terakhir pada agroindustri jahe instan.....	116
12. Keuntungan agroindustri jahe instan satu tahun terakhir	121
13. Diagram kartesius IPA produk jahe instan.....	137

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang mempunyai peranan strategis dalam struktur pembangunan perekonomian. Indonesia sebagai negara agraris menjadikan sektor pertanian sebagai sektor utama dalam perekonomian negara. Pentingnya sektor pertanian dalam perekonomian Indonesia dapat dilihat dari aspek kontribusinya terhadap PDB, penyediaan lapangan kerja, penyediaan penganekaragaman menu-makan, mengurangi jumlah orang-orang miskin di pedesaan dan nilai devisa yang dihasilkan dari ekspor. Melihat urgensi sektor pertanian seperti yang dikatakan oleh Soekartawi (2003), pembangunan pertanian perlu diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha.

Peranan sektor pertanian dalam pembangunan di Indonesia sangat dibutuhkan. Dengan kemajuan di sektor pertanian, maka pembangunan di sektor industri yang didukung oleh pertanian juga akan semakin maju. Pembangunan pertanian harus dipandang dari dua pilar utama secara terintegrasi dan tidak bisa dipisahkan, yaitu pertama, pilar pertanian primer (*on-farm agriculture*) yang merupakan kegiatan usahatani yang menggunakan sarana dan prasarana produksi (*input factors*) untuk menghasilkan produk pertanian primer. Kedua, pilar pertanian sekunder (*down-stream agriculture*) sebagai kegiatan meningkatkan nilai tambah produk pertanian primer melalui pengolahan (agroindustri) beserta distribusi dan perdagangannya (Napitupulu, 2000).

Sektor pertanian dan industri merupakan sektor yang terkait satu sama lain, di mana pertanian sebagai penyedia bahan baku, sedangkan industri atau lebih dikenal dengan sebutan agroindustri merupakan industri pengolahan produk yang meningkatkan nilai tambah pada produk-produk pertanian (Wachdijono & Julhan, 2019). Peranan agroindustri baik industri pengolahan hasil pertanian maupun industri penunjang seperti industri agrokimia (pupuk, pestisida), industri mesin dan peralatan pertanian atau mesin dan peralatan pabrik, dapat dituliskan sebagai berikut: a) mampu meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya petani, b) mampu menyerap banyak tenaga kerja, c) mampu memberikan dampak positif pada sektor-sektor di luar bidang pertanian, d) mampu meningkatkan devisa negara (Soekartawi, 2003).

Transformasi sektor pertanian ke sektor industri bagi negara berkembang seperti Indonesia ini, tidaklah dapat dihindarkan. Indonesia beranjak dari negara agraris menuju negara industri yang maju, maka peranan sektor pertanian masih tetap mewarnai kemajuan di sektor industri, karena itulah diperlukan suatu kondisi struktur ekonomi yang seimbang antara bidang industri yang kuat dengan dukungan pertanian yang tangguh. Menurut data Kementerian Perindustrian (2021), pada tahun 2020 kontribusi sektor industri pengolahan mencapai 17,89 persen, hal ini merupakan bukti nyata sektor industri berperan penting terhadap jalannya roda perekonomian, yang dimana konsistensi sumbangsuhnya yang terbesar pada PDB nasional.

Agroindustri yang merupakan industri pengolahan hasil pertanian adalah kegiatan pemanfaatan hasil pertanian menjadi produk olahan yang bernilai ekonomi, sekaligus menjadi tahapan pembangunan pertanian berkelanjutan. Agroindustri memiliki peranan strategis dalam upaya pemenuhan kebutuhan bahan pokok, perluasan kesempatan kerja, pemberdayaan produksi dalam negeri, dan pengembangan sektor perekonomian. Pertumbuhan agroindustri harus sangat diprioritaskan pada daerah-daerah di Indonesia, sehingga mampu menangkap efek ganda yang tinggi baik bagi kepentingan pembangunan nasional, pembangunan pedesaan khususnya maupun bagi perekonomian

daerah pada umumnya. Kebijakan pengembangan agroindustri harusnya berpusat pada kebijakan investasi, teknologi dan lokasi agroindustri yang sangat perlu mendapat pertimbangan utama. Upaya pengembangan agroindustri secara tidak langsung membantu meningkatkan perekonomian petani dengan peran sebagai penyuplai bahan baku (Yusdja dan Iqbal, 2015).

Subsektor pertanian meliputi, perkebunan, peternakan, perikanan, hortikultura, dan tanaman pangan. Berkaitan dengan sektor hortikultura, terdapat perkembangan isu pertanian saat ini yaitu "*Back to Nature*". Perkembangan isu tersebut berdampak pada eksistensi tanaman obat-obatan atau biasa disebut tanaman biofarmaka. Tanaman biofarmaka adalah tanaman yang bermanfaat untuk obat-obatan dan kesehatan yang dikonsumsi atau digunakan dari bagian-bagian tanaman seperti daun, batang, bunga, buah, umbi (rimpang) ataupun akar. Tanaman obat merupakan tanaman yang salah satu atau seluruh bagian pada tumbuhan tersebut mengandung zat aktif yang berkhasiat bagi kesehatan yang dapat dimanfaatkan sebagai penyembuh penyakit (Dalimartha, 2000).

Tanaman obat sangat bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia. Dalam dunia farmasi, tanaman obat merupakan sumber bahan baku obat tradisional maupun modern. Saat ini ada kecenderungan masyarakat untuk mengonsumsi obat tradisional, karena adanya perubahan gaya hidup *back to nature* dan mahalnya obat-obatan modern yang membuat permintaan tanaman obat semakin tinggi, tidak hanya di Indonesia tetapi juga dunia. Di tengah pandemi Covid-19, selain bermanfaat untuk meningkatkan daya tahan tubuh, tanaman obat juga berdampak baik pada peningkatan ekonomi masyarakat, terutama petani. Pemanfaatan tanaman obat tidak hanya dalam bentuk primer (bentuk langsung hasil panen), namun juga dalam bentuk bentuk sekunder atau simplisia (hasil olah sederhana dari bentuk primer) dan ekstrak (hasil olah lebih lanjut). Dari produksi tanaman obat di dalam negeri, 63 persen konsumen tanaman obat merupakan industri farmasi, 23 persen merupakan konsumen rumah tangga dan 14 persen untuk ekspor (Gunawan, 2014).

Tanaman biofarmaka Indonesia terdiri atas 15 jenis, yaitu jahe, laos/lengkuas, kencur, kunyit, lempuyang, temulawak, temuireng, temukunci, dringo, kapulaga, mengkudu, mahkota dewa, kejobeling, sambiloto dan lidah buaya. Penggunaan ramuan obat ada tiga cara yaitu diminum, ditempelkan, atau dibasuhkan dengan air pencuci. Penggunaan dengan cara diminum biasanya untuk pengobatan organ tubuh bagian dalam, sedangkan dua cara lainnya untuk pengobatan tubuh bagian luar (Kusuma & Zakky, 2005). Jumlah produksi tanaman biofarmaka di Indonesia tahun 2018 hingga 2020 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi tanaman biofarmaka di Indonesia tahun 2018-2020

No	Jenis Tanaman	Produksi (kg/tahun)		
		2018	2019	2020
1	Jahe	216.586.622	207.411.867	174.380.121
2	Laos/Lengkuas	63.536.065	70.014.973	75.384.909
3	Kencur	36.655.028	35.966.755	35.296.213
4	Kunyit	128.338.949	203.457.526	190.909.203
5	Lempuyang	7.728.410	9.150.995	6.609.056
6	Temulawak	24.561.046	25.571.197	29.637.119
7	Temuireng	6.407.704	7.135.233	6.969.556
8	Temukunci	4.291.516	5.182.414	4.866.303
9	Dlingo/Dringo	433.381	281.511	333.452
10	Kapulaga	90.787.405	81.724.526	72.529.554
11	Mengkudu/Pace	4.629.225	5.741.585	8.119.231
12	Mahkota Dewa	5.460.471	10.948.173	12.670.580
13	Kejobeling	374.489	-	-
14	Sambiloto	1.612.170	2.290.039	1.856.377
15	Lidah Buaya	10.331.221	11.228.825	20.746.714

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021.

Berdasarkan Tabel 1. dapat dilihat bahwa tanaman biofarmaka yang memiliki produksi tertinggi dalam satuan rimpang dari tahun 2018 sampai tahun 2020 adalah tanaman jahe. Pada tahun 2018, produksi tanaman jahe mencapai 216.586.622 kg. Pada tahun 2019, diperoleh produksi tanaman jahe sebesar 207.411.867 kg. Jumlah produksi tanaman jahe pada tahun 2020, sebesar 174.380.121 kg. Hal ini menunjukkan bahwa produksi tanaman jahe mengalami penurunan tiga tahun terakhir. Jumlah produksi tanaman jahe mengalami penurunan produksi tiga tahun berturut-turut, namun posisi

tanaman jahe yang merupakan tanaman biofarmaka dengan tingkat produksi tertinggi di Indonesia masih tidak dapat digantikan oleh tanaman biofarmaka lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa tanaman jahe merupakan tanaman biofarmaka yang sangat potensial di pasar nasional maupun internasional. Persebaran jumlah luas panen, produksi, dan produktivitas tanaman jahe di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data luas panen, produksi, dan produktivitas jahe berdasarkan provinsi tahun 2019

No	Provinsi	Luas Panen (m ²)	Produksi (kg)	Produktivitas (kg/m ²)
1	Aceh	714.227	2.155.952	3,02
2	Sumatera Utara	1.543.463	2.815.186	1,82
3	Sumatera Barat	1.065.579	4.508.462	4,23
4	Riau	617.413	1.091.840	1,77
5	Jambi	408.187	813.915	1,99
6	Sumatera Selatan	784.023	1.348.625	1,72
7	Bengkulu	2.228.526	14.025.136	6,29
8	Lampung	1.011.576	1.363.150	1,35
9	Kep. Bangka Belitung	103.526	236.517	2,28
10	Kepulauan Riau	14.921	19.212	1,29
11	Provinsi lainnya	72.274.101	146.002.125	

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021.

Berdasarkan Tabel 2. dapat diketahui bahwa wilayah-wilayah di Pulau Sumatera merupakan wilayah penghasil jahe di Indonesia. Pada tahun 2019, Provinsi Bengkulu memiliki jumlah produksi tertinggi di Pulau Sumatera, yaitu sebesar 14.025.136 kg yang kemudian disusul oleh Provinsi Sumatera Barat. Provinsi Lampung juga merupakan salah satu daerah penghasil jahe. Provinsi Lampung memiliki luas panen tanaman jahe sebesar 1.011.576 m² dengan jumlah produksi yang mencapai hingga 1.363.150 kg. Produktivitas tanaman jahe di Provinsi Lampung berada di urutan kedelapan di Pulau Sumatera, yaitu sebesar 1,35 kg/m². Hal ini menunjukkan bahwa tanaman jahe memiliki potensi untuk diusahakan di Provinsi Lampung.

Tanaman jahe merupakan salah satu tanaman obat unggulan Indonesia yang banyak dicari masyarakat Indonesia. Tanaman jahe selain digunakan untuk rempah-rempah, juga dapat digunakan sebagai obat bagi kesehatan tubuh. Komoditas jahe masih menjanjikan peluang besar untuk dikembangkan terus-menerus. Pada masa pandemi Covid-19 ini dapat diprediksi bahwa permintaan jahe mengalami peningkatan yang disebabkan oleh banyaknya konsumen yang percaya bahwa komoditas jahe bermanfaat untuk mencegah terinfeksi virus corona dengan mengolah jahe terutama jahe merah menjadi minuman instan herbal yang memiliki rasa yang khas dan enak untuk dikonsumsi sehingga para konsumen tidak ragu untuk mengonsumsinya. Selain karena manfaatnya, pengolahan tanaman jahe juga dapat menghasilkan nilai ekonomis produk.

Di masa pandemi Covid-19, permintaan masyarakat terhadap jahe sejak pertengahan bulan Maret 2020 cukup tinggi hal ini dapat dilihat dari tingginya harga jahe di pasaran. Melihat kondisi ini, olahan minuman instan herbal berbahan dasar jahe terutama jahe merah menjadi buruan banyak konsumen, ini disebabkan bahwa jahe merah dipercaya dapat meningkatkan imunitas tubuh sehingga sangat tepat dikonsumsi untuk menangkal virus corona. Minuman sehat yang terdiri dari tanaman obat seperti jahe merah merupakan minuman yang mengandung senyawa-senyawa yang berfungsi sebagai antioksidan dan bermanfaat untuk kesehatan manusia dalam meningkatkan daya tahan tubuh, pencegahan serta penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan (Sembiring, 2014).

Kelurahan Rajabasa adalah salah satu daerah pertanian perkotaan di pinggiran Kota Bandar Lampung yang terus berusaha bertahan di tengah masifnya pembangunan permukiman oleh para pengembang. Beberapa petani yang ada mulai bertani hortikultura dengan optimalisasi pekarangan lalu mulai mengembangkan usaha kecil penunjang agribisnis seperti pengolahan hasil pertanian atau agroindustri. Petani umumnya tergabung dalam organisasi kelompok tani dalam menjalankan usahanya. Salah satu kelompok tani yang ada di Bandar Lampung adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) Harapan Jaya.

KWT Harapan Jaya yang berada di Kelurahan Rajabasa ini melakukan kegiatan pengolahan minuman instan herbal dengan jahe merah sebagai produk utamanya. Dengan bahan dan metode sederhana yang dilakukan, jahe merah segar dapat diolah menjadi bubuk jahe untuk membuat minuman jahe cepat saji (jahe instan). Pembuatan jahe instan akan memberikan nilai tambah pada produk jahe sehingga dapat memberikan keuntungan yang lebih apabila dibandingkan dengan produk jahe yang berupa rimpang.

B. Rumusan Masalah

Kelompok Wanita Tani (KWT) Harapan Jaya merupakan salah satu kelompok tani yang melakukan kegiatan pengolahan hasil pertanian berupa jahe merah. Produk utama dari KWT Harapan Jaya adalah jahe instan. Pandemi Covid-19 yang sedang melanda membuat eksistensi dari jahe merah ini meningkat karena masyarakat telah mengetahui manfaat dari jahe. Seiring berjalannya waktu terjadi perubahan permintaan konsumen akan produk olahan jahe. Konsumen menuntut tersedianya produk yang praktis dan cepat penyajiannya. Tiga kegiatan utama yang dilakukan KWT Harapan Jaya yaitu pengadaan bahan baku, pengolahan, dan pemasaran yang dapat disebut dengan keragaan atau *performance* agroindustri.

Kegiatan pengadaan bahan baku pada KWT Harapan Jaya merupakan kegiatan yang sangat penting. Hal ini dikarenakan bahan baku merupakan faktor utama dalam pembuatan suatu produk dalam kegiatan agroindustri. Oleh karena itu, perhatian terhadap bahan baku merupakan hal yang sangat penting. Ketersediaan bahan baku yang tidak kontinu akan berakibat pada sistem kerja yang tidak efektif. Maka dari itu diperlukan adanya manajemen yang baik dalam mengatur persediaan bahan baku bagi KWT Harapan Jaya. Terpenuhinya bahan baku yang dibutuhkan diharapkan dapat memperlancar kegiatan pengadaan bahan baku serta meminimalisir kemungkinan masalah-masalah terkait dengan kegiatan pengadaan bahan baku. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis proses pengadaan bahan baku yang dilakukan KWT Harapan Jaya.

Kegiatan pengolahan merupakan proses transformasi suatu bahan baku menjadi produk. Penilaian kegiatan pengolahan pada KWT Harapan Jaya dilihat berdasarkan kinerja produksi yang diukur dari produktivitas dan kualitas. Kegiatan pengolahan juga dapat memberikan keuntungan bagi KWT Harapan Jaya. Kegiatan pengolahan bahan baku yang dilakukan dengan baik, maka hasil produksi akan tinggi, sehingga pendapatan yang diperoleh juga tinggi. Agar kegiatan produksi dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan yang diinginkan, maka diperlukan adanya penentuan harga pokok produksi (HPP). Penentuan harga pokok produksi penting bagi perusahaan, karena menjadi acuan ketepatan harga jual dan memengaruhi pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis kinerja produksi dan pendapatan serta HPP pada KWT Harapan Jaya.

Faktor lain yang harus diperhatikan adalah kegiatan pemasaran. Salah satu kendala pada KWT Harapan Jaya terkait pemasaran adalah wilayah pemasaran yang tergolong sempit. Keberhasilan suatu agroindustri dalam mencapai tujuannya sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku agroindustri dalam memasarkan produknya. Jahe instan yang dihasilkan harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berkembang seiring berjalannya waktu. Konsumen jahe instan terdiri dari beragam kelas sosial, baik ditinjau dari pekerjaan, pendapatan, kekayaan, dan variabel kelas sosial lainnya. Preferensi merupakan kecenderungan pilihan terhadap atribut yang disukai dalam hal ini adalah jahe instan.

Sebelum membeli konsumen mengetahui atribut-atribut yang ada pada produk. Setelah membeli dan mengonsumsi konsumen akan menilai produk tersebut, apakah konsumen merasa puas atau tidak. Kepuasan akan memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian ulang suatu produk. Hal ini yang akan menjadi tantangan oleh perusahaan dalam memenuhi preferensi dan kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Keragaan Agroindustri Jahe

Instan di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung (Studi Kasus pada KWT Harapan Jaya)".

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengadaan bahan baku yang dilakukan agroindustri jahe instan di KWT Harapan Jaya?
2. Bagaimana kinerja produksi, pendapatan dan HPP terkait dengan kegiatan pengolahan jahe instan di KWT Harapan Jaya?
3. Bagaimana bauran pemasaran, preferensi, dan kepuasan konsumen terhadap produk jahe instan di KWT Harapan Jaya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengkaji pengadaan bahan baku yang dilakukan agroindustri jahe instan di KWT Harapan Jaya.
2. Menganalisis kinerja produksi, pendapatan dan HPP terkait dengan kegiatan pengolahan jahe instan di KWT Harapan Jaya.
3. Mengkaji bauran pemasaran, preferensi dan kepuasan konsumen terhadap produk jahe instan di KWT Harapan Jaya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. KWT Harapan Jaya, sebagai pertimbangan dalam mengembangkan produknya dan meningkatkan nilai tambah produk.
2. Instansi pemerintahan, sebagai pertimbangan untuk penentuan kebijakan dan pengambilan keputusan yang terkait dengan program pengembangan agroindustri jahe instan di Bandar Lampung.
3. Peneliti lain, sebagai bahan referensi jika ingin melakukan penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Agribisnis dan Agroindustri

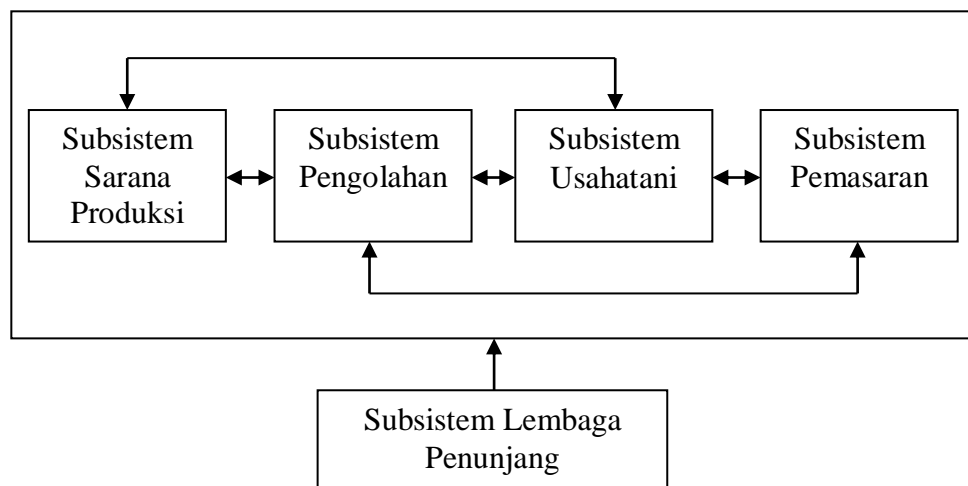
Agribisnis merupakan seluruh kegiatan dan usaha yang berkaitan dengan sektor pertanian. Agribisnis menunjukkan adanya keterkaitan vertikal antar subsistem agribisnis serta keterkaitan horizontal dengan sistem atau subsistem lain diluar agribisnis seperti finansial dan perbankan, transportasi, perdagangan, pendidikan, dan lain-lain. Agribisnis dapat dipandang dari sisi mikro maupun makro. Agribisnis dalam sistem mikro adalah suatu unit bisnis di bidang pertanian yang senantiasa melakukan pertimbangan secara rasional. Agribisnis secara makro adalah suatu sistem yang terdiri atas beberapa subsistem, dimana antara satu subsistem dengan subsistem lainnya saling terkait dan terpadu (Davis dan Goldberg dalam Syahyuti, 2006).

Sistem agribisnis terdiri dari lima subsistem (Downey dan Erickson, 1989), yaitu:

- 1) Subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi pertanian,
- 2) Subsistem usahatani,
- 3) Subsistem pengolahan hasil pertanian (agroindustri),
- 4) Subsistem pemasaran dan
- 5) Subsistem lembaga penunjang.

Menurut Sutawi (2002), secara sederhana agribisnis (*agribusiness*) didefinisikan sebagai usaha atau kegiatan pertanian dan terkait dengan

pertanian yang berorientasi pada keuntungan. Jika didefinisikan secara lengkap agribisnis adalah kegiatan yang berhubungan dengan penanganan komoditi pertanian dalam arti luas, yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan masukan dan keluaran produksi (agroindustri), dan kelembagaan penunjang kegiatan. Ke lima subsistem tersebut memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain, seperti yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Sistem agribisnis
Sumber: Sutawi, 2002.

Keberadaan kelembagaan penunjang pengembangan agribisnis sangat penting untuk menciptakan agribisnis Indonesia yang tangguh dan kompetitif. Lembaga-lembaga pendukung tersebut sangat menentukan dalam upaya menjamin terciptanya integrasi agribisnis dalam mewujudkan tujuan pengembangan agribisnis. Beberapa lembaga pendukung pengembangan agribisnis adalah: pemerintah, lembaga pembiayaan, lembaga pemasaran dan distribusi, koperasi, lembaga pendidikan formal dan informal, lembaga riset agribisnis, dan lembaga penjamin dan penanggung risiko.

Soekartawi (1995) menyatakan agribisnis berasal dari kata agri dan bisnis. Agri berasal dari bahasa Inggris, *agricultural* yang artinya pertanian, dan bisnis yang berarti usaha komersial dalam dunia perdagangan. Menurut

peneliti lain yaitu Sjarkowi dan Sufri (2004), agribisnis adalah segala usaha yang berkaitan dengan kegiatan produksi pertanian, meliputi perusahaan *input* pertanian dan atau perusahaan produksi itu sendiri atau pun pengelolaan hasil pertanian. Sebagai subjek akademik, agribisnis mempelajari strategi memperoleh keuntungan dengan mengelola aspek budidaya, penyediaan bahan baku, pasca panen, proses pengolahan, hingga pemasaran.

Pengertian agribisnis menurut Wibowo dkk, (1994) mengacu kepada semua aktivitas mulai dari pengadaan, prosesing, penyaluran sampai pada pemasaran produk yang dihasilkan oleh suatu usaha tani atau agroindustri yang berkaitan satu sama lain. Agribisnis dapat dipandang sebagai suatu sistem pertanian yang memiliki beberapa komponen subsistem yaitu, subsistem usaha tani/yang memproduksi bahan baku, subsistem pengolahan hasil pertanian, dan subsistem pemasaran hasil pertanian.

Agroindustri adalah turunan dari agribisnis yang merupakan suatu sistem. Agroindustri berasal dari dua kata *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau *input* dalam usaha pertanian. Agroindustri diartikan sebagai kegiatan mengolah dan mentransformasikan produk hasil pertanian menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, yang dapat langsung dikonsumsi atau digunakan langsung dalam proses produksi.

Agroindustri merupakan subsektor yang luas yang meliputi industri hulu sampai dengan industri hilir. Industri hulu adalah industri yang memproduksi alat-alat dan mesin pertanian serta industri sarana produksi yang digunakan dalam proses budidaya pertanian, sedangkan industri hilir merupakan industri yang mengolah hasil pertanian menjadi bahan baku atau barang yang siap dikonsumsi atau merupakan industri pasca panen dan pengolahan hasil pertanian.

Agroindustri dapat diartikan dalam dua hal, yaitu pertama, agroindustri adalah industri yang usaha utamanya dari produk pertanian. Agroindustri pada konteks ini menekankan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan yang bahan bakunya adalah produk pertanian. Arti yang kedua adalah agroindustri diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri (Soekartawi, 2000).

Secara eksplisit pengertian agroindustri pertama kali diungkapkan oleh Austin (1981) yaitu perusahaan yang memproses bahan nabati (yang berasal dari tanaman) atau hewani (yang dihasilkan oleh hewan). Proses yang digunakan mencakup pengubahan dan pengawetan melalui perlakuan fisik atau kimiawi, penyimpanan, pengemasan dan distribusi. Produk agroindustri ini dapat merupakan produk akhir yang siap dikonsumsi ataupun sebagai produk bahan baku industri lainnya (Badar dkk, 2012).

Agroindustri merupakan industri yang pada umumnya mengandalkan sumberdaya alam lokal yang mudah rusak (*perishable*), *bulky/voluminous*, tergantung kondisi alam, bersifat musiman, serta teknologi dan manajemennya akomodatif terhadap heterogenitas sumberdaya manusia (dari tingkat sederhana sampai teknologi maju) dengan kandungan bahan baku lokal yang tinggi. Agroindustri memiliki peranan strategis dalam upaya pemenuhan bahan kebutuhan pokok, perluasan kesempatan kerja dan berusaha, pemberdayaan produksi dalam negeri, perolehan devisa, pengembangan sektor ekonomi lainnya, serta perbaikan perekonomian masyarakat di pedesaan. Hal ini disebabkan oleh karakteristik dari industri ini yang memiliki keunggulan komparatif berupa penggunaan bahan baku yang berasal dari sumberdaya alam yang tersedia di dalam negeri (Supriyati dan Suryani, 2006).

Menurut Hidayatullah (2004) komponen agroindustri terdiri dari :

- a. Bahan mentah dan bahan pembantu. Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam pengadaan bahan mentah dan bahan pembantu adalah kontinuitas, kualitas, kuantitas, dan harga.
- b. Tenaga kerja. Faktor yang harus diperhatikan adalah kualifikasi atau keterampilan dan upah.
- c. Modal. Faktor yang harus diperhatikan dalam memperoleh modal adalah kemudahan, tingkat bunga, dan ketersediaannya.
- d. Manajemen dan teknologi, meliputi tenaga manajemen yang memadai, kontrol kualitas, dan ketersediaan teknologi yang sesuai.
- e. Fasilitas penunjang, meliputi penelitian dan pengembangan, sistem informatika, dan infrastruktur.

Manfaat agroindustri adalah mengubah bentuk dari satu jenis produk menjadi bentuk yang lain sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam hal ini terjadi perubahan fungsi waktu, komoditas pertanian yang tadinya bersifat *perishable* menjadi tahan disimpan lebih lama dan dapat meningkatkan kualitas produk itu sendiri, sehingga meningkatkan harga dan nilai tambah. Pentingnya agroindustri sebagai suatu pendekatan pembangunan pertanian dapat dilihat dari kontribusinya, yaitu kegiatan agroindustri mampu meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, mampu menyerap banyak tenaga kerja, mampu meningkatkan perolehan devisa, dan mampu mendorong tumbuhnya industri yang lain (Soekartawi, 2000).

2. **Kelompok Wanita Tani (KWT)**

Kelompok wanita tani atau KWT, merupakan salah satu bentuk kelembagaan petani, anggotanya terdiri dari para wanita petani yang melakukan kegiatan pertanian yang terlibat tetap atau sewaktu-waktu dalam kegiatan usahatani, baik secara langsung maupun tidak langsung, dan memiliki kesibukan lainnya berhubungan dengan kehidupan dan penghidupan keluarga tani. Kelompok wanita tani berbeda dengan kelompok tani lainnya, karena kelompok wanita tani diarahkan untuk

dapat menambah penghasilan keluarga dengan cara mempunyai suatu usaha produktif dalam skala rumah tangga dengan memanfaatkan atau mengolah hasil-hasil pertanian.

Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan salah satu wadah untuk memberdayakan wanita tani. KWT dimultifungsikan menjadi media pembelajaran anggota sekaligus proses tukar menukar informasi, pengetahuan dan sikap. KWT merupakan suatu bentuk kelembagaan petani yang para anggotanya terdiri dari para wanita yang terlibat dalam kegiatan pertanian, khususnya dalam hal ini berperan dalam usaha produktif hasil pertanian (Yaniongwati, 2007).

Sumberdaya wanita tani merupakan salah satu potensi yang besar dalam menyumbang tenaga kerja pada kegiatan produksi. Wanita tani memegang peranan penting dalam keterlibatannya pada kegiatan agroindustri, sehingga perlu diberdayakan secara optimal. Pemberdayaan dilakukan untuk meningkatkan kemampuan dan memperluas akses terhadap suatu kondisi, hal tersebut untuk mendorong kemandirian yang berkelanjutan (Elizabeth, 2007).

Penanganan permasalahan pertanian di Indonesia perlu adanya dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah sebagai pendana bagi kegiatan pertanian, masyarakat sebagai penyampai informasi yang tepat dalam pengelolaan lahan, serta partisipasi para petani dalam penerimaan dan penerapan informasi serta ilmu-ilmu pertanian yang telah didapat dalam kegiatan pertanian. Salah satu program pemerintah untuk kesejahteraan para petani adalah dengan program Kelompok Wanita Tani (KWT). Adapun tujuan dibentuknya Kelompok Wanita Tani (KWT) adalah untuk lebih meningkatkan dan mengembangkan kemampuan petani dan keluarganya sebagai subjek pembangunan pertanian melalui pendekatan kelompok agar lebih berperan dalam pembangunan.

Kelompok tani merupakan suatu bentuk perkumpulan petani yang berfungsi sebagai media penyuluhan yang diharapkan lebih terarah dalam perubahan aktivitas usaha tani yang lebih baik lagi. Aktivitas usaha tani yang lebih baik dapat dilihat dari adanya peningkatan-peningkatan dalam produktivitas usaha tani yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan petani sehingga akan mendukung terciptanya kesejahteraan yang lebih baik bagi petani dan keluarganya (BPLPP. 1990).

Sektor pertanian masih menjadi salah satu tumpuan hidup sebagian besar penduduk Indonesia. Terlihat dari banyaknya penduduk yang bekerja di sektor pertanian untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sektor pertanian belum mendatangkan pendapatan yang maksimal karena petani menjual hasil taninya dalam bentuk segar. Produk-produk dari pertanian sendiri dikenal sebagai produk yang mudah rusak, produksinya terpecah, bersifat musiman dan memiliki nilai jual yang rendah apabila dijual dalam keadaan segar. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah dari produk pertanian, dapat dilakukan melalui pengembangan agroindustri.

Pengembangan agroindustri dapat melibatkan wanita tani karena kegiatan pertanian tidak terlepas dari peran wanita. Tujuan lain yang ingin dicapai yaitu meningkatkan peran perempuan dalam pembangunan nasional. Usaha tersebut dapat terwujud melalui pembentukan kelembagaan wanita tani sebagai upaya mengembangkan agroindustri pedesaan. Salah satunya yaitu Kelompok Wanita Tani Harapan Jaya yang telah menghasilkan produk berupa jahe instan. Kelompok wanita tani dimultifungsikan menjadi media pembelajaran anggota sekaligus proses tukar menukar informasi, pengetahuan dan sikap, sehingga secara perlahan kekuatan individu akan muncul menjadi kekuatan kelompok dan dari situlah berlangsung proses penguatan dan pemberdayaan. Usaha agroindustri mampu mendatangkan keuntungan bagi kelompok wanita tani, walaupun jumlah keuntungan yang diperoleh rendah.

3. Jahe (*Zingiber officinale* Rosc.)

Tanaman Jahe (*Zingiber officinale* Rosc.) merupakan salah satu tanaman rimpang populer yang banyak sekali manfaatnya. Tanaman jahe tergolong tanaman herbal yang memiliki struktur yang terdiri dari batang, daun, bunga, buah dan rimpang. Batang jahe tegak, tingginya dapat mencapai 30 – 100 cm, dan dapat berumur tahunan. Batang tanaman jahe merupakan batang semu yang tersusun dari helaian daun yang pipih dan memanjang dengan ujung lancip berwarna hijau.

Tanaman jahe akan menghasilkan produksi secara optimal apabila ditanam pada tempat dan lingkungan yang memenuhi syarat tumbuhnya. Tanaman jahe dapat tumbuh dengan baik pada ketinggian 200 – 600 m di atas permukaan laut namun, tanaman jahe juga masih dapat tumbuh dengan baik sampai ketinggian 900 m dpl. Curah hujan rata-rata yang dibutuhkan tanaman jahe sekitar 2.500 – 4.000 mm/tahun dengan bulan basah 7 – 9 bulan. Suhu optimal untuk pertumbuhan jahe rata-rata sekitar 25 – 30°C. Kondisi tanah yang baik bagi tanaman jahe adalah tanah yang subur, gembur, dan banyak mengandung bahan organik seperti tanah latosol erah coklat atau andosol. Derajat keasamaan atau pH tanah yang dibutuhkan adalah 6,8 – 7,4 dengan pH tanah minimal 4,5 (Hesti dan Cahyo, 2013).

Jahe memiliki banyak sekali manfaat, di samping sebagai bumbu dapur, jahe juga digunakan sebagai obat herbal, bahan farmasi, dan kosmetik. Jahe digunakan dalam industri minyak wangi, roti, sirop, dan kembang gula. Jahe dapat diolah menjadi berbagai produk olahan seperti jahe segar, jahe kering, asinan jahe, serbuk jahe, jahe instan, kopi jahe, anggur jahe, dan lainnya. Manfaat jahe sebagai obat tradisional telah dikenal secara turun-temurun mampu mengatasi berbagai penyakit, seperti masuk angin, rematik, menetralkan perut kembung, selesma, antimumtah, penghangat badan, memperbaiki pencernaan, menjaga stamina, batuk berdahak, migran dan lain-lain (Putri, 2009).

Secara umum, jahe memiliki tiga klon atau jenis yang dapat dibedakan melalui aroma, warna, bentuk, dan besar rimpang. Ketiga jenis tanaman jahe tersebut adalah jahe putih besar atau biasa disebut jahe gajah atau jahe badak, jahe putih kecil atau jahe emprit, dan jahe merah atau jahe sunti. Karakteristik masing-masing jenis jahe dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik berbagai varietas jahe

No	Karakteristik	Jahe Putih Besar	Jahe Putih Kecil	Jahe Merah
1	Panjang akar	12,9 – 21,5 cm	20,5 – 21,1 cm	17,4 – 24 cm
2	Diameter akar	4,5 – 6,3 mm	4,8 – 5,9 mm	12,3 – 12,6 mm
3	Ruas rimpang	Besar	Kecil	Kecil
4	Warna	Putih kekuningan	Putih	Merah
5	Besar rimpang	Besar, ruas lebih gembung	Sedang, ruas agak rata dan sedikit gembung	Kecil, ruas agak rata dan sedikit gembung
6	Panjang rimpang	15,88 – 32,75 cm	6,13 – 31,7 cm	12,33 – 12,6 cm
7	Lebar rimpang	6,20 – 11,3 cm	6,38 – 11,1 cm	5,26 – 10,4 cm
8	Panjang daun	17,4 – 21,9 cm	17,4 – 19,8 cm	24,5 – 24,8 cm
9	Daun pelindung bunga	Tersusun rapat	Tersusun rapat	Tersusun longgar
10	Panjang bunga	4 – 4,2 cm	4 – 4,2 cm	5 – 5,5 cm
11	Rasa	Kurang pedas	Pedas	Sangat pedas
12	Aroma	Kurang tajam	Tajam	Sangat tajam
13	Produksi per hektar	10 – 25 ton	10 – 20 ton	8 – 15 ton

Sumber: Hesti dan Cahyo, 2013.

Berdasarkan Tabel 3. jahe putih besar memiliki ukuran rimpang yang besar dan beruas gembung, bagian dalam rimpang berwarna putih kekuningan, seratnya lembut dan rasanya kurang pedas. Jahe putih kecil memiliki rimpang berukuran kecil dan berlapis, daging rimpang berwarna putih, seratnya kasar dan rasanya pedas. Jahe merah memiliki rimpang berukuran kecil berlapis-lapis, daging rimpang berwarna jingga hingga merah, serat kasar dengan aroma yang tajam dan rasa yang sangat pedas. Jahe merah paling cocok digunakan untuk ramuan obat-obatan karena memiliki kandungan minyak atsiri yang paling tinggi (Syukur, 2001).

Dalam rimpang jahe terkandung 1 – 3 persen minyak atsiri yang kandungan kimia utamanya adalah Zingiberen dan β -bisabolen. Terdapat beberapa kandungan dalam jahe yang membuat rasa pedas dan tajam yaitu campuran senyawa fenolat yang disebut gingerol, gingerdiol, gingerdion, dihidrogingerdion, dan shogaol. Komposisi kimia jahe segar per 100 gram bahan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Komposisi kimia jahe segar per 100 gram

Komponen	Satuan	Jumlah
Kalori	kal	51,00
Protein	g	1,50
Lemak	g	1,00
Karbohidrat	g	10,10
Kalsium	mg	21,00
Fosfor	mg	39,00
Zat Besi	mg	1,60
Vitamin A	SI	30,00
Vitamin B ₁	mg	0,02
Vitamin C	mg	4,00
Air	g	86,20

Sumber: Departemen Kesehatan RI, 2000.

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa jahe memiliki berbagai komposisi kimia yang baik bagi tubuh. Komponen terbesar penyusun jahe segar adalah air, dimana jumlahnya adalah 86,2 g. Jahe memiliki kandungan vitamin C dan fosfor yang tinggi yaitu berkisar 4 mg dan 39 mg.

Komposisi kimia ini merupakan unsur-unsur kimia yang terkandung dalam makanan dan minuman yang dapat diserap oleh tubuh manusia untuk mempertahankan hidup, berproduksi dan menghasilkan energi.

Jahe Merah (*Zingiber officinale* var. Rubrum) merupakan salah satu spesies jahe yang tersebar di wilayah Indonesia. Jahe merah secara morfologis mirip dengan jahe biasa, tetapi jenis ini lebih kecil dan lebih pedas, berwarna merah di luarnya dengan kuning hingga merah muda untuk bagian dalamnya (Ibrahim *et al.* 2008). Banyak jahe merah yang digunakan sebagai makanan dan pengobatan tradisional untuk berbagai

penyakit (Sabulal *et al.* 2006). Sebagai tanaman herbal, jahe telah lama digunakan di berbagai negara seperti China, India, dan Arab untuk mengobati penyakit (flu, sakit kepala, demam, mual, dan rematik) (Ali *et al.* 2008).

Jahe merah juga biasanya baru bisa dipanen ketika sudah tua, sedangkan jahe biasa bisa dinikmati saat usianya masih muda maupun sudah tua. Ketika jahe merah matang atau tua, tanaman ini mengandung minyak atsiri yang lebih banyak dibanding jahe biasa. Inilah yang membuat jahe merah memiliki rasa lebih pedas dibanding jahe biasa. Jahe yang diolah menjadi bubuk atau tepung akan mempermudah konsumen dalam mengonsumsi jahe merah (Santi dan Wahyudi, 2021).

4. Jahe Instan

Jahe biasanya dimakan mentah atau dimasak sebagai sayuran dan juga sering digunakan sebagai bumbu dan kondimen. Namun, sekarang daya guna jahe semakin berkembang, tidak hanya disajikan secara tradisional, jahe kini dimodifikasi dengan sentuhan teknologi untuk meningkatkan umur simpan dan daya tarik konsumen. Oleh karena itu, sekarang muncul berbagai jenis pangan olahan jahe, misal jahe instan, permen jahe, asinan jahe, jahe dalam sirup, manisan kering jahe, kopi jahe, dan lain-lain.

Jahe instan merupakan minuman serbuk instan yang berbentuk serbuk atau granula yang dibuat dari campuran gula dan rempah-rempah dengan atau tanpa tambahan makanan yang diizinkan (Intan, 2007). Jahe instan ini dapat dikonsumsi dengan menambahkan air hangat saja atau dicampurkan pada aneka olahan makanan dan minuman lainnya. Minuman instan produk olahan pangan yang berbentuk serbuk, praktis dalam penyajian dan memiliki daya simpan yang lama karena kadar airnya rendah, memiliki luas permukaan yang besar dan mudah larut dalam air panas, dingin maupun hangat karena sifat dehidrasinya (Raharjo, 2009).

Sifat produk pangan siap saji mempunyai ukuran partikel yang sangat kecil, memiliki kadar air rendah yaitu sekitar 3-5 persen dan memiliki luas permukaan yang besar. Badan Standarisasi Nasional telah menetapkan standar mutu minuman serbuk tradisional yang tercantum dalam SNI 01-4320-1996. Syarat mutu minuman serbuk tradisional tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Syarat mutu minuman serbuk tradisional (SNI 01-4320-1996)

No	Kriteria Uji	Satuan	Persyaratan
1	Keadaan:		
	Warna	skor	Normal
	Bau	skor	Normal, khas rempah-rempah
	Rasa	skor	Normal, khas rempah-rempah
2	Air, b/b	%	Maks. 3,0
3	Abu, b/b	%	Maks. 1,5
4	Jumlah gula (dihitung sebagai sakarosa), b/b	%	Maks. 85,0
5	Bahan tambahan:		
	Pemanis buatan		
	- Sakarin	-	Tidak boleh ada
	- Siklamat	-	Tidak boleh ada
	Pewarna tambahan	-	Sesuai SNI 01-0222-1995
6	Cemaran:		
	Timbal (Pb)	mg/kg	Maks. 0,2
	Tembaga (Cu)	mg/kg	Maks. 2,0
	Seng (Zn)	mg/kg	Maks. 50
	Timah (Sn)	mg/kg	Maks. 40,0
7	Cemaran arsen (As)	mg/kg	Maks. 0,1
8	Cemaran mikroba:		
	Angka lempeng total	koloni/gr	3×10^3
	Koliform	APM/gr	< 3

Sumber: Badan Standarisasi Nasional, 1996.

5. Pengadaan Bahan Baku

Menurut Assauri (1999), bahan baku adalah barang-barang berwujud yang digunakan dalam proses produksi yang diperoleh dari sumber alam ataupun dibeli dari *supplier* atau perusahaan yang menghasilkan bahan

baku bagi perusahaan yang menggunakannya. Banyaknya bahan baku dan seberapa baik kualitas bahan baku yang dikehendaki akan sangat bergantung kepada kebutuhan bahan baku untuk pelaksanaan proses produksi dalam periode tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa bahan baku merupakan salah satu faktor penting dalam kelancaran proses produksi.

Pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menunjang pelaksanaan proses produksi yang ada di dalam suatu agroindustri. Pengadaan bahan baku dilakukan untuk menyediakan bahan baku dalam jumlah yang tepat, mutu yang baik dan tersedia secara berkesinambungan dengan biaya yang layak dan terorganisasi dengan baik. Persediaan bahan baku harus dilakukan dengan tepat agar proses produksi dapat berjalan secara optimal. Menurut Assauri (1999), pengadaan bahan baku dapat dibedakan menurut jenis posisi bahan baku di dalam urutan pengerjaan produk, yaitu:

- a. Pengadaan bahan baku, yaitu pengadaan barang-barang berwujud yang digunakan dalam proses produksi yang dapat diperoleh dari sumber-sumber alam ataupun dibeli dari *supplier* yang menghasilkan bahan baku bagi perusahaan.
- b. Pengadaan bahan baku pembantu, yaitu pengadaan bahan-bahan yang diperlukan dalam proses produksi untuk membantu keberhasilan proses produksi.
- c. Pengadaan bahan baku setengah jadi atau barang dalam proses, yaitu pengadaan bahan-bahan yang keluar dari tiap bagian dalam proses produksi atau bahan yang telah diolah dan perlu di proses kembali untuk diolah menjadi barang jadi.

Menurut Assauri (1999), pengadaan bahan baku harus sesuai dengan 6 T, yaitu:

- a. Tepat waktu, adalah kesesuaian waktu yang digunakan untuk memperoleh bahan baku atau waktu penyediaan bahan baku yang tepat saat bahan baku tersebut dibutuhkan dalam agroindustri.

- b. Tepat tempat, adalah lokasi atau tempat yang menjual bahan baku dekat dengan agroindustri, sehingga mudah dijangkau oleh agroindustri dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Agroindustri juga tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi yang besar dalam mendapatkan bahan baku.
- c. Tepat harga, adalah harga yang terjangkau yang ditawarkan kepada konsumen dan harga yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk membeli juga sesuai dengan kualitas bahan baku.
- d. Tepat jenis, adalah jenis bahan baku yang digunakan untuk membuat suatu produk, sehingga hasil produk yang dihasilkan agroindustri akan berkualitas.
- e. Tepat kualitas, adalah kualitas bahan baku yang digunakan pada suatu agroindustri merupakan kualitas terbaik yang diperoleh. Kualitas bahan baku yang baik yaitu yang sesuai dengan permintaan agroindustri.
- f. Tepat kuantitas, adalah jumlah bahan baku sesuai dengan target yang akan diproduksi oleh agroindustri.

6. Pengolahan Jahe Instan

Pengolahan sebagai salah satu subsistem dalam agribisnis merupakan alternatif terbaik untuk dikembangkan. Dalam hal ini, pengembangan industri pengolahan diperlukan untuk menciptakan keterkaitan antara sektor pertanian dengan sektor industri. Industri pengolahan (agroindustri) akan mempunyai kemampuan yang baik jika kedua sektor tersebut memiliki keterkaitan yang sangat erat baik keterkaitan ke depan (*forward linkage*) maupun ke belakang (*backward linkage*). Keterkaitan ke belakang karena proses produksi pertanian memerlukan produksi dan alat pertanian. Keterkaitan ke depan karena ciri produk pertanian bersifat musiman, *voluminous*, dan mudah rusak (Soekartawi, 2000).

Pentingnya peranan agroindustri pada pengolahan hasil pertanian, antara lain:

a. Meningkatkan nilai tambah.

Pengolahan hasil yang baik dilakukan produsen dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian yang diproses.

b. Meningkatkan kualitas hasil.

Kualitas hasil yang baik akan menyebabkan peningkatan nilai barang menjadi lebih tinggi dan keinginan konsumen menjadi terpenuhi.

Perbedaan kualitas tidak hanya menyebabkan adanya perbedaan segmentasi pasar, tetapi juga memengaruhi harga barang itu sendiri.

c. Meningkatkan penyerapan tenaga kerja.

Jika produk pertanian dijual langsung tanpa pengolahan lebih lanjut sebelumnya, maka kesempatan kerja pada kegiatan pengolahan akan hilang. Di sisi lain, jika pengolahan hasil dilakukan, maka banyak tenaga kerja yang diserap. Beberapa produk pertanian terkadang justru menuntut jumlah tenaga kerja yang relatif besar pada kegiatan pengolahan.

d. Meningkatkan keterampilan produsen.

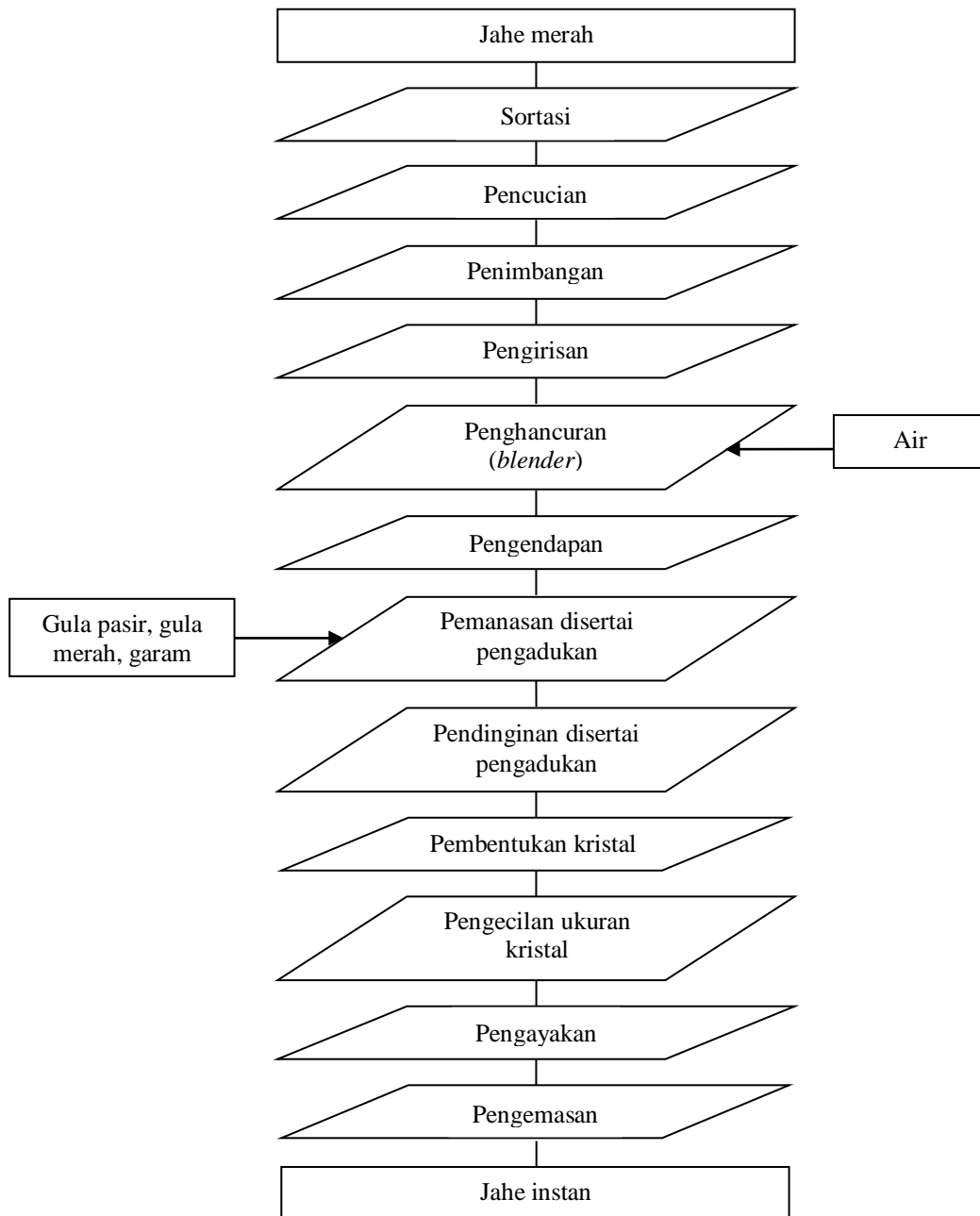
Keterampilan dalam mengolah hasil akan mengarahkan terhadap peningkatan keterampilan secara kumulatif, sehingga pada akhirnya juga akan memperoleh hasil penerimaan yang lebih besar.

e. Meningkatkan pendapatan produsen.

Konsekuensi logis dari produk olahan yang lebih baik adalah mendapatkan total penerimaan lebih tinggi, karena kualitas produk yang lebih baik dan harganya lebih tinggi (Soekartawi, 2000).

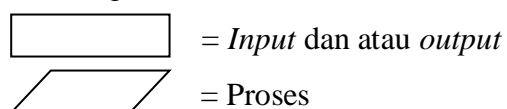
Pengolahan jahe instan dapat dilakukan secara konvensional dan instrumental. Pada metode konvensional, ekstrak jahe diperoleh dengan cara pemanasan dan penambahan gula pasir sehingga terbentuk bubuk kristal. Metode instrumental dilakukan dengan cara destilasi dan penambahan etanol untuk mendapatkan ekstrak jahe. Pada penelitian ini,

fokus pembahasan dibatasi pada proses pengolahan jahe yang dilakukan secara konvensional seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram alir pembuatan jahe instan
Sumber: Koswara dan Diniari, 2015.

Keterangan:



Pembuatan jahe instan diawali dengan penyortiran jahe merah yang tua, kering, tidak busuk dan tidak berwarna kehitaman, kemudian pencucian dan penimbangan. Setelah penimbangan, jahe diiris untuk memudahkan proses ekstraksi. Ekstraksi jahe dilakukan dengan cara menghancurkan jahe menggunakan *blender* dengan penambahan air sedikit demi sedikit. Penambahan air bertujuan untuk mempermudah proses ekstraksi dan meningkatkan total padatan terlarut. Setelah diekstrak sempurna, hasil ekstraknya disaring hingga diambil cairannya saja dan ampasnya dibuang. Cairan hasil ekstrak jahe didiamkan selama 10 menit. Proses pendiaman bertujuan untuk mengendapkan pati yang berasal dari jahe agar pada saat pemasakan (pemanasan) tidak menggumpal karena gelatinisasi pati. Selain itu, untuk menghindari terjadinya penggumpalan pada saat penyeduhan minuman jahe instan.

Bahan tambahan disiapkan, seperti gula pasir, gula merah, rempah bubuk (cabai jawa dan lada hitam), serta garam. Setelah selesai diendapkan, cairan dituangkan ke wajan untuk dilakukan pemanasan dan bahan tambahan pun dilarutkan bersama-sama (kecuali gula pasir) serta diaduk hingga larut sempurna. Pengadukan dilakukan secara terus-menerus. Apabila volume larutan jahe tersebut telah mencapai satu per empat volume awal, maka dilakukan penambahan gula pasir. Selama pemanasan berlangsung dilakukan pengadukan secara kontinu hingga larutan super jenuh dan telah terbentuk kristal-kristal warna cokelat. Selanjutnya, pemanasan dihentikan dan pengadukan tetap dilakukan agar memperoleh ukuran serbuk yang seragam. Serbuk kristal tersebut disaring dan bagian yang tidak lolos penyaringan dilakukan pengecilan ukuran kembali menggunakan *blender* kemudian hasil dari keduanya dikemas.

7. Kinerja Produksi

Kinerja produksi adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh suatu unit usaha atau agroindustri dalam memproduksi suatu produk dengan memanfaatkan seluruh tenaga kerja dan fasilitas yang

tersedia. Tipe pengukuran kinerja produksi pada penelitian ini yaitu produktivitas dan kualitas.

a. Produktivitas

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

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{unit yang diproduksi (kg)}}{\text{masukan yang digunakan (jam)}}$$

b. Kualitas

Kualitas dari proses pada umumnya diukur dengan tingkat ketidaksesuaian dari produk yang dihasilkan. Pada penelitian ini dilakukan dengan mengukur unsur warna, bau, rasa dan kandungan bahan pemanis buatan yang dibandingkan dengan syarat mutu SNI 01-4320-1996 pada Tabel 5.

8. Konsep Keuntungan

Keuntungan adalah selisih antara pendapatan dengan semua biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usaha. Menurut Kartadinata (2000), terdapat beberapa pengertian dalam menganalisis keuntungan antara lain:

- a. Pendapatan adalah jumlah produksi yang dihasilkan dalam suatu kegiatan usaha dikalikan dengan harga jual yang berlaku di pasar.
- b. Keuntungan adalah pendapatan yang dikurangi dengan biaya produksi.
- c. Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dinyatakan dengan uang yang diperlukan untuk menghasilkan produksi.

Secara matematis, keuntungan pada agroindustri dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Keuntungan} = \text{Pendapatan} - \text{Biaya}$$

Keterangan:

Pendapatan = Jumlah produksi dikalikan dengan harga jual produk

Biaya = Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik

9. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah aktiva atau jasa yang dikorbankan atau diserahkan dalam proses produksi (Supriyono, 2002). Harga pokok produksi meliputi semua biaya dan pengorbanan yang perlu dilakukan dan dikeluarkan untuk menghasilkan produk. Penentuan harga pokok produksi dilakukan sebagai penentu harga jual. Secara garis besar unsur-unsur harga pokok produksi digolongkan menjadi tiga yaitu biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik:

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan salah satu elemen penting dari biaya produksi. Elemen yang dapat memengaruhi biaya bahan baku adalah sebagai berikut:

- 1) Harga faktur termasuk biaya angkut dari setiap satuan yang dibeli.
- 2) Biaya pemesanan, yaitu biaya yang terjadi dalam melaksanakan kegiatan pemesanan bahan baku, terdiri dari biaya pemesanan tetap dan variabel.
 - a) Biaya pemesanan tetap, yaitu biaya pemesanan yang besarnya sama dalam periode tertentu dan tidak dipengaruhi frekuensi pemesanan.
 - b) Biaya pemesanan variabel, yaitu biaya pemesanan yang jumlah totalnya berubah-ubah secara proporsional dengan frekuensi pemesanan. Semakin tinggi frekuensi pemesanan maka total biaya pemesanan variabel jumlahnya tinggi dan begitu sebaliknya.
- 3) Biaya penyimpanan, yaitu biaya yang terjadi dalam rangka melaksanakan kegiatan penyimpanan bahan, terdiri dari biaya penyimpanan tetap dan variabel.

- a) Biaya penyimpanan tetap, yaitu biaya penyimpanan bahan yang jumlah totalnya tidak dipengaruhi jumlah atau besarnya bahan yang disimpan di gudang.
- b) Biaya penyimpanan variabel, yaitu biaya penyimpanan bahan yang jumlah totalnya berubah-ubah secara proporsional dengan jumlah atau besarnya bahan yang disimpan.

b. Biaya Tenaga Kerja

Menurut Supriyono (2000), biaya tenaga kerja adalah semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan. Biaya tenaga kerja dalam pertanian terdiri dari biaya tenaga kerja tidak langsung dan biaya tenaga kerja di luar keluarga. *Direct labor cost* adalah upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang langsung terlibat pada proses pengolahan barang dagangan. Besarnya upah yang dibayarkan tergantung pada jumlah keluaran produk yang dihasilkan. Kelompok tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang dibayar berdasarkan upah satuan atau upah harian/jam.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang, meliputi semua biaya produksi selain dari biaya tenaga kerja dan biaya bahan baku. Biaya *overhead* dikelompokkan atas dasar tingkah laku perubahannya terhadap volume aktivitas yaitu biaya tetap dan biaya variabel (Mulyadi, 2015).

1) Biaya *Overhead* Pabrik Variabel

Biaya yang jumlahnya tergantung dari volume produk yang akan dihasilkan. Semakin banyak produk yang ingin dihasilkan, biaya variabel akan semakin tinggi dan sebaliknya, contohnya biaya bahan penunjang, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya transportasi, biaya listrik.

2) Bahan *Overhead* Pabrik Tetap

Biaya tidak langsung yang jumlahnya tidak berubah, walaupun ada perubahan volume produksi. Contohnya biaya penyusutan alat, biaya pajak usaha, dan biaya izin usaha.

Menurut Mulyadi (2015), perhitungan harga pokok produksi dapat dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu metode *variable costing* dan metode *full costing*.

a. Metode *Variable Costing*

Variable costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan harga pokok produksi yang berperilaku variabel, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik variabel. Biaya produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari unsur biaya berikut ini:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx</u> +
Harga pokok produksi	xxx

Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi ditambah biaya nonproduksi variabel.

b. Metode *Full Costing*

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 langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel dan tetap. Kos produksi menurut metode ini terdiri dari unsur biaya sebagai berikut:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	<u>xxx</u> +
Harga pokok produksi	xxx

10. Bauran Pemasaran

Pemasaran mempunyai fungsi yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan suatu perusahaan. Setiap perusahaan perlu menyusun strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai keberhasilan perusahaannya dengan mengkombinasikan elemen-elemen dalam bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2008), bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali produk, harga, tempat, dan promosi yang diperlukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran. Komponen-komponen dari bauran pemasaran yang sering disebut “4P” antara lain produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

a. *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar, agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk dalam arti luas meliputi objek-objek fisik, jasa, cara, orang, tempat, organisasi, ide atau bauran entitas-entitas ini (Kotler dan Armstrong, 2012). Pengertian produk secara umum adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Nana, 2015).

Secara singkat dapat dijelaskan bahwa kombinasi komponen produk untuk barang-barang konsumsi terdiri dari barang-barang itu sendiri, potongannya, model, warna, cap dagang, pengemasan dan labelnya, kualitas, tampang, serta keawetannya. Berbeda halnya untuk barang industri yang kombinasi komponennya terdiri dari model atau variasi, tampang, keawetan, spesifikasi teknis dan ketangguhannya (Hasyim, 1996). Pada penelitian ini, komponen produk berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat rasa, kuantitas, kemasan, keawetan dan cap (merek) jahe instan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen produk akan

dinilai dengan melihat kualitas, kuantitas, tampilan, pengemasan, cap (merek), rasa dan keawetan jahe instan.

b. *Price* (Harga)

Menurut Kotler dan Amstrong (2012), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan, sedangkan unsur lainnya menimbulkan biaya. Penetapan harga perlu memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang memengaruhi secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah dan faktor lainnya.

Pada penelitian ini, komponen harga berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat bagaimana metode penetapan harga serta bagaimana cara pembayaran yang dilakukan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen harga akan dinilai dengan melihat apakah harga yang ditetapkan terjangkau, harga yang ditetapkan sesuai harapan konsumen, dan sistem pembayaran yang dilakukan.

Pendekatan penetapan harga umum yang dilakukan perusahaan-perusahaan yaitu:

- 1) Penetapan harga berdasarkan biaya
 - a) Penetapan harga berdasar biaya-plus, metode penetapan harga berdasarkan biaya-plus adalah metode penetapan harga yang paling sederhana, yaitu dengan menambahkan bagian laba (*mark up*) standar ke dalam biaya produk.
 - b) Penetapan harga titik impas (penetapan harga laba sasaran), menetapkan harga pada titik impas atas biaya pembuatan dan

pemasaran sebuah produk atau menetapkan harga untuk menghasilkan laba sasaran.

2) Penetapan harga berdasarkan nilai

Metode penetapan harga ini menggunakan persepsi para pembeli tentang nilai, bukan pada biaya penjual sebagai kunci dalam penetapan harga. Di sini harga dipertimbangkan bersama dengan variabel-variabel bauran pemasaran lainnya sebelum program pemasaran ditetapkan. Penetapan harga bermula dari penganalisisan kebutuhan konsumen dan persepsi terhadap nilai dan harga ditetapkan supaya sesuai dengan persepsi konsumen tentang nilai.

3) Penetapan harga berdasarkan persaingan

Bentuk penetapan harga berdasarkan persaingan adalah penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku (*going rate pricing*), di mana perusahaan mendasarkan harga produknya terutama pada harga yang ditetapkan oleh para pesaing, dengan sedikit sekali memperhatikan biaya yang dikeluarkannya ataupun permintaan pasar (Kotler dan Keller, 2008).

Penetapan harga jual pada penelitian ini dengan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP). Harga pokok produksi adalah aktiva atau jasa yang dikorbankan atau diserahkan dalam proses produksi (Supriyono, 2002). Menurut Hansen dan Mowen (2009), harga pokok produksi mencerminkan total biaya barang yang diselesaikan selama periode berjalan. Penentuan harga pokok produksi bertujuan untuk melihat biaya yang dikeluarkan selama proses produksi agroindustri. Metode yang digunakan untuk penentuan harga pokok produksi adalah metode *variable costing* dan *full costing*. Metode *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya operasional pabrik variabel. Metode *full costing* merupakan metode penentuan

harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya operasional pabrik baik variabel maupun tetap (Mulyadi, 2015).

c. *Place* (Tempat)

Tempat menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen dalam membuat produk tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat yang tepat dimana konsumen berada. Tempat bukan berarti hanya lokasi perusahaan saja tetapi juga termasuk di dalamnya yaitu saluran distribusi, kumpulan dan pengaturan lokasi, persediaan serta transportasi. Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan.

Menurut Suryana (2013), tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien. Tempat yang strategis adalah tempat yang banyak dilalui atau dikunjungi banyak orang dan alat transportasi. Lokasi penjualan merupakan saluran distribusi untuk mendapatkan konsumen. Lokasi penjualan sangat menentukan karena merupakan domisili pedagang untuk memasarkan produknya (Mursid, 2006).

Pada penelitian ini, komponen tempat berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat bagaimana kestrategisan lokasi penjualan, dilihat dari alat transportasi yang ada dan melihat bagaimana penyampaian produk hingga ke tangan konsumen dan sasaran pemasaran, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen tempat akan dinilai dengan melihat kestrategisan lokasi, jangkauan transportasi, jasa pesan antar yang ditawarkan, dan distribusi produk.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk dan meyakinkan konsumen agar membeli produk dari perusahaan. Tujuan promosi adalah agar suatu produk dapat diketahui oleh pihak luar, serta untuk meningkatkan penjualan, mengenalkan perusahaan, dan menunjukkan kelebihan perusahaan atau produk dibandingkan dengan pesaing (Mursid, 2006).

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) promosi merupakan suatu program untuk memberi informasi kepada konsumen mengenai keunggulan produk. Promosi mempunyai beragam alat yang digunakan untuk meraih tujuan pemasarannya, antara lain :

- 1) Periklanan (*advertising*) adalah segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi nonpribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa.
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk.
- 3) Hubungan masyarakat (*public relation*) adalah membangun hubungan yang baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan, dan menangani atau menanggapi rumor, berita, dan kejadian yang tidak menyenangkan.
- 4) Penjualan personal (*personal selling*) yaitu presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan.
- 5) Pemasaran langsung (*direct marketing*) adalah komunikasi langsung dengan sejumlah konsumen sasaran untuk memperoleh tanggapan langsung dari konsumen.

Pada penelitian ini, komponen promosi berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan oleh agroindustri serta media apa saja

yang digunakan untuk melakukan promosi tersebut, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, promosi akan dinilai dengan melihat apakah promosi yang dilakukan menarik dan membantu konsumen, dan promosi yang dilakukan sesuai kenyataan serta media promosi yang digunakan.

11. Preferensi Konsumen

Preferensi berasal dari bahasa Inggris, yaitu *preference* yang berarti sesuatu yang lebih diminati, suatu pilihan utama, merupakan kebutuhan prioritas. Preferensi merupakan suatu hal yang harus didahulukan, dan diutamakan dari pada yang lain, prioritas, pilihan, kecenderungan dan lebih disukai. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi.

Menurut Simamora (2004) preferensi berasal dari kata *prefer* yang berarti kecenderungan atau kesukaan seseorang dalam memilih sesuatu. Setiap orang memiliki derajat kesukaan terhadap sesuatu yang berbeda-beda yang disebut dengan preferensi. Preferensi menggambarkan kesukaan seseorang yang dipengaruhi oleh karakteristik individu, karakteristik produk, dan karakteristik lingkungan. Dengan kata lain, untuk memilih produk mana yang akan dipilih dan dikonsumsi oleh konsumen, maka konsumen perlu adanya alternatif pilihan atribut seperti kualitas, harga, promosi dan kemasan yang melekat pada produk, sehingga dapat membandingkan produk mana yang lebih disukai oleh konsumen tersebut.

Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk. Menurut Indriani (2007), preferensi atau tingkat kesukaan seseorang terhadap suatu produk makanan dapat dilihat dari sifat fisik pangan misalnya rasa, warna, tekstur, bentuk, dan sifat fisik lainnya yang melekat pada produk pangan tersebut. Atribut fisik yang ditampilkan pada suatu

produk dapat menimbulkan daya tarik yang dapat memengaruhi konsumen. Penilaian terhadap produk menggambarkan sikap konsumen terhadap produk tersebut dan sekaligus dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam membeli dan mengonsumsi suatu produk. Konsumen memiliki sikap berbeda-beda dalam menimbang atribut yang dianggap penting. Mereka akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya. Atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2001).

Menurut Simamora (2001) atribut produk adalah faktor faktor yang dipertimbangkan oleh pembeli pada saat membeli produk, seperti harga, kualitas, kelengkapan fungsi, desain, layanan purna jual, dan lain-lain. Setiap produk mempunyai atribut produk yang berbeda-beda, sehingga konsumen dihadapkan pada berbagai atribut yang ditawarkan oleh perusahaan. Pengukuran preferensi dapat dilakukan dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 3.

Atribut–atribut pada penelitian ini merujuk pada penelitian Dzulfikar, Jahroh, dan Ali (2021) yang meneliti mengenai Strategi Peningkatan Kepuasan Konsumen Jahe Sang Jawara di Masa Pandemi Covid-19, lalu disesuaikan dengan produk jahe instan pada penelitian ini. Preferensi pada penelitian ini dilihat dari atribut rasa, aroma, tekstur, dan kemasan produk.

12. Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Sumarwan, 2015). Apabila kinerja berada di bawah harapan maka konsumen tidak merasa puas. Ketidakpuasan ini akan menyebabkan konsumen merasa kecewa dan berhenti membeli dari konsumsi produk tersebut. Sebaliknya, jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan merasa puas. Kepuasan ini akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengonsumsi ulang produk

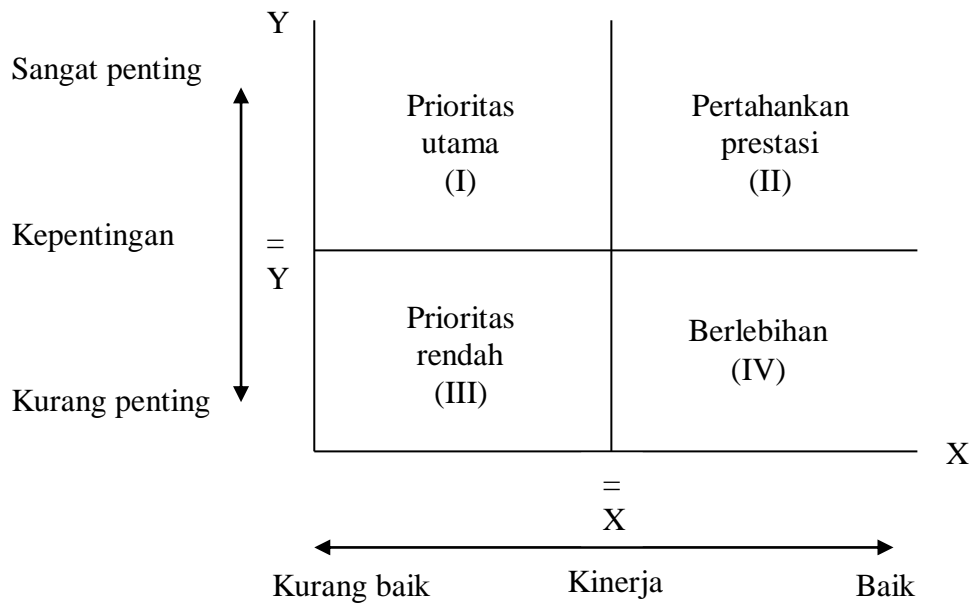
tersebut. Pengukuran terhadap kepuasan konsumen telah menjadi sesuatu yang sangat penting bagi semua produsen. Hal ini disebabkan kepuasan konsumen dapat menjadi umpan balik dan masukan lagi bagi produsen serta implementasi strategi peningkatan kinerja.

Analisis yang digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi jahe instan pada penelitian ini adalah metode analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Menurut Supranto (2006), *Customer Satisfaction Index (CSI)* atau indeks kepuasan konsumen merupakan suatu ukuran keterkaitan konsumen kepada suatu merek. Ukuran ini memberikan gambaran tentang kemungkinan seorang pelanggan beralih ke merek lain, terutama jika merek tersebut diperoleh adanya perubahan, baik mengenai harga maupun atribut lainnya.

Hasil dari pengukuran CSI dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran terhadap peningkatan pelayanan kepada pelanggan. Metode pengukuran CSI ini meliputi beberapa tahap yaitu:

- 1) Menghitung *weighting factor (WF)*, yaitu mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan total WF sebesar 100 persen.
- 2) Menghitung *weighting score (WS)*, yaitu nilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja (kepuasan) masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.
- 3) Menghitung *weighting total (WT)*, yaitu menjumlahkan WS dari semua atribut kualitas produk.
- 4) Menghitung *satisfaction index*, yaitu WT dibagi skala maksimal yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimal adalah 5), kemudian dikali 100 persen.

Importance Performance Analysis (IPA) adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja apa yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian disampaikan dalam bentuk kuadran dua dimensi yang bersifat grafis dan mudah diinterpretasi.



Gambar 3. Diagram kartesius (matriks) IPA
Sumber: Ong dan Pambudi, 2014.

Interpretasi terkait keempat diagram kartesius dalam *importance performance analysis* (IPA) adalah sebagai berikut:

a. Prioritas utama

Atribut-atribut yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor utama dan diharapkan oleh konsumen tetapi kondisi persepsi dan atau kinerja sebenarnya yang ada pada saat ini belum memberikan kepuasan, sehingga pihak manajemen memiliki kewajiban untuk mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Atribut-atribut yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

b. Pertahankan prestasi

Atribut-atribut yang terletak pada kuadran ini dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

c. Prioritas rendah

Atribut-atribut yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting dan atau terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut.

d. Berlebihan

Atribut-atribut yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan atribut-atribut tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, semisal di kuadran II.

Ada dua cara untuk merepresentasikan data IPA. Pertama, untuk mendapatkan gambaran umum tentang distribusi data termasuk ke dalam kuadran ke berapa, tempatkan garis potong kuadran pada rata-rata sumbu prioritas manajemen atau kepentingan dan kinerja. Selanjutnya, telusuri perpotongan kuadran dengan nilai rata-rata yang diamati dari sumbu kepuasan dan sumbu prioritas untuk mendapatkan ide konkrit di kuadran mana setiap elemen berada. Dalam konteks IPA ini, peneliti melakukan langkah-langkah berikut:

1. Menghitung *Mean* Harapan setiap responden.
2. Menghitung *Mean* Persepsi setiap responden.

3. Melakukan plotting *Mean* Harapan dan *Mean* Persepsi secara *Cartesian* ke dalam Kuadran IPA *Martilla and James*.
4. Melakukan interpretasi dan analisis seputar indikator-indikator apa yang masuk ke dalam masing-masing kategori.

13. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu diperlukan sebagai bahan referensi bagi peneliti untuk menjadi pembanding antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Referensi-referensi ini juga dapat mempermudah peneliti dalam pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data. Penelitian mengenai keragaan agroindustri jahe instan merupakan penelitian yang masih sangat sedikit, sehingga untuk mendukung penelitian ini maka penulis mengambil beberapa referensi dari penelitian terdahulu baik penelitian mengenai keragaan agroindustri atau penelitian mengenai jahe instan. Hasil penelitian terdahulu tidak semata-mata digunakan sebagai acuan dalam penulisan hasil dan pembahasan penelitian ini. Hal ini dibuktikan dari adanya persamaan dan perbedaan penelitian yang hendak dilaksanakan dengan penelitian terdahulu.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu yang tercantum pada Tabel 6, dapat dilihat persamaan dan perbedaan penelitian antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Penelitian Analisis Keragaan Agroindustri Jahe Instan di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung (Studi Kasus pada KWT Harapan Jaya) memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu pada tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis keragaan agroindustri berupa pengadaan bahan baku, pengolahan, serta pemasaran. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada alat analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif (pengadaan bahan baku dan bauran pemasaran) dan analisis deskriptif kuantitatif (kinerja produksi, pendapatan, HPP, preferensi dan kepuasan konsumen).

Hal yang membedakan penelitian yang berjudul Analisis Keragaan Agroindustri Jahe Instan di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung (Studi Kasus pada KWT Harapan Jaya) dengan penelitian terdahulu adalah komoditas yang digunakan. Pada penelitian terdahulu belum ada yang meneliti keragaan agroindustri jahe instan. Selain itu, pada penelitian terdahulu kebanyakan peneliti hanya meneliti sebatas keragaannya saja, sedangkan pada penelitian ini akan diteliti juga mengenai preferensi dan kepuasan konsumen jahe instan.

Hasil dari penelitian ini akan mengetahui bagaimana pengadaan bahan baku dengan melihat kriteria pengadaan bahan baku 6T dengan membandingkan kriteria ketepatan terhadap kenyataan sebenarnya, kinerja produksi, pendapatan pada kegiatan pengolahan, penetapan harga pokok produksi, sistem pemasaran berupa bauran pemasaran, serta preferensi dan kepuasan konsumen pada agroindustri jahe instan di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung.

Tabel 6. Kajian penelitian terdahulu

No	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Analisis Keragaan Agroindustri Klanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. Aidawati, Murniati dan Riantini (2021)	Menganalisis pengadaan bahan baku, keuntungan dan bauran pemasaran	Metode dasar yang digunakan adalah studi kasus dengan metode analisis data 6T, analisis pendapatan dan 7P.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku telah memenuhi kriteria tepat tempat dan tepat harga, namun belum memenuhi kriteria tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat waktu. 2. Agroindustri klanting di Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur tersebut menguntungkan. 3. Strategi pemasaran lebih menekankan kepada bauran sumberdaya manusia, produk, tempat, lingkungan fisik, dan proses.
2.	Keragaan Agroindustri Keripik Singkong di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. Utari, Prasmatiwi dan Murniati (2021)	Menganalisis pengadaan bahan, produktivitas tenaga kerja, kapasitas produksi, kualitas produk, kecepatan pengiriman, dan fleksibilitas, nilai tambah, dan pendapatan	Penelitian dilakukan di agroindustri keripik singkong yang berada di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran dengan menggunakan metode survei dengan analisis data 6T, nilai tambah, dan pendapatan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku keripik singkong sudah tepat (jenis dan kuantitas), sedangkan tidak tepat untuk tempat. 2. Keragaan agroindustri keripik singkong pada indikator fleksibilitas belum dapat dikatakan baik 3. Nilai tambah bernilai positif, menandakan usaha mengalami keuntungan.

Tabel 6. (Lanjutan)

<p>3. Keragaan Agroindustri Sale Pisang Gulung (Studi Kasus pada Agroindustri Rizki Barokah di Desa Sukahurip Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis). Aprilia, Noor, dan Setia (2021)</p>	<p>Mengetahui proses produksi, saluran pemasaran dan pendapatan agroindustri sale pisang gulung</p>	<p>Metode dasar yang digunakan adalah studi kasus, dengan metode analisis data deskriptif kualitatif, analisis bauran pemasaran, dan analisis pendapatan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses produksi sale pisang gulung dimulai dari pemotongan, penggilingan, penggorengan dan pengemasan. 2. Ada dua saluran pemasaran sale pisang gulung yaitu Saluran tingkat I adalah Produsen – Konsumen. Saluran Tingkat II adalah Produsen – Pengecer Konsumen. 3. Besarnya pendapatan dalam satu kali proses produksi yaitu Rp 201.154,13.
<p>4. Keragaan Agroindustri dan Posisi Produk Berdasarkan Siklus Hidup Produk pada Sosis Gulung Varian <i>Noodle</i> di Cv Cucurutuku Ceria. Sari, Lestari Dan Sayekti (2021)</p>	<p>Menganalisis proses penyediaan bahan baku, pendapatan, harga pokok produksi, dan pemasaran.</p>	<p>Metode dasar yang digunakan adalah studi kasus. Metode analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, analisis pendapatan, HPP, dan analisis 7P.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyediaan bahan baku belum sesuai dengan harapan untuk kriteria tepat waktu, kualitas dan jenis. 2. Usaha sosis gulung varian <i>noodle</i> CV CC menguntungkan dengan nilai R/C atas biaya total sebesar 3,23. 3. HPP sosis gulung varian <i>noodle</i> sebesar Rp1.046,53. Bauran pemasaran yang telah dilakukan yaitu, produk, harga, tempat, promosi, pelatihan karyawan. Jasa layanan pendukung berupa kebijakan pemerintah belum dimaksimalkan.

Tabel 6. (Lanjutan)

<p>5. Analisis Sistem Agribisnis Usaha Ternak Kambing Saburai pada KPP Saburai Mandiri di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. Hirawan, Lestari, dan Kasymir (2021)</p>	<p>Mengetahui pengadaan sarana produksi, pendapatan, harga pokok produksi, saluran pemasaran dan jasa layanan penunjang</p>	<p>Metode dasar yang digunakan adalah studi kasus. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis 6T, pendapatan, HPP dengan <i>full costing</i>, analisis saluran pemasaran dan jasa layanan pendukung.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan sarana produksi telah tepat 2. Usaha menguntungkan dan layak untuk dijalankan dengan rata-rata pendapatan Rp22.563.979,21 per tahun. HPP sebesar Rp31.248,68 per kg. 3. Saluran pemasaran terbagi menjadi dua, yang masing-masing memiliki empat saluran pemasaran. 4. Jasa layanan penunjang terdiri dari bank, penyuluh, pemerintah, kelompok ternak, sarana transportasi, teknologi informasi dan komunikasi, dan pasar.
<p>6. Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. Syarief, Lestari, dan Kasymir (2019)</p>	<p>Menganalisis pengadaan bahan baku. kinerja produksi, pendapatan, nilai tambah produk, pemasaran dan jasa layanan pendukung agroindustri.</p>	<p>Metode dasar yang digunakan adalah studi kasus. Metode analisis data yang digunakan 6T, analisis kinerja produksi, pendapatan, nilai tambah, bauran pemasaran 4P dan jaya layanan penunjang.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku belum memenuhi komponen tepat harga. 2. Kinerja agroindustri cukup baik, pendapatan menguntungkan. Nilai tambah memberikan nilai tambah positif. 3. Kegiatan pemasaran sudah menerapkan <i>marketing mix</i>. Rantai pemasaran terdiri dari dua saluran. Sistem pemasaran pada agroindustri kerupuk bawang belum efisien. 4. Jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan dengan baik.

Tabel 6. (Lanjutan)

<p>7. 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 (2019)</p>	<p>Menganalisis bauran pemasaran, risiko dan kinerja keuangan agroindustri kopi bubuk.</p>	<p>Metode dasar yang digunakan adalah studi kasus, dengan metode analisis data 7P, analisis ISO, dan rasio keuntungan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komponen promosi kurang diterapkan dengan optimal, karena masih menggunakan metode <i>personal selling</i>. 2. Risiko yang dihadapi bernilai rendah, dan Agroindustri sudah menerapkan Manajemen Risiko ISO 31000: 2009 berdasarkan risiko operasional yang terjadi yang terdiri dari risiko proses, risiko SDM, dan risiko insidental. 3. Kinerja keuangan agroindustri berdasarkan analisis rasio likuiditas dan rasio aktivitas masuk dalam kategori cukup baik, sedangkan rasio solvabilitas dan rasio profitabilitas masuk kategori buruk.
<p>8. Keragaan Agroindustri Mi Basah di Kota Bandar Lampung dan Perilaku Konsumen dalam Perspektif Diversifikasi Pangan. Sinaga, Lestari dan</p>	<p>Mengetahui pengadaan bahan baku, pendapatan dan nilai tambah produk, pemasaran, peranan jasa layanan pendukung, perilaku konsumen tepung terigu, dan perilaku konsumen mi basah dan makanan olahan mi basah.</p>	<p>Metode dasar yang digunakan adalah studi kasus. Dengan metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif, analisis 6T, pendapatan dan nilai tambah.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku pada sudah sesuai dengan konsep enam tepat. 2. Pendapatan dari ketiga <i>grade</i> mi basah menguntungkan, dan memberikan nilai tambah positif. 3. Konsumen mengambil sendiri mi basah yang telah dipesan ke agroindustri. Saluran distribusi pemasaran terdiri dari 2 saluran. 4. Jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan untuk menunjang kegiatan produksi adalah

Situmorang (2019)			<p>pasar, sarana transportasi, dan teknologi informasi dan komunikasi.</p> <p>5. Konsumen tepung terigu kurang mengetahui program diversifikasi pangan.</p> <p>6. Konsumen mi basah dan makanan olahan mi basah sebagian besar mengetahui program diversifikasi pangan.</p>
<p>9. Analisis Keragaan Agroindustri Beras Siger (Studi Kasus pada Agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) dan Agroindustri Mekar Sari(Kota Metro). Aldhariana, Lestari, dan Ismono (2016)</p>	<p>Mengetahui pengadaan bahan baku, pendapatan dan nilai tambah, bauran pemasaran dan efisiensi pemasaran serta peranan jasa layanan pendukung terhadap agroindustri beras siger.</p>	<p>Metode dasar yang digunakan adalah studi kasus, dengan metode analisis data 6T, analisis R/C ratio, nilai tambah, analisis 4P dan efisiensi pemasaran, serta analisis jasa layanan pendukung.</p>	<p>1. Pengadaan bahan baku sebagian sudah tepat, kecuali harga.</p> <p>2. Pendapatan ke dua agroindustri ini sudah cukup menguntungkan, dan memiliki nilai tambah yang positif.</p> <p>3. Strategi pemasaran menggunakan <i>marketing mix</i>. Rantai pemasaran terdiri dari dua yaitu secara langsung kepada konsumen dan melibatkan pedagang pengecer. Sistem pemasaran pada kedua agroindustri belum efisien, karena nilai margin pemasaran dan rasio profit margin yang tidak menyebar merata.</p> <p>4. Jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan kedua agroindustri beras siger yaitu lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, serta teknologi informasi dan komunikasi memberikan peran yang positif.</p>

Tabel 6. (Lanjutan)

10.	<p>Analisis Keragaan Agroindustri Tahu Kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. Shafira, Lestari, dan Affandi (2018)</p>	<p>Menganalisis pengadaan bahan baku, kinerja produksi, pendapatan dan nilai tambah produk, bauran pemasaran serta peranan jasa layanan pendukung bagi agroindustri.</p>	<p>Metode dasar yang digunakan adalah studi kasus, dengan metode analisis data pengadaan bahan baku dengan 5 elemen, analisis kinerja produksi, pendapatan dan nilai tambah, analisis bauran 4P serta jasa layanan pendukung.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku sudah sesuai dengan apa yang ketiga agroindustri harapkan. 2. Kinerja pada tiga agroindustri tahu belum baik, pendapatan sudah baik dan menguntungkan, nilai tambah memberikan nilai tambah positif. 3. Pemasaran telah menerapkan bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>) yang terdiri dari empat komponen. 4. Jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan dan berdampak positif bagi kelancaran kegiatan tiga agroindustri tahu.
11.	<p>Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Broiler di Pasar Tradisional Kota Manado (Studi Kasus “Pasar Pinasungkulan Karombasan”). Simarmata, Osak, Endoh dan Oroh (2019)</p>	<p>Menganalisis preferensi dan sikap konsumen terhadap berbagai atribut daging broiler di pasar tradisional kota Manado.</p>	<p>Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode survey, dengan metode analisis <i>Chi-square</i> dan <i>multiatribut fishbein</i>.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut daging broiler yang dipertimbangkan konsumen, dimana atribut yang paling dipertimbangkan yaitu warna daging, warna kulit, aroma daging, kekenyalan kulit dan bobot daging. 2. Sikap konsumen terhadap atribut daging broiler yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian daging broiler adalah warna daging broiler.

Tabel 6. (Lanjutan)

12.	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Menggunakan Metode Full Costing dan Variabel Costing pada Tahu Mama Kokom Kotabaru. Sylvia (2018)	Menganalisis harga pokok produksi, menganalisis perhitungan harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> dan metode <i>variable costing</i> .	Metode dasar yang digunakan adalah studi kasus, dengan metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif, analisis <i>full costing</i> , dan analisis <i>variable costing</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil perhitungan yang dilakukan Mama Kokom dengan menggunakan perhitungan sendiri (metode perusahaan) adalah Rp. 190,42,-. 2. Menggunakan metode <i>full costing</i> harga pokok produksi tahu per potongnya adalah Rp. 190,78,-. 3. HPP menggunakan metode <i>variable costing</i> harga pokok produksi tahu per potongnya adalah Rp. 190,62,-
13.	Keragaan Agroindustri Tempe Anggota Primkopti Kabupaten Pesawaran. Anggraeni, Lestari, dan Indriani (2017)	Mengetahui pengadaan bahan baku, pendapatan dan nilai tambah produk, bauran pemasaran, rantai pemasaran dan marjin pemasaran, serta peranan jasa layanan pendukung.	Penelitian ini menggunakan metode survei dengan metode analisis data 6T, analisis R/C ratio dan nilai tambah, analisis bauran 4P dan marjin pemasaran, serta jasa layanan pendukung.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku belum sesuai dengan 6T. 2. Pendapatan rendah namun nilai tambah agroindustri tempe memberikan nilai positif dan layak dikembangkan. 3. Strategi pemasaran agroindustri tempe sudah menerapkan komponen <i>marketing mix</i>. Rantai pemasaran terdiri dari dua saluran Sistem pemasaran belum efisien, dan nilai RPM tidak sama dengan nol (0). 4. Jasa layanan pendukung belum dimanfaatkan dengan optimal oleh agroindustri tempe.

Tabel 6. (Lanjutan)

14. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Terasi Udang. Permadi (2016)	Menganalisis karakteristik konsumen dan menganalisis preferensi konsumen terhadap produk terasi udang.	Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif eksploratif, dengan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis konjoin.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan hampir semua responden sudah menempuh pendidikan yang baik, jenis pekerjaan responden 50,00% pegawai (negeri maupun honorer), sisanya sebagai pegawai swasta, wira usaha, dan ibu rumah tangga. 42,00% responden berpendapatan < Rp 700.000 dan 36,00% berpendapatan Rp1.500.00 – Rp3.000.000. 2. Kombinasi yang paling banyak disukai konsumen adalah terasi dengan ukuran 10 gr, sudah dibakar, kemasan renteng plastik, dan murni udang.
15. Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen terhadap Beras di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur. Nurmalina dan Astuti (2012)	Mengkaji karakteristik konsumen, menganalisis proses pengambilan keputusan dalam pembelian, menganalisis preferensi konsumen dan kepuasan konsumen terhadap beras.	Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur. Dengan metode analisis deskriptif kualitatif, analisis IPA dan CSI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbedaan karakteristik konsumen beras berdasarkan kelas sosialnya. 2. Perbedaan proses pengambilan keputusan terdapat pada pertimbangan utama dalam mengonsumsi beras, frekuensi dan ukuran pembelian, serta tempat membeli beras. 3. Atribut yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen namun kinerjanya belum memuaskan adalah atribut yang berada pada kuadran I. 4. CSI dari ketiga kelas sosial berkisar 67,86 – 77,05 termasuk kategori puas.

B. Kerangka Pemikiran

Saat ini ada kecenderungan masyarakat untuk mengonsumsi obat tradisional, karena adanya perubahan gaya hidup “*back to nature*” dan mahalnya obat-obatan modern yang membuat permintaan tanaman obat semakin tinggi, tidak hanya di Indonesia tetapi juga dunia. Di tengah pandemi Covid-19, selain bermanfaat untuk meningkatkan daya tahan tubuh, tanaman obat terutama jahe merah juga berdampak baik pada peningkatan ekonomi masyarakat, terutama petani. Pemanfaatan tanaman jahe merah tidak hanya dalam bentuk primer (bentuk langsung hasil panen), namun juga dalam bentuk bentuk sekunder atau simplisia (hasil olah sederhana dari bentuk primer) dan ekstrak (hasil olah lebih lanjut). Pandemi Covid-19 yang sedang melanda membuat eksistensi dari jahe merah ini meningkat karena masyarakat telah mengetahui manfaat dari jahe. Konsumen menuntut tersedianya produk yang praktis dan cepat penyajiannya seperti jahe instan.

Agroindustri merupakan bagian atau subsistem dari sistem agribisnis yang memproses atau mengolah dan mentransformasikan produk mentah hasil pertanian. Agroindustri telah terbukti mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, memiliki kemampuan menyerap tenaga kerja, dapat meningkatkan perolehan devisa negara, dan mampu mendorong munculnya industri-industri baru (Soekartawi, 2000). Tiga kegiatan utama yang dilakukan oleh agroindustri jahe instan yaitu pengadaan bahan baku, pengolahan, dan pemasaran yang dapat disebut dengan keragaan atau *performance* agroindustri.

Kegiatan pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang sangat penting dalam industri pertanian, termasuk agroindustri jahe instan. Hal ini dikarenakan bahan baku merupakan faktor utama dalam pembuatan suatu produk dalam kegiatan agroindustri. Ketersediaan bahan baku yang tidak kontinu akan berakibat pada sistem kerja yang tidak efektif. Bahan baku yang diperoleh KWT Harapan Jaya masih belum kontinu dan berkelanjutan, sehingga sulit untuk mengestimasi jumlah bahan baku yang akan digunakan dalam produksi. Maka dari itu diperlukan adanya manajemen yang baik dalam

mengatur persediaan bahan baku jahe merah bagi KWT Harapan Jaya. Manajemen yang tepat diperlukan dalam mengelola bahan baku dan juga harus sesuai dengan kriteria enam tepat yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga (Assauri, 1999).

Dengan adanya penerapan konsep enam tepat pada agroindustri jahe instan, diharapkan dapat meminimalkan masalah-masalah yang terkait dengan pengadaan bahan baku dan memperlancar kegiatan pengadaan bahan baku yang memiliki karakteristik khusus. Selain itu, faktor produksi lain yang juga harus diperhatikan dalam agroindustri jahe instan yaitu, bahan penunjang, tenaga kerja, dan peralatan. Faktor-faktor produksi tersebut yang dapat memperlancar kegiatan di suatu agroindustri.

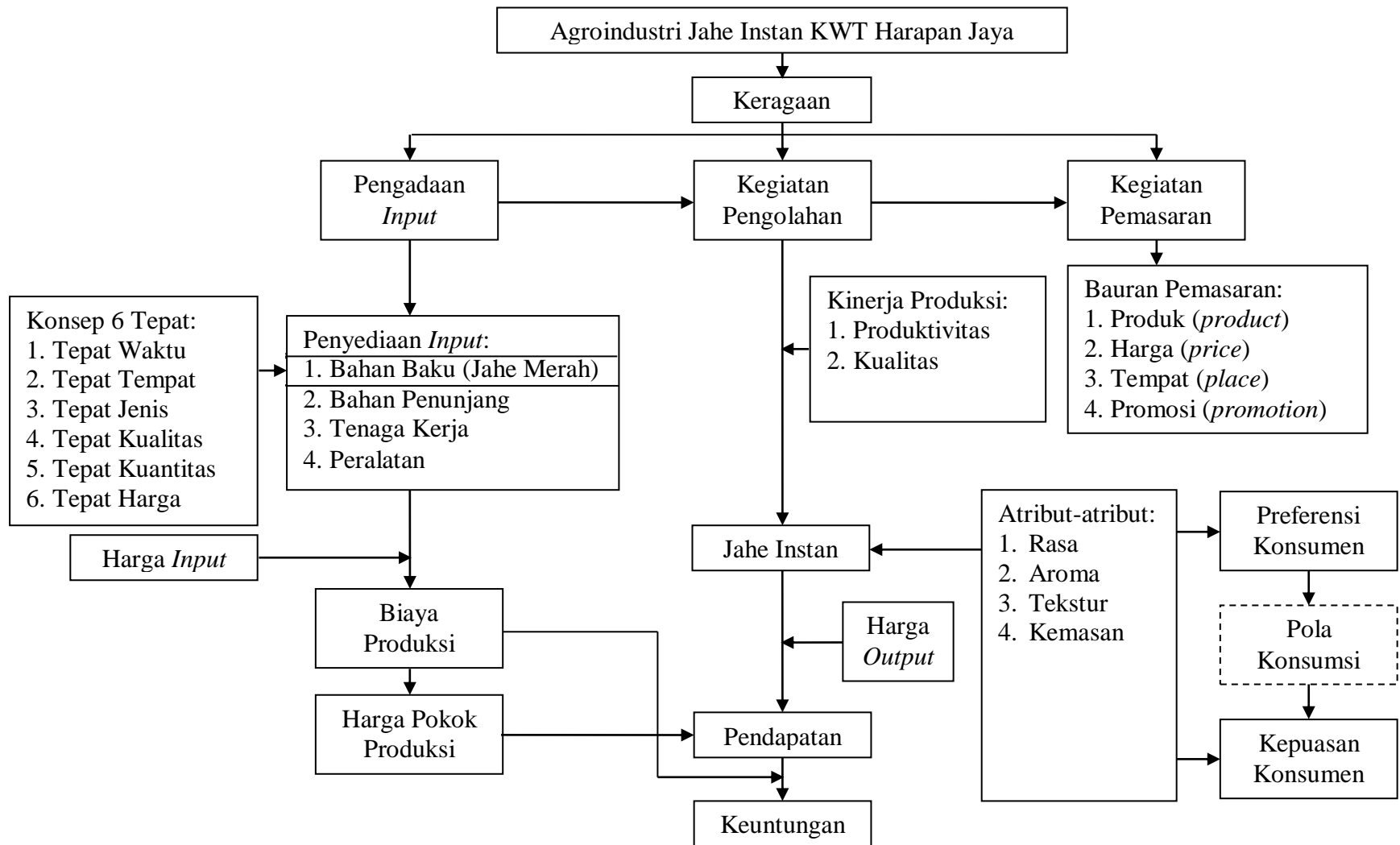
Kegiatan lain yang tidak kalah penting dan harus diperhatikan adalah kegiatan pengolahan. Kegiatan pengolahan merupakan proses transformasi suatu bahan baku menjadi produk. Penilaian kegiatan pengolahan pada KWT Harapan Jaya dilihat berdasarkan kinerja produksi. Kegiatan pengolahan dapat memberikan keuntungan bagi agroindustri. Kegiatan pengolahan bahan baku yang dilakukan dengan baik, maka hasil produksi akan tinggi, sehingga pendapatan yang diperoleh juga tinggi. Agar kegiatan produksi dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan yang diinginkan, maka diperlukan adanya penentuan harga pokok produksi (HPP). Penentuan harga pokok produksi penting bagi perusahaan, karena menjadi acuan ketepatan harga jual dan memengaruhi pendapatan perusahaan.

Faktor lain yang harus diperhatikan adalah kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan agroindustri jahe instan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan untuk memperoleh pendapatan perusahaan. Setiap produsen dapat memperluas pangsa pasar dengan menerapkan bauran pemasaran. Menurut Mcdaniel, Lamb, Hair (2000) dalam Putra, Arifin, Mawardi (2016) istilah bauran pemasaran mengacu pada paduan strategi produk, distribusi, promosi, dan

penentuan harga yang bersifat unik dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang dituju.

Jahe instan yang dihasilkan harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berkembang seiring berjalannya waktu. Konsumen jahe instan terdiri dari beragam kelas sosial, baik ditinjau dari pekerjaan, pendapatan, kekayaan, dan variabel kelas sosial lainnya. Preferensi merupakan kecenderungan pilihan terhadap atribut yang disukai dalam hal ini adalah jahe instan. Preferensi konsumen diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 3 dan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Konsumen melihat atribut dari jahe instan yang terdiri dari rasa, aroma, tekstur, dan kemasan.

Setelah membeli dan mengonsumsi konsumen akan menilai produk tersebut, apakah konsumen merasa puas atau tidak. Kepuasan akan memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian ulang suatu produk. Kepuasan konsumen diukur berdasarkan kepentingan dan kinerja atribut produk dengan skala *likert* 1 sampai 5 dan dianalisis menggunakan analisis CSI dan IPA. Secara rinci diagram alir penelitian Analisis Keragaan Agroindustri Jahe Instan di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung (Studi Kasus pada KWT Harapan Jaya) disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram alir Analisis Keragaan Agroindustri Jahe Instan di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung (Studi Kasus pada KWT Harapan Jaya)

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar, Lokasi dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Metode studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu individu, lembaga tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit selama kurun waktu tertentu (Arikunto, 2004). Penelitian studi kasus melakukan analisis dari berbagai sudut pandang (*multi perspectival analysis*) artinya peneliti tidak hanya memperhatikan suara dan perspektif dari aktor saja, tetapi juga kelompok dari aktor-aktor yang relevan dan interaksi antara mereka (Aziz, 2003). Metode ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai keragaan agroindustri jahe instan yang dimulai dari kegiatan pengadaan bahan baku, pengolahan, dan pemasaran yang saling terkait satu sama lain.

Penelitian ini dilakukan pada agroindustri jahe instan KWT Harapan Jaya yang terletak di Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar Lampung. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agroindustri tersebut memproduksi jahe instan dengan bahan baku jahe. Agroindustri jahe instan ini juga merupakan salah satu agroindustri yang aktif melakukan kegiatan produksi dan pemasaran produk. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Juli 2022.

B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Konsep dasar dan batasan operasional adalah pengertian yang diberikan kepada variabel yang digunakan dalam penelitian sebagai petunjuk untuk memperoleh dan menganalisis data yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

Jahe instan adalah minuman instan produk olahan jahe merah yang berbentuk serbuk dan praktis dalam penyajiannya.

Pengadaan bahan baku adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyediakan bahan baku berupa jahe merah sebagai bahan baku utama agroindustri jahe instan. Kegiatan pengadaan bahan baku dinilai dengan enam tepat yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas dan tepat harga.

Tepat waktu adalah penilaian waktu pada saat konsumen membutuhkan bahan baku (jahe merah) pada waktu yang tepat agar tidak terjadi penundaan proses produksi jahe instan.

Tepat tempat adalah tempat yang menjual bahan baku (jahe merah) strategis, mudah dijangkau dan pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen. Tepat tempat dalam penelitian ini diukur berdasarkan ketersediaan bahan baku pada tempat yang strategis atau dekat dengan agroindustri.

Tepat jenis adalah jenis bahan baku (jahe merah) yang digunakan merupakan jenis jahe yang sesuai untuk pengolahan jahe instan, sehingga produk jahe instan yang dihasilkan sesuai dengan harapan produsen.

Tepat kualitas adalah kualitas bahan baku (jahe merah) yang digunakan merupakan jahe dengan kualitas yang baik.

Tepat kuantitas adalah jumlah bahan baku (jahe merah) yang dibutuhkan untuk pengolahan jahe instan sesuai dengan target produksi, sehingga biaya pengeluaran akan lebih efisien.

Tepat harga adalah harga yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku (jahe merah) relatif terjangkau yaitu tidak terlalu mahal. Harga bahan baku yang sesuai tersebut dapat membuat pihak agroindustri memperoleh keuntungan yang telah ditargetkan.

Input adalah bahan-bahan dan alat-alat yang digunakan untuk menghasilkan produk (jahe instan). *Input* yang digunakan untuk proses produksi pada agroindustri jahe instan adalah bahan baku, bahan penunjang, tenaga kerja dan peralatan.

Harga *input* adalah harga yang dikeluarkan dalam memperoleh *input* yang dibutuhkan dalam proses produksi jahe instan yang diukur dalam satuan rupiah (Rp/kg).

Total biaya adalah jumlah dari seluruh pengeluaran modal yang digunakan dalam proses produksi jahe instan, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Bahan baku merupakan bahan utama yang digunakan dalam proses produksi. Bahan baku yang digunakan dalam agroindustri jahe instan ini adalah jahe merah yang diukur dalam satuan kilogram (kg).

Harga bahan baku adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan jahe merah sebagai bahan baku utama dalam proses produksi jahe instan. Harga bahan baku diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Tenaga kerja adalah sejumlah orang yang terlibat dalam tahapan-tahapan proses produksi jahe instan. Pada agroindustri jahe instan ini tenaga kerja yang digunakan yaitu tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung.

Tenaga kerja langsung merupakan tenaga kerja yang langsung terlibat dalam kegiatan produksi dan biayanya dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu.

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang tidak terlibat langsung dalam kegiatan produksi dan terlibat dalam kegiatan lain seperti kegiatan pemasaran dan lain-lain.

Upah tenaga kerja adalah upah rata-rata yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk tenaga kerja secara langsung dalam proses produksi, yang dihitung berdasarkan tingkat upah yang berlaku di daerah penelitian dan diukur dalam rupiah per HOK (Rp/HOK).

Biaya *overhead* pabrik (BOP) adalah semua biaya tidak langsung yang terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja tidak langsung. BOP terdiri dari biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* tetap, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya *overhead* variabel adalah biaya yang jumlahnya tergantung dari volume produk yang akan dihasilkan. Semakin banyak produk yang ingin dihasilkan, biaya variabel akan semakin tinggi dan sebaliknya, contohnya biaya bahan penunjang yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya *overhead* tetap adalah biaya tidak langsung yang jumlahnya tidak berubah walaupun ada perubahan volume produksi. Contohnya biaya penyusutan alat, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp)

Bahan penunjang merupakan bahan pelengkap selain dari bahan baku utama yang digunakan dalam kegiatan produksi yang bertujuan untuk membantu agar bahan baku dapat diproses lebih lanjut. Bahan tambahan pada agroindustri jahe instan berupa gula, garam, air, plastik pembungkus dan cap atau merek yang diukur dalam satuan kilogram (kg).

Gula adalah bahan yang digunakan dalam pembuatan jahe instan yang berfungsi sebagai bahan pemanis, penambah rasa, pembentukan gel dan pengawet alami. Gula diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Garam adalah bahan yang digunakan sebagai penambah rasa gurih pada jahe instan. Garam diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Air adalah bahan yang digunakan untuk pencucian jahe sebelum dihaluskan. Air dapat diukur dalam satuan rupiah per liter (Rp/liter).

Plastik pembungkus adalah wadah atau kemasan yang terbuat dari plastik transparan dan digunakan untuk membungkus jahe instan yang siap dijual. Plastik pembungkus diukur dalam satuan rupiah per *pack* (Rp/kg).

Cap atau merek adalah simbol dari suatu produk jahe instan agar produk mudah dikenali, diukur dalam satuan rupiah per lembar (Rp/lembar).

Peralatan adalah serangkaian alat yang digunakan dalam proses produksi jahe instan, berupa *blender*, timbangan, saringan, alat pengaduk, wajan, plastik, dll.

Penyusutan peralatan adalah metode perhitungan biaya peralatan atau aset selama masa pemakaiannya dengan menggunakan metode garis lurus. Penyusutan peralatan diukur dalam satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Pengolahan adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang bernilai ekonomis. Pengolahan jahe instan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengolah jahe merah menjadi jahe instan.

Kinerja produksi adalah hasil kerja yang dicapai oleh agroindustri dilihat dari aspek teknis dan ekonomis. Tipe pengukuran kinerja produksi yang digunakan pada penelitian ini yaitu produktivitas dan kualitas.

Produktivitas adalah perbandingan antara luaran (*ouput*) dengan masukan (*input*) dalam proses produksi jahe instan, dinyatakan dalam kilogram per jam tenaga kerja (kg/jam).

Kualitas adalah tingkat baik buruknya atau taraf derajat suatu produk, dengan mengukur unsur warna, bau, rasa, kadar air, kadar abu dan kandungan bahan pemanis buatan yang dibandingkan dengan syarat mutu SNI 01-4320-1996.

Harga jahe instan adalah harga jual jahe instan per *pack*, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Pendapatan agroindustri jahe instan adalah sejumlah uang yang diterima oleh agroindustri jahe instan, diperoleh dengan mengalikan banyaknya jahe instan yang dihasilkan dengan harga yang berlaku, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Harga Pokok Produksi (HPP) adalah aktiva atau jasa yang dikorbankan atau diserahkan dalam proses produksi, yang digunakan sebagai penentu harga jual. Total biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi dibagi dengan jumlah produksi jahe instan yang dihasilkan, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Keuntungan merupakan jumlah pendapatan total dikurangi dengan biaya total dalam kegiatan produksi, sehingga menghasilkan sejumlah uang atau keuntungan yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Pemasaran adalah kegiatan penyaluran barang atau jasa dari titik produsen ke konsumen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Bauran pemasaran adalah komponen-komponen yang dikombinasikan dalam *marketing mix* atau yang sering disebut dengan 4P, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Bauran pemasaran diukur berdasarkan perspektif *supervisor* agroindustri.

Produk (*product*) adalah *output* yang dihasilkan dari proses kegiatan agroindustri yaitu berupa barang (jahe instan). Produk akan dianalisis dengan melihat dua perspektif yaitu berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat rasa, kuantitas, kemasan, keawetan dan cap (merek) jahe instan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen produk akan dinilai dengan melihat kualitas, kuantitas, tampilan, pengemasan, cap (merek), rasa dan keawetan jahe instan.

Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan. Harga dianalisis dengan melihat komponen harga berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat bagaimana metode penetapan harga serta bagaimana cara pembayaran yang dilakukan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen harga akan dinilai dengan melihat apakah harga yang ditetapkan terjangkau, harga yang ditetapkan sesuai harapan konsumen, dan sistem pembayaran yang dilakukan.

Tempat (*place*) adalah lokasi di mana produsen menyalurkan produk yang tersedia bagi konsumen. Tempat dianalisis dengan melihat komponen tempat berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat bagaimana kestrategisan lokasi penjualan, dilihat dari alat transportasi yang ada dan melihat bagaimana penyampaian produk hingga ke tangan konsumen dan sasaran pemasaran, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen tempat akan dinilai dengan melihat kestrategisan lokasi, jangkauan transportasi, jasa pesan antar yang ditawarkan, dan distribusi produk.

Promosi (*promotion*) adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dirancang untuk menarik konsumen dalam menawarkan produknya. Promosi akan dianalisis dengan melihat komponen promosi berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan oleh agroindustri serta media apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi tersebut, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, promosi akan dinilai dengan melihat apakah promosi yang dilakukan menarik dan membantu konsumen, dan promosi yang dilakukan sesuai kenyataan serta media promosi yang digunakan.

Atribut produk adalah segala sesuatu yang melekat pada produk dan menjadi bagian dari produk itu sendiri. Atribut produk dalam penelitian ini yaitu rasa, aroma, tekstur, dan kemasan.

Rasa umumnya pedas dan terdapat rasa khas jahe sesuai dengan bahan baku yang digunakan serta sedikit rasa gurih yang berasal dari bahan yang ditambahkan.

Aroma umumnya beraroma sesuai dengan aroma khas bahan baku yang digunakan yaitu aroma jahe dan aroma manis khas gula pasir.

Tekstur adalah bentuk serbuk halus yang tidak menggumpal dan kering.

Kemasan adalah wadah produk sekaligus berfungsi sebagai alat pemindahan dari satu tempat ke tempat lain dalam jumlah besar dengan isi tertentu.

Preferensi konsumen jahe instan adalah nilai-nilai yang diperhatikan konsumen untuk menentukan pilihan terhadap jahe instan. Nilai-nilai tersebut dilihat dari atribut produknya, untuk jahe instan atribut tersebut adalah rasa, aroma, tekstur dan kemasan. Preferensi dalam penelitian ini diukur menggunakan skala *likert* 1 sampai 3, nilai tertinggi diberi skor 3, sedangkan nilai terendah diberi skor 1.

Kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Pengukuran kepuasan konsumen didasarkan pada nilai kepentingan dan kinerja atribut.

Kepentingan atribut adalah seberapa penting setiap desain atribut produk bagi konsumen. Pada penelitian ini kepentingan atribut produk diukur menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5. 1) sangat tidak penting, 2) tidak penting, 3) cukup penting, 4) penting, 5) sangat penting.

Kinerja atribut adalah suatu nilai, fungsi atau hasil yang diperoleh dari suatu barang atau jasa. Pada penelitian ini kinerja atribut produk diukur menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5, yaitu 1) sangat tidak puas, 2) tidak puas, 3) cukup puas, 4) puas, 5) sangat puas.

C. Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini terdiri dari responden yang berasal dari agroindustri dan responden yang merupakan konsumen jahe instan. Responden yang berasal dari agroindustri merupakan anggota KWT Harapan Jaya yang berjumlah 3 orang yang terlibat dalam proses produksi hingga pemasaran produk jahe instan. Anggota KWT Harapan Jaya yang dipilih sebagai responden dengan pertimbangan bahwa mereka mengetahui secara rinci keadaan agroindustri jahe instan ini.

Teknik penarikan sampel untuk konsumen adalah *snowballing* yaitu penentuan sampel dengan penelusuran sampel melalui informasi yang diperoleh dari sampel sebelumnya. Jumlah responden konsumen dalam penelitian ini adalah 30 orang, dengan pertimbangan bahwa agroindustri ini masih sangat kecil dan konsumennya pun sedikit. Sebagaimana dikemukakan oleh Baley dalam Mahmud (2011) yang menyatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30. Kriteria atau syarat responden konsumen dalam penelitian ini yaitu responden yang pernah mengonsumsi produk jahe instan dari KWT Harapan Jaya.

D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diambil secara langsung dari responden melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner terkait sejarah agroindustri, serta pengamatan langsung keadaan di lapangan. Data primer juga diperoleh melalui wawancara langsung dengan konsumen terkait atribut yang disukai terhadap produk jahe instan. Data sekunder yang diperoleh

agroindustri seperti struktur organisasi dan daftar tenaga kerja, serta data yang dikutip dari literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian dan data dari instansi-instansi terkait seperti buku, jurnal, Badan Pusat Statistik, Dinas Koperasi Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandar Lampung. Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu wawancara dan pengamatan secara langsung di agroindustri selama kurang lebih tiga minggu.

Metode pengujian instrumen dilakukan sebelum kuesioner digunakan. Pengujian instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah atribut-atribut yang digunakan untuk mengukur preferensi dan kepuasan konsumen dalam penelitian ini valid dan *reliable*.

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Teknik pengujian yang digunakan adalah menggunakan korelasi produk *moment pearson*. Atribut-atribut dinyatakan valid untuk 30 responden ($n=30$) jika memiliki r hitung $> r$ tabel. Uji validitas setiap variabel yang dinyatakan valid apabila memiliki korelasi = 0,361 dengan taraf signifikansi 5 persen. Arikunto (2002), menyatakan bahwa validitas variabel dihitung berdasarkan korelasi antara skor masing-masing pertanyaan dengan skor total rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi (validitas)
- x = skor pada subjek item n
- y = skor total subjek
- xy = skor pada subjek item n dikalikan dengan skor total
- n = banyaknya subjek

Berdasarkan hasil pengujian terhadap kuesioner yang diberikan kepada responden adalah valid, karena seluruhnya memiliki nilai korelasi $\geq 0,361$ dengan taraf kepercayaan 5 persen. Hasil uji validitas preferensi dan uji

validitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut jahe merah pada agroindustri dapat dilihat pada Tabel 7 dan Tabel 8.

Tabel 7. Hasil uji validitas preferensi konsumen jahe instan

Atribut	r Tabel	r Hitung	Keputusan
Rasa	0,361	0,560	Valid
Aroma	0,361	0,794	Valid
Tekstur	0,361	0,823	Valid
Kemasan	0,361	0,543	Valid

Tabel 8. Hasil uji validitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut jahe instan

Atribut	r Tabel	r Hitung		Keputusan
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja	
Rasa	0,361	0,569	0,579	Valid
Aroma	0,361	0,739	0,482	Valid
Tekstur	0,361	0,885	0,836	Valid
Kemasan	0,361	0,630	0,861	Valid

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui apakah suatu kuesioner penelitian yang akan digunakan dalam mengumpulkan data penelitian reliabel atau tidak. Menurut Durianto (2004), reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang merupakan suatu dimensi dari variabel. Sujarweni (2014) menjelaskan bahwa suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,6. Uji Reliabilitas diukur menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* (Arikunto, 2002) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = koefisien reliabilitas alpha
 k = jumlah item pertanyaan
 $\sum \sigma^2 b$ = jumlah varian butir
 $\sigma^2 t$ = varians total

Berdasarkan uji reliabilitas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk preferensi sebesar 0,624, tingkat kepentingan sebesar 0,661 dan tingkat kinerja sebesar 0,668. Hasil nilai tersebut lebih besar dari nilai *Cronbach Alpha* yang telah ditentukan yaitu 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua atribut yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini telah reliabel. Hasil uji reliabilitas preferensi, tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut jahe merah dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil uji reliabilitas preferensi, tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut jahe instan

Keterangan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Preferensi	0,624	Reliabel
Tingkat kepentingan	0,661	Reliabel
Tingkat kinerja	0,668	Reliabel

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua cara yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

Berikut merupakan metode analisis data yang digunakan pada setiap tujuan penelitian, yaitu:

1. Metode Analisis Tujuan Pertama

Tujuan pertama yaitu menganalisis pengadaan bahan baku pada agroindustri jahe instan. Metode analisis yang digunakan pada tujuan pertama dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana manajemen pengadaan bahan baku pada agroindustri jahe instan di KWT Harapan Jaya, Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar Lampung berupa

penerapan enam tepat dengan membandingkan kriteria ketepatan terhadap kenyataan sebenarnya yang terjadi pada Agroindustri ini. Analisis deskriptif kualitatif pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis permasalahan atau kendala dalam proses pengadaan bahan baku serta langkah yang akan dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut. Kriteria penerapan 6T pada agroindustri jahe instan di KWT Harapan Jaya dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Kriteria penerapan 6T pada agroindustri jahe instan di KWT Harapan Jaya

No.	Kriteria Tepat	Harapan	Kenyataan	Nilai
1.	Tepat waktu	Bahan baku (jahe merah) diterima sesuai waktu yang dibutuhkan produsen.	Ya/Tidak	
2.	Tepat tempat	Lokasi bahan baku (jahe merah) dapat dijangkau dengan mudah dan dekat dengan tempat produksi jahe instan.	Ya/Tidak	
3.	Tepat jenis	Jenis bahan baku yang diterima sesuai dengan yang dibutuhkan produsen (jahe merah).	Ya/Tidak	
4.	Tepat kualitas	Bahan baku (jahe merah) dalam keadaan segar dan tidak terlalu tua.	Ya/Tidak	
5.	Tepat kuantitas	Jumlah bahan baku (jahe merah) yang diterima sesuai dengan permintaan produsen.	Ya/Tidak	
6.	Tepat harga	Harga bahan baku (jahe merah) relatif terjangkau dan sesuai harga pasaran, sehingga dapat memberi keuntungan bagi produsen.	Ya/Tidak	
Jumlah				

Petunjuk pemberian bobot nilai:

Ya = 1 - 100

Tidak = 0

Tingkat ketepatan dalam pengadaan bahan baku agroindustri jahe instan ini berdasarkan 6 tepat dihitung dengan rumus:

$$\text{Tingkat ketepatan} = \frac{\text{Bobot nilai yang diperoleh}}{\text{Bobot nilai maksimum}} \times 100\%$$

Tingkat ketepatan dalam pengadaan bahan baku agroindustri jahe instan berdasarkan 6 tepat digolongkan menjadi empat yang mengacu pada kriteria yang tersaji pada Tabel 11.

Tabel 11. Kriteria ketepatan

No.	Persentase (%)	Kriteria
1	75 – 100	Sangat baik
2	50 – 75	Baik
3	25 – 50	Cukup baik
4	1 - 25	Kurang baik

Sumber: Riduwan, 2004

2. Metode Analisis Tujuan Kedua

Tujuan kedua dilakukan analisis mengenai kinerja produksi, pendapatan dan harga pokok produksi (HPP) pada agroindustri jahe instan. Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif.

a. Analisis Kinerja Produksi

Analisis kinerja produksi pada penelitian ini dilakukan untuk melihat hasil kerja dari agroindustri jahe instan yang dilihat dari aspek produktivitas dan kualitas.

1) Produktivitas

Produktivitas dari agroindustri jahe instan dihitung dari unit yang diproduksi (*output*) dengan masukan yang digunakan (tenaga kerja) yang dirumuskan sebagai berikut (Palupi, 2018):

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{unit yang diproduksi (kg)}}{\text{masukan yang digunakan (jam)}}$$

Ukuran produktivitas ini dinyatakan dalam satuan kg/jam, dimana semakin besar angka produktivitas yang diperoleh maka semakin baik keragaan produksi agroindustri yang dilaksanakan.

2) Kualitas

Kualitas dari proses pada umumnya diukur dengan tingkat ketidaksesuaian dari produk yang dihasilkan. Pada penelitian ini dilakukan dengan mengukur unsur warna, bau, rasa, kadar air, kadar abu dan kandungan bahan pemanis buatan yang dibandingkan dengan syarat mutu SNI 01-4320-1996 pada Tabel 5.

b. Analisis Keuntungan

Keuntungan adalah hasil pengurangan antara pendapatan total dengan biaya total yang dikeluarkan untuk proses produksi. Analisis keuntungan yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan cara menghitung keuntungan pada agroindustri jahe instan dalam hitungan satu kali produksi. Keuntungan dari agroindustri jahe instan dapat diketahui dengan melakukan analisis keuntungan suatu usaha yang secara matematis dapat dirumuskan sebagai:

$$\text{Keuntungan} = \text{Pendapatan} - \text{Biaya}$$

Keterangan:

Pendapatan = Jumlah jahe instan dikali dengan harga jual jahe instan
 Biaya = Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik (biaya bahan baku tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, serta biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* tetap)

c. Penentuan Harga Pokok Produksi

Penentuan harga pokok produksi pada agroindustri jahe instan di KWT Harapan Jaya yaitu dengan cara memperhitungkan unsur-unsur biaya. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan untuk menentukan harga pokok produksi yaitu dengan metode *variable costing* dan *full costing*. Metode *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (Mulyadi, 2015). Metode *variable costing* disajikan pada Tabel 12.

Metode *full costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi dari semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap (Mulyadi, 2015). Dalam metode ini perhitungan biaya tetap terdiri dari aset-aset agroindustri yang bersifat tetap dan mempunyai nilai penyusutan. Hasil perhitungan jumlah nilai penyusutan peralatan dimasukkan ke dalam perhitungan harga pokok produksi sebagai biaya tetap. Harga pokok produksi menurut metode *full costing* disajikan pada Tabel 13.

Tabel 12. Harga pokok produksi menggunakan metode *variable costing*

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

Sumber: Mulyadi, 2015.

Tabel 13. Harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*

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

Sumber: Mulyadi, 2015.

3. Metode Analisis Tujuan Ketiga

Tujuan ketiga dilakukan analisis bauran pemasaran serta analisis preferensi dan kepuasan konsumen jahe instan pada KWT Harapan Jaya. Metode analisis data yang digunakan pada tujuan ketiga dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

a. Analisis Bauran Pemasaran

Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran berupa 4P (*Product, Price, Place* dan *Promotion*) yang dilakukan oleh agroindustri jahe instan pada KWT Harapan Jaya. Bauran pemasaran diukur berdasarkan perspektif pemilik agroindustri dan perspektif konsumen. Analisis bauran pemasaran ini juga digunakan untuk mengetahui kendala-kendala yang terjadi dalam proses pemasaran jahe instan serta langkah-langkah yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

1) Produk (*product*)

Keluaran (*output*) yang dihasilkan dari proses kegiatan agroindustri yang diteliti ini, yaitu berupa jahe instan. Produk dianalisis berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual dengan melihat rasa, kuantitas, kemasan, keawetan dan cap (merek) jahe instan. Produk berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, dinilai dengan melihat kualitas, kuantitas, tampilan, pengemasan, cap (merek), rasa dan keawetan jahe instan.

2) Harga (*price*)

Sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Harga dianalisis dengan melihat komponen harga berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual dan perspektif konsumen. Penilaian perspektif agroindustri dilakukan dengan melihat bagaimana metode penetapan harga serta bagaimana cara pembayaran yang dilakukan. Berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen harga dinilai dengan melihat apakah harga yang ditetapkan terjangkau, harga yang ditetapkan sesuai harapan konsumen, dan sistem pembayaran yang dilakukan.

3) Tempat (*place*)

Lokasi di mana perusahaan menyalurkan produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen. Tempat dianalisis dengan melihat komponen tempat berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual. Penilaian dilakukan dengan melihat bagaimana kestrategisan lokasi penjualan, dilihat dari alat transportasi yang ada dan melihat bagaimana penyampaian produk hingga ke tangan konsumen dan sasaran pemasaran. Berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen tempat dinilai dengan melihat

kestrategisan lokasi, jangkauan transportasi, jasa pesan antar yang ditawarkan, dan distribusi produk.

4) Promosi (*promotion*)

Pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif berupa keunggulan produk yang dirancang untuk menarik pelanggan dalam menawarkan produk. Promosi dianalisis dengan melihat komponen promosi berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual. Penilaian dilakukan dengan melihat kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan oleh agroindustri serta media apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi tersebut. Promosi berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli dinilai dengan melihat apakah promosi yang dilakukan menarik dan membantu konsumen, dan promosi yang dilakukan sesuai kenyataan serta media promosi yang digunakan.

b. Analisis Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen jahe instan pada penelitian ini dianalisis dengan metode deskriptif kuantitatif. Analisis preferensi konsumen ini dilakukan berdasarkan tingkat suka atau tidak suka konsumen terhadap produk jahe instan. Skala yang sudah ditetapkan akan mewakili jawaban setiap pertanyaan pada kuesioner yang diberikan kepada konsumen. Masing-masing skala mempunyai kriteria untuk membedakan skala dimulai dari 3, 2 dan 1. Tabel skor penilaian jawaban dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Skor penilaian jawaban

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat suka	3
2.	Suka	2
3.	Tidak suka	1

Selanjutnya dilakukan analisis deskriptif untuk mencari nilai yang paling sering muncul (modus) sehingga diketahui ukuran keragamannya dari tanggapan responden. Modus merupakan data atau angka yang sering muncul. Modus digunakan untuk mengambil keputusan tentang mayoritas dari kecenderungan data. Teknik analisis data tersebut digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih jahe instan pada agroindustri tersebut melalui sub atribut. Atribut dan sub atribut jahe instan untuk menilai preferensi konsumen dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Penilaian preferensi konsumen berdasarkan karakteristik atribut jahe instan

No.	Atribut	Karakteristik dan skor atribut jahe instan
1.	Rasa	1. Biasa saja; 2. Pedas; 3. Sangat pedas
2.	Aroma	1. Tidak berbau; 2. Berbau; 3. Sangat berbau
3.	Tekstur	1. Tidak halus; 2. Halus; 3. Sangat halus
4.	Kemasan	1. Sederhana; 2. Menarik; 3. Sangat menarik

c. Analisis Kepuasan Konsumen

Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen jahe instan. Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan yang senang dalam suatu survei kepuasan pelanggan. Metode CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut-atribut produk. Analisis CSI mengaitkan antara tingkat kepentingan (*importance*) suatu atribut yang dimiliki objek tertentu dengan kinerja (*performance*) yang dirasakan pelanggan (Supranto, 2006). Karakteristik

kepentingan dan kinerja atribut dari produk jahe instan dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Karakteristik kepentingan dan kinerja atribut dari produk jahe instan

No	Atribut	Kepentingan					Kinerja				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Rasa										
2	Aroma										
3	Tekstur										
4	Kemasan										

Keterangan:

a. Kepentingan

- 1 = sangat tidak penting
- 2 = kurang penting
- 3 = cukup penting
- 4 = penting
- 5 = sangat penting

b. Kinerja

- 1 = sangat tidak puas
- 2 = kurang puas
- 3 = cukup puas
- 4 = puas
- 5 = sangat puas

(1) Menghitung Indeks Kepuasan Konsumen, dengan cara:

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

$$\text{Weighted Score} = \text{RSK} \times \text{WF}$$

(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.

$$\text{CSI} = \frac{\text{WT}}{\text{HS}} \times 100\%$$

Hasil dari indeks kepuasan konsumen digolongkan menjadi lima kategori. Nilai yang diperoleh dari perhitungan CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dengan nilai maksimal 100

dibagi 5 (Fitrianti, 2015). Data skala rentang nilai kepuasan konsumen disajikan pada Tabel 17.

Tabel 17. Rentang nilai kepuasan konsumen

Rentang Nilai (%)	Keterangan
81,00 – 100,00	Sangat puas
66,00 – 80,99	Puas
51,00 – 65,99	Cukup puas
35,00 – 50,99	Tidak puas
0,00 – 34,99	Sangat tidak puas

Sumber: Fitrianti, 2015.

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu teknik penerapan untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan pelaksanaan. Sumbu mendatar (X) diisi skor rata-rata tingkat kepuasan atribut, dan sumbu tegak (Y) diisi skor rata-rata tingkat kepentingan atribut. Diagram kartesius yang dapat dilihat pada Gambar 3. dibagi menjadi empat bagian, dimana pembatasnya adalah garis x dan y. Dimana x adalah rata-rata nilai kinerja seluruh atribut yang diteliti. Sedangkan y adalah rata-rata dari rata-rata nilai kepentingan seluruh atribut yang diteliti.

Berikut ini merupakan rumus yang digunakan untuk memperoleh skor rata-rata tingkat kepuasan atribut (sumbu X) dan skor rata-rata tingkat kepentingan atribut (sumbu Y) :

$$X = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$Y = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

- X = skor rata-rata tingkat kepuasan atribut
- Y = skor rata-rata tingkat kepentingan atribut
- N = jumlah responden

Menginterpretasikan bagaimana suatu variabel atribut dinilai oleh keseluruhan responden menurut tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, dibutuhkan suatu rentang skala numerik. Menurut Simamora (2001) perlu dicari terlebih dahulu rentang skala (RS), dengan rumus:

$$RS = (m-n)/b$$

$$RS = (5-1)/5$$

$$RS = 0,8$$

Keterangan :

m = bobot tertinggi yang mungkin

n = bobot terendah yang mungkin

b = jumlah kelas

Dengan rentang skala sebesar 0,8, untuk skala lima peringkat, dimana skor terendah 1 dan tertinggi 5, maka skala linier numerik disajikan dibawah ini.

$1 \leq x \leq 1,8$ = Sangat tidak penting/Sangat tidak baik

$1,9 < x \leq 2,6$ = Tidak penting/tidak baik

$2,7 < x \leq 3,4$ = Cukup

$3,5 < x \leq 4,2$ = Penting/baik

$4,3 < x \leq 5$ = Sangat penting/Sangat baik

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung

1. Sejarah Kota Bandar Lampung

Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung yang menjadi pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan, kebudayaan, dan pusat kegiatan perekonomian di daerah Lampung. Bandar Lampung terletak di wilayah yang strategis, karena merupakan daerah transit kegiatan perekonomian antar Pulau Sumatera dan Pulau Jawa, sehingga menguntungkan bagi pertumbuhan dan perkembangan daerah, terutama pada sektor perdagangan, industri, dan pariwisata (Badan Pusat Statistik, 2021).

Berdasarkan Undang-undang No. 5 Tahun 1975 dan Peraturan Pemerintah No. 3 Tahun 1982 tentang perubahan wilayah, Kota Bandar Lampung dimekarkan dari 4 kecamatan dan 30 kelurahan menjadi 9 kecamatan dengan 58 kelurahan. Kemudian berdasarkan surat keputusan Gubernur/KDH Tingkat I Lampung Nomor G/185.B.111/Hk/1988 tanggal 6 Juli 1988 serta Surat Persetujuan MENDAGRI nomor 140/1799/PUOD tanggal 19 Mei 1987 tentang pemekaran kelurahan di wilayah Kota Bandar Lampung, maka Kota Bandar Lampung dimekarkan menjadi 9 kecamatan dan 84 kelurahan. Kemudian berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2001 tentang pembentukan, penghapusan dan penggabungan kecamatan dan kelurahan, maka kota Bandar Lampung menjadi 13 kecamatan dengan 98 kelurahan.

Pada tahun 2012, melalui Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012 tentang penataan dan pembentukan kelurahan dan kecamatan, yang kemudian diubah dengan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012, kembali dilakukan pemekaran kecamatan yang semula berjumlah 13 kecamatan menjadi 20 kecamatan dan pemekaran kelurahan yang semula berjumlah 98 kelurahan menjadi 126 kelurahan. Peta wilayah Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Peta wilayah Kota Bandar Lampung
Sumber: BPS Kota Bandar Lampung, 2021.

2. Letak Geografis

Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah 197,22 km² dengan luas perairan kurang lebih 39,82 km². Secara geografis, kota yang terletak di ujung selatan Pulau Sumatera ini terletak pada 5°20' sampai dengan 5°30' Lintang Selatan dan 105°28' sampai dengan 105°37' Bujur Timur. Secara administratif, Kota Bandar Lampung berbatasan langsung dengan beberapa wilayah, yaitu:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Teluk Lampung
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gedong Tataan dan Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang, Kabupaten Lampung Selatan

3. Kondisi Iklim dan Topografi

Kota Bandar Lampung memiliki iklim hujan tropis sebagaimana iklim di Provinsi Lampung pada umumnya. Kota Bandar Lampung merupakan daerah tropis dengan curah hujan rata-rata berkisar 175,90 mm/bulan. Rata-rata suhu berselang antara 22,40°C – 35,80°C, dengan rata-rata kelembaban relatifnya 52,00 persen – 100,00 persen. Kota Bandar Lampung terletak pada ketinggian 0 sampai 700 meter di atas permukaan laut. Daerah pantai terletak di Teluk Betung Selatan dan Panjang. Daerah perbukitan terletak di Teluk Betung Utara. Daerah dataran tinggi serta sedikit bergelombang terdapat di sekitar Tanjung Karang Barat yang dipengaruhi oleh Gunung Balau serta perbukitan Batu Serampok di bagian Timur Selatan. Selain itu, terdapat juga Teluk Lampung dan pulau-pulau kecil di bagian Selatan.

4. Kondisi Demografis

Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung pada tahun 2020 sebanyak 1.166.066 jiwa dengan kepadatan penduduk sebesar 5.913 jiwa/km². Kecamatan Kemiling merupakan kecamatan yang memiliki jumlah penduduk tertinggi di Kota Bandar Lampung yaitu sebesar 88.574 jiwa dan kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terendah yaitu Kecamatan Enggal dengan jumlah penduduk sebanyak 28.649 jiwa. Kecamatan dengan kepadatan penduduk tertinggi yaitu Kecamatan Tanjung Karang Timur dengan kepadatan penduduk sebesar 21.220 jiwa /km², sedangkan Kecamatan Sukabumi merupakan kecamatan yang memiliki kepadatan

penduduk terendah yaitu sebesar 3.215 jiwa/km². Jumlah dan kepadatan penduduk Kota Bandar Lampung berdasarkan kecamatan dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Jumlah dan kepadatan penduduk di Kota Bandar Lampung tahun 2020

No	Kecamatan	Penduduk (jiwa)	Kepadatan penduduk (per km ²)
1	Teluk Betung Barat	41.096	3.729
2	Teluk Betung Timur	53.874	3.633
3	Teluk Betung Selatan	42.870	11.311
4	Bumi Waras	63.166	16.844
5	Panjang	80.811	5.131
6	Tanjung Karang Timur	43.076	21.220
7	Kedamaian	57.905	7.053
8	Teluk Betung Utara	53.552	12.368
9	Tanjung Karang Pusat	55.925	13.809
10	Enggal	28.649	8.209
11	Tanjung Karang Barat	65.554	4.373
12	Kemiling	88.574	3.654
13	Langkapura	43.569	7.119
14	Kedaton	57.336	11.970
15	Rajabasa	57.589	4.256
16	Tanjung Senang	62.168	5.848
17	Labuhan Ratu	52.393	6.574
18	Sukarame	67.725	4.592
19	Sukabumi	75.870	3.215
20	Way Halim	74.364	13.900
Bandar Lampung		1.166.066	5.913

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2021.

Lokasi penelitian agroindustri jahe instan berada di Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar Lampung. Berdasarkan data pada Tabel 18 terlihat bahwa Kecamatan Rajabasa bukanlah kecamatan yang memiliki cakupan luas wilayah yang cukup besar, namun memiliki kepadatan penduduk yang cukup tinggi. Hal tersebut disebabkan oleh lokasi Kecamatan Rajabasa yang strategis, karena terdapat sarana dan prasarana seperti fasilitas pendidikan, kesehatan, perdagangan, keamanan, maupun transportasi, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, banyak penduduk yang memilih bertempat tinggal di wilayah Kecamatan Rajabasa. Distribusi penduduk di

Kota Bandar Lampung berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Distribusi penduduk berdasarkan kelompok umur di Kota Bandar Lampung tahun 2020

Kelompok umur (tahun)	Jumlah penduduk (jiwa)	Persentase (%)
0 – 14	276.773	23,74
15 – 64	817.079	70,07
≥ 65	72.214	6,19
Total	1.166.066	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2021.

Tabel 19 menunjukkan bahwa penduduk Kota Bandar Lampung sebagian besar berada pada kelompok umur 15 – 64 tahun dengan jumlah 817.079 jiwa dengan persentase sebesar 70,07 persen. Hal ini menunjukkan bahwa penduduk Kota Bandar Lampung mayoritas berada pada usia produktif dan ketersediaan tenaga kerja cukup tinggi untuk terus melanjutkan pembangunan di Kota Bandar Lampung. Penduduk Kota Bandar Lampung yang mayoritas berada pada usia produktif tersebut juga berpotensi cukup besar untuk menjadi konsumen dari agroindustri jahe instan.

B. Gambaran Umum Kecamatan Rajabasa

1. Sejarah Kecamatan Rajabasa

Kecamatan Rajabasa merupakan pemekaran dari kecamatan induk yaitu Kecamatan Kedaton, berdasarkan Peraturan Daerah Nomor.4 Tahun 2001 tanggal 3 Oktober 2001 tentang Pembangunan, Penghapusan dan Pemekaran wilayah Kecamatan dan Kelurahan dalam Kota Bandar Lampung. Tahun 2012, berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012, tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan Kecamatan, wilayah Kecamatan Rajabasa mengalami perubahan letak geografis dan wilayah administratif.

Kecamatan Rajabasa terdiri dari tujuh kelurahan, yaitu:

- a. Gedong Meneng
- b. Rajabasa
- c. Rajabasa Raya
- d. Rajabasa Jaya
- e. Gedong Meneng Baru
- f. Rajabasa Pemuka
- g. Rajabasa Nunyai



Gambar 6. Peta wilayah Kecamatan Rajabasa
Sumber: BPS Kota Bandar Lampung, 2021.

2. Letak Geografis

Secara geografis Kecamatan Rajabasa merupakan daerah dataran yang merupakan lahan pertanian tadah hujan dan sebagian besar digunakan sebagai pemukiman penduduk. Kecamatan Rajabasa memiliki luas wilayah sebesar 13,53 km², dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Senang dan Kecamatan Labuhan Ratu
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Langkapura
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Labuhan Ratu
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Lampung Selatan

3. Kondisi Demografi

Jumlah penduduk Kecamatan Rajabasa pada tahun 2020 sebanyak 57.589 jiwa, dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 29.495 jiwa dan perempuan sebanyak 28.094 jiwa. Kepadatan penduduk di Kecamatan Rajabasa sebesar 4.256 jiwa/km². Penduduk Kecamatan Rajabasa menurut kelurahan, jenis kelamin, jumlah dan kepadatan penduduk tahun 2020 dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Penduduk Kecamatan Rajabasa menurut kelurahan, jenis kelamin, jumlah dan kepadatan penduduk tahun 2020

No	Kelurahan	Jumlah (jiwa)
1	Gedong Meneng	7.106
2	Rajabasa	12.009
3	Rajabasa Raya	10.512
4	Rajabasa Jaya	12.656
5	Gedong Meneng Baru	1.506
6	Rajabasa Pemuka	6.164
7	Rajabasa Nunyai	7.636
Kecamatan Rajabasa		57.589

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021.

Kecamatan Rajabasa terdiri dari banyak etnis, sehingga penduduk bersifat heterogen. Jumlah penduduk yang berada di setiap kelurahan di Kecamatan Rajabasa juga beraneka ragam sesuai dengan besarnya wilayah dan pertumbuhan yang secara alami terjadi baik kelahiran maupun kematian serta perpindahan penduduk. Berdasarkan Tabel 20 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk di Kecamatan Rajabasa berjumlah 57.589 jiwa. Kelurahan Rajabasa Jaya merupakan kelurahan dengan jumlah penduduk terbanyak yaitu 12.656 jiwa, sedangkan Kelurahan Gedong Meneng Baru merupakan kelurahan yang memiliki jumlah penduduk paling sedikit yaitu 1.506 jiwa. Agroindustri jahe instan berada di Kelurahan Rajabasa Jaya dengan jumlah penduduk terbanyak. Hal ini menjadikan penduduk di Kelurahan Rajabasa Jaya berpotensi cukup besar untuk menjadi konsumen jahe instan.

C. Gambaran Umum KWT Harapan Jaya

1. Sejarah KWT Harapan Jaya

KWT Harapan Jaya merupakan salah satu kelembagaan petani yang berada di Kelurahan Rajabasa Jaya, Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar Lampung. KWT Harapan Jaya berdiri pada tahun 2017, dengan tujuan agar selain menjadi ibu rumah tangga, mereka juga memiliki usaha sendiri sehingga dapat menambah penghasilan keluarga. KWT Harapan Jaya pada awalnya terdiri dari 37 orang anggota, namun seiring berjalannya waktu jumlah anggota kelompok tersebut terus berkurang karena beberapa alasan. Sampai saat ini, jumlah anggota KWT Harapan Jaya yang tersisa yaitu 27 orang. KWT ini bertempat di Kelurahan Rajabasa Jaya, Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar Lampung.

KWT ini terbentuk dilatarbelakangi oleh Ibu S selaku PPL yang melihat perkumpulan ibu-ibu arisan yang ada di lingkungan sekitar ini memiliki minat untuk belajar mengelola pekarangan dan kemudian mengolah hasilnya agar dapat bermanfaat dan menghasilkan pendapatan bagi mereka, maka dari itu dibentuklah sebuah KWT. Produk pertama yang dibuat KWT Harapan Jaya adalah pecel pincuk yang biasanya dipasarkan saat acara-acara bazar. Jenis produk lain yang kemudian diproduksi KWT Harapan Jaya pada awalnya adalah olahan kacang kedelai. Waktu pertemuan anggota KWT Harapan Jaya dilakukan setiap bulan sekitar tanggal dua puluhan. Pertemuan ini diagendakan dengan acara arisan rutin yang bertempat di rumah anggota secara bergantian. KWT Harapan Jaya mengadakan iuran rutin sebesar Rp20.000,00 yang akan digunakan untuk pemasukan kas KWT sebesar Rp10.000,00 dan biaya konsumsi Rp10.000,00.

Anggota KWT ini mengolah biji kedelai menjadi beberapa produk seperti susu kedelai, kripik tempe, dan peyek kedelai. Kemudian pada tahun 2018 KWT Harapan Jaya mendapat bantuan dari Dinas Provinsi sebesar

Rp50.000.000,00 dan peralatan untuk mengolah kedelai menjadi beberapa produk jadi tersebut. Dana bantuan dari pemerintah itu digunakan untuk merenovasi rumah produksi KWT Harapan Jaya. Rumah produksi tersebut berada di lahan milik ketua KWT yaitu Ibu S. Ibu S menghibahkan tanahnya untuk dijadikan rumah produksi KWT dengan waktu 10 tahun.

KWT Harapan Jaya dalam beberapa waktu mendapat pembinaan dari Universitas Lampung dan Politeknik Negeri Lampung, serta beberapa kali mendapat kunjungan dari dinas terkait. Salah satu pembinaan yang dilakukan oleh Jurusan Teknik Sipil, Universitas Lampung yaitu terkait pelatihan pengolahan jahe instan herbal pada tahun 2019. Sejak saat itu KWT Harapan Jaya memproduksi jahe instan sebagai salah satu produknya. Pada awalnya hasil dari penjualan olahan kedelai itulah yang menjadi modal untuk membuat jahe instan, hingga sampai saat ini KWT Harapan Jaya hanya memproduksi jahe instan.

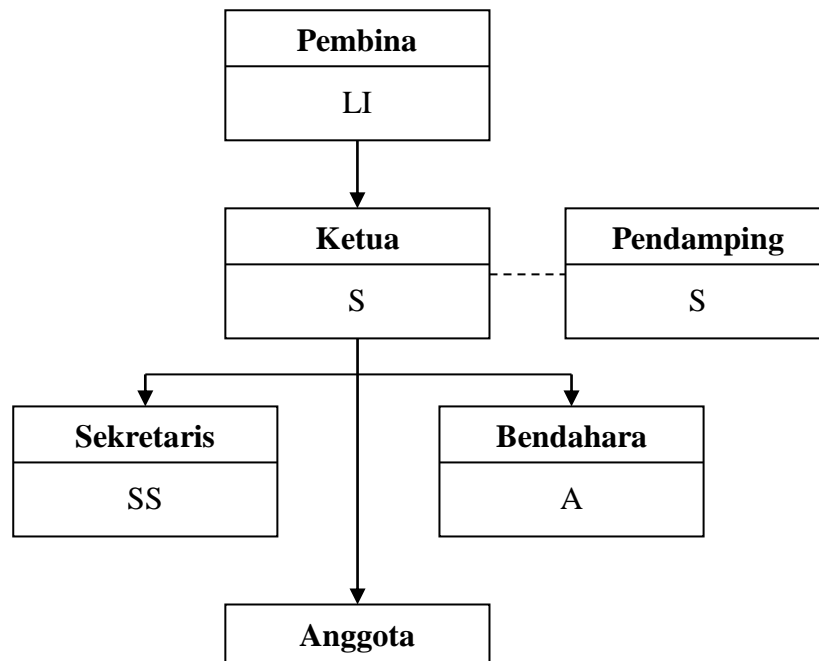
Pandemi Covid-19 yang terjadi membuat permintaan terhadap jahe instan sebagai minuman untuk meningkatkan imunitas tubuh meningkat. Hal ini menjadi peluang yang menguntungkan bagi KWT Harapan Jaya, karena banyak konsumen yang membeli produk jahe instan dari KWT ini. Jumlah produksi jahe instan dari KWT ini disesuaikan dengan jumlah pemesanan, sehingga proses produksi usaha jahe instan ini tidak *continue* atau tidak berkesinambungan dari tahun ke tahun. Jumlah rata-rata produksi jahe instan dalam satu kali produksi yaitu enam kilogram jahe segar.

Harga jahe instan ini tidak pernah berubah dari awal produksi hingga sekarang. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, penyebab harga produk jahe instan ini tidak pernah berubah dari tahun ke tahun adalah agar konsumen tidak berkurang dan bahkan mereka berharap konsumennya dapat bertambah. Selain itu, salah satu kendala yang dihadapi KWT Harapan Jaya adalah tidak adanya tempat pemasaran bagi produk jahe instan ini yang sifatnya menetap dan dengan jumlah yang besar, sehingga usaha ini lagi-lagi

hanya bergantung pada pemesanan saja. Instansi yang biasanya melakukan pemesanan jahe instan diantaranya adalah Dinas Pertanian Provinsi Lampung, SMA Negeri 13 Bandar Lampung, Universitas Lampung, dan Politeknik Negeri Lampung.

2. Aspek Organisasi KWT Harapan Jaya

Keanggotaan KWT Harapan Jaya mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Hingga saat ini anggota KWT Harapan Jaya hanya berjumlah 27 orang. KWT Harapan Jaya dalam menjalankan operasionalnya dipimpin oleh seorang ketua yang didampingi oleh seorang penyuluh pertanian. Dalam menjalankan tugasnya, ketua KWT dibantu oleh sekretaris dan bendahara. Struktur organisasi KWT Harapan Jaya dapat dilihat pada Gambar 7 berikut.



Gambar 7. Struktur organisasi KWT Harapan Jaya

Keterangan:

- = Garis koordinasi
- = Garis instruksi

3. Aspek Sumberdaya Manusia Agroindustri

Penggerak utama dalam sebuah usaha adalah sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dan profesionalitas serta ditempatkan pada posisi yang tepat. Tenaga kerja yang ada pada agroindustri jahe instan ini adalah seluruh anggota KWT Harapan Jaya yang saat ini berjumlah 27 orang dan seluruhnya adalah wanita. Seluruh anggota KWT secara berkelompok dan bergilir melakukan kegiatan produksi jahe instan. Sebelum melakukan proses produksi, ketua membagi kelompok yang terdiri dari 6 – 7 orang untuk satu kali produksi jahe instan. Jam kerja pada saat produksi jahe instan yaitu dimulai pada pukul 08.00 – 16.00 WIB. Tenaga kerja ditempatkan pada kegiatan pengupasan dan pencucian, penggilingan, pengadukan dan pengemasan.

4. Aspek Permodalan Agroindustri

Modal merupakan aspek yang penting dalam suatu usaha. Modal harus dapat dikendalikan dan dimanfaatkan sebaik mungkin, agar dapat mendukung sumberdaya lainnya yang ada dalam suatu agroindustri. Modal merupakan *input* (atau faktor produksi yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya pendapatan. Tetapi bukan berarti modal merupakan faktor satu-satunya yang dapat meningkatkan pendapatan (Suparmoko, dalam Firdausa, 2012). Modal usaha agroindustri jahe instan menggunakan modal yang sama yang digunakan untuk memproduksi olahan kedelai. Modal ini berasal dari bantuan pemerintah pada awal berdirinya KWT Harapan Jaya sebesar Rp50.000.000,00 yang digunakan untuk renovasi tempat produksi. Selain dana, agroindustri ini juga mendapat bantuan berupa peralatan yang dapat dilihat pada Tabel 21.

Seiring berkembangnya agroindustri ini, maka diperlukan modal tambahan. Modal tambahan yang diperlukan agroindustri ini tidak diperoleh dari pinjaman melainkan dari iuran kas para anggota KWT. Karena agroindustri jahe instan ini merupakan sebuah KWT maka setiap anggotanya dikenakan

iuran setiap bulannya sebesar Rp20.000,00 yang dimana Rp10.000,00 adalah kas yang akan digunakan sebagai modal produksi dan Rp10.000,00 digunakan sebagai uang konsumsi. Tidak ada modal yang dikhususkan untuk agroindustri jahe instan. Saat akan memproduksi jahe instan modal diambil dari kas KWT sebesar biaya yang dibutuhkan pada saat sekali produksi saat itu. Kemudian setelah semua produk laku terjual keuntungan yang didapat dimasukkan kembali ke kas KWT.

Tabel 21. Modal peralatan yang diberikan pemerintah

No	Peralatan	Jumlah (Unit)
1	Wajan	6
2	Spatula	6
3	Kompor gas	2
4	Tabung gas	2
5	Baskom	10
6	Box	12

5. Sarana dan Prasarana Agroindustri

Tersedianya sarana dan prasarana merupakan hal yang sangat penting dan sangat dibutuhkan dalam mendukung kegiatan pekerja. Sarana dan prasarana yang memadai dapat menunjang kelancaran proses produksi hingga pemasaran suatu produk. Sarana dan prasarana pada agroindustri jahe instan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki KWT untuk memproduksi semua produk yang dihasilkan yaitu berupa fasilitas bangunan, fasilitas produksi dan fasilitas penunjang.

a. Fasilitas Bangunan

Fasilitas bangunan yang dimiliki agroindustri jahe instan berupa rumah produksi yang terdiri dari ruang kantor, ruang pengemasan, tempat menyuci, tempat memasak, ruang tamu, toilet dan ruang penyimpanan.

b. Fasilitas Produksi

Fasilitas produksi merupakan semua fasilitas yang digunakan dan menunjang proses produksi. Fasilitas produksi yang dimiliki

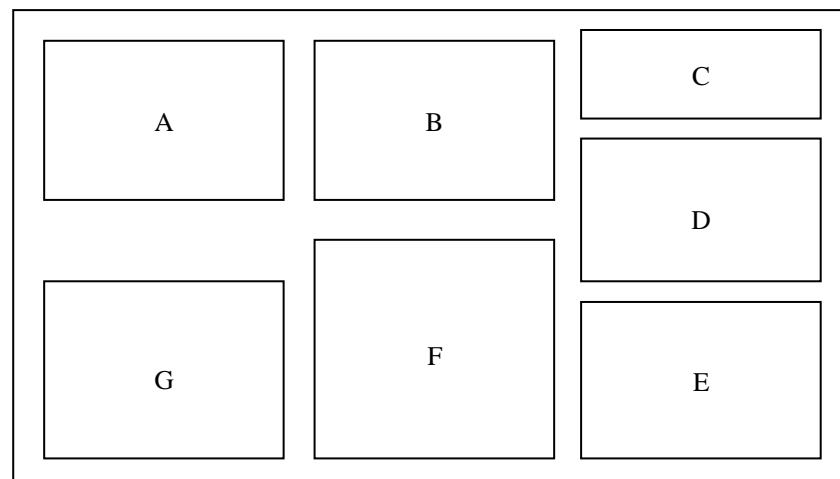
agroindustri jahe instan berupa alat kerja seperti meja, kursi dan alat tulis kantor, serta alat produksi yang terdiri dari wajan, spatula, kompor gas, tabung gas, pisau, saringan, alat *press* kemasan, *blender*, gunting, gayung, ember dan baskom.

c. Fasilitas Penunjang

Fasilitas penunjang yang dimiliki agroindustri jahe instan yaitu sumber listrik yang berasal dari Perusahaan Listrik Negara (PLN).

6. Tata Letak/*Layout* Agroindustri

Tempat yang digunakan untuk memproduksi jahe instan merupakan rumah produksi yang sama yang digunakan untuk memproduksi olahan kedelai. Rumah produksi ini berada tepat di samping tempat tinggal Ibu Sugi selaku ketua KWT Harapan Jaya. Tata letak (*layout*) rumah produksi jahe instan dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Tata letak/*layout* rumah produksi jahe instan

Keterangan:

- A : Tempat mencuci
- B : Tempat memasak
- C : Toilet
- D : Tempat penyimpanan
- E : Ruang tamu
- F : Ruang kantor
- G : Tempat pengemasan

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan:

1. Pengadaan bahan baku pada agroindustri jahe instan telah memenuhi semua kriteria enam tepat yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas dan tepat harga.
2. Kinerja produksi agroindustri jahe instan secara keseluruhan baik, dilihat dari produktivitas dan kualitas. Pendapatan yang diperoleh agroindustri jahe instan sebesar Rp2.340.000,00 per bulan April 2022 dengan keuntungan sebesar Rp899.476,08. Harga pokok produksi yang diperoleh agroindustri jahe instan berada di bawah harga jual, sehingga agroindustri masih memperoleh laba dengan harga jual yang berlaku sekarang, karena harga jual berada di atas harga pokok produksi.
3. Kegiatan pemasaran agroindustri jahe instan menerapkan *marketing mix* yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat dan promosi. Berdasarkan penilaian konsumen jahe instan, komponen produk dan tempat masih kurang.
4. Preferensi mayoritas konsumen jahe instan berada pada kategori sedang. Atribut yang menjadi preferensi konsumen jahe instan adalah rasa pedas, aroma khas jahe, tekstur halus, dan kemasan menarik. Konsumen merasa puas terhadap produk jahe instan. Atribut yang dianggap penting oleh konsumen adalah rasa dan aroma. Atribut yang kinerjanya sudah memuaskan adalah rasa, tekstur, dan kemasan. Kinerja atribut yang perlu dipertahankan adalah rasa. Atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya adalah aroma.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi pengusaha agroindustri jahe instan:
 - a. Dalam penetapan harga jual dan perhitungan harga pokok produksi belum memasukkan semua komponen harga secara rinci sehingga keuntungan yang didapat masih kecil, maka sebaiknya agroindustri memperhitungkan seluruh biaya produksi, baik yang dikeluarkan secara langsung maupun tidak langsung.
 - b. Konsumen jahe instan dari agroindustri ini masih sedikit karena kurangnya pemasaran yang dilakukan, sebaiknya agroindustri perlu meningkatkan kinerja pemasaran dengan melakukan promosi secara online di berbagai media sosial agar produk lebih dikenal masyarakat.
 - c. Agroindustri perlu memperkuat aroma produk, agar produk jahe instan dapat meningkat kinerjanya. Atribut tersebut harus ditingkatkan karena menjadi prioritas utama konsumen dalam membeli produk jahe instan.
2. Bagi pemerintah, hendaknya dapat lebih memperhatikan dan mendukung pengembangan usaha agroindustri jahe instan dengan membantu mempromosikan jahe instan melalui bazar atau pameran, sehingga jahe instan dari agroindustri ini dapat lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat dan bagi instansi seperti perguruan tinggi dapat memberikan pelatihan-pelatihan terkait manajemen pengelolaan usaha agar anggota kelompok KWT Harapan Jaya lebih baik dalam mengelola bahkan mengembangkan usahanya pada skala yang lebih besar.
3. Bagi peneliti lain, karena usaha ini masih sangat sederhana dan berpotensi untuk lebih dikembangkan maka sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan mengenai strategi pengembangan agroindustri jahe instan. Hal ini perlu dilakukan karena dalam menjalankan suatu usaha harus ada strategi yang tepat dan inovasi-inovasi baru demi membuat usaha ini tetap berjalan bahkan dapat berkembang ke skala yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidawati, G.A.K.T., Murniati, K., dan Riantini, M. 2021. Analisis Keragaan Agroindustri Klanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *JIIA*. Vol 9(2): 265-270. Diakses 21 November 2021.
- Akbar, T.R., Lestari, D.A.H., dan Nugraha, A. 2019. Analisis Bauran Pemasaran, Risiko, dan Kinerja Keuangan Agroindustri Kopi Bubuk Cap Obor Mas Lampung, di Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara. *JIIA*. Vol 8(1): 78-85.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/4345>. Diakses 21 November 2021.
- Aldhariana, S.F., Lestari, D.A.H., dan Ismono, R.H. 2016. Analisis Keragaan Agroindustri Beras Siger (Studi Kasus Pada Agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) dan Agroindustri Mekar Sari (Kota Metro). *JIIA*: 4 (3) : 317-325.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1507>. Diakses 21 November 2021.
- Ali, B.H., Blunden, G. Tanira, M. O., dan Nemmar, A. 2008. Some phytochemical, pharmacological dan toxicological properties of ginger (*Zingiber officinale* Roscoe): A review of recent research. *Food and Chemical Toxicology*. 46(2): 409-420.
- Anggraeni, T.S., Lestari, D.A.H., dan Indriani, Y. 2017. Keragaan Agroindustri Tempe Anggota Primkopti Kabupaten Pesawaran. *JIIA*. Vol 5(3): 275-282.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1640/1466>. Diakses 21 November 2021.
- Angriva, S. dan Sunyigono, A. K. 2020. Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Produk Madu PT. Kembang Joyo. *Agriscience*. Vol. 1(1): 186–199.
- Aprilia, R.M., Noor, T.I., dan Setia, B. 2021. Keragaan Agroindustri Sale Pisang Gulung (Studi Kasus Pada Agroindustri Rizki Barokah di Desa Sukahurip Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. Vol 8(1) : 116-126.

<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/agroinfohaluh/article/view/4620>.
Diakses 21 November 2021.

- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- _____. 2004. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Bandung.
- Assauri, S. 1999. *Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi Revisi*. LPFE-UI. Jakarta.
- Aziz, A. 2003. *Riset Keperawatan & Teknik Penulisan Ilmiah*. Salemba Medika. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Produksi Tanaman Biofarmaka di Indonesia Tahun 2018-2020*.
- Badan Standarisasi Nasional. 1996. *Serbuk Minuman Tradisional SNI 01-4320-1996*. Badan Standarisasi Nasional. Jakarta.
- Dalimarta, S. 2000. *Atlas Tumbuhan Obat Indonesia*. Trobus Agriwidya. Bogor.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia (Depkes RI). 2000. *Parameter Standar Umum Ekstrak Tumbuhan Obat*. Direktorat Jendral Pengawasan Obat dan Makanan. Jakarta.
- Downey, W.D. dan Erickson, S.P. 1989. *Manajemen Agribisnis. Edisi Kedua*. Erlangga. Jakarta.
- Durianto, D., Sugiarto dan Sitinjak, T. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Dzulfikar, A., Jahroh, S., dan Ali, M.M. 2021. Strategi Peningkatan Kepuasan Konsumen Jahe Sang Jawara di Masa Pandemi Covid-19 dengan Pendekatan Importance Performance Analysis. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*. Vol. 7(3). 681-693. <http://dx.doi.org/10.17358/jabm.7.3.681>. Diakses Pada 8 Juni 2022 Pukul 10.52 WIB.
- Elizabeth, R. 2007. Pemberdayaan Wanita Mendukung Strategi Gender Mainstreaming dalam Kebijakan Pembangunan Pertanian di Perdesaan. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. 25(2).
- Fadwa. 2010. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Minuman Sari Buah Minute Maid Pulpy Orange di Kota Bogor (Studi Kasus di Departemen Store Yogya Baru, Bogor). *Skripsi*. Departemen Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

- Firdausa, A. R. 2012. *Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintoro Demak*.
- Fitrianti, S. 2015. Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Kawasan Wisata Lembah Harau. *Polibisnis*, Vol. 7(1): 37–46.
- Gunawan, W. M. 2014. Bioprospeksi: Upaya Pemanfaatan Tumbuhan Obat Secara Berkelanjutan Di Kawasan Konservasi. http://www.forda-mof.org/files/3_Bioprospecting_Upaya_Pemanfaatan_Tumbuhan_ObatWawan_Gunawan.pdf
- Hansen, D.R dan Mowen, M.M. 2009. *Manajemen Biaya*. Salemba Empat. Jakarta.
- Hasanah, A. dan Noor, T.I. 2021. Analisis Preferensi Rumah Tangga Terhadap Produk Jamu Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Rumah Tangga, Kelurahan Baktijaya Kecamatan Sukmajaya Depok. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Vol. 7(2): 1004–1017.
- Hasmoro, A.Y., Dahlia., Susanto, E., Suardijaya, I.K.A., Monica, L., Kencana, R., dan Yuliati, R. 2021. Geliat Bisnis Jahe Merah Seduh Siap Saji di Masa Pandemi. *Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*. Vol (3)1: 40-43.
- Herlambang, E. S., Hubeis, M. dan Palupi, N. S. 2011. Kajian Perilaku Konsumen terhadap Strategi Pemasaran teh Herbal di Kota Bogor. *Manajemen IKM*. Vol 6(2): 143-151.
- Hesti, D. S. dan Cahyo, S. 2013. *Jahe*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Hidayatullah, S. 2004. Analisis Agroindustri Sate Bandeng (Kasus pada tiga industri rumah tangga di Kabupaten Serang Propinsi Banten). *Skripsi*. Universitas Lampung. Lampung.
- Hirawan, P., Lestari, D.A.H., dan Kasymir, E. 2021. Analisis Sistem Agribisnis Usaha Ternak Kambing Saburai pada Koperasi Produsen Peternak (KPP) Saburai Mandiri di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. *JIA*. Vol 9(2) : 348-355. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5111>. Diakses 21 November 2021.
- Intan, A. N. T. 2007. Pembuatan minuman instan secang. Tinjauan proporsi putih telur dan maltodekstrin terhadap sifat fisiko-organoleptik. *Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*. Vol. 5(2): 61-71.
- Kartadinata, A. 2000. *Akuntansi dan Analisis Biaya Suatu Pendekatan Terhadap Tingkah Laku Biaya*. Aneka Cipta. Jakarta.

- Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. 2022. <https://covid19.go.id/peta-sebaran>. Diakses pada Sabtu, 24 Desember 2022, pukul 13.12 WIB.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. 2021. <https://kemenperin.go.id/artikel/22346/Pemerintah-Optimalkan-Peran-Industri-Pulihkan-Ekonomi-Nasional>. Diakses pada Kamis, 21 Oktober 2021 pukul 19.28 WIB.
- Koswara, S. dan Diniari, A. 2015. Peningkatan Mutu dan Cara Produksi pada Industri Minuman Jahe Merah Instan di Desa Benteng, Ciampea, Bogor. *Jurnal Agrokreatif*. Vol 1(2): 149-161.
- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 13*. Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kusuma, F. R., dan Zakky, B.M. 2005. *Tumbuhan Liar Berkhasiat Obat*. PT. Agro Media Pustaka. Medan.
- Mahmud. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Pustaka Setia. Bandung.
- Mulyadi. 2015. *Akutansi Biaya*. Edisi Lima. UPP STIM KPN. Yogyakarta.
- Mursid, M. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi Keempat*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Nana, H. A. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Pustaka Setia. Bandung.
- Napitupulu, T.E.M. 2000. *Analisis Nilai Tambah dan Distribusi Kripik Nangka*. Lembaga Penelitian Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Novita, I., Miftah, H., dan Sunaryo, M.A. 2020. Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Obat Herbal Kunyit Putih. *Jurnal Agribisains*. Vol. 6(2): 81–87.
- Nurmalina, R., dan Astuti, E.P. 2012. Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen terhadap Beras di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur. *Jurnal Sains Terapan*. Vol 1(1): 42-27. Diakses 21 November 2021.
- Ong, J.C. dan Pambudi, J. 2014. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan *Importance Performance Analysis* di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero). *J@Ti Undip*. Vol 9(1): 1-10.
- Palupi, R. G., Hasyim, A. I. dan Affandi, M. I. 2018. Analisis Kinerja Produksi, Persediaan Bahan Baku dan Strategi Pengembangan Agroindustri Serat

- Kelapa (Cocofiber) di Kecamatan Katibung Kabupaten Lampung Selatan. *Skripsi*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Permadi, R. 2016. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Terasi Udang. *Jurnal Social Economic of Agriculture*. Vol 5(1). 49-57. Diakses 21 November 2021.
- Putra, Y. P., Arifin, Z., dan Mawardi, M. K. 2016. Analisis Strategi, Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Ekspor (Studi pada Bali Pasadena, Rattan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 39(1): 179-186.
- Putri, M. K. 2009. *Khasiat dan Manfaat Jahe Merah*. Alprin. Semarang.
- Raharjo. 2009. *Teknologi Pengolahan Sayur-sayuran dan Buah-buahan*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Render, B. dan Heizer, J. 2001. *Prinsip-prinsip Manajemen Operasi : Operations Management*. Salemba Empat. Jakarta.
- Riduwan. 2004. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Alfabeta. Bandung.
- Santi, E.N. dan Wahyudi, E. 2021. Analisis Nilai Tambah Produk Olahan Jahe Merah di Provinsi Kalimantan Timur (Studi Kasus Pengolahan Jahe Merah Instan pada Kelompok Wanita Tani Lestari Kelurahan Lempake Kecamatan Samarinda Utara. *Jurnal Agribis*. Vol. 13(1). 95-112.
- Saputro, H.D., Andriani, dan Siswanti, M. 2015. Karakteristik Sifat Fisik dan Kimia Formulasi Tepung Kecambah Kacang-kacangan Sebagai Bahan Minuman Fungsional. *Jurnal Teknosains Pangan*. Vol. 4(1): 10-19.
- Sari, M.I., Lestari, D.A.H., dan Sayekti, W.D. 2021. Keragaan Agroindustri dan Posisi Produk Berdasarkan Siklus Hidup Produk pada Sosis Gulung Varian *Noodle* di Cv Cucurutuku Ceria. *JIA*. Vol 9(4). 561-568. Diakses 21 November 2021.
- Sembiring, B. Br. 2014. *Minuman Fungsional Antioksidan Berbasis Tanaman Obat*. Balai Penelitian Tanaman Rempah Dan Obat. Bogor.
- Shafira, F., Lestari, D.A.H., dan Affandi, M.I., 2018. Analisis Keragaan Agroindustri Tahu Kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. *JIA*. Vol 6 (3) : 279-287. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3025>. Diakses 21 November 2021.
- Shodiq, W. M., Relawati, R., dan Bakhtiar, A. 2020. Implementasi Kepedulian Lingkungan Dalam Pembelian Makanan Kemasan. *Agriecobis (Journal of*

Agricultural Socioeconomics and Business). Vol. 3(2): 58–65.
<https://doi.org/10.22219/agriecobis>

- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Simarmata, L., Osak, R.E.M.F., Endoh, E.K.M., dan Oroh, F.N.S. 2019. Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Broiler di Pasar Tradisional Kota Manado (Studi Kasus “Pasar Pinasungkulan Karombasan”). *Zootec*. Vol 39(2). 194-202. Diakses 21 November 2021.
- Sinaga, Y.J., Lestari, D.A.H., dan Situmorang, S. 2019. Keragaan Agroindustri Mi Basah di Kota Bandar Lampung dan Perilaku Konsumen dalam Perspektif Diversifikasi Pangan. *JIIA*. Vol 7(3). 338-345. Diakses 21 November 2021.
- Sjarkowi, F. dan M. Sufri. 2004. *Manajemen Agribisnis*: CV. Baldal Grafiti press. Palembang.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2003. *Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis Cobb Douglas*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sufren dan Natanael, Y. 2013 *Mahir Menggunakan SPSS secara Otodidak*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sumarwan, U. 2015. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. PT Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Supriyati dan Suryani, E., 2006. *Peranan, Peluang dan Kendala Pengembangan Agroindustri di Indonesia*. Forum Penelitian Agro Ekonomi. Vol. 24(2).
- Supriyono, S.U. 2000. *Akuntansi Manajemen, Edisi ketiga*. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Suryana, A. 2013. *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sutawi, M. P. 2002. *Manajemen Agribisnis*. UMM Press. Malang.
- Syafani, T. S., Lestari, D. A. H., dan Sayekti, W. D. 2015. Analisis Preferensi, Pola Konsumsi Dan Permintaan Tiwul Oleh Konsumen Rumah Makan Di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 3(1): 85-92.

- Syahyuti. 2006. *Konsep Penting Dalam Pembangunan Pedesaan dan Pertanian*. Bina Rena Pariwara. Jakarta.
- Syarief, A.N.L., Lestari, D.A.H., dan Kasymir, E. 2019. Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. *JIIA*. Vol 7 (3) : 298-305.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3766>. Diakses 21 November 2021.
- Sylvia, R. 2018. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Menggunakan Metode *Full Costing* dan *Variable Costing* pada Tahu Mama Kokom Kotabaru. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*. Vol 12(1). 53-59. Diakses 21 November 2021.
- Syukur, C. 2001. *Agar Jahe Berproduksi Tinggi*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Utami; S., Fatmawati; Ika., dan Ribus, S. 2012. Preferensi Konsumen terhadap Kopi Lengkuas Cap Potre. *Jurnal Agribisnis*. Vol. (3): 136–145.
- Utari, L.A., Prasmatiwi, F.E., dan Murniati, K. 2021. Keragaan Agroindustri Keripik Singkong di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. *JIIA*. Vol 9(3). 432-439. Diakses 21 November 2021.
- Yamit, Z. 2011. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Ekonisia. Yogyakarta.
- Yaniongwati, F. 2007. Pemberdayaan SDM Perempuan pada Sektor Agribisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 1(1).
- Yusdja, Y dan Iqbal, M. 2015. *Kebijakan Pembangunan Agroindustri dalam Analisis Kebijakan: Paradigma, Pembangunan dan Kebijaksanaan Pembangunan Agroindustri*. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.