

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN, RISIKO, DAN KINERJA KEUANGAN  
AGROINDUSTRI KOPI BUBUK CAP OBOR MAS LAMPUNG,  
DI KECAMATAN KOTABUMI KOTA, KABUPATEN LAMPUNG UTARA**

*(Marketing Mix, Risk, and Financial Performance Analysis of Coffee Powder Agroindustry  
in Kotabumi City Sub-District, North Lampung Regency)*

Tegar Ramadhan Akbar, Dyah Aring Hepiana Lestari, dan Adia Nugraha

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brodjonegoro No. 1  
Bandar Lampung 35145, e-mail: dyah.aring@fp.unila.ac.id

**ABSTRACT**

*This research aims to analyze marketing mix that consists of agroindustry's owner and coffee powder consumer perspective, agroindustry risk, risk management of ISO 31000: 2009, and financial ratio of agroindustry. This research is a case study method at coffee powder agroindustry in Kotabumi City Sub-District, North Lampung Regency. Data of this research were collected in December 2018 until February 2019. The results show that marketing strategy of agroindustry has used the 7P marketing mix component, which the product, place, price, process, people, and physical evidence are good, while for the promotion component, it has not been used optimally. Agroindustry risk consisting of production risk, price risk, and income risk shows the low value of risk. Agroindustry has well applied Management Risk of ISO 31000: 2009 which is based on operational risk that consist of process risk, people risk, and incidental risk. Financial ratio consisting of current ratio, debt to equity ratio, total asset turn over, and net profit margin shows a bad financial performance in 3 years production.*

*Key words: agroindustry, coffee powder, financial ratio, marketing mix, risk*

**PENDAHULUAN**

Agroindustri merupakan salah satu subsistem agribisnis yang berbasis pada kegiatan pengolahan sumberdaya hasil pertanian dan peningkatan nilai tambah suatu komoditas. Agroindustri dapat menjadi penggerak utama sektor pertanian dalam kerangka pembangunan pertanian. Terlebih dalam masa yang akan datang, posisi pertanian merupakan sektor andalan dalam pembangunan nasional sehingga peranan agroindustri akan semakin besar (Udayana 2010).

Pengembangan subsektor perkebunan berperan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat dan sebagai penyedia bahan baku agroindustri. Salah satu komoditas subsektor perkebunan yang dinilai memiliki peluang dan laju pertumbuhan yang sangat baik yaitu komoditas kopi. Hal tersebut tidak terlepas dari jumlah konsumsi kopi di Indonesia yang diproyeksikan akan mengalami peningkatan dari tahun 2018-2021 yaitu sebesar 17,66 persen (Kementerian Pertanian 2017).

Berdasarkan data BPS Kabupaten Lampung Utara (2018), sektor industri pengolahan menjadi salah satu penyokong terbesar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten

Lampung Utara, dengan kategori industri makanan dan minuman sebagai penyumbang paling besar yaitu sebesar 92,22 persen. Hal ini menunjukkan industri makanan dan minuman memiliki potensi untuk dikembangkan di Kabupaten Lampung Utara.

Agroindustri kopi bubuk merupakan salah satu jenis agroindustri yang memiliki eksistensi di Kabupaten Lampung Utara dengan memanfaatkan bahan baku biji kopi untuk dijadikan produk yang memiliki nilai tambah yaitu berupa kopi bubuk. Kopi bubuk menjadi produk yang sangat diminati masyarakat dari semua kalangan. Hal ini yang menjadikan banyaknya agroindustri kopi bubuk bermunculan, sehingga agroindustri kopi bubuk yang sudah lama berdiri memiliki pesaing baru.

Sehubungan dengan adanya pesaing baru, kegiatan pemasaran menjadi salah satu kegiatan penting agar produk agroindustri dibeli konsumen. Oleh karena itu, perlu adanya penerapan bauran pemasaran yang baik oleh agroindustri agar produk yang dihasilkan lebih bernilai jual tinggi.

Agroindustri kopi bubuk dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari suatu risiko, baik itu risiko produksi, risiko harga ataupun risiko keuntungan yang dapat menimbulkan masalah bagi

agroindustri, yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran yang diterapkan oleh agroindustri, risiko yang dihadapi agroindustri, dan kinerja keuangan agroindustri kopi bubuk.

**METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian dilakukan di Agroindustri Kopi Bubuk Cap Obor Mas Lampung (KBCOML), Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agroindustri kopi bubuk ini masih aktif melakukan produksi, menghasilkan produk kopi bubuk yang khas, dan memiliki izin usaha resmi. Waktu pengumpulan data dilakukan pada bulan Desember 2018 - Februari 2019. Responden dalam penelitian ini terdiri dari pemilik Agroindustri KBCOML dan konsumen kopi bubuk. Responden konsumen diambil sebanyak 30 orang konsumen yang dipilih secara *accidental sampling* yaitu konsumen yang langsung membeli produk kopi bubuk ke lokasi agroindustri. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara menggunakan kuesioner, serta pengamatan langsung tentang keadaan di lapangan. Data sekunder diperoleh dari agroindustri, seperti struktur organisasi, laporan keuangan dan daftar tenaga kerja agroindustri, serta data yang dikutip dari instansi pemerintah terkait dengan penelitian.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis bauran pemasaran dan manajemen risiko ISO 31000: 2009. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis risiko dan kinerja keuangan.

Analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama yaitu penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari tujuh atribut yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), proses (*process*), sumberdaya manusia (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*) yang dilakukan oleh agroindustri kopi bubuk berdasarkan perspektif pemilik agroindustri dan konsumen kopi bubuk (Yazid 2001).

Berdasarkan perspektif pemilik digunakan kuesioner terbuka yaitu mengenai penerapan bauran pemasaran yang telah diterapkan oleh pemilik agroindustri, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen menggunakan kuesioner tertutup yang terdiri dari 40 pertanyaan yang diukur berdasarkan skala *likert*. Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran perspektif konsumen yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran

No.	Atribut	Nilai	Hasil
A. Uji Reliabilitas		0,871	Reliabel
B. Uji validitas			
<i>Product</i> (Produk)			
1	Kualitas	0,327	Valid
2	Kuantitas	0,320	Valid
3	Tampilan	0,308	Valid
4	Pengemasan	0,264	Valid
5	Cap (merek)	0,437	Valid
6	Rasa	0,245	Valid
7	Keawetan	0,215	Valid
<i>Price</i> (Harga)			
8	Terjangkau	0,421	Valid
9	Sesuai harapan	0,325	Valid
10	Relaif murah	0,286	Valid
11	Potongan harga	0,295	Valid
12	Pembayaran	0,274	Valid
<i>Place</i> (Tempat)			
13	Strategis	0,443	Valid
14	Berdekatan toko sejenis	0,218	Valid
15	Jangkauan transportasi	0,325	Valid
16	Kenyamanan	0,552	Valid
17	Jasa pesan antar	0,279	Valid
18	Distribusi produk	0,573	Valid
<i>Promotion</i> (Promosi)			
19	Kegencaran promosi	0,251	Valid
20	Membantu konsumen	0,317	Valid
21	Menarik	0,291	Valid
22	Sesuai kenyataan	0,454	Valid
23	Media bervariasi	0,226	Valid
<i>People</i> (Sumberdaya manusia)			
24	Pelayanan karyawan	0,424	Valid
25	Sikap karyawan	0,396	Valid
26	Penampilan karyawan	0,439	Valid
27	Pekerjaan optimal	0,392	Valid
28	Karyawan handal	0,500	Valid
<i>Process</i> (Proses)			
29	Pelayanan baik	0,282	Valid
30	Cepat dan tangkas	0,329	Valid
31	Pelayanan melalui telepon	0,273	Valid
32	Pemilihan produk	0,416	Valid
33	Pengawasan ketat	0,386	Valid
<i>Physical Evidence</i> (Tampilan fisik)			
34	Penataan produk	0,421	Valid
35	Tampilan ruangan	0,525	Valid
36	Kebersihan lokasi	0,212	Valid
37	Ruangan yang nyaman	0,237	Valid
38	Fasilitas parkir	0,452	Valid
39	Plang nama toko	0,434	Valid
40	Kemasan menarik	0,386	Valid

Berdasarkan Tabel 1 bahwa kuesioner tersebut dinyatakan reliabel karena telah memenuhi skor *cronbach's alpha* sebesar 0,60 (Sufren dan Natanael 2013) dan 40 pertanyaan dinyatakan valid karena telah memenuhi skor *corrected item-total correlation* sebesar 0,20 (Sugiyono 2010).

Menurut Narimawati 2010, alat ukur skala *likert* menggunakan rentang skor penilaian 1-5. Selanjutnya, diperoleh total penilaian responden per atribut bauran pemasaran yang dapat dikategorikan sebagai berikut:

- 1) 20,00 % - 36,00 % = Tidak baik
- 2) 36,01 % - 52,00 % = Kurang baik
- 3) 52,01 % - 68,00 % = Cukup
- 4) 68,01 % - 84,00 % = Baik
- 5) 84,01 % - 100 % = Sangat baik

Analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan ke dua yaitu analisis risiko yang dihadapi agroindustri. Menurut Pappas dan Hirschey (1995), analisis risiko menggunakan nilai koefisien variasi dan batas bawah, serta analisis manajemen risiko ISO 31000: 2009. Koefisien variasi (CV) dan batas bawah (L) dirumuskan sebagai berikut:

$$CV = \frac{V}{E} \dots\dots\dots(1)$$

$$L = E - 2V \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

- CV = Koefisien variasi
- L = Batas bawah
- E = Rata-rata hasil yang diharapkan
- V = Simpangan baku

Kriteria:

- 1)  $CV > 0,5$ , agroindustri kopi bubuk memiliki risiko yang tinggi sehingga risiko yang ditanggung pemilik usaha semakin besar.
- 2)  $CV \leq 0,5$ , agroindustri kopi bubuk memiliki risiko rendah sehingga agroindustri akan selalu untung atau impas sebesar nilai L.

Analisis manajemen risiko ISO 31000: 2009 terdiri dari identifikasi risiko dengan memilih pernyataan “Ya” atau “Tidak”, analisis risiko yang diukur dengan menggunakan skor 1 sampai 5, dan perlakuan risiko yang dihadapi yang terdiri dari empat opsi perlakuan yaitu menghindari, berbagi, mengurangi, dan menerima risiko berdasarkan ruang lingkup risiko operasional. Risiko operasional tersebut terdiri atas risiko proses, risiko sumberdaya manusia, dan risiko insidental (Heri 2016).

Analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan ke tiga yaitu analisis rasio keuangan dalam tiga tahun terakhir yang terdiri dari rasio likuiditas, solvabilitas, aktivitas, dan profitabilitas untuk melihat kinerja keuangan agroindustri kopi bubuk. Analisis ini menggunakan rumus menurut Kasmir (2008). Rasio likuiditas menggunakan alat ukur rasio lancar (*current ratio*) dengan rumus:

$$Current\ ratio = \frac{Aktiva\ lancar}{Hutang\ lancar} \times 1\ kali \dots\dots\dots(3)$$

Rasio solvabilitas menggunakan alat ukur DER (*debt to equity ratio*) dengan rumus:

$$DER = \frac{Total\ hutang}{Modal\ sendiri} \times 100\% \dots\dots\dots(4)$$

Rasio aktivitas menggunakan jumlah perputaran aktiva (*total asset turnover*) dengan rumus:

$$Perputaran\ aktiva = \frac{Penjualan}{Total\ aktiva} \times 1\ kali \dots\dots\dots(5)$$

Rasio profitabilitas menggunakan alat ukur *net profit margin* (NPM) dengan rumus:

$$NPM = \frac{Laba\ setelah\ pajak}{Penjualan} \times 100\% \dots\dots\dots(6)$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden Pemilik Agroindustri dan Konsumen Kopi Bubuk

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik Agroindustri KBCOML yaitu Bapak Yustian yang berumur 60 tahun dengan tingkat pendidikan terakhir S1 Teknik Mesin. Jumlah tanggungan keluarga yaitu tiga orang. Agroindustri ini telah berjalan selama 27 tahun dan termasuk ke dalam skala usaha kecil.

Responden konsumen kopi bubuk berjumlah 30 orang didominasi oleh usia produktif yaitu 41-64 tahun. Tingkat pendidikan sudah cukup baik yaitu mayoritas lulusan SMA. Mayoritas pendapatan rumah tangga konsumen berkisar antara Rp 1.000.000,00 sampai Rp 2.000.000,00.

### Bauran Pemasaran

Kegiatan pemasaran pada Agroindustri KBOCML akan berjalan lancar apabila didukung dengan adanya strategi pemasaran yang baik. Salah satu cara yang dilakukan oleh agroindustri dalam menyusun strategi pemasaran kopi bubuk adalah dengan menggunakan bauran pemasaran. Bauran

pemasaran merupakan kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang diperlukan agroindustri untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran produk kopi bubuk pada Agroindustri KBCOML menggunakan dua perspektif, yaitu perspektif pemilik agroindustri dan konsumen kopi bubuk.

### 1) Perspektif Pemilik Agroindustri

Bauran pemasaran yang telah diterapkan agroindustri berdasarkan perspektif pemilik disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Komponen bauran pemasaran pada agroindustri kopi bubuk berdasarkan perspektif pemilik

No.	Komponen	Agroindustri KBCOML	Kriteria
1	Produk		Baik
	a. Bentuk, ukuran, dan produksi	Sesuai dengan permintaan konsumen	
	b. Bentuk kemasan	Plastik pembungkus	
	c. Merek	Sudah terdapat merek (cap)	
	d. Keawetan	2 bulan	
2	Harga		Baik
	a. Penetapan harga	Berdasarkan harga yang berlaku dan biaya produksi	
	b. Harga produk	Terjangkau	
	c. Pembayaran	Secara tunai	
3	Tempat		Baik
	a. Penjualan kopi bubuk	Dipasarkan secara langsung, serta melalui perantara distributor dan pengecer	
	b. Sasaran pasar	Masyarakat umum	
	c. Tempat pemasaran	Pasar Pagi Kotabumi, serta distributor dan pengecer di Kabupaten Lampung Utara	
	d. Lokasi	Strategis	
4	Promosi		Kurang baik
	Kegiatan promosi	Metode <i>personal selling</i>	
5	Sumberdaya manusia		Baik
	a. Pembagian kerja	Sesuai kemampuan karyawan	
	b. Motivasi kerja	Menjalin komunikasi dan peduli terhadap karyawan	
	c. Penghargaan karyawan	Pemberian upah yang sesuai dan bonus atau insentif	
	d. Kesejahteraan karyawan	Menjamin kesehatan dan keselamatan kerja dengan menyiapkan dana tak terduga	
6	Proses		Baik
	a. Pelayanan	Lancar dan cepat	
	b. Pemesanan	Melalui telepon dan diantarkan	
	c. Kompetensi karyawan	Handal dan tangkas	
7	Bukti fisik		Baik
	a. Lingkungan	Bersih dan luas	
	b. Fasilitas parkir	Tersedia	
	c. Kerapian	Tertata rapi dan bersih	
	d. Kenyamanan tempat	Nyaman dan sejuk	

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa Agroindustri KBCOML telah menerapkan tujuh komponen bauran pemasaran. Berdasarkan perspektif pemilik, komponen produk yang terdiri dari bentuk, ukuran, dan jumlah produksi kopi bubuk telah disesuaikan dengan permintaan konsumen. Harga kopi bubuk masih terjangkau dikalangan masyarakat dan pemilik menetapkan harga berdasarkan harga yang berlaku di pasar dan biaya produksi.

Lokasi agroindustri berada di pasar yang letaknya sangat strategis, akan tetapi promosi yang diterapkan masih sangat minim dan hanya menggunakan metode *personal selling* sehingga komponen promosi dapat dikategorikan kurang baik. Pemilik agroindustri telah melakukan manajemen karyawan yang baik, karyawan telah melakukan proses pelayanan yang baik kepada konsumen, dan lingkungan agroindustri tertata rapi dan bersih.

### 2) Perspektif Konsumen

Berdasarkan perspektif konsumen kopi bubuk bahwa agroindustri telah menerapkan komponen bauran pemasaran dengan baik, kecuali pada komponen promosi. Hal ini tidak berbeda dari hasil yang diperoleh berdasarkan perspektif pemilik agroindustri bahwa Agroindustri KBCOML telah menerapkan bauran pemasaran dengan baik pada komponen produk, harga, tempat, sumberdaya manusia, proses, dan bukti fisik, akan tetapi pada komponen promosi, masih belum diterapkan dengan baik.

Tabel 3 menunjukkan bahwa komponen tempat memperoleh skor tertinggi yaitu sebesar 80,22 persen. Hal ini dikarenakan, menurut konsumen lokasi agroindustri terletak di pasar dan sangat strategis bagi konsumen untuk mencari produk yang dibutuhkan.

Tabel 3. Komponen bauran pemasaran pada agroindustri kopi bubuk berdasarkan perspektif konsumen

No.	Komponen	Persentase (%)	Kriteria
1	Produk	69,52	Baik
2	Harga	71,73	Baik
3	Tempat	80,22	Baik
4	Promosi	48,40	Kurang baik
5	Sumberdaya manusia	77,47	Baik
6	Proses	73,60	Baik
7	Lingkungan fisik	70,86	Baik

Komponen promosi memperoleh skor terendah yaitu sebesar 48,40 atau dapat dikategorikan kurang baik atau buruk. Hal ini karena media promosi yang diterapkan agroindustri masih sangat minim dan kurang bervariasi. Agroindustri KBCOML hanya menerapkan metode *personal selling* atau dari mulut ke mulut untuk mempromosikan produknya. Hal ini tidak terlepas dari kendala biaya yang dimiliki agroindustri yang hanya diprioritaskan untuk kegiatan produksi saja. Hal ini sejalan dengan penelitian Erlambang dan Asmarantaka (2018) bahwa Cafe Ruang Kopi di Kota Bogor, Kabupaten Jawa Barat telah menerapkan bauran pemasaran dengan baik, tetapi komponen promosi masih dalam kategori buruk.

### Analisis Risiko

Risiko pada agroindustri merupakan ketidakpastian yang terjadi pada agroindustri akibat dari tidak tersedianya informasi menyangkut apa yang akan terjadi. Usaha di bidang pertanian khususnya pada sektor agroindustri adalah usaha yang rawan akan risiko. Agroindustri KBCOML tidak terlepas dari suatu risiko, baik itu risiko harga, risiko keuntungan, dan risiko produksi yang diukur secara statistik dan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 menyajikan analisis risiko yang dihadapi agroindustri dan diperoleh hasil bahwa Agroindustri KBCOML memiliki risiko produksi, risiko harga, dan risiko keuntungan yang rendah dikarenakan nilai koefisien variasi (CV) menunjukkan angka lebih kecil dari 0,5 dan nilai batas bawah (L) menunjukkan nilai lebih besar dari 0. Hal ini sejalan dengan penelitian Elsa, Siata, Edison (2018) bahwa Agroindustri Usaha Bersama di Kecamatan Sialak, Kabupaten Kerinci memiliki risiko usaha yang rendah.

Nilai CV pada risiko produksi yaitu sebesar 0,05 yang berarti setiap satu kilogram kopi bubuk yang dihasilkan agroindustri memiliki variasi sebesar 0,05 kg. Nilai L yang diperoleh pada analisis risiko keuntungan adalah sebesar 9.374.885,95, hal ini berarti Agroindustri KBCOML memperoleh keuntungan minimum sebesar Rp 9.374.885,95 dalam satu bulan.

Tabel 4. Analisis risiko dalam tiga tahun terakhir pada Agroindustri KBCOML

No.	Jenis risiko	CV	L
1	Risiko produksi	0,05	1.301,58
2	Risiko harga	0,02	51.081,91
3	Risiko keuntungan	0,14	9.374.885,95

### Manajemen Risiko ISO 31000: 2009

Agroindustri KBCOML dalam menghadapi risiko tentu membutuhkan strategi dan manajemen yang tepat agar kemungkinan risiko yang akan terjadi dapat diantisipasi. Manajemen risiko yang baik akan membantu pemilik agroindustri dalam mengelola risiko yang dimiliki. Manajemen Risiko ISO 31000: 2009, merupakan salah satu jenis manajemen risiko berbasis standar internasional yang disusun dengan tujuan memberikan prinsip dan panduan generik untuk penerapan manajemen risiko.

Berdasarkan analisis risiko di atas bahwa Agroindustri KBCOML menghadapi risiko yang rendah dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu perlu diketahui bagaimana pemilik agroindustri kopi bubuk dapat mengendalikan risiko yang dihadapi tersebut berdasarkan Manajemen Risiko ISO 31000: 2009 dengan menggunakan tiga ruang lingkup risiko operasional. Risiko operasional tersebut yaitu terdiri dari risiko proses, risiko sumberdaya manusia, dan risiko insidental. Berikut hasil analisis Manajemen Risiko ISO 31000: 2009 pada Agroindustri KBCOML yaitu:

#### 1) Identifikasi Risiko

Identifikasi risiko merupakan kegiatan untuk mengetahui jenis-jenis risiko yang dihadapi Agroindustri KBCOML. Hasil identifikasi risiko dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Identifikasi risiko Agroindustri KBCOML

No.	Jenis risiko	Identifikasi
1	Risiko proses	
	a. Pelayanan konsumen	Ya
	b. Harga jual	Ya
	c. Perangkapan tugas	Tidak
	d. Bukti transaksi	Ya
	e. Prosedur kerja (SOP)	Tidak
2	Risiko sumberdaya manusia	
	a. Kompetensi dan keahlian	Ya
	b. Integritas	Ya
	c. Perputaran kerja	Tidak
	d. Budaya organisasi	Ya
	e. Konflik kepentingan	Ya
3	Risiko insidental	
	a. Listrik	Ya
	b. Kebakaran	Ya
	c. Gempa bumi	Tidak
	d. Banjir	Tidak
	e. Pencurian	Ya

Tabel 5 menunjukkan Agroindustri KBCOML menghadapi tiga jenis risiko operasional yaitu risiko proses, risiko sumberdaya manusia, dan risiko insidental. Risiko proses merupakan risiko yang timbul dari proses yang tidak efektif dan/atau tidak efisien dari kegiatan produksi agroindustri. Kegiatan produksi tidak efektif dapat menggagalkan pencapaian tujuan, sedangkan kegiatan produksi yang tidak efisien dapat menunjang pencapaian tujuan akan tetapi menghabiskan banyak biaya. Risiko proses yang terjadi pada Agroindustri KBCOML terdiri dari risiko pelayanan konsumen, harga jual, bukti transaksi, dan pencatatan akuntansi.

Risiko sumberdaya manusia merupakan risiko yang timbul dari hambatan-hambatan yang dialami oleh karyawan, kompetensi yang tidak memadai, ketidakjujuran, ataupun budaya organisasi yang tidak membangun pentingnya kesadaran akan risiko. Risiko sumberdaya manusia yang terjadi pada Agroindustri KBCOML terdiri dari risiko kompetensi dan keahlian, risiko integritas, budaya organisasi, dan konflik kepentingan.

Risiko insidental pada agroindustri merupakan risiko atas kerugian yang berhubungan erat dengan peristiwa-peristiwa tunggal yang tidak diharapkan oleh pemilik, akan tetapi berpotensi membawa dampak yang serius jika risiko-risiko tersebut benar-benar terjadi. Risiko insidental yang terjadi terdiri dari risiko listrik, kebakaran, dan banjir.

2) Analisis Risiko

Tabel 6. Analisis risiko Agroindustri KBCOML

No.	Jenis risiko	Probabilitas terjadinya risiko		Dampak yang ditimbulkan	
		Skor	Pobabilitas	Skor	Dampak
1	Risiko proses				
	a. Pelayanan konsumen	2	Kecil	2	Kecil
	b. Harga jual	4	Besar	4	Besar
	c. Bukti transaksi	3	Sedang	3	Sedang
	d. Pencatatan akuntansi	3	Sedang	3	Sedang
2	Risiko sumberdaya manusia				
	a. Kompetensi dan keahlian	3	Sedang	3	Sedang
	b. Integritas	5	Sangat Besar	5	Sangat Besar
	c. Budaya organisasi	4	Besar	4	Besar
	d. Konflik kepentingan	3	Sedang	3	Sedang
3	Risiko insidental				
	a. Listrik	5	Sangat Besar	5	Sangat Besar
	b. Kebakaran	5	Sangat Besar	5	Sangat Besar
	c. Pencurian	5	Sangat Besar	5	Sangat Besar

Berdasarkan hasil identifikasi risiko dan diperoleh berbagai macam jenis risiko yang dihadapi Agroindustri KBCOML, selanjutnya dianalisis risiko yang terjadi yang dapat dilihat pada Tabel 6. Tabel 6 menunjukkan hasil analisis risiko agroindustri dan diketahui bahwa terdapat risiko harga jual pada risiko proses yang menunjukkan probabilitas dan dampak yang ditimbulkan bernilai besar, hal ini dikarenakan agroindustri harus bersaing dengan agroindustri sejenis.

Jika dilihat dari risiko sumberdaya manusia terdapat risiko integritas yang menunjukkan probabilitas dan dampak yang bernilai sangat besar, hal ini timbul karena adanya karyawan tidak jujur. Semua jenis risiko insidental yang dihadapi agroindustri menunjukkan nilai probabilitas dan dampak yang sangat besar, hal ini karena risiko insidental sangat mungkin dapat terjadi.

3) Perlakuan Risiko

Setelah dilakukan analisis risiko, kemudian dapat dilihat perlakuan pemilik agroindustri dalam menghadapi risiko yang terjadi yang disajikan pada Tabel 7, dan diketahui bahwa perlakuan pemilik Agroindustri KBCOML terhadap risiko yang dihadapi yaitu terdiri dari mengurangi dan menghindari risiko. Agroindustri KBCOML berupaya agar risiko yang mungkin terjadi dapat dikurangi bahkan dihindari, dengan harapan keberlangsungan agroindustri dapat dipertahankan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Agroindustri KBCOML telah menerapkan manajemen risiko ISO 31000: 2009. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Robin dan Yudianti (2018) pada industri kafe di Kabupaten Sleman, Yogyakarta bahwa industri kafe telah menerapkan manajemen risiko ISO 31000: 2009.

Tabel 7. Perlakuan risiko Agroindustri KBCOML

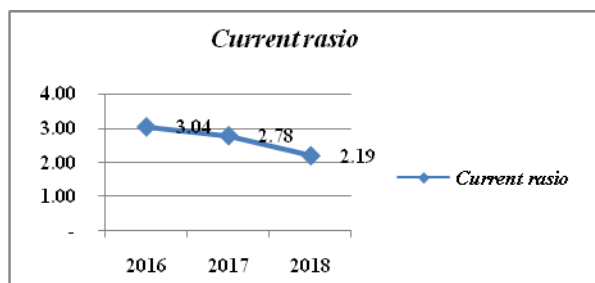
No.	Jenis risiko	Perlakuan risiko
1	Risiko proses	
	a. Pelayanan konsumen	Mengurangi
	b. Harga jual	Menghindari
	c. Bukti transaksi	Mengurangi
	d. Pencatatan akuntansi	Menghindari
2	Risiko sumberdaya manusia	
	a. Kompetensi dan keahlian	Menghindari
	b. Integritas	Menghindari
	c. Budaya organisasi	Menghindari
	d. Konflik kepentingan	Mengurangi
3	Risiko insidental	
	a. Listrik	Mengurangi
	b. Kebakaran	Menghindari
	c. Pencurian	Menghindari

### Analisis Rasio Keuangan

Analisis rasio keuangan bertujuan untuk melihat kinerja keuangan pada Agroindustri KBCOML yang meliputi analisis rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas dalam tiga tahun terakhir pada tahun 2016, 2017, dan 2018.

#### 1) Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas yang digunakan yaitu *current ratio* atau rasio lancar. Rasio lancar menggambarkan perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar yang dimiliki agroindustri. Perkembangan rasio lancar Agroindustri KBCOML dalam tiga tahun terakhir dapat dilihat pada Gambar 1.

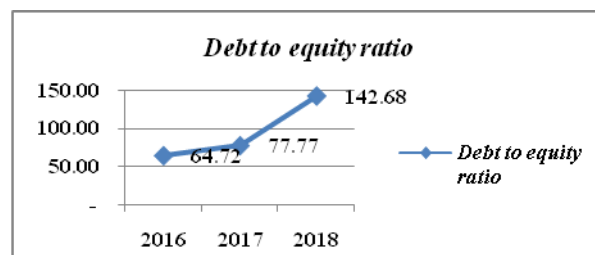


Gambar 1. *Current ratio* pada agroindustri

Gambar 1 menunjukkan rasio lancar mengalami penurunan. Penurunan rasio pada tahun 2017 dan tahun 2018 dipengaruhi oleh aktiva lancar yang mengalami peningkatan dan diikuti juga dengan peningkatan beban hutang lancar pada dua tahun tersebut. Berdasarkan standar industri *current ratio* adalah sebanyak 2 kali (Kasmir 2008) maka rasio ini berada di atas standar industri. Meskipun penurunan nilai rasio menunjukkan nilai yang mendekati nilai standar industri, akan tetapi nilai rasio menunjukkan nilai yang tidak ideal, karena nilai aktiva lancar yang terlalu besar dibandingkan nilai hutang lancar. Jadi terlalu banyak aktiva lancar yang menganggur untuk menutupi beban hutang lancar. Akan tetapi, nilai rasio ini dapat dikategorikan cukup baik karena aktiva lancar masih dapat menutupi beban hutang lancar dan berada di atas standar industri.

#### 2) Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas yang digunakan yaitu *debt to equity ratio* (DER) atau rasio hutang modal. Rasio ini menunjukkan sejauh mana modal sendiri mampu menjamin seluruh hutang agroindustri. Perkembangan rasio solvabilitas Agroindustri KBCOML dapat dilihat pada Gambar 2.

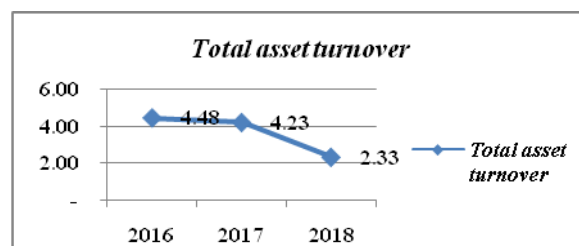


Gambar 2. *Debt to equity ratio* pada agroindustri

Berdasarkan Gambar 2 menunjukkan rasio hutang modal mengalami peningkatan. Semakin tinggi rasio ini akan menunjukkan bahwa kinerja yang buruk bagi agroindustri. Variabel yang mempengaruhi peningkatan nilai DER karena beban hutang lancar mengalami peningkatan. Berdasarkan standar industri untuk rasio ini yaitu 90 persen (Kasmir 2008), maka kinerja keuangan berdasarkan rasio ini termasuk kategori buruk karena nilai rasio berada di atas standar industri.

#### 3) Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas yang digunakan adalah rasio perputaran aktiva atau *total asset turnover*. Pengukuran rasio ini untuk mengetahui sudah seberapa efisien agroindustri mengelola aset yang dimiliki dalam menciptakan penjualan. Perkembangan rasio aktivitas pada Agroindustri KBCOML dapat dilihat pada Gambar 3.

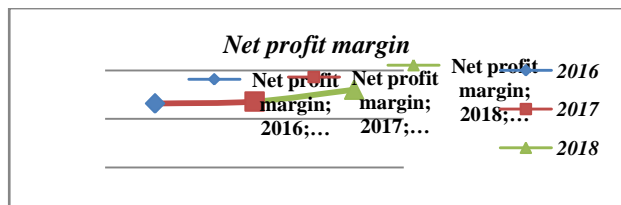


Gambar 3. *Total asset turn over* pada agroindustri

Gambar 3 memperlihatkan rasio perputaran aktiva mengalami penurunan. Semakin tinggi rasio ini maka menunjukkan semakin baik kinerja keuangan agroindustri. Variabel mempengaruhi penurunan rasio ini karena pada tahun 2017 dan tahun 2018 penjualan dan total aktiva mengalami peningkatan, akan tetapi tidak diiringi dengan peningkatan yang besar pada penjualan, sehingga tidak menciptakan penjualan tinggi. Berdasarkan standar industri untuk rasio ini sebanyak 2 kali dalam setahun (Kasmir 2008). Rasio ini mengalami penurunan, namun kinerja keuangan pada rasio ini masuk dalam kategori cukup baik karena nilai rasio berada di atas standar industri.

#### 4) Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas yang digunakan adalah *net profit margin* (NPM). Rasio NPM yaitu tingkat keuntungan bersih yang diperoleh agroindustri setelah dikurangi dengan seluruh biaya-biaya. Perkembangan rasio profitabilitas Agroindustri KBCOML dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. *Net profit margin* pada agroindustri

Gambar 4 menunjukkan rasio *net profit margin* mengalami peningkatan. Semakin tinggi rasio ini, menunjukkan semakin baik kinerja keuangan yang dicapai agroindustri. Variabel yang mempengaruhi penurunan rasio ini karena pada tahun 2017 dan tahun 2018 penjualan dan laba setelah pajak mengalami peningkatan yang seimbang, serta proporsi peningkatan tersebut yaitu seimbang. Berdasarkan standar industri untuk rasio ini adalah sebesar 20 persen (Kasmir 2008). Rasio ini selalu mengalami peningkatan dalam, tetapi nilai rasio belum memenuhi standar industri, sehingga kinerja keuangan pada rasio ini masuk kategori buruk. Hal ini sejalan dengan penelitian Akhmad, Widjaya, Nugraha (2016) bahwa rasio NPM pada PT Momenta Agrikultura, Kecamatan Lembang, Provinsi Jawa Barat masuk dalam kategori buruk.

### KESIMPULAN

Kegiatan pemasaran sudah menerapkan tujuh komponen bauran pemasaran, akan tetapi pada komponen promosi kurang diterapkan dengan optimal karena masih menggunakan metode *personal selling*. Risiko yang dihadapi oleh Agroindustri KBCOML adalah bernilai rendah, dan Agroindustri sudah menerapkan Manajemen Risiko ISO 31000: 2009 berdasarkan risiko operasional yang terjadi yang terdiri dari risiko proses, risiko sumberdaya manusia, dan risiko insidental. Kinerja keuangan agroindustri berdasarkan analisis rasio likuiditas dan rasio aktivitas masuk dalam kategori cukup baik, sedangkan pada rasio solvabilitas dan rasio profitabilitas masuk dalam kategori buruk.

### DAFTAR PUSTAKA

Akhmad F, Widjaya S, dan A Nugraha 2016. Pengukuran kinerja perusahaan pertanian di

Lembang, Jawa Barat dengan pendekatan *Balanced Score Card* (BSC). *JIIA*, 4 (2) : 134-144. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1230/>. [20 April 2019].

Badan Pusat Statistik Lampung Utara 2018. *Kabupaten Lampung Utara dalam Angka*. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung.

Elsa F, Siata R, dan Edison 2018. Analisis nilai tambah dan risiko usaha pada agroindustri serundeng ubi jalar di Kecamatan Siulak Kabupaten Kerinci. *Jurnal Program Studi Agribisnis*, 5(2) : 1-11. [http://repository.unja.ac.id/3867/2/elsa%2520fitridia\\_rrd1b013042\\_jurnal.pdf](http://repository.unja.ac.id/3867/2/elsa%2520fitridia_rrd1b013042_jurnal.pdf). [21 April 2019].

Erlambang A dan Asmarantaka RW 2018. Analisis hubungan bauran pemasaran dengan kepuasan konsumen kopi pada Cafe Ruang Kopi di Kota Bogor Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor. *Skripsi*. <https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/94535/1/H18aer.pdf>. [21 April 2019].

Kasmir 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Press. Jakarta.

Kementerian Pertanian 2017. *Proyeksi Konsumsi Kopi di Indonesia*. <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/epublikasi/outlook/2016/Perkebunan/OUTLOOK%1520KOPI%25202017.pdf>. [30 Maret 2019].

Narimawati, U 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Penerbit Genesis. Jakarta.

Pappas JM dan Hirschey M 1995. *Ekonomi Manajerial*. Edisi Keenam Jilid II. Binarupa Aksara. Jakarta.

Robin I dan Yudianti N 2018. Analisis Manajemen risiko berbasis ISO 31000 pada aspek operasional perusahaan (studi kasus di industri kafe Kabupaten Sleman, DIY). Universitas Sanata Dharma. *Skripsi*. [https://repository.usd.ac.id/30917/2/142114068\\_full.pdf](https://repository.usd.ac.id/30917/2/142114068_full.pdf). [15 April 2019].

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

Sugiyono 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendektan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.

Udayana IGB 2010. Peran agroindustri dalam pembangunan pertanian. *Jurnal Pertanian*, 44(2): 3-8. <http://repository.warmadewa.ac.id/29/1/18-37-1-PB.pdf>. [28 Maret 2019].

Yazid 2001. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Ekonesia. Yogyakarta.