

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang sangat terkenal di dunia. Hal ini disebabkan karena kopi memiliki aroma dan cita rasa khas yang nikmat dan tidak dimiliki oleh bahan minuman lainnya. Kopi juga disebut sebagai bahan minuman penyegar karena mengandung kafein yang dapat memberikan efek penyegar bagi yang mengkonsumsinya. Jenis kopi yang umumnya dibudidayakan di Indonesia terutama terdiri dari kopi Robusta 85% dari seluruh produksi kopi di Indonesia, Arabika 10% dan sedikit dari jenis Liberika. Kopi Robusta lebih disukai oleh masyarakat Indonesia karena dianggap memiliki citarasa yang lebih nikmat dibandingkan dengan jenis kopi yang lain. (Naning R 2017).

Di Indonesia produksi kopi dari tahun 2015 – 2017 cenderung mengalami peningkatan. Produksi kopi pada tahun 2015 sekitar 602,37 ribu ton, pada tahun 2016 menjadi 632 ribu ton atau meningkat hingga 4,92%. Pada tahun 2017 mencapai 636,7 ribu ton atau meningkat hingga 0,74% dibandingkan dengan tahun 2016. Berdasarkan data mengenai produsen kopi di Indonesia, Jawa Timur memberikan kontribusi sebesar 9,73% terhadap total produksi kopi di Indonesia. Salah satu wilayah sebagai produsen kopi di Jawa Timur adalah Kabupaten Jember. Perkebunan kopi di Kabupaten Jember sebagian besar merupakan kumpulan dari kebun-kebun kecil yang dimiliki petani (perkebunan rakyat) dengan luasan 1-2 hektar. Daerah yang memproduksi kopi cukup besar adalah Kecamatan Ledokombo, Kecamatan Sumberjambe, Kecamatan Jelbuk, Kecamatan Panti, Kecamatan Silo, Kecamatan Sumberbaru. (Statistik Kopi Indonesia, 2017)

Usaha kopi di Jember salah satunya adalah Bedhag Kopi yang terletak di jalan Jawa 2 no 4 Rt.03 Rw.36. Tegalboto Kidul Kel. Sumpersari Kec. Sumpersari

Jember Jawa Timur. Usaha ini berdiri sejak tahun 2016 dan pendirinya adalah Donny Waloejo. Usaha ini memproduksi berbagai macam kopi diantaranya adalah Kopi Madu, Kopi Liberika, Kopi Wine, Kopi Robusta, Kopi Luwak, Kopi Arabica. Tetapi yang menjadi ciri khas adalah Kopi Robusta. Kopi Robusta ditanam di daerah Jelbuk gunung Argopuro Jember. Usaha Kopi bedhag mampu menjual hingga 60kg per bulan dengan rata – rata harga penjualan adalah Rp 150.000 per kilo. Pemasaran yang dilakukan pada Usaha Kopi Bedhag dilakukan dengan cara online dan offline. Pemasaran secara online dilakukan melalui website, media sosial, dan situs belanja online, sedangkan pemasaran secara offline dilakukan di tempat produksi langsung dan di sejumlah pusat oleh-oleh Jember.

Mengingat usaha ini berada di pusat kota di Jember yang berdekatan dengan usaha pesaing, maka dalam memasarkan kopi, usaha Kopi Bedhag menghadapi berbagai macam permasalahan seperti : persaingan ketat yang akan berdampak pada keberhasilan usaha, penguasaan pasar yang saling bersaing, promosi yang belum maksimal, dan ketidakpastian waktu jual. Hal ini yang menjadi latar belakang untuk melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran yang tepat untuk kemajuan usaha Kopi Bedhag .

Selain usaha Kopi Bedhag terdapat pula beberapa usaha kopi di daerah Jember yang menjadi pesaing usaha Kopi Bedhag diantaranya adalah Zibond Coffee, Macro Coffee, Kopi Salak dan masih banyak lagi yang tersebar luas di daerah Jember tanpa ada merk yang jelas.

Strategi akan berjalan dengan baik apabila usaha dapat dengan maksimal dalam menerapkan konsep *marketing mix* yang mencakup *product, price, place, promotion* dengan tepat. Agar dapat menyusun strategi pemasaran tersebut usaha Kopi Bedhag harus mampu mengidentifikasi faktor lingkungan usaha yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi, hal yang berkaitan adalah kekuatan yang dapat dikembangkan, kelemahan yang dapat di minimalkan, peluang yang dapat dimanfaatkan, dan ancaman yang dapat dihindari melalui analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*). Mengidentifikasi prioritas strategi pemasaran Kopi Bedhag dengan menggunakan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planing Matrix*) yang dapat dilakukan untuk

menentukan langkah dan keputusan yang akan diambil. Maka dari itu strategi pemasaran menjadi hal yang sangat penting bagi usaha agar dapat terus berkembang dan mampu bertahan dalam persaingan usaha.

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Apakah faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi Usaha kopi Bedhag di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember?
- 2) Bagaimana alternatif strategi yang tepat bagi usaha sesuai dengan kondisi internal dan eksternal Usaha Kopi Bedhag di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember?
- 3) Apakah prioritas strategi yang tepat bagi Usaha Kopi Bedhag di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember agar dapat berkembang?

1.3 Tujuan

- 1) Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal Usaha Kopi Bedhag di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember
- 2) Untuk merumuskan alternatif strategi pemasaran yang tepat sesuai kondisi internal eksternal Usaha Kopi Bedhag di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember
- 3) Untuk merumuskan prioritas strategi pemasaran terbaik agar Usaha Kopi Bedhag di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember dapat berkembang

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut

- 1) Bagi Tempat Usaha
Penelitian ini diharapkan Usaha Kopi Bedhag mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi dirinya. Dan dapat memberikan masukan mengenai perumusan strategi pemasaran.

2) Bagi ilmu pengetahuan

Hasil penelitian ini sebagai penambah wawasan serta menambah literasi di perpustakaan

3) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi dan acuan bagi peneliti selanjutnya sehingga memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian dimasa mendatang.