

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia ialah negara dengan kondisi geografis yang ideal bagi pertumbuhan kopi, oleh karena itu menyebabkan Indonesia tergolong satu dari beberapa negara di dunia yang menghasilkan kopi terbaik. Kopi adalah tanaman perkebunan yang telah lama menjadi tanaman budidaya. Kopi juga berperan sebagai sumber pendapatan masyarakat serta melalui adanya aktivitas ekspor biji mentah ataupun biji kopi dapat berimbas pada peningkatan devisa negara., menurut Rahardjo (2012) dalam Budihardjo *et al.*, (2020). Kopi memiliki peran vital pada ekonomi Indonesia, dimana terdapat kontribusi signifikan oleh industry kopi terhadap ekspor dan penerimaan devisa negara, dengan produksi total 67% ekspor kopi, dan 33% lainnya guna pemenuhan kebutuhan di dalam negeri. Hasil tersebut membuktikan bahwa Indonesia berada diposisi keempat dengan negara yang memproduksi kopi terbesar di dunia. Terdapat beragam varietas kopi yang unik dan berkualitas tinggi, varietas kopi yang terkenal di Indonesia diantaranya kopi liberika, kopi arabika, dan kopi robusta. Varietas kopi memiliki karakteristik rasa dan aroma yang khas, tergantung pada daerah tumbuhnya dan metode pengolahannya.

Kabupaten Jember adalah satu dari banyak daerah di Jawa Timur yang menghasilkan kopi terbanyak. Berdasarkan BPS Provinsi Jawa Timur (2022), pada tahun 2021 diketahui di Kabupaten Jember potensi produksi kopi menggapai angka 11.827 ton dan 11.795 ton di tahun 2022. Di Provinsi Jawa Timur, Kabupaten Jember adalah kabupaten yang berada di posisi 3 dengan potensi produksi kopinya. Mayoritas perkebunan rakyat yang ada di Jember adalah tanaman kopi. Di Kabupaten Jember, varian kopi yang banyak dibudidayakan dan mempunyai peminat tinggi yaitu jenis kopi robusta.

Perkembangan bisnis memiliki pangsa pasar yang tidak pasti, hal ini merupakan hal yang wajar dihadapi oleh pebisnis, sehingga diperlukan manajemen untuk mengatur dan menganalisis kondisi untuk mencapai target yang sesuai pada visi dan misi yang sudah disusun perusahaan. Manajemen dalam sebuah usaha harus dapat menganalisis lingkungan dan eksternal yang ada di perusahaan. Hasil analisis yang tepat akan mempermudah perusahaan untuk menentukan strategi yang akan dilaksanakan. Perencanaan dan penetapan strategi yang tepat akan mempermudah perusahaan untuk mengantisipasi permasalahan yang ada pada perusahaan. Strategi pemasaran memiliki peran penting dalam proses meningkatkan minat pembeli masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan industri yang sudah dibangun.

PT Kisah Sarinah Indonesia merupakan produsen penghasil kopi racik olahan dengan menggunakan bahan baku biji kopi yang berasal dari daerah Jember dan sekitarnya. Bahan yang digunakan ini merupakan hasil kerjasama antara pemilik usaha dengan petani komoditas kopi. Lokasi usaha tersebut berada di Perum Mastrip Blok J-17, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Usaha ini didirikan pada tahun 2016 yang artinya usaha ini sudah berjalan selama 8 tahun, pemilik PT Kisah Sarinah Indonesia yaitu Bapak Widhi Valentino, dengan jumlah karyawan yang dimiliki berjumlah 3 orang. PT Kisah Sarinah Indonesia memproduksi 10 kg biji kopi pada setiap varian kopi yakni *arabica*, *liberica*, dan *robusta*. Produksi kopi bubuk dilakukan 3 kali dalam satu minggu. Total bahan baku yang dibutuhkan pertahun sebanyak 4.320 kg untuk 3 jenis kopi. Penyusutan pada proses pembuatan kopi bubuk sebesar 20% per kilo, dimulai dari proses biji mentah (*green bean*) sampai menjadi kopi bubuk, sehingga dalam satu kali produksi dapat menghasilkan 40 *pack* dalam kemasan 200 gram. PT Kisah Sarinah Indonesia memiliki visi sebagai perusahaan kopi bubuk yang senantiasa menjaga kuantitas dan kualitas *roasted coffee*, dan menghidupkan kembali *robusta* Desa Panti sebagai kopi rakyat dengan kualitas tinggi dan berdaya saing skala nasional. Misi dari PT Kisah Sarinah Indonesia adalah menjadi perusahaan pengolahan biji kopi yang berdaya saing nasional, untuk memenuhi kebutuhan *roasted coffee* bagi usaha mandiri, industri kopi, dan *home industry*. Target pasar dari PT Kisah Sarinah

Indonesia adalah penikmat kopi dan konsumen dengan pendapatan secara menyeluruh.

Varian kopi bubuk yang dihasilkan pada usaha ini terbilang cukup banyak yaitu memiliki varian kopi *robusta*, *liberica*, *blend coffee*, *arabica*, rempah, dan kopi Desa Sarinah dengan ukuran kemasan 100 gram, 200 gram, dan 500 gram. Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan memiliki perbedaan pada setiap varian kopi bubuk, hal ini disesuaikan dengan jenis kopi yang digunakan. Penggunaan bahan baku bertujuan untuk menjaga kualitas produk baik dari segi rasa dan juga citra pada produk dengan tujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan, sehingga tingkat loyalitas pelanggan terhadap PT Kisah Sarinah Indonesia semakin tinggi, hal ini perlu dipertahankan agar PT Kisah Sarinah mampu bersaing dengan kompetitor skala nasional sesuai dengan misi yang telah ditetapkan.

Bertambahnya kompetitor di bidang sejenis memicu munculnya pebisnis yang kompetitif. Persaingan bisnis yang semakin tinggi membuat PT Kisah Sarinah Indonesia harus mempertahankan kelangsungan perusahaan dengan menyusun strategi pemasaran yang tepat. Pesaingan tersebut merupakan ancaman besar bagi PT Kisah Sarinah Indonesia dalam proses mengembangkan produk kopi bubuk. Semakin banyaknya persaingan di bidang sejenis mengakibatkan ketatnya dalam persaingan sehingga perusahaan diharuskan mempunyai alternatif strategi supaya mampu bertahan menghadapi persaingan dan untuk menjaga penurunan penjualan dimasa yang akan mendatang. Strategi berkelanjutan yang tepat akan membantu PT Kisah Sarinah untuk menjaga dan meningkatkan eksistensi yang dimiliki yaitu keunggulan kompetitif dan melindungi pangsa pasar dari kompetitor

Proses pemasaran PT Kisah Sarinah Indonesia dilakukan secara offline melalui outlet di Jln. R. A. Kartini No. 20-22 Jember dengan jam operasional pada outlet yaitu pada pukul 18.00 samapai 23.00 WIB dan kerjasama dengan kemitraan. Penjualan offline melalui outlet dan kemitraan belum mampu memaksimalkan pemasaran kopi bubuk ke pasar yang lebih luas. Seperti yang diketahui pemasaran melalui online memiliki peluang untuk meningkatkan penjualan dan bersaing secara kompetitif dengan pangsa pasar yang lebih luas. PT Kisah Sarinah Indonesia

belum menerapkan pemasaran secara online dikarenakan kurang berkompeten di bidang promosi dan penjualan melalui *e-commerce*.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, PT Kisah Sarinah Indonesia memerlukan penelitian guna menentukan strategi yang tepat untuk diimplementasikan pada menghadapi adanya persaingan bisnis agar tetap kompetitif sebagai perusahaan dan dapat mewujudkan misi perusahaan dalam memperluas jangkauan pasar sehingga skala nasional. Alternatif strategi pemasaran diperlukan untuk mempertimbangkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dengan mempergunakan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunities, threats*) serta menggunakan QSPM (*Quantitatif Strategic Planning Matrix*) dalam penentuan prioritas strategi yang tepat dalam mengatasi permasalahan pada pemasaran pada PT Kisah Sarinah Indonesia. Berdasar latar belakang dan uraian fenomena masalah sebelumnya, penulis memiliki ketertarikan dalam melakukan penelitian berjudul “Strategi Pemasaran Kopi Bubuk pada PT Kisah Sarinah Indonesia di Kabupaten Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang sudah dikemukakan diatas, permasalahan pada penelitian ini bisa dirumuskan berikut ini:

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam strategi pemasaran kopi bubuk pada PT Kisah Sarinah Indonesia di Kabupaten Jember?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran kopi bubuk pada PT Kisah Sarinah Indonesia di Kabupaten Jember?
3. Prioritas strategi apa yang dapat diterapkan dalam strategi pemasaran kopi bubuk pada PT Kisah Sarinah Indonesia di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditetapkan, berikut tujuan pada penelitian:

1. Menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam strategi pemasaran kopi bubuk pada PT Kisah Sarinah Indonesia di Kabupaten Jember.
2. Merumuskan alternatif strategi yang tepat dalam pemasaran kopi bubuk pada PT Kisah Sarinah Indonesia.
3. Menentukan prioritas strategi pemasaran alternatif kopi bubuk pada PT Kisah Sarinah Indonesia.

1.4 Manfaat

Berdasar uraian sebelumnya, maka harapan pada penelitian ini dapat membawa sejumlah manfaat meliputi:

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan informasi dan pertimbangan untuk owner dalam melakukan perbaikan melalui pemasaran strategi guna peningkatan penjualan kopi bubuk di PT Kisah Sarinah Indonesia.

2. Bagi Peneliti

Peneliti bisa mengetahui faktor internal dan eksternal dalam melakukan penyusunan strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan kopi bubuk pada PT Kisah Sarinah Indonesia.

3. Bagi Pembaca

Penelitian diharapkan bisa dijadikan referensi dan literatur untuk peneliti selanjutnya, untuk melaksanakan penelitian, untuk melaksanakan penelitian strategi pemasaran terutama pada produk kopi bubuk.