

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan pertanian merupakan suatu hal yang tidak dapat kita lepaskan dari perkembangan dan pertumbuhan agroindustri yang berkembang di lingkungan yang ada di sekitar kita. Kata pembangunan sering diartikan pada pertumbuhan dan perubahan. Sehingga pembangunan pertanian yang berhasil dapat diartikan kalau terjadi pertumbuhan sektor pertanian yang tinggi dan sekaligus terjadi perubahan masyarakat tani dari yang kurang baik menjadi lebih baik (Himpunan Kerukunan Tani Indonesia, 2013).

Sektor pertanian di Indonesia dianggap penting terlebih dari peranan sektor pertaniandalam pembangunan suatu daerah dan perekonomian yaitu menciptakan lapangan pekerjaan bagi penduduk, sebagai sumber pendapatan, sebagai sarana untuk berusaha, sebagai penyedia bahan baku industri, sumber perolehan devisa, sebagai pasar potensial bagi produk – produk yang dihasilkan industri. Besarnya kontribusi sektor pertanian terhadap suatu negara dapat dilihat dari persentase PDB dari sektor tersebut. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Sumatera Barat tahun 2012, produk domestik regional bruto (PDRB) tertinggi dihasilkan oleh sektor pertanian berdasarkan lapangan usaha (Milyar Rupiah) dari tahun 2007 – 2011. Hal ini membuktikan bahwa sektor pertanian sangat berperan dalam pembangunan ekonomi di Sumatera Barat (Lampiran 1). Pembangunan pertanian tidak lepas dari perkembangan agrbisinis dan agroindustri yang banyak tumbuh dan berkembang disekitar kita (Himpunan Kerukunan Tani Indonesia, 2013).

Menurut Arsyad, *et al.* (1985 dalam Soekartawi 2010 : 2), agribisnis adalah suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil, dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian. Agribisnis juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan pertanian yang meliputi penyediaan prasarana dan sarana yang merupakan input dalam kegiatan pertanian, kegiatan yang menggunakan hasil pertanian sebagai input. Kegiatan agribisnis ini sangat berkaitan erat dengan kegiatan agroindustri yang berperan sebagai industri pengolahan terhadap hasil pertanian.

Agroindustri dapat diartikan dalam dua hal, yaitu pertama agroindustri adalah industri yg berbahan baku utama dari produk pertanian. Studi agroindustri pada konteks menekankan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan yang bahan baku utamanya adalah produk pertanian. Kedua adalah bahwa agroindustri itu diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan industri (Soekartawi 2005 : 9).

Kopi sebagai bahan baku agroindustri merupakan salah satu komoditas pertanian dari sektor perkebunan yang memiliki peranan cukup penting dalam meningkatkan perolehan devisa. Berdasarkan data dari Dinas Pertanian dan Perkebunan Provinsi Sumatera Barat tahun 2012, perkembangan produksi tanaman perkebunan Provinsi Sumatera Barat untuk komoditi kopi cukup berfluktuasi setiap tahunnya. Pada tahun 2008 produksi mencapai 15,551 ton, tahun 2009 produksi mengalami kenaikan menjadi 16,658 ton, kemudian pada tahun 2010 produksi mengalami penurunan menjadi 15,108. Selanjutnya pada tahun 2011 dan 2012 hasil produksi kembali mengalami kenaikan masing – masing 15,203 ton dan 15,259 ton, (Lampiran 2).

Menurut data Dinas Pertanian dan Perkebunan Provinsi Sumatera Barat tahun 2012, perkembangan luas tanaman perkebunan Provinsi Sumatera Barat untuk komoditi Kopi juga berfluktuasi setiap tahunnya. Pada tahun 2008, luas area tanaman kopi adalah 24, 627 Ha. Pada tahun 2009, luas area tanaman kopi menjadi 24,707 Ha, kemudian pada tahun 2010 luas area tanaman kopi adalah 19,834 Ha. Pada tahun 2011 luas area tanaman kopi adalah 19, 843 dan pada tahun 2012 luas area tanaman kopi menjadi 19,886 (Lampiran 3).

Kopi sebagai komoditas perkebunan yang memiliki peran penting dalam menunjang peningkatan perekonomian Indonesia. Komoditi kopi sudah sejak lama dikenal oleh masyarakat Indonesia. Kopi juga sangat prospektif sebagai komoditi ekspor. Pada tahun 2004, perolehan devisa dari komoditas kopi menghasilkan nilai ekspor sebesar US\$ 251 juta atau 10,1 persen dari nilai ekspor seluruh komoditas pertanian, atau 0,5 persen dari ekspor non-migas atau 0,4 persen dari nilai total ekspor (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia, 2005). Kopi merupakan salah satu jenis minuman yang populer dikalangan masyarakat luas. Masyarakat memiliki kebiasaan meminum kopi setiap hari dengan tujuan

konsumsi yang berbeda – beda. Kopi mengandung kafein yang dalam dosis rendah dapat mengurangi rasa lelah dan membuat pikiran menjadi segar (Tim Karya Tani Mandiri, 2010 : 14).

Dalam peta perdagangan kopi di dunia, posisi Indonesia sangat di perhitungkan karena negeri ini merupakan pemasok terbesar ketiga setelah Brasil dan Vietnam (Media Industri, 2011:22). Selain di ekspor, kopi juga banyak diolah sendiri oleh petani maupun masyarakat menjadi kopi bubuk sehingga mampu menghasilkan nilai tambah. Usaha pengolahan yang dilakukan oleh masyarakat tersebut masih dalam skala industri rumah tangga, dan industri sedang. Selama ini pengembangan belum diupayakan secara optimal karena berbagai faktor teknis dan non-teknis sehingga timbul berbagai kendala dalam pengembangannya.

Industri kecil merupakan sektor industri yang mampu bertahan dari guncangan ekonomi. Kelompok industri kecil memiliki peranan strategis dalam meningkatkan pendapatan dan kesempatan kerja. Industri kecil ini mempunyai kedudukan dan peranan penting dalam mewujudkan tujuan dari pembangunan nasional. Di Sumatera barat, program pembangunan industri diarahkan untuk mendorong pertumbuhan dan perkembangan agroindustri berskala besar, kecil dan sedang dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada tersedia di daerah sampai kepedesaan sehingga menyerap tenaga kerja yang berdampak positif terhadap pembangunan program industri. (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bukittinggi, 2011).

Di kota Bukittinggi, jumlah industri kecil makanan dan minuman (pangan) yang ada berjumlah 500 unit usaha, namun baru 113 unit usaha yang terdaftar dan mendapatkan izin dari pemerintah kota Bukittinggi (Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, 2012). Klasifikasi industri berdasarkan jumlah tenaga kerja, yaitu: industri dan dagang mikro, industri dan dagang kecil, industri dan dagang menengah, serta industri dan dagang besar (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bukittinggi ,2011).

Kota Bukittinggi sebagai kota wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan, membuat berbagai jenis industri bermunculan, khususnya industri bidang pangan. Masyarakat melihat hal ini sebagai sebuah peluang bagi industri mereka, sehingga banyak industri sejenis yang bersaing untuk menarik minat

konsumen, termasuk industri kopi bubuk. Dalam hal ini, pemasaran mempunyai peranan penting untuk menggugah dan menarik konsumen. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 1997:8).

Munculnya berbagai industri kopi bubuk ini menyebabkan persaingan antara industri yang lainnya semakin ketat sehingga mendorong setiap industri untuk berusaha meningkatkan kualitas strategi mixnya untuk menjangkau luas permintaan pasar. Untuk menjamin kelangsungan sebuah usaha, aspek pemasaran menjadi bagian yang penting, jika mekanisme pemasaran berjalan dengan baik maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Bauran pemasaran (*Marketing mix*) merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran dimana variabel dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Variabel *Marketing Mix* terdiri dari strategi produk, strategi harga, penyaluran atau distribusi dan promosi (Assauri, 1992:180).

Di sisi lain, keberadaan berbagai industri kopi bubuk di Kota Bukittinggi membuat konsumen mempunyai berbagai alternatif pilihan untuk membeli dan mengkonsumsi produk kopi bubuk yang ada. Dengan mengetahui adanya bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dapat dilakukan usaha untuk meningkatkan nilai produk, sehingga mampu mempengaruhi konsumen.

B. Rumusan Masalah

Industri kopi bubuk di Kota Bukittinggi merupakan salah satu bentuk agroindustri yang sedang dikembangkan. Industri kopi bubuk memiliki permasalahan yang sama dengan industri kecil lainnya. Permasalahannya adalah semakin banyaknya industri kopi bubuk yang muncul sehingga terjadi persaingan dalam menarik minat konsumen.

Menurut Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kota Bukittinggi (2012), industri pengolahan kopi merupakan industri yang memiliki jumlah unit usaha terbanyak ketiga setelah industri kerupuk dan industri kue basah. Jumlah

unit usaha industri kopi adalah 71 unit, yang sudah mendapatkan izin sebanyak 11 unit usaha, jumlah tenaga kerja yang diserap sebanyak 162 orang, (Lampiran 4). Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa industri kopi dapat berkembang dengan baik di Kota Bukittinggi. Hal ini karena Kota Bukittinggi mempunyai daya tarik bagi wisatawan, sehingga berbagai produk hasil olahan maupun hasil kerajinan masyarakat sering dijadikan sebagai oleh-oleh wisata dari Kota Bukittinggi. Ini merupakan peluang bagi industri yang ada di Kota Bukittinggi termasuk industri kopi bubuk

Usaha kopi bubuk UD. Nan Sabana merupakan salah satu industri kopi bubuk yang terdapat di Kota Bukittinggi. Usaha ini berada di daerah Jambak Dalam, Kelurahan Bukik Apik Puhun, Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi (Lampiran 5). Usaha ini mampu bersaing dengan usaha sejenis yang terdaftar pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Bapak Deddy atau St. Asarajo Deddy sebagai pimpinan usaha ini, memulai produksinya pada tahun 1992. Usaha Kopi Bubuk Nan Sabana ini mampu bertahan selama \pm 23 tahun. Usaha kopi bubuk UD. Nan Sabana merupakan industri pertama yang menggunakan kemasan kertas untuk produknya dengan merk Istana Minang. Kopi bubuk istana minang merupakan salah satu merek produk yang dimiliki oleh UD. Nan Sabana dengan volume penjualan lebih besar dari produk lain yang dimiliki oleh UD. Nan Sabana (Lampiran 6). Produk ini pada awal tahun 2014 dipasarkan dengan 3 ukuran kemasan yaitu 35 gr, 70 gr dan 175 gr, namun pada bulan Agustus 2014 pemilik hanya memasarkan produk dengan 2 ukuran kemasan yaitu 65 gr dan 145 gr dengan pertimbangan untuk meminimalkan biaya pembuatan kemasan.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil penelitian, usaha Kopi Bubuk Istana Minang UD. Nan Sabana ini adalah usaha turun temurun yang sudah berinovasi dalam hal cita rasa dan kemasan. Salah satu hal yang diaplikasikan pada produk kopi ini adalah pencampuran bahan baku yaitu biji kopi dicampur dengan jagung 15-20%., kemudian bahan tersebut digiling secara bersamaan. Inovasi dalam hal kemasan yang dilakukan oleh pemilik adalah dengan membuat kemasan kertas. Hal ini menjadi perhatian bagi pemilik karena merasa belum ada keunggulan yang dimiliki oleh produknya. Kemasan kertas

dibuat untuk membedakan produknya dari produk lain dari usaha sejenis yang terdapat di Kelurahan Bukik Apik.

Inovasi yang dilakukan pemilik terhadap kemasan bertujuan agar produknya mampu bersaing dan menarik minat serta perhatian konsumen, sehingga produk ini memiliki ciri khas yang membedakannya dari produk sejenis. Harapan pemilik dengan adanya inovasi ini bisa berpengaruh terhadap permintaan konsumen dan mampu memperluas target pemasaran. Berdasarkan informasi yang diperoleh, pemasaran yang dilakukan oleh usaha ini adalah dengan mengantarkannya langsung kepada pedagang pengecer. Produk ini pernah dipasarkan di beberapa tempat, namun sejalan dengan perkembangan usaha ini pemilik mulai memfokuskan produk kopi bubuk istana minang untuk dipasarkan di sentra oleh – oleh yaitu sanjai Ummi Aufa Hakim. Menurut pemilik, usaha ini belum memiliki tenaga kerja untuk pendistribusian produk dan promosi yang dilakukan hanya secara *Personal Selling*. Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan meningkatkan pasar dan dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Selain itu produsen juga perlu mengetahui respon dari konsumen mengenai produknya di pasaran karena respon tersebut dapat memberikan gambaran penilaian konsumen terhadap produk. Respon konsumen terhadap produk dapat menjadi umpan balik bagi industri kopi bubuk Istana Minang UD. Nan Sabana dalam melakukan pemasaran produk.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, timbul pertanyaan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran bauran pemasaran kopi bubuk Istana Minang UD. Nan Sabana di Kota Bukittinggi?
2. Bagaimana hubungan bauran pemasaran kopi bubuk Istana Minang UD. Nan Sabana dengan volume pembelian konsumen di Kota Bukittinggi?

Untuk menjawab pertanyaan di atas, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Hubungan Bauran Pemasaran Kopi Bubuk Istana Minang UD. Nan Sabana dengan Volume Pembelian Konsumen Di Kota Bukittinggi** “.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menggambarkan bauran pemasaran kopi bubuk Istana Minang UD. Nan Sabana di Kota Bukittinggi.
2. Menganalisis hubungan bauran pemasaran kopi bubuk Istana Minang UD. Nan Sabana dengan volume pembelian konsumen di Kota Bukittinggi.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan untuk berbagai pihak diantaranya:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, dan saran yang bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan pengembangan usaha bagi pelaku industri kopi bubuk Istana Minang UD. Nan Sabana pada masa yang akan datang.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pemerintah dalam mengambil kebijakan, pemberdayaan serta pembinaan terhadap usaha kopi bubuk yang ada di Kota Bukittinggi.

