
PROFIL USAHA PENGOLAHAN KOPI LASINGAN DI KOTA MATARAM

Oleh**Sari Novida****Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Islam Al-Azhar****Jalan Unizar No.20 Turida 83237****Email: sarinovida28@yahoo.co.id****Abstract**

Coffee is one of the plantation crops that plays an important role for the country's foreign exchange, because it is a leading export commodity sub-sector. Coffee drinks come from coffee beans that are processed in such a way through a long process starting from harvesting, post-harvesting, roasting to produce delicious coffee drinks. Lasingan coffee is one of the local brands that is quite famous on the island of Lombok. Lasingan coffee uses the original raw materials of the island of Lombok. Based on the background and problem formulation, the objectives of this study are: (1) To analyze the profile of the lasingan coffee business in Mataram City; (2) Analyzing the income of lasingan coffee business in Mataram City, (3) Analyzing the marketing of lasingan coffee in Mataram City. Determination of the research location purposively, which is chosen deliberately with certain considerations. The total production cost (TC) of lasingan coffee in 2021 is Rp. 86,471,760,- with details of Fixed Cost (FC) Rp. 11936,760, - and Variable Costs (VC) of Rp. 74.535.000,-. The raw materials used in 2021 are 250 kilograms of coffee beans. The coffee beans used are robusta and arabica. The production of lasingan coffee is not carried out every day, but only twice a month, with the aim of producing cost efficiency. The number of workers in the local coffee business is 2 people. As for the processing of lasingan coffee with 2 methods, namely natural and natural anaerobic. In 2021, the revenue (TR) of the lasingan coffee business is Rp. 122,662,800,- with a Total Cost (TC) of Rp. 86,471,760, - so that the net income generated by the lasingan coffee processing business in 2021 is Rp. 36.191.040,-. The lasingan coffee does marketing both online and offline. Online marketing through social media, such as: facebook, market place, Whatsapp and Instagram, has been carried out in the middle of 2019 until now, while offline marketing is carried out by selling products in cafes, modern supermarkets and several specialty coffee outlets. 70% of lasingan coffee marketing is done online, so that during the Corona pandemic in early 2020, lasingan coffee sales did not experience a decline. The demand for lasingan coffee comes from within and outside the island of Lombok, there are even requests from abroad

Keywords: Lasingan Coffee, Fermented Anaerobic, Arabica, Robusta, Desa Sajang

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu tanaman perkebunan yang memegang peranan penting bagi devisa negara, karena merupakan subsektor komoditi ekspor unggulan. Kopi merupakan tanaman potensial yang tumbuh subur di Indonesia. Hampir disemua provinsi memiliki tanaman kopi. Terdapat berbagai jenis tanaman kopi, namun yang sangat mendunia adalah kopi robusta dan kopi arabika. Kedua jenis kopi ini memiliki cita rasa dan aroma kuat dan khas, sehingga jumlah permintaannya tinggi. Kementerian Perindustrian terus aktif mendorong pengembangan industri pengolahan

kopi di seluruh Indonesia agar semakin meningkatkan nilai tambahnya sehingga dapat memacu pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Dinas Perindustrian, 2016)

Minuman kopi berasal dari biji kopi yang diolah sedemikian rupa melalui proses panjang mulai dari panen, pasca panen, penyangraian sehingga menghasilkan minuman kopi yang nikmat, mulai dari panen, pasca panen, penyangraian hingga menjadi minuman kopi. Proses pengolahan kopi menentukan kualitas kopi. Adapun beberapa metode pengolahan kopi secara umum antara lain, (1)



proses natural (*dry process*), (2) *washed process*, (3) hybrid.

Kopi lasingan merupakan salah satu *brand* lokal yang cukup terkenal di pulau Lombok, kopi lasingan menggunakan bahan baku asli pulau Lombok, kopi yang digunakan adalah arabika dan robusta, kopi yang dihasilkan memiliki *specific* lokal dan tertuang di *brand* dan kemasannya. Proses pengolahan kopi lasingan sedikit berbeda dengan kopi lainnya. Metode pengolahan yang digunakan adalah proses anaerob fermentasi natural. Sasaran pasar kopi lasingan adalah untuk pecinta kopi, kalangan menengah keatas. Teknik menggoreng kopi dan alat-alat yang digunakan sangat modern, Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian mendalam tentang “Profil Usaha Pengolahan Kopi Lasingan di Kota Mataram”

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana profil usaha kopi lasingan di Kota Mataram
2. Bagaimana pendapatan usaha kopi lasingan di Kota Mataram
3. Bagaimana pemasaran kopi lasingan di Kota Mataram

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis profil usaha kopi lasingan di Kota Mataram
2. Menganalisis pendapatan usaha kopi lasingan di Kota Mataram
3. Menganalisis pemasaran kopi lasingan di Kota Mataram

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian 1.

Lokasi penelitian ini di sentra produksi kopi lasingan Kota Mataram, penelitian ini dilakukan selama 2 bulan, yaitu Desember 2021-Januari 2022. Penentuan lokasi penelitian secara *purposive*, yaitu dipilih secara sengaja dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dasar pertimbangan pemilihan lokasi penelitian, yaitu: (1) usaha kopi lasingan adalah usaha kopi yang baru berkembang, (2) usaha

kopi lasingan memiliki potensi besar untuk berkembang, (3) belum ada penelitian terkait kopi lasingan

Sumber Data

Data dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang diperoleh, yaitu dari data primer dan data sekunder. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode, salah satunya dengan metode wawancara guna mengumpulkan data dan informasi akurat dari narasumber. Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti kepada narasumber.

Pengumpulan data dilakukan dengan melihat dan mengumpulkan dokumen laporan keuangan usaha kopi lasingan dari Tahun 2018 hingga Tahun 2021. Studi Pustaka penelitian ini diambil dari buku-buku, artikel ilmiah, jurnal ilmiah dan teori-teori ilmiah guna mendukung penelitian.

Penentuan responden

Responden dalam penelitian ini adalah pendiri sekaligus pemilik usaha (*owner*) kopi lasingan yaitu Bapak Iskandar Zulqarnain, ST, beliau adalah informan kunci dalam penelitian. Informan kunci adalah orang yang mengetahui secara mendalam dan detail terkait usaha kopi lasingan.

Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Analisis deskriptif adalah pemecahan masalah berdasarkan kejadian-kejadian, gejala dan peristiwa pada saat penelitian (Sujana dan Ibrahim, 1989). Data yang digunakan berdasarkan metode kuantitatif, yaitu data yang diolah kemudian dideskripsikan

HASIL dan PEMBAHASAN

Profil Usaha Kopi Lasingan

Profil usaha dalam penelitian ini adalah gambaran usaha secara umum kopi lasingan. Profil dalam penelitian ini mencakup biaya produksi, investasi, sistem produksi dan proses produksi usaha kopi lasingan. Menurut Deliarnov (1995) investasi adalah pengeluaran secara keseluruhan yang meliputi pembelian bahan baku atau material, mesin, peralatan

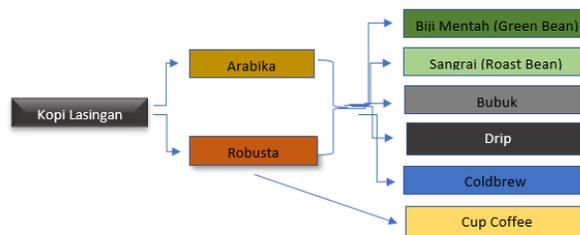
perusahaan dan modal lainnya yang diperlukan untuk proses produksi. Investasi adalah suatu keterkaitan antara sumber-sumber yang ada dalam suatu periode dalam jangka waktu panjang untuk mendapatkan keuntungan di masa depan (Mulyadi, 2001). Investasi adalah penanaman uang dengan harapan mendapat hasil dan nilai tambah (Webster, 1999).

Investasi merupakan bagian dari modal. Sumber modal kopi lasingan berasal dari pemilik (*owner*). Pemilik kopi lasingan tergabung dalam Koperasi Produsen Bumi Tani Lestari Indonesia yaitu koperasi milik pemerintah Provinsi NTB yang berlokasi di Lombok Timur. Ada beberapa mesin milik koperasi tersebut yang digunakan oleh usaha kopi lasingan. Investasi yang dimiliki oleh usaha kopi lasingan berupa, mesin, motor, gedung seluas 3 are yang berlokasi di Kota Mataram.

Biaya produksi adalah seluruh biaya yang digunakan untuk menghasilkan kopi lasingan, baik itu berupa biaya tetap (FC) maupun biaya tidak tetap (VC). Biaya produksi yang digunakan adalah biaya produksi Tahun 2021.

Total Biaya produksi (TC) kopi lasingan pada Tahun 2021 sebesar Rp. 86.471.760,- dengan rincian Biaya Tetap (FC) Rp. 11.936.760,- dan Biaya Variabel (VC) sebesar Rp. 74. 535.000,-

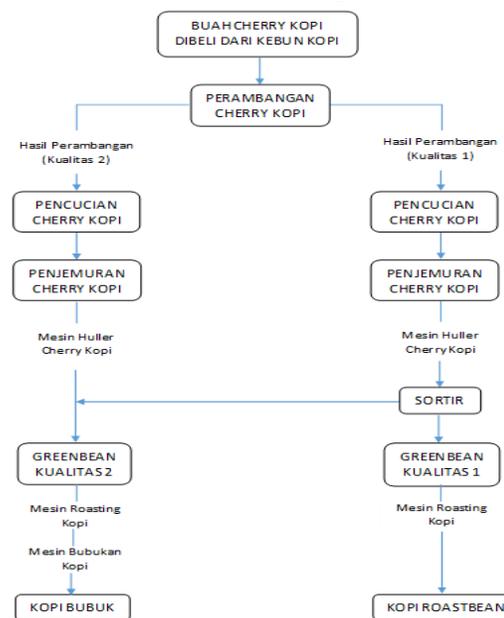
Alasan pemberian nama merek kopi lasingan yaitu: (1) adanya unsur keunikan, yaitu menggunakan bahasa sasak asli, kata lasingan biasa dan sering diucapkan sebagai ungkapan untuk menyalahkan suatu hal, (2) bahan baku yang digunakan adalah kopi lokal dari Pulau Lombok. Usaha kopi lasingan telah berdiri sejak Tahun 2018 hingga saat ini. Produk usaha lasingan antara lain, kopi, gula aren, mete, coklat, vanili dan madu, namun dalam penelitian ini hanya membahas profil usaha produk kopi lasingan. Produk kopi lasingan antara lain: (1) kopi biji mentah (robusta dan arabika), (2) kopi sangrai (robusta & arabika), (3) kopi bubuk (robusta & arabika), (4) kopi drip (robusta & arabika), (5) coldbrew (robusta & arabika), (6) *cup coffee* (robusta). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1.



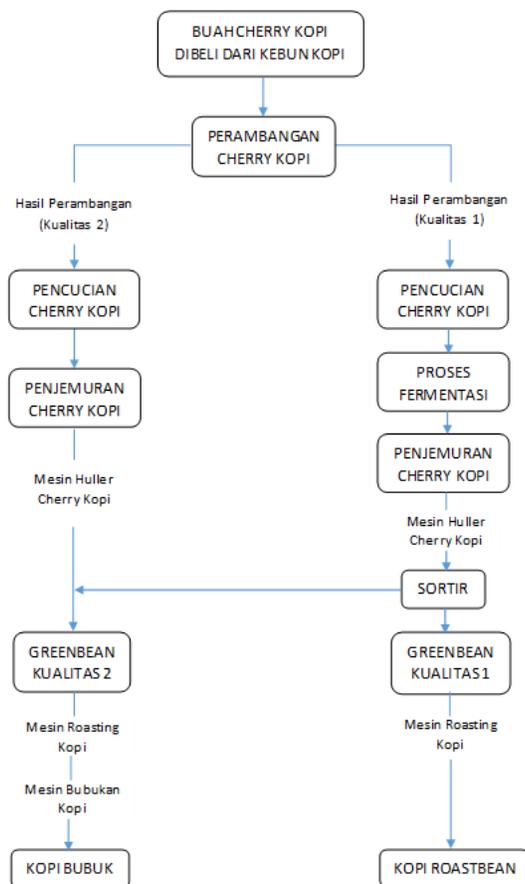
Gambar 1. Diversifikasi Produk Kopi Lasingan

Sasaran pasar kopi lasingan adalah konsumen menengah keatas, sehingga kemasan setiap produknya dirancang *elegan*, menarik dan mudah digunakan. Usaha kopi lasingan sudah memiliki ijin edar (P-IRT), ijin BPOM, dan bersertifikat halal, sehingga aman dikonsumsi. Kopi lasingan telah memiliki tempat di hati konsumen, karena cita rasa yang istimewa. Konsumen kopi lasingan berasal dari dalam maupun luar Pulau Lombok.

Bahan baku yang digunakan Tahun 2021 sebesar 250 kilogram biji kopi. Biji kopi yang digunakan adalah robusta dan arabika. Kegiatan produksi kopi lasingan tidak dilakukan setiap hari, namun hanya 2 kali dalam satu bulan, dengan tujuan efisiensi biaya produksi. Jumlah tenaga kerja usaha kopi lasingan 2 orang. Adapun proses pengolahan kopi lasingan dengan 2 metode, yaitu secara natural dan anaerob natural. Kedua proses tersebut dapat dilihat pada gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Proses Pengolahan Kopi Lasingan Secara Alami (Natural)



Gambar 3. Proses Pengolahan Kopi Lasingan Anaerob Fermentasi Natural

Perbedaan Pengolahan kopi secara natural dan anaerob terletak pada proses sehingga mempengaruhi rasa. Proses natural atau biasa disebut *dry process*, yaitu proses yang setelah panen langsung dijemur dibawah sinar matahari, sedangkan proses anaerob tidak menggunakan udara sama sekali.

Pendapatan

Pendapatan (π) adalah penerimaan (TR) dikurangi dengan semua biaya yang dikeluarkan dalam produksi (TC), sedangkan Penerimaan (TR) adalah jumlah hasil produksi (Q) dikalikan dengan harga jual (P) (Soekartawi, 2006).

Pada Tahun 2021, Penerimaan (TR) usaha kopi lasingan sebesar Rp. 122.662.800,- dengan Total Biaya (TC) sebesar Rp. 86.471.760,- sehingga pendapatan bersih yang dihasilkan usaha pengolahan kopi lasingan pada Tahun 2021 sebesar Rp. 36.191.040,-

Pemasaran

Kotler dan Lane (2007), Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Kopi lasingan melakukan pemasaran secara *online* maupun *offline*. Pemasaran *online* melalui sosial media, seperti: facebook, market place, Whatsapp dan Instagram telah dilakukan pada pertengahan Tahun 2019 hingga saat ini, sedangkan pemasaran *offline* dilakukan dengan menjual produk di café, supermarket modern dan beberapa outlet khusus kopi. Pemasaran kopi lasingan 70% dilakukan secara *online*, sehingga ketika pandemi Corona di awal tahun 2020, penjualan kopi lasingan tidak mengalami penurunan. Permintaan kopi lasingan berasal dari dalam dan luar pulau Lombok, bahkan ada juga permintaan dari luar negeri.

Kopi lasingan dijual langsung ke konsumen akhir, reseller/pedagang antara. Produk biji mentah lasingan merupakan produk yang paling banyak permintaannya, karena harga yang ditawarkan tidak mahal namun berkualitas, umumnya produk ini digunakan prodesen lainnya sebagai bahan baku usaha kopi bubuk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan:

1. Rata-rata bahan baku yang digunakan tiap tahun sebesar 250 kilogram kopi biji mentah. Bahan baku kopi lasingan berasal dari petani lokal yang ada di Pulau Lombok, seperti Lombok Timur, Lombok Tengah dan Lombok Utara. Terdapat beberapa *varian* produk kopi lasingan antara lain: (1) kopi biji mentah (robusta dan arabika), (2) kopi sangrai (robusta & arabika), (3) kopi bubuk (robusta & arabika), (4) kopi drip (robusta & arabika), (5) coldbrew (robusta & arabika), (6) *cup coffee* (robusta). Proses produksi kopi lasingan dilakukan 2 kali dalam satu bulan,

kecuali ada permintaan khusus atau tambahan.

2. Total Biaya produksi (TC) kopi lasingan pada Tahun 2021 sebesar Rp. 86.471.760,- dengan rincian Biaya Tetap (FC) Rp. 11.936.760,- dan Biaya Variabel (VC) sebesar Rp. 74. 535.000,- , Penerimaan (TR) usaha kopi lasingan sebesar Rp. 122.662.800,- dengan Total Biaya (TC) sebesar Rp. 86.471.760,- sehingga pendapatan bersih yang dihasilkan usaha pengolahan kopi lasingan pada Tahun 2021 sebesar Rp. 36.191.040,-
3. Kopi lasingan melakukan pemasaran secara *online* maupun *offline*. Pemasaran kopi lasingan 70% dilakukan secara *online*. Pemasaran *online* melalui sosial media. Pemasaran *offline* dilakukan dengan menjual produk di café, supermarket modern dan beberapa *outlet* khusus kopi. Kopi lasingan dijual langsung ke konsumen akhir, reseller/ pedagang antara.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Meningkatkan jumlah produksi kopi lasingan sehingga meningkatkan pendapatan.
2. Memperluas jaringan pemasaran melalui promosi yang lebih intensif, agar permintaan kopi lasingan meningkat.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih penulis ucapkan kepada owner usaha kopi lasingan dan seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan ini sehingga tulisan ini bisa terbit di jurnal ilmiah terakreditasi

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Deliarnov, 1995., Pengantar Ekonomi Makro. UI-Press. Jakarta
- [2] Dinas Perindustrian, 2016. Perkembangan Kopi. Dinas Perindustrian Provinsi Jawa Timur.
- [3] Hall, James A. 2001. Sistem Informasi Akuntansi Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- [4] Mulyadi. 2001. Sistem Akuntansi Edisi Tiga. Jakarta : Salemba Empat.
- [5] Najiyati, S dan Danarti. 2006. Kopi Budidaya dan Penanganan Lepas Panen. Penebar Swadaya, Jakarta. 192 hlm.
- [6] Panggabean E. 2011. Buku Pintar Kopi. Jakarta(ID): Agro MediaPustaka.
- [7] Sang Ayu OW, dkk., Profil Usaha Pengolahan Kopi Bali Tugu Sari Pajahan di Desa Pajahan, Kecamatan Puputan Babupaten Tabanan. Jurnal Agribisnis dan Agrowisata ISSN: 3685-3809 Vol. 8 No.4 Oktober 2019
- [8] Sudjana Nana dan Ibrahim. 1989. Penelitian dan Penilaian Pendidikan. Bandung: Sinar Baru Bandung.
- [9] Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta. 98
- [10] Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif R & D. Bandung: Alfabeta.
- [11] Webster, Federick., 1999. Behavioral Customer In Marketing Relationship. 3th Edition. Princetown University Press.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN