

KEUNTUNGAN USAHA, HARGA POKOK PRODUKSI (HPP), DAN KEPUASAN KONSUMEN AGROINDUSTRI JAHE INSTAN DI KELOMPOK WANITA TANI (KWT) HARAPAN JAYA KOTA BANDAR LAMPUNG

BUSINESS PROFIT, COST OF GOODS PRODUCED, AND CUSTOMER SATISFACTION OF INSTANT GINGER AGROINDUSTRY IN KWT HARAPAN JAYA BANDAR LAMPUNG CITY

FEBBY PUTRI SONIA¹, WURYANINGSIH DWI SAYEKTI*¹, FEMBRIARTI ERRY PRASMATIWI¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Lampung

*E-mail corresponding: wuryaningsih.dwisayekti@fp.unila.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menghitung keuntungan usaha dan harga pokok produksi (HPP) jahe instan, serta menganalisis kepuasan konsumen terhadap produk jahe instan. Penelitian dilakukan dengan metode studi kasus di agroindustri jahe instan pada KWT Harapan Jaya, Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar Lampung. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja. Responden penelitian ini adalah 3 orang pengelola agroindustri jahe instan yang juga merupakan anggota KWT Harapan Jaya serta 30 konsumen jahe instan. Pengumpulan data dilakukan pada Juni-Juli 2022 melalui wawancara dan observasi. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif, dan juga dengan *customer satisfaction index* (CSI) dan *important performance analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa keuntungan agroindustri jahe instan per bulan April 2022 adalah sebesar Rp899.476,08. HPP yang diperoleh dengan metode *variable costing* dan metode *full costing* berada di bawah harga jual, sehingga agroindustri masih memperoleh laba dengan harga jual yang berlaku sekarang, karena harga jual berada di atas HPP. Konsumen merasa puas dengan produk jahe instan. Atribut jahe instan yang menjadi prioritas utama adalah rasa, aroma, kuantitas, dan kemudahan memperoleh.

Kata Kunci : agroindustri, HPP, jahe instan, kepuasan, keuntungan

ABSTRACT

This study aims to calculate business profits and cost of goods produced of instant ginger and to analyze consumer satisfaction with instant ginger products. The research was conducted using a case study method in the instant ginger agroindustry at KWT Harapan Jaya, Rajabasa District, Bandar Lampung City. The location was purposively selected. Respondents were 3 managers of the agroindustry who are also members of KWT Harapan Jaya and 30 instant ginger consumers. Data collection was conducted in June-July 2022 through interviews and observations. Data were analyzed descriptively quantitatively, and also with customer satisfaction index (CSI) and important performance analysis (IPA). The results showed that the profit of instant ginger agroindustry per April 2022 was Rp899,476.08. The cost of goods production obtained by the variable costing method and the full costing method are below the selling price, so the agroindustry is still profitable with the current selling price, because the selling price is above the cost of goods production. Consumers are satisfied with instant ginger products. The attributes of instant ginger that are the main priorities flavor, aroma, quantity, and ease of obtaining.

Keywords: agroindustry, HPP, instant ginger, satisfaction, profit

PENDAHULUAN

Transformasi sektor pertanian ke sektor industri bagi negara berkembang, tidaklah dapat dihindarkan. Salah satu negara berkembang yang mengalami hal ini adalah Indonesia. Negara Indonesia beranjak dari negara agraris menuju negara industri yang maju. Pembangunan di sektor industri yang didukung oleh pertanian juga akan semakin maju, karena itulah diperlukan keseimbangan ekonomi antara bidang industri yang kuat dengan dukungan pertanian yang tangguh.

Sektor pertanian dan industri merupakan sektor yang terkait satu sama lain. Agroindustri yang merupakan industri pengolahan hasil pertanian adalah kegiatan pemanfaatan hasil pertanian yang diolah menjadi produk olahan yang bernilai ekonomi, sekaligus menjadi tahapan pembangunan pertanian berkelanjutan. Upaya pengembangan agroindustri secara tidak langsung membantu meningkatkan perekonomian petani yang mana perannya adalah 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 yang sedang berkembang saat ini yaitu “*Back to*

Nature”. Perkembangan isu tersebut berdampak pada eksistensi tanaman obat atau biasa disebut tanaman biofarmaka. Tanaman biofarmaka merupakan tanaman obat yang digunakan dari bagian tanaman seperti daun, batang, bunga, buah, umbi (rimpang) ataupun akar (Dalimartha, 2000).

Saat ini ada kecenderungan masyarakat untuk mengonsumsi obat tradisional, karena perubahan gaya hidup “*Back to Nature*” dan mahalnya obat-obatan modern. Hal ini membuat permintaan tanaman obat semakin tinggi, tidak hanya di Indonesia tetapi juga dunia. Dari total 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).

Di tengah pandemi Covid-19, tanaman obat selain bermanfaat untuk meningkatkan daya tahan tubuh, juga berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat, terutama petani. Tanaman obat tidak hanya dimanfaatkan dalam bentuk primer (hasil panen langsung), juga dalam bentuk bentuk sekunder atau simplisia (hasil olahan sederhana dari bentuk primer) dan ekstrak (hasil olahan lebih lanjut).

Tanaman biofarmaka di Indonesia terdiri atas 15 jenis, yaitu jahe, laos atau lengkuas, kencur, kunyit, lempuyang, temulawak, temuireng, temukunci, dringo, kapulaga, mengkudu, mahkota dewa, kejobeling, sambiloto dan lidah buaya. Berdasarkan data BPS tahun 2021, tanaman biofarmaka yang memiliki produksi tertinggi dari tahun 2018 sampai tahun 2020 adalah tanaman jahe. Jumlah produksi tanaman jahe di Indonesia pada tahun 2020, sebesar 174.380.121 kg. Hal ini menunjukkan bahwa tanaman jahe merupakan tanaman biofarmaka yang sangat potensial di pasar nasional maupun internasional.

Pada masa pandemi Covid-19, permintaan terhadap jahe mengalami peningkatan. Peningkatan permintaan jahe yang terjadi disebabkan oleh banyaknya konsumen yang percaya bahwa komoditas jahe bermanfaat untuk mencegah terinfeksi virus corona. Hal ini terbukti bahwa permintaan masyarakat terhadap jahe sejak pertengahan bulan Maret 2020 cukup tinggi, sehingga menyebabkan jahe di pasaran menjadi langka. Kelangkaan ini mengakibatkan tingginya harga jahe di pasaran.

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 ini merupakan minuman yang mengandung senyawa yang berfungsi sebagai antioksidan dan bermanfaat dalam meningkatkan imunitas dan daya tahan tubuh, pencegahan serta penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan (Sembiring, 2014).

Kelompok wanita tani (KWT) Harapan Jaya merupakan salah satu KWT yang aktif di Kota Bandar Lampung. KWT yang berada di Kecamatan Rajabasa ini melakukan kegiatan pengolahan minuman instan herbal dengan jahe merah sebagai produk utamanya. Berdasarkan bahan dan metode sederhana yang dilakukan, serta skala usaha yang masih terbilang kecil belum dilakukan perhitungan yang tepat mengenai keuntungan dan harga pokok produksi. Penelitian ini bertujuan untuk menghitung keuntungan usaha dan HPP jahe instan, serta menganalisis kepuasan konsumen terhadap produk jahe instan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus yang berlokasi di KWT Harapan Jaya, Kecamatan Rajabasa, Kota

Bandar Lampung. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agroindustri tersebut masih aktif memproduksi jahe instan. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan pada bulan Juni hingga Juli 2022. Wawancara dilakukan pada tiga orang yang mengelola agroindustri jahe instan yang juga merupakan anggota KWT Harapan Jaya yang turut serta dalam proses produksi hingga pemasaran jahe instan dan responden konsumen yang berjumlah 30 orang. Teknik penarikan sampel konsumen adalah *snowball sampling*.

Metode pengujian instrumen dilakukan sebelum kuesioner digunakan. Pengujian instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah atribut-atribut yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen dalam penelitian ini valid dan *reliable*. Uji validitas digunakan untuk menguji apakah setiap pertanyaan pada kuesioner tepat ($r \text{ Hitung} > 0,361$). Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang diberikan. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach Alpha* dengan alpha pembanding yaitu 0,6 sehingga pertanyaan dapat dipercaya. Berdasarkan pengujian dengan SPSS 20,

maka hasil uji validitas dan reliabilitas atribut jahe instan adalah valid dan *reliable* yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan, dan tingkat kinerja atribut jahe instan

Atribut	r Hitung	
	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
Uji Validitas		
Rasa	0,394	0,379
Aroma	0,486	0,390
Tekstur	0,596	0,583
Kuantitas	0,369	0,725
Kemasan	0,464	0,480
Manfaat	0,579	0,594
Harga	0,759	0,836
Kemudahan memperoleh	0,555	0,611
Uji Reliabilitas		
Cronbach Alpha	0,620	0,703

Analisis Keuntungan

Keuntungan dihitung berdasarkan pendapatan yang diperoleh dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usaha, dirumuskan sebagai berikut: (Kartadinata, 2000).

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

Keterangan:

Pendapatan = Jumlah produksi dikalikan dengan harga jual produk

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

Harga Pokok Produksi (HPP)

Penentuan harga pokok produksi dilakukan dengan metode *variable costing* dan *full costing* (Mulyadi, 2015). Secara

garis besar unsur-unsur HPP digolongkan menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Menurut Kartadinata (2000) perhitungan HPP dapat dilakukan dengan rumus:

$$\text{HPP} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Total produksi}}$$

Analisis Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dianalisis dengan dua metode yaitu *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode pertama yaitu CSI, dilakukan untuk melihat tingkat kepuasan konsumen terhadap produk jahe instan. Penentuan kepuasan konsumen diukur dengan skala *likert* yang terdiri dari: 5 (sangat puas), 4 (puas), 3 (cukup puas), 2 (tidak puas), dan 1 (sangat tidak puas). Rumus untuk menghitung persentase CSI:

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

Keterangan:

CSI : Tingkat kepuasan konsumen

WT (*Weighted Total*) : Total seluruh poin

HS (*Highest Scale*) : Skala maksimal

Metode kedua yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kinerja produk jahe instan yaitu analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut. IPA merupakan suatu alat analisis

yang menggambarkan kinerja dan harapan konsumen akan kinerja yang seharusnya ada dengan menggunakan diagram kartesius. Kelebihan analisis ini adalah item penilaian dapat dipetakan ke dalam beberapa kuadran, sehingga dapat diketahui apakah item tersebut menjadi prioritas utama untuk dievaluasi atau tidak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden penelitian ini merupakan tiga orang pengelola agroindustri jahe instan yang juga anggota KWT Harapan Jaya yang terlibat langsung dalam proses produksi hingga pemasaran jahe instan. Responden konsumen jahe instan mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan usia yang terbilang produktif yaitu rata-rata usia 49 tahun. Pendidikan konsumen mayoritas adalah sarjana dengan pekerjaan sebagai karyawan. Mayoritas konsumen jahe instan memiliki pendapatan lebih dari Rp3.000.000,00 per bulan.

Perhitungan Biaya Agroindustri Jahe Instan

Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri jahe instan per bulan April 2022 terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku dalam pengolahan jahe instan ini adalah biaya pembelian jahe merah. Dalam satu bulan agroindustri melakukan pembelian bahan baku sebanyak 3 kali yaitu masing-masing sebanyak 6 kilogram. Harga jahe merah yaitu Rp18.000,00 per kilogram. Biaya yang dibayarkan untuk bahan baku per bulan yaitu Rp324.000,00.

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Pengolahan produk jahe instan menggunakan tenaga kerja yang merupakan pengelola agroindustri juga sekaligus anggota KWT Harapan Jaya. Nilai yang dibayarkan untuk tenaga kerja per bulan adalah sebesar Rp450.000,00.

Biaya Overhead Pabrik

Biaya *overhead* pabrik terdiri dari biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* pabrik tetap.

Biaya Overhead Pabrik Variabel

Biaya *overhead* pabrik variabel terdiri dari biaya bahan penunjang, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan sumbangan faktor lain.

Biaya Bahan Penunjang

Biaya penggunaan bahan penunjang untuk satu bulan pada agroindustri jahe instan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Biaya bahan penunjang agroindustri jahe instan

No	Uraian	Nilai (Rp)
1	Gula	216.000,00
2	Garam	360,00
3	Air	1.500,00
4	Plastik kemasan	131.040,00
5	Plastik pembungkus	90.480,00
6	Kertas merk	13.260,00
7	Gas LPG	30.000,00
Total		482.640,00

Bahan penunjang yang digunakan pada agroindustri jahe instan ini adalah gula, garam, air, plastik kemasan, plastik pembungkus, kertas merk dan gas.

Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Tenaga kerja tidak langsung pada agroindustri jahe instan ini adalah seorang yang bertugas memasarkan jahe instan. Upah tenaga kerja tidak langsung per bulan adalah sebesar Rp30.000,00.

Sumbangan Faktor Lain

Sumbangan faktor lain pada agroindustri jahe instan ini terdiri dari biaya listrik dan biaya lain-lain. Total sumbangan faktor lain pada agroindustri jahe instan per bulan sebesar Rp120.000,00.

Biaya Overhead Pabrik Tetap

Biaya *overhead* pabrik tetap terdiri dari penyusutan peralatan, pajak dan izin usaha. Peralatan yang digunakan agroindustri ini tentunya mengalami penyusutan nilai. Total biaya penyusutan peralatan sama dengan total biaya

overhead pabrik tetap karena agroindustri belum memungkinkan dikenakan pajak dan izin usaha. Total biaya penyusutan peralatan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Biaya penyusutan peralatan agroindustri jahe instan

No	Nama Alat	Penyusutan (Rp)
1	Blender	5.833,33
2	Kompas	11.071,43
4	Wajan	10.000,00
5	Spatula	3.333,33
6	Pisau	833,33
7	Saringan	208,33
8	Timbangan	1.041,67
9	Baskom	1.562,50
Total		33.883,93

Biaya *overhead* pabrik pada agroindustri ini selain digunakan untuk biaya bahan penunjang, juga terdiri dari biaya tenaga kerja tidak langsung, sumbangan faktor lain dan biaya penyusutan peralatan. Total biaya *overhead* pabrik agroindustri jahe instan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Total biaya *overhead* pabrik agroindustri jahe instan

No	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Nilai (Rp)
1	Biaya Bahan Penunjang	482.640,00
2	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	30.000,00
3	Sumbangan Faktor Lain	120.000,00
4	Biaya <i>Overhead</i> Tetap	33.883,93
Total		666.523,93

Keuntungan Agroindustri

Keuntungan agroindustri jahe instan didapat dari perhitungan selisih pendapatan

yang diterima oleh agroindustri jahe instan dengan seluruh biaya yang dikeluarkan pada saat proses produksi hingga pemasaran. Perhitungan keuntungan agroindustri jahe instan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Keuntungan agroindustri jahe instan

No	Keterangan	Nilai (Rp)
I	Pendapatan	2.340.000,00
II	Biaya Produksi	
	Biaya Bahan Baku	324.000,00
	Biaya Tenaga Kerja Langsung	450.000,00
	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	666.523,92
	Total Biaya	1.440.523,92
III	Keuntungan	899.476,08

Pendapatan agroindustri jahe instan adalah sebesar Rp2.340.000,00 diperoleh dari mengalikan jumlah produksi yang dihasilkan yaitu sebesar 156 *pack* jahe instan yang berasal dari 18 kilogram jahe merah dengan harga jual jahe instan yaitu sebesar Rp15.000,00. Frekuensi produksi yang dilakukan agroindustri per bulan adalah 3 kali, dengan penggunaan bahan baku per produksi sebanyak 6 kilogram jahe merah. Keuntungan yang diperoleh agroindustri jahe instan yaitu sebesar Rp899.476,08.

Analisis Harga Pokok Produksi (HPP)

Perhitungan harga pokok produksi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar biaya yang dikeluarkan dalam proses

pengolahan jahe instan. Harga pokok produksi didapatkan dari perhitungan biaya-biaya yang dibutuhkan pada saat memproduksi jahe instan per *pack*. Perhitungan HPP pada agroindustri jahe instan dilakukan dengan dua metode yaitu metode *variable costing* dan metode *full costing*. Apriyani *et al* (2020) menyatakan bahwa besarnya harga pokok produksi dipengaruhi oleh jumlah produksi dan biaya produksi agroindustri. Perhitungan HPP pada agroindustri jahe instan dapat dilihat pada Tabel 6.

Harga pokok produksi jahe instan dengan metode *variable costing* sebesar Rp9.016,92 per *pack* dan metode *full costing* adalah Rp9.234,13 per *pack*.

Tabel 6. Perhitungan harga pokok produksi jahe instan

No	Keterangan	Satuan	Total
1	Jumlah produksi	pack	156.00
2	Biaya bahan baku	Rp	324,000.00
3	Biaya tenaga kerja langsung	Rp	450,000.00
4	Biaya overhead pabrik variabel		
	Gula	Rp	216,000.00
	Garam	Rp	360.00
	Air	Rp	1,500.00
	Plastik kemasan	Rp	131,040.00
	Plastik pembungkus	Rp	90,480.00
	Kertas merk	Rp	13,260.00
	Gas LPG	Rp	30,000.00
	Biaya listrik	Rp	90,000.00
	Biaya lain-lain	Rp	30,000.00
	Biaya tenaga kerja tak langsung	Rp	30,000.00
5	Biaya overhead pabrik		

	tetap		
	Penyusutan	Rp	33,883.92
	Pajak	Rp	0.00
	Izin usaha	Rp	0.00
6	Total harga pokok produksi		
	a. <i>Variable costing</i>	Rp	1,406,640.00
	b. <i>Full costing</i>	Rp	1,440,523.92
7	Harga pokok produksi per pack		
	a. <i>Variable costing</i>	Rp/pack	9,016.92
	b. <i>Full costing</i>	Rp/pack	9,234.13

Harga jual jahe instan tersebut adalah Rp15.000,00 per *pack*. Dengan demikian, terdapat selisih harga jual dan harga pokok produksi dari perhitungan dengan metode *variable costing* sebesar Rp5.983,08 dan metode *full costing* sebesar Rp5.765,87, sehingga dapat dikatakan agroindustri jahe instan masih memperoleh laba dengan harga jual yang berlaku sekarang, karena harga jual berada di atas harga pokok produksi. Hal ini sejalan dengan penelitian Ariyani, *et al* (2021) yang menyatakan bahwa HPP pada usaha Wedang Warok berada di bawah harga jual, sehingga usaha masih memperoleh keuntungan dari harga jual yang berlaku.

Kepuasan Konsumen Jahe Instan

Atribut-atribut yang digunakan untuk menilai kepentingan dan kinerja produk jahe instan yaitu rasa, aroma, tekstur,

kuantitas, kemasan, manfaat, harga dan kemudahan memperoleh.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa skor rata-rata tingkat kepentingan dan skor rata-rata tingkat kinerja sama yaitu sebesar 3,78. Atribut harga mendapat skor rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,33 dan 4,37. Hal ini disebabkan atribut harga dinilai penting dan sudah baik oleh konsumen karena harga dari jahe instan terjangkau jika melihat manfaat yang diberikan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Nainggolan, *et al* (2022) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk minuman teh PT. Gunung Subur Sejahtera yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis dengan *Customer Satisfaction Index* (CSI) produk jahe instan memperoleh nilai kepuasan sebesar 75,26 persen yang artinya konsumen puas terhadap atribut-atribut jahe instan. Nilai CSI pada produk jahe instan masih di bawah 100 persen yang menandakan bahwa masih terdapat konsumen yang merasa belum puas sebesar 24,74 persen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Solehah, *et al* (2010), yang menyatakan nilai CSI pada produk jamu PT. Jamu Air Mancur sebesar 82 persen, dari nilai

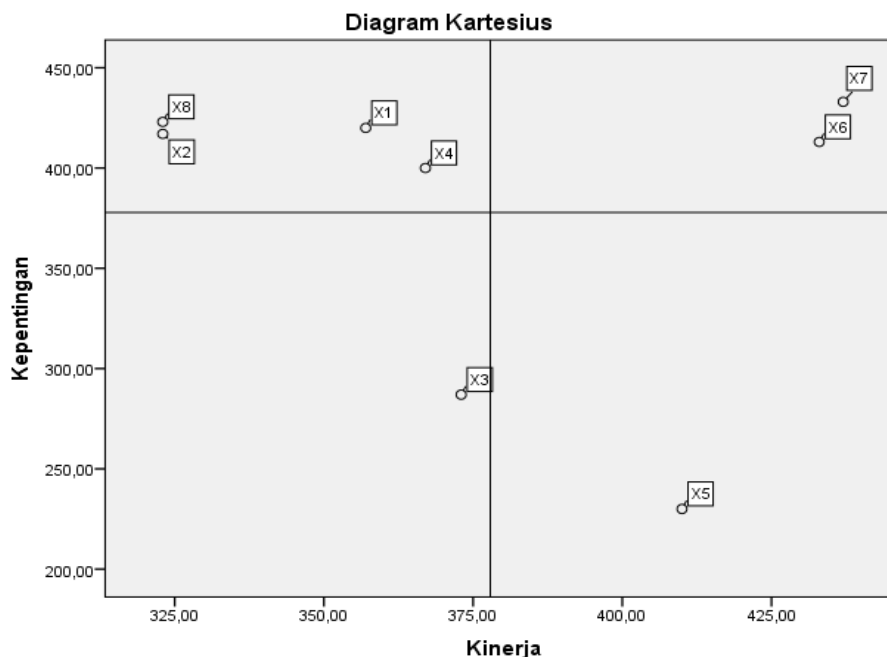
tersebut dapat diketahui bahwa konsumen merasa puas dengan tingkat kinerja dan kepentingan atribut produk jamu PT. Jamu Air Mancur. Perhitungan CSI jahe instan dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil *Customer Satisfaction Index* (CSI) jahe instan

No	Atribut	MIS	WF	MSS	WS
1	Rasa	4,20	0,14	3,57	0,50
2	Aroma	4,17	0,14	3,23	0,45
3	Tekstur	2,87	0,09	3,73	0,35
4	Kuantitas	4,00	0,13	3,67	0,49
5	Kemasan	2,30	0,08	4,10	0,31
6	Manfaat	4,13	0,14	4,33	0,59
7	Harga	4,33	0,14	4,37	0,63
8	Kemudahan memperoleh	4,23	0,14	3,23	0,45
Total		30,23	1,00	30,23	
WT					3,76
CSI					75,26

Berdasarkan hasil analisis dengan *Important Performance Analysis* (IPA) diketahui kepuasan konsumen terhadap produk jahe instan dengan membandingkan tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*). Perbandingan antara *performance* dan *importance* dirangkum dalam suatu diagram kartesius yang dibagi dalam empat kuadran. Pengelompokan ini akan menunjukkan mana saja atribut yang harus dipertahankan maupun ditingkatkan kinerjanya. Penilaian tingkat kinerja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

ditandai huruf X, dan untuk tingkat kepentingan ditandai dengan huruf Y.



Gambar 1.
Diagram
kartesius

IPA produk jahe instan

1. Prioritas Utama (Kuadran I)

Kuadran I yaitu prioritas utama merupakan kuadran yang menunjukkan atribut-atribut jahe instan yang dinilai penting oleh konsumen, tetapi kinerja atribut tersebut belum memuaskan konsumen. Atribut-atribut tersebut perlu diberikan perlakuan yang lebih oleh pihak agroindustri agar kedepannya kinerja yang dihasilkan bisa membuat konsumen merasa lebih puas. Atribut yang berada di kuadran ini adalah rasa, aroma, kuantitas, dan kemudahan memperoleh.

Kinerja rasa pada produk jahe instan belum memuaskan dikarenakan jahe instan dinilai masih terlalu pedas. Rasa manis

banyak diminati di kalangan masyarakat, karena cita rasa manis pada minuman herbal seperti jamu merupakan rasa yang paling diharapkan konsumen pada saat mengonsumsinya. Menurut Selmi, *et al* (2017) rasa manis cenderung menjadi pilihan karena rasa manis lebih digemari oleh seluruh kalangan jika dibandingkan dengan rasa lainnya.

Aroma dari produk jahe instan dinilai kurang keluar. Menurut Utami, *et al* (2012) aroma yang kuat dan tajam pada suatu produk menunjukkan rasa yang nikmat serta merupakan pemicat bagi para konsumen.

Konsumen menganggap kuantitas dari produk jahe instan ini terlalu sedikit. Ukuran atau kuantitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Lestari, *et al* 2019).

Kemudahan memperoleh dinilai kurang baik karena jahe instan hanya diproduksi berdasarkan pesanan dan tidak tersedia di outlet-outlet. Konsumen baru yang ingin mencoba kesulitan untuk mendapatkan produk jahe instan ini. Konsumen menginginkan kemudahan dalam memperoleh dan menggunakan sebuah produk.

2. Pertahankan Prestasi (Kuadran II)

Kuadran II merupakan kuadran yang menunjukkan atribut jahe instan yang dinilai penting oleh konsumen dan kinerjanya dianggap sudah memuaskan, sehingga atribut pada kuadran ini harus terus dipertahankan prestasi kinerjanya. Atribut pada kuadran ini yaitu manfaat dan harga.

Jahe instan dinilai bermanfaat oleh konsumen, hal ini menunjukkan bahwa atribut manfaat minuman jahe instan dapat dirasakan oleh konsumen untuk memelihara kesehatan sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen. Atribut manfaat harus terus dipertahankan agar dapat terus memberikan kepuasan pada konsumen. Hasil penelitian ini

sejalan dengan penelitian Defitasari, *et al* (2022) yang menyatakan bahwa atribut khasiat tergolong ke dalam kuadran II.

Harga jahe instan ini sudah sesuai dengan daya beli konsumen. Atribut harga termasuk dalam kuadran II sesuai dengan hasil penelitian Asma dan Trisna (2021) menunjukkan harga termasuk dalam kuadran II artinya bahwa responden jamu rumah tangga menilai atribut harga jamu penting dan sudah sesuai keinginan konsumen.

3. Prioritas Rendah (Kuadran III)

Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah tekstur, yang mana kinerjanya belum memuaskan dan konsumen menganggap tingkat kepentingan atribut tersebut termasuk biasa saja atau kurang penting dibandingkan atribut yang lainnya. Atribut tekstur dari produk jahe instan dianggap kurang halus. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Dzulfikar, *et al* (2021) yang mana hasil penelitiannya menyatakan bahwa atribut tekstur tergolong dalam kuadran IV, karena bubuk jahe dinilai konsumen sangat halus dan berkualitas.

4. Berlebihan (Kuadran IV)

Atribut kemasan tergolong dalam kuadran IV atau dinilai berlebihan. Hal ini karena kemasan jahe instan sudah dapat melindungi isi karena dibungkus dua kali

yaitu dalam plastik *sachet* kemudian dimasukkan ke dalam plastik *standing pouch*. Mengingat skala usaha yang masih kecil dan konsumen yang masih sedikit sehingga belum banyak kemauan terkait produk jahe instan, sehingga konsumen menganggap kemasan yang demikian berlebihan, padahal jika ingin usaha ini berkembang lebih baik kemasan yang digunakan ini masih terbilang sederhana dan kurang menarik perhatian konsumen. Meskipun begitu konsumen menganggap atribut kemasan sebagai atribut yang biasa saja atau kurang penting dibandingkan dengan atribut jahe instan lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Keuntungan usaha dari agroindustri jahe instan sebesar Rp900.022,50 per bulan April 2022. Harga pokok produksi agroindustri jahe instan dengan metode *variable costing* dan metode *full costing* adalah sebesar Rp9.016,92 dan Rp9.230,63 per *pack* berada di bawah harga jual yaitu Rp15.000,00 per *pack*, sehingga agroindustri masih memperoleh laba dengan harga jual yang berlaku sekarang karena harga jual berada di atas HPP. Konsumen merasa puas terhadap produk jahe instan. Atribut yang menjadi prioritas

utama adalah rasa, aroma, kuantitas, dan kemudahan memperoleh.

Saran

Agroindustri perlu meningkatkan kualitas dari atribut rasa dengan memformulasikan bahan baku yang digunakan, memperkuat aroma produk, memvariasikan ukuran atau kuantitas produk dan memasarkan produk di berbagai tempat yang potensial agar kemudahan memperoleh produk dapat meningkatkan kinerjanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, A., Haryono, D., & Nugraha, A. (2020). Analisis Harga Pokok Produksi, Nilai Tambah dan Keuntungan Agroindustri Keripik Tempe di Kota Metro. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 8(4): 571-578.
- Ariyani, E., & Mustoffa, A.F. (2021). Penentuan Harga Jual melalui Analisis Harga Pokok Produksi pada Usaha Wedang Warok. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 5(2): 228-241.
- Asma & Trisna. (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*, 7(2): 1004–1017.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Produksi Tanaman Biofarmaka di Indonesia Tahun 2018-2020*.

- Dalimarta, S. (2000). *Atlas Tumbuhan Obat Indonesia*. Trobus Agriwidya. Bogor.
- Defitasari, Widayanti, S., Indah, P. N., & Syah, M. A. (2022). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Minuman Jamu Tradisional di Kecamatan Gondang Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, (9)2: 513-526.
- Dzulfikar, A., Jahroh, S., & Ali, M.M. (2021). Strategi Peningkatan Kepuasan Konsumen Jahe Sang Jawa di Masa Pandemi Covid-19 dengan Pendekatan Importance Performance Analysis. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 7(3):681-693.
<http://dx.doi.org/10.17358/jabm.7.3.681>.
- Gunawan, W. M. (2014.) Bioprospeksi: Upaya Pemanfaatan Tumbuhan Obat Secara Berkelanjutan Di Kawasan Konservasi. http://www.fordamof.org/files/3_Bioprospecting_Upaya_Pemanfaatan_Tumbuhan_ObatWawan_Gunawan.pdf
- Kartadinata, A. (2000). *Akutansi dan Analisis Biaya Suatu Pendekatan Terhadap Tingkah Laku Biaya*. Aneka Cipta. Jakarta.
- Lestari, E.N.F., Hidayat, Z., & Budiwati, H. (2019). Pengaruh Variasi Produk dan Servicespace terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Rocket Chicken di Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(1): 16–19.
- Mulyadi. (2015). *Akutansi Biaya*. Edisi Lima. UPP STIM KPN. Yogyakarta.
- Nainggolan, J.F.A., & Simamora, L. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Minuman Teh PT. Gunung Subur Sejahtera. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(1): 274-281.
- Selmi, Asriani, S., & Saepuddin, R. (2017). Bengkulu Consumer Behavior and Loyalty of Honey in Bengkulu City. *Jurnal Agrisep*, 16(1): 13–24.
- Sembiring, B. Br. (2014). *Minuman Fungsional Antioksidan Berbasis Tanaman Obat*. Balai Penelitian Tanaman Rempah Dan Obat. Bogor.
- Solehah, R., Ariyani, A.H.M., & Destiarni, R.P. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Jamu PT. Jamu Air Mancur Selama Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Pamekasan. *Agriscience*, 3(2): 398-418.
- Utami, S., Fatmawati, Ika., & Ribut, S. (2012). Preferensi Konsumen terhadap Kopi Lengkuas Cap Potre. *Jurnal Agribisnis*, (3): 136–145.
- Yusdja, Y & Iqbal, M. (2015). *Kebijakan Pembangunan Agroindustri dalam Analisis Kebijakan: Paradigma, Pembangunan dan Kebijaksanaan Pembangunan Agroindustri*. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.