

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan kopi semakin tersebar di seluruh Indonesia , mulai dari Sumatra, Kalimantan, Sulawesi , Irian jaya serta Jawa, dari citarasa dan aroma yang disajikan sudah membuktikan bahwa kopi Indonesia mempunyai khas. Dunia mengenal kopi mandailing, kopi gayo, kopi bali dan berbagai kopi lainnya, dari hasil yang tersebar menghasilkan produk kopi robusta dan arabika, namun yang paling banyak ditanam dan diproduksi yaitu kopi robusta, robusta mempunyai citarasa yang khas yaitu pahit dan warna hitam sedangkan arabika sendiri mengedepankan rasa masam dengan warna sedikit coklat. Komoditas kopi di nusantara sangat cocok ditanam di pegunungan, daerah tropis dan penetrasi dari sinar matahari yang baik, seluruh dunia juga mengakui kopi nusantara adalah terbaik dari sekian banyak variannya.

Di Kabupaten Jember terdapat produk unggulan kopi di lereng Gunung Argopuro. Menurut *GoodNews From Indonesia* 15 Juli 2019, keistimewaan dari biji kopi Rengganis ini hanya terletak di lereng Pegunungan Argopuro, Jember Jawa timur. Nama dari biji kopi ini didapatkan dari puncak Gunung Argopuro yakni Puncak Rengganis, harga 1 kg kopi Rengganis hanya dibanderol dengan harga mulai dari Rp 25.000 untuk biji hijau, sedangkan untuk kopi yang sudah disangrai mencapai Rp 50.000 sampai Rp 60.000 ribu per kilonya, kopi Rengganis ini mempunyai potensi pasar yang bagus kedepannya, karena itu perlu diadakan penyuluhan kepada petani setempat tentang kopi ini. Kualitas kopi terbaik ada pada grade A, yang didapatkan dari pemanenan petik dari buah yang telah matang sempurna, saat sudah diolah, kedai kopi ini menawarkan Rp 350.000 per kilonya.

Salah satu kedai kopi yang menjual olahan minuman kopi yaitu Cafe Arongan, yang berdiri sejak Oktober 2011 oleh Andi Radika Hadisam Nababan (Ganden), Jalan Riau Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember, menjual olahan minuman dari kopi arabika dan robusta, dalam perjalanan usahanya terdapat permasalahan yang berubah di setiap tahunnya, salah satu permasalahannya

adalah soal pemasaran, pemasaran yang berganti metode dan cara sejak awal berdiri Arongan, dimulai dari mulut ke mulut sampai media sosial, maka dari itu perlu adanya strategi pemasaran yang efektif, agar kondisi ekonomi *Cafe Arongan* dapat berjalan lancar di era global seperti saat ini yang mengandalkan teknologi di segala bidang.

Strategi pemasaran merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu produk yang dapat dilakukan oleh perusahaan. pelaksanaan strategi pemasaran berlangsung terus menerus karena berkaitan dengan pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, segmentasi pemasaran. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat objektif kondisi eksternal dan internal sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan. Dalam melakukan pemasaran perlu diperhatikan strategi pemasaran yang berkaitan dengan produk, harga promosi, dan distribusi. Empat variabel tersebut menunjukkan pandangan penjual tentang kiat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi konsumen (Kotler,2004:16)

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran *café arongan*. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Setelah ditemukan beberapa masalah yang ada di *café arongan* mengenai pemasaran. Didapatkan beberapa strategi yang akan diterapkan berdasarkan analisis SWOT.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada strategi pemasaran *Cafe Arongan*?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk olahan kopi pada *Cafe Arongan*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi dan menjelaskan apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman pada *Cafe Arongan*?
2. Menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan oleh *Cafe Arongan* dalam pemasaran produknya.

## **1.4 Manfaat penelitian**

1. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat sebagai pengaplikasian ilmu secara langsung yang telah didapatkan selama proses kuliah.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi dan referensi tambahan dan sumbangan pemikiran sebagai bahan masukan pada *Cafe Arongan* dalam pemasaran produk.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada pihak-pihak yang membutuhkan dan dapat bermanfaat sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun penelitiannya.