

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai Negara agraris yang terletak di wilayah tropis yang memiliki keanekaragaman tanaman yang besar. Kontribusi sektor pertanian sebagai sumber ekonomi maupun sebagai penopang pembangunan. Peranan sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi sangat penting, karena sebagian besar anggota masyarakat Indonesia menggantungkan hidupnya pada sektor tersebut. Jika para perencana dengan sungguh-sungguh memperhatikan kesejahteraan masyarakatnya, maka satu-satunya cara adalah dengan meningkatkan kesejahteraan sebagian besar anggota masyarakatnya yang hidup di sektor pertanian (Arsyad, 2010). Hal ini tidak dapat dipungkiri mengingat Indonesia memiliki modal kekayaan sumberdaya alam yang sangat besar, sehingga memberikan peluang bagi berkembangnya usaha-usaha pertanian, salah satunya adalah tanaman perkebunan kopi yang merupakan salah satu komoditi perkebunan yang banyak dibudidayakan oleh petani dan perusahaan swasta. Kopi sebagai komoditas kebun telah menunjang perolehan devisa dan mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak. Hal ini berarti membuka lapangan pekerjaan bagi penduduk Indonesia (Nazarudin, 1993). Peran lintas pihak dalam mengelola agribisnis komoditas kopi yakni dari hulu hingga hilir dapat mewujudkan tingkat keberhasilan. Upaya meningkatkan produktivitas dan mutu kopi terus dilakukan sehingga daya saing kopi di Indonesia dapat bersaing di pasar dunia (Rahardjo, 2012) Hal ini sesuai dengan pendapat Reni, (2012), bahwa strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai dibidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya. Apabila komoditas kebun cukup menunjang perekonomian nasional Indonesia.

Produksi kopi Indonesia menunjukkan perkembangan yang fluktuatif. Berikut data produksi kopi di Indonesia pada tahun 2019-2023 dapat dilihat di Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2019-2023 (Ton)

Jenis Komoditas	Produksi Kopi (Ton)					Total
	2019	2020	2021	2022	2023	
Kopi	752,50	762,40	786,60	794,80	760,20	3856,50

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia (2023)

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, diketahui bahwa jumlah produksi kopi di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020 sebesar 762,40 ton meningkat pada tahun 2021 sebesar 786,80 ton meningkat tahun 2022 sebesar 794,80 sedangkan pada tahun 2023 jumlah produksi kopi mengalami penurunan dari tahun sebelumnya dan hanya mencapai 760,20 ton. Jumlah produksi yang fluktuatif ini dipengaruhi oleh luas area lahan yang ditanami. Semakin luas area lahan yang ditanami, maka semakin tinggi produksi yang diperoleh oleh petani kopi. Selain itu faktor cuaca yang berkaitan dengan pembungaan dan pembentukan buah kopi juga mempengaruhi fluktuasi jumlah produksi kopi.

Berikut ini disajikan data mengenai produksi tanaman perkebunan kopi di Provinsi Jawa Timur tahun 2019 sampai tahun 2023, dapat dilihat pada Tabel 1.2. Tabel 1.2 Produksi Kopi di Provinsi Jawa Timur Tahun 2019-2023 (Ton).

Jenis Komoditas	Produksi Kopi (Ton)					Total
	2019	2020	2021	2022	2023	
Kopi	49,20	48,50	46,60	45,80	48,10	238,20

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia (2023)

Pada Tabel 1.2 dapat dilihat dari data produksi tanaman perkebunan kopi di Provinsi Jawa Timur dapat diketahui bahwa mengalami penurunan produksi yang signifikan setiap tahun pada tahun 2019 sebesar 49,20 ton sampai pada tahun 2022 sebesar 45,80 ton. Dan mulai mengalami peningkatan pada tahun 2023 sebesar 48,10 ton. Menurut Direktur Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian

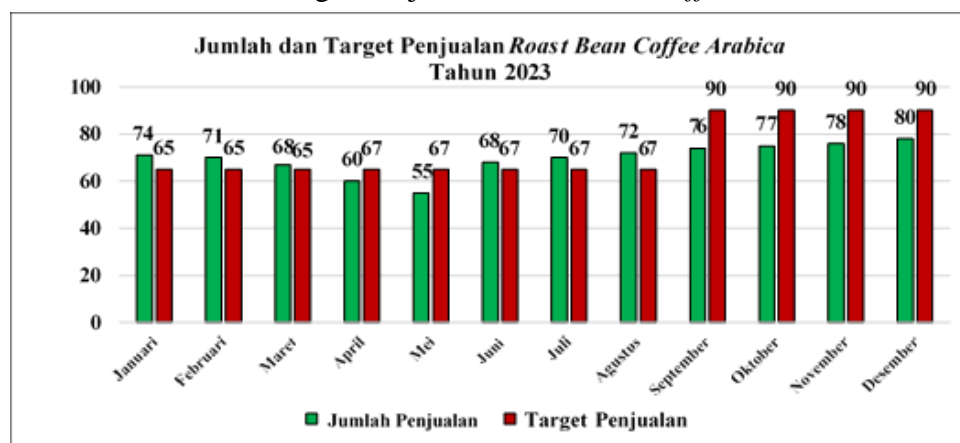
Republik Indonesia pada agrofarm mengatakan penurunan produksi tersebut akibat cuaca kemarau basah sehingga menyebabkan produksi kopi tidak maksimal.

Kabupaten Bondowoso merupakan salah satu sentra penanaman kopi di Jawa Timur, yang menghasilkan kopi dengan cita rasa khas (spesialti) yang dikenal secara internasional dengan julukan *Java Coffee*. *Java Coffee* atau kopi jawa memiliki paduan karakter yang kaya aroma serta rasa herbal pada *aftertaste*, sehingga dipuja pencinta kopi di seluruh dunia. Luas kopi rakyat di Bondowoso 13.534.76 Ha dengan hasil 2.712.94 Ose/ton, dikelola oleh 44 kelompok tani dengan no IDG 000023, Tanaman kopi Arabika yang ditanam di dataran tinggi Ijen dan Raung dengan ketinggian di atas 900 mdpl. Teknik olah yang dikembangkan oleh petani kopi Arabika di kawasan Ijen-Raung dikombinasikan dengan sifat-sifat khas kawasan dan dengan teknik budidaya telah menghasilkan biji kopi berkualitas tinggi dengan citarasa khas. Menurut BPS Provinsi Jawa Timur, potensi produksi kopi di Kabupaten Bondowoso pada tahun 2022 mencapai 10.420 ton. Kabupaten Bondowoso merupakan Kabupaten ketiga di Provinsi Jawa Timur yang memiliki luas areal tanaman kopi seluas 18,289 hektar. Kabupaten Jember memiliki luas areal tanaman kopi seluas 18,321 hektar, Kabupaten Malang dengan memiliki luas areal tanaman kopi seluar 20,491 hektar. Jenis kopi yang banyak diusahakan di Kabupaten Bondowoso adalah jenis Kopi Robusta dan Kopi Arabika.

Sekolah Kopi RAISA Center (Raung Ijen Sumberwringin Agropolitan) Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso merupakan sekolah kopi pertama di Indonesia, pengelolaan yang diinisiasi dari kerjasama multipihak antara lain: Perguruan Tinggi (Universitas Jember), Swasta (PT. Astra International Tbk.), Gabungan Kelompok Tani Kopi dan Pemerintah Daerah Kabupaten Bondowoso. Untuk meningkatkan kegiatan edukasi kopi mulai dari hulu hingga hilir. seperti budidaya, pemeliharaan, perawatan, pemuliaan hingga proses pascapanen. Pada setiap proses produksi pada Sekolah Kopi Raisa Center tersebut mampu mengolah 50-75 kg biji kopi yang telah disangrai (*roast bean*).

Sekolah Kopi Raisa Center mengelola beberapa unit usaha, salah satunya adalah pengolahan *roast bean* (biji kopi sangrai). Penyangraian (*roasting*) kopi adalah proses pemanggangan biji yang masih mentah (*green bean*) hingga tingkat kematangan tertentu. Dalam hal penyangraian ada beberapa yang perlu diperhatikan yaitu suhu atau temperatur, mesin yang digunakan, biji yang akan di *roasting* (Choiron, 2016). Dalam proses penyangraian kopi, suhu dan waktu akan mempengaruhi hasil akhir dari rasa kopi tersebut. Sekolah Kopi Raisa memproduksi *roast bean coffee arabica* dengan teknik penyangraian yang memperhatikan suhu dan waktu penyangraian sehingga menghasilkan *roast bean coffee* yang berkualitas. Keunggulan produk *roast bean coffee arabica* pada Sekolah Kopi Raisa Center antara lain memiliki cita rasa khas yaitu pahit, pekat, beraroma kuat, dan warna *roast bean coffee* yang memiliki tingkat kematangan yang seragam. Unit usaha yang digandrungi oleh POKJA Rosteri dan POKJA Humas dan Promosi menghadapi tantangan dalam pemasaran *roast bean coffee arabica* dilakukan dengan cara *online* dan pemasaran *offline*. Meskipun telah melakukan strategi usaha, *roast bean coffee arabica* memiliki beberapa kendala dalam pemasaran usahanya yaitu terjadi fluktuatif penjualan dan belum mencapai target pasar. Berikut data penjualan *roast bean coffee arabica* pada Sekolah Kopi Raisa periode tahun 2023, dapat dilihat pada Gambar 1.1.

Gambar 1.1 Jumlah dan Target Penjualan *Roast Bean Coffee Arabica*



Gambar 1.1 Jumlah dan Target Penjualan *Roast Bean Coffee Arabica* Pada Sekolah Kopi Raisa Kecamatan Sumberwringin

Sumber : Data Penjualan pada Sekolah Kopi Raisa (2023).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan terdapat beberapa masalah yang dirumuskan sebagai berikut :

1. Faktor internal dan faktor eksternal apakah yang mempengaruhi pemasaran *roast bean coffee arabica* pada Sekolah Kopi Raisa Center ?
2. Alternatif strategi pemasaran apakah yang dapat dilakukan pada *roast bean coffee arabica* di Sekolah Kopi Raisa Center ?
3. Prioritas strategi pemasaran apakah yang dilakukan pada *roast bean coffee arabica* di Sekolah Kopi Raisa Center ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran *roast bean coffee arabica* pada Sekolah Kopi Raisa Center”.
2. Menganalisis alternatif strategi pemasaran *roast bean coffee arabica* pada Sekolah Kopi Raisa Center”.
3. Mengetahui prioritas strategi pemasaran *roast bean coffee arabica* untuk meningkatkan volume penjualan pada Sekolah Kopi Raisa Center”.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi berbagai pihak yang berkepentingan, diantaranya yaitu :

1. Bagi masyarakat sebagai alternatif pengembangan usaha *roast bean coffee arabica*.
2. Bagi pemerintah sebagai bahan referensi untuk pembuatan kebijakan terkait pengembangan usaha *roast bean coffee arabica*.
3. Bagi akademis sebagai bahan referensi kepustakaan dalam memberikan informasi dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang pemasaran dan pengolahan *roast bean coffee arabica*.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup Penelitian ini merupakan studi kasus yang dilaksanakan di Sekolah Kopi Raisa Center, Kecamatan Sumberwringin, Kabupaten Bondowoso.. Tujuan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah aspek strategi alternatif pemasaran *roast bean coffee arabica* yang didasarkan pada penilaian SWOT (*Strenghts, Weakness, Opporitunities, dan Threats*) serta aspek penentuan prioritas strategi dalam pemasaran.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Muhammad Anfaal Al Ghifari, Alif Nurrohaman, Ananda Cantika, Siti Napila, Kurniawan, Nur Alim Bahri (2022). Penelitian berjudul Mengidentifikasi Faktor Internal Dan Eksternal Pemasaran Produk Kopi (Desa Gunung Karamat Kabupaten Sukabumi). Penelitiannya ini dilakukan di Desa Gunung Karamat Kabupaten Sukabumi. Bertujuan untuk menganalisa faktor internal dan eksternal, dan perumusan alternatif dalam strategi pemasaran kopi Desa Gunung Karamat memiliki produk- produk unggulan yaitu kopi Robusta dan Arabika, yang membuka mata Perusahaan Umum Daerah Agro Sukabumi Mandiri (Perumda ASM). Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan metode observasi, yang merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung, menjelaskan dan menggambarkan kondisi internal dan eksternal (SWOT). Metode wawancara dilakukan dengan para pengelola kopi seperti BUMDES Gunung Karamat dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Analisis data dilakukan dengan metode kualitatif. Yang menjadi faktor keunggulan pada produk kopi desa gunung keramat ini yaitu, ketersediaan lahan yang sangat luas, brend kopi gunung keramat sudah dikenal, dan letak penanam kopi sangat cocok. dari faktor kekurangannya yaitu, akses jalan yang kurang memadai, pengalaman petani kopi yang belum kompeten dan keterbatasan modal menjadi salah satu faktor kopi gunung karamat lambat.

Steven Frans, dan Vonny Tiara Narundana (2020). Penelitian berjudul Strategi Pemasaran *Robusta Coffee* Bunga Dalam Upaya Meningkatkan penjualan pada masa pandemi covid-19. Penelitian ini bertujuan mengetahui cara mengatasi masalah tersebut dan mengetahui strategi pemasaran yang benar dan tepat untuk meningkatkan upaya penjualan *Robusta coffee* Bungan pada saat pandemi COVID-19 berdasarkan analisis SWOT Metode yang digunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner, dengan analisis SWOT untuk menganalisis permasalahan yang dialami dan merumuskan strategi pemasaran.