

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jawa Timur merupakan provinsi sebagai penghasil kopi terbesar di Indonesia yang menduduki peringkat ke enam dengan berat produksi kopi mencapai 47,994 ribu ton, berdasarkan data Statistik Kopi Indonesia (2022). Provinsi Jawa Timur memiliki beragam jenis kopi dengan kualitas terbaik. Salah satu jenis kopi dengan kualitas yang terbaik dan memiliki peminat yang banyak yaitu kopi ijen dan kopi raung, sehingga membuat kopi ini diekspor ke pasar internasional seperti negara Italia, Amerika Serikat, dan Jepang (Sari *et al.*, 2013). Provinsi Jawa Timur yaitu Jember termasuk sebagai daerah penghasil kopi untuk dipasarkan.

Jember merupakan suatu kabupaten yang menjadi salah satu wilayah penghasil kopi terbanyak di provinsi Jawa Timur. Jember menduduki urutan posisi ketiga di Jawa Timur sebagai wilayah penghasil kopi terbanyak yaitu total produksi mencapai angka 11.795 ton, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022). Potensi yang dimiliki oleh wilayah tersebut, membuat masyarakat di Jember menanam kopi di lahan perkebunan sebagai sumber mata pencaharian. Masyarakat mengambil potensi keuntungan yang dimiliki oleh daerah Jember sebagai salah satu wilayah penghasil kopi terbesar di Jawa Timur.

Kopi di daerah Jember memiliki cita rasa yang baik sehingga mampu memiliki peminat pada bidang kopi. Produksi tanaman kopi di Jember mencapai berat 11.795 ton pada tahun 2022 berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022). Potensi yang dimiliki oleh wilayah Jember tersebut, membuat masyarakat di Jember banyak memiliki usaha berupa produksi kopi dengan menggunakan teknik penyangraian (*roasting*). Penyangraian (*roasting*) merupakan proses pemanggangan pada biji kopi yang belum matang atau masih mentah (*green bean*) hingga mencapai tingkat kematangan yang diinginkan. Prospek usaha produksi penyangraian biji kopi memiliki peluang yang cukup baik untuk kedepannya.

Cafe Macro Coffee Roastery merupakan sebuah Cafe yang menyajikan minuman kopi dan membuka usaha penyangraian biji kopi serta memproduksi kopi sangrai sendiri. Cafe ini menyangrai beberapa jenis kopi yang ada di Indonesia, seperti kopi arabika Ijen, kopi arabika Aceh Gayo, kopi robusta Tanggul dan kopi Sidomulyo Jember. Jenis kopi yang paling diminati pada Cafe Macro Coffee Roastery yaitu kopi robusta Sidomulyo Jember. Bahan baku kopi Robusta Jember Sidomulyo berasal dari prosesor kopi di Desa Sidomulyo Kecamatan Garahan Kabupaten Jember. Tahun 2023 pada setiap bulannya, kopi Sidomulyo Jember mampu memproduksi 35 kilogram biji kopi sangrai, sehingga jumlah produksi tersebut membuktikan bahwa kopi Sidomulyo Jember memiliki cukup banyak peminat.

Cafe Macro Coffee Roastery telah berdiri kurang lebih 9 tahun dan mempunyai karyawan yang berjumlah 6 orang. Lokasi cafe berada di Jalan Mastrip Timur No.110b, Kelurahan Krajan Timur, Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Tahun 2015 Muhammad Ichsan dan Panji Laras Gumilar mendirikan usaha Cafe Macro Coffee Roastery dengan tujuan untuk melakukan pengembangan industri usaha biji kopi sangrai agar menghasilkan kopi sangrai yang memiliki rasa dan aroma berkualitas tinggi. Proses produksi pada Cafe Macro Coffee Roastery mampu mengolah 15-30 kg biji kopi mentah untuk disangrai, sehingga dengan banyaknya biji kopi yang diolah mampu meningkatkan volume penjualan.

Pangsa pasar yang dituju oleh Cafe Macro Coffee Roastery ini yaitu para mahasiswa, hal ini dikarenakan Jember menjadi salah satu daerah yang terdapat beberapa perguruan tinggi, sehingga membuat banyak mahasiswa yang datang dari dalam maupun luar daerah Jember untuk menikmati minuman kopi di Cafe Macro Coffee Roastery. Konsumen Cafe Macro Coffee Roastery yaitu rata-rata mahasiswa berjenis kelamin pria berusia 18-25 tahun, terdapat juga pegawai sebagai konsumen dengan rentang usia 25-40 tahun sebagai penikmat kopi sangrai. Daerah pemasaran biji kopi sangrai ini sendiri hanya berada di wilayah Jember, tetapi untuk pangsa pasar international sudah sampai ke luar negeri yaitu negara Jerman yang memesan biji kopi sangrai pada Cafe Macro Coffee Roastery.

Volume penjualan Cafe Macro Coffee Roastery pada tahun 2023 sampai tahun 2024 mengalami kenaikan dan penurunan penjualan. Bulan Januari sampai Desember tahun 2023 Cafe Macro Coffee Roastery mampu menjual biji kopi sangrai sebanyak 60-70 kilogram setiap bulannya, dengan total berat penjualan pada tahun 2023 yaitu 775 kilogram. Tahun 2024 bulan Januari Cafe Macro Coffee Roastery mengalami kenaikan penjualan hingga mampu menjual 90 kilogram biji kopi sangrai. Bulan Februari sampai Mei tahun 2024 data penjualan mengalami penurunan dengan berat mencapai 25-15 kg setiap bulannya. Cafe Macro Coffee Roastery pada empat bulan terakhir 2024 yaitu Februari sampai bulan Mei mengalami penurunan penjualan dengan berat total penjualan dari bulan Februari sampai bulan Mei yaitu hanya mampu menjual biji kopi sangrai seberat 170 kilogram, sehingga Cafe Macro Coffee Roastery mengalami permasalahan penurunan penjualan terhadap kopi sangrai.

Permasalahan yang dihadapi oleh Cafe Macro Coffee Roastery yaitu hasil penjualan produk kopi sangrai di tahun 2024 mengalami penurunan pada empat bulan terakhir yaitu bulan Februari sampai Mei. Permasalahan tersebut disebabkan oleh kelangkaan bahan baku berupa kopi karena belum waktunya untuk panen raya, sehingga pihak Cafe Macro Coffee Roastery hanya mendapatkan bahan baku berupa kopi melalui pemasok lokal, berdasarkan permasalahan yang dihadapi tersebut membuat pihak Cafe Macro Coffee Roastery belum mampu memaksimalkan penjualan produk seperti disaat waktu panen raya, seharusnya pihak Cafe Macro Coffee Roastery lebih memperhatikan strategi dalam pengelolaan bahan baku dengan mengelola stok bahan baku berupa kopi sebanyak mungkin. Permasalahan terhadap hasil penjualan produk kopi sangrai yang dihadapi oleh Cafe Macro Coffee Roastery, maka dapat diatasi dengan membuat strategi pemasaran biji kopi sangrai dengan tepat menggunakan indikator 4P yaitu diantaranya ada *produk* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi). Perlu juga dilakukan suatu strategi pemasaran yang tepat dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal agar penjualan terus meningkat dan tidak mengalami penurunan, sehingga mampu bersaing dengan kompetitor di bidang usaha penyangraian kopi. Peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut

untuk mengatasi permasalahan yang ada pada Macro Coffee Roastery dengan mempertimbangkan aspek kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) dengan menggunakan analisis SWOT dan dilanjutkan dengan menggunakan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk menentukan prioritas strategi pemasaran yang tepat bagi Cafe Macro Coffee Roastery Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diketahui rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) bagi pemasaran biji kopi sangrai pada Cafe Macro Coffee Roastery Kabupaten Jember?
2. Apa saja alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran biji kopi sangrai pada Cafe Macro Coffee Roastery Kabupaten Jember?
3. Apa saja prioritas strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pemasaran biji kopi sangrai pada Cafe Macro Coffee Roastery Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) bagi pemasaran biji kopi sangrai pada Cafe Macro Coffee Roastery Kabupaten Jember.
2. Merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran biji kopi sangrai pada Cafe Macro Coffee Roastery Kabupaten Jember.
3. Menentukan prioritas strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pemasaran biji kopi sangrai pada Cafe Macro Coffee Roastery Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan yang telah disebutkan, maka penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat sebagai berikut:

1. **Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan, pemahaman, pengetahuan, serta pengalaman bagi peneliti mengenai manajemen strategis dan pemasaran.

2. **Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan yang lebih baik di masa yang akan datang, terutama dalam strategi pemasaran yang digunakan.

3. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian tentang strategi pemasaran dan untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi peneliti selanjutnya.