

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang mempunyai area sektor pertanian yang sangat luas, salah satunya di daerah Sidomulyo. Sidomulyo merupakan daerah perbukitan dengan tanah yang sangat subur. Sebagian besar lahan di daerah ini yaitu perkebunan kopi dengan hasil panen yang melimpah. Menurut Erawati dkk (2017) Mitra kegiatan IbM budidaya tanaman kopi merupakan sumber penghasilan utama untuk mayoritas penduduk Desa Sidomulyo dengan luas areal tanaman kopi 1.899 hektar, mengingat kopi menjadi salah satu minuman yang banyak peminatnya. Produk olahan kopi yang dihasilkan biasanya berbentuk kopi bubuk dan kopi instan, kopi bubuk merupakan kopi yang sudah diproses dan digiling halus sehingga berbentuk butiran-butiran kecil yang mudah di seduh. Sedangkan kopi instan adalah kopi yang diolah dengan cara kristalisasi dan sudah dicampur gula, dan kopi ini biasa disebut kopi siap saji.

Usaha kopi menjadi salah satu usaha yang cukup menjanjikan hasilnya melihat ketersediaan bahan baku yang sangat melimpah di daerah Sidomulyo. Salah satu usaha kopi bubuk yaitu kopi bubuk robusta yang diproduksi oleh UMKM Ketakasi. Industri kopi ini merupakan salah satu industri menengah ke atas yang berdiri sejak tahun 2007 dan berlokasi di Sidomulyo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember. Jenis kopi yang di budidayakan yaitu kopi robusta, kopi jenis ini memiliki keistimewaan rasa dan aroma yang sangat khas, selain itu kopi robusta sendiri mudah ditanam dan dirawat. Menurut data UMKM Ketakasi tahun 2021 menunjukkan bahwa lahan kopi yang dimiliki UMKM Ketakasi bisa menghasilkan panen kopi yang cukup banyak, per hektar mendapatkan 1,5 ton, jadi tidak heran apabila kopi jenis robusta ini menjadi salah satu kopi pilihan industri karena proses pengolahan dan pemasarannya yang cukup mudah selain itu harga jualnya yang sangat terjangkau sehingga penjualan mencapai 1 ton dalam 1 bulan. Saat ini pemasaran kopi bubuk robusta sudah mencakup beberapa kota di pulau jawa, dan berharap selalu bisa berkembang dan menembus pasar internasional.

Seiring berjalannya waktu, keadaan dunia usaha saat ini memiliki perubahan yang sangat signifikan sehingga dapat meningkatkan persaingan yang tinggi di berbagai sektor usaha. Hal ini juga terjadi pada usaha kopi bubuk ketakasi. Di wilayah Sidomulyo sendiri terdapat beberapa pesaing dari UMKM Ketakasi yaitu Kopi Bubuk Cap Ratu Gunitir dan Kopi Robana. Oleh sebab itu, agar tetap dapat bersaing kopi bubuk ini tidak dapat mengandalkan ciri khasnya saja, namun juga melihat peluang dan ancaman di pasar yang akan di hadapi. Semakin meningkatnya persaingan di usaha kopi, maka strategi pemasaran semakin dibutuhkan. Industri harus bisa merancang strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuannya, dan strategi pemasaran yang digunakan saat ini harus dikembangkan secara terus menerus sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar. Industri juga harus bisa memberi gambaran yang jelas tentang apa yang akan dilakukan kedepannya guna memaksimalkan peluang yang ada.

Masalah yang sering terjadi adalah perbedaan harga dipasaran yang ditentukan oleh kualitas kopi itu sendiri. Kualitas kopi tergantung pada kadar air, stabilitas karakteristik, asal daerah, harga, komponen biokimia dan kualitas rasa. Pada tingkat konsumen, pilihan kopi tergantung pada harga, aroma dan selera. Kualitas kopi ini tentu saja akan berpengaruh terhadap harga jual di pasaran, harga jual akan mempengaruhi ketersediaan modal yang sehingga dapat berpengaruh besar terhadap ketersediaan bahan baku. Masalah lain yang dihadapi UMKM Ketakasi yaitu adanya persaingan yang ketat antar usaha sejenis yang jumlahnya terus bertambah.

Berdasarkan permasalahan ini, maka perlu adanya penyelesaian dengan cara merumuskan strategi yang tepat untuk diterapkan oleh UMKM Ketakasi. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT). Metode SWOT digunakan untuk mengevaluasi tentang faktor internal dan eksternal yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan pada lingkungan pemasaran sehingga dapat menghasilkan strategi pemasaran yang tepat, serta menggunakan analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menentukan prioritas strategi pemasaran yang tepat pada UMKM Ketakasi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah yang menjadi faktor internal dan eksternal pada strategi pemasaran kopi bubuk pada UMKM Ketakasi?
2. Strategi apakah yang sesuai untuk diterapkan dalam strategi pemasaran kopi bubuk pada UMKM Ketakasi?
3. Strategi apakah yang menjadi prioritas dari beberapa strategi pemasaran alternatif kopi bubuk pada UMKM Ketakasi?

1.3 Tujuan

Dari rumusan masalah diatas dapat ditarik tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis faktor internal dan eksternal pada strategi pemasaran kopi bubuk pada UMKM Ketakasi.
2. Menentukan dan menganalisis strategi yang sesuai dalam strategi pemasaran kopi bubuk padaUMKM Ketakasi.
3. Menentukan dan menjelaskan strategi yang menjadi prioritas dari beberapa strategi pemasaran alternatif kopi bubuk pada UMKM Ketakasi.

1.4 Manfaat

Dari tujuan penelitian yang telah disusun, didapatkan manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi dan bahan pertimbangan sebagai bahan masukan bagi industri dalam mengambil keputusan tentang strategi pemasaran yang sesuai agar dapat meraih peluang yang ada dan mengembangkan usahanya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat bermanfaat sebagai bahan perbandingan untuk pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya.