

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang memiliki peranan strategis dalam struktur perekonomian di Indonesia. Peranan penting sektor pertanian antara lain adalah meningkatkan devisa Negara, penyedia lapangan pekerjaan, perolehan nilai tambah dan daya saing, pemenuhan konsumsi dalam negeri, bahan baku produksi industri dalam negeri dan pengelolaan sumber daya alam berkelanjutan secara optimal.

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan dalam subsektor perkebunan karena memiliki peluang pasar yang baik di dalam negeri maupun luar negeri. Sebagian besar produksi kopi di Indonesia merupakan komoditas perkebunan yang dijual ke pasar dunia. Menurut *International Coffee Organization* (ICO) konsumsi kopi meningkat dari tahun ke tahun sehingga peningkatan produksi kopi di Indonesia memiliki peluang besar untuk mengekspor kopi ke negaranegara pengonsumsi kopi utama dunia seperti Uni Eropa, Amerika Serikat, dan Jepang. Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi juga merupakan sumber penghasil bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia dikarenakan cukup banyak masyarakat yang bermata pencaharian sebagai petani (Kunawangsih, T. dkk, 2006:170)

Menurut laporan dari Badan Pusat Statistik (BPS), Produksi kopi tahun 2019 sampai dengan 2021 cenderung meningkat. Tahun 2019 produksi kopi sebesar 752,51 ribu ton naik menjadi 762,38 ribu ton pada tahun 2020 atau naik sebesar 1,31 persen. Tahun 2021 produksi kopi naik menjadi 786,19 ribu ton atau meningkat sebesar 3,12 persen (Lampiran 1).

Perkembangan konsumsi kopi masyarakat membuka peluang bagi investor lokal maupun asing untuk berinvestasi di industri kopi. Investasi industri kopi tidak hanya terbatas pada produksi bubuk kopi dan penyangraian kopi, tetapi semakin merambah ketahap penyajian kopi kepada konsumen. Pengembangan jasa kopi merupakan hal yang menarik karena banyak hal yang perlu diperhatikan, seperti sifat dan ragam produk, cita rasa produk yang dibuat, tampilan produk, penyajian

produk, cara pembuatan produk. Konsumen dilayani, dan hal-hal yang dapat merugikan konsumen (Adityo 2014).

Perkembangan teknologi yang semakin dinamis, membuat bisnis cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah dalam bersaing dengan pesaing bisnis lainnya. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pembisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam mencapai maksimal penjualan. Perusahaan tidak hanya lagi bertujuan untuk hanya *survive* melainkan juga harus memiliki keunggulan bersaing dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Dalam suatu lingkungan usaha, tidak semua yang bergerak dalam bidang tersebut dianggap sebagai pesaing, tetapi hanya pesaing yang potensial serta mereka yang baru masuk dalam persaingan yang juga potensial sebagai pesaing dalam usaha. Persaingan usaha merupakan sebuah proses dimana para usaha dipaksa menjadi perusahaan yang Efisien. (Septiani dalam Suharni 2022).

Maraknya *trend Coffee shop* di Indonesia juga terjadi di Provinsi Jambi, dengan melihat peluang bisnis terhadap *trend* ini maka banyak pengusaha yang tertarik untuk membuka usaha *Coffee Shop*. Hal ini dikarenakan peluang bisnis yang menjanjikan yang dapat menjangkau berbagai kalangan khususnya kalangan anak muda yang menjadikan *Coffee shop* sebagai tempat berkumpul bertukar cerita hingga mengerjakan tugas. Banyaknya pesaing bisnis dengan jenis usaha yang serupa maka menjalankan usaha dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat yang bertujuan agar usahanya dapat bertahan di pasaran.

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara dalam mengenalkan produk kepada konsumen, hal ini menjadi penting karena akan berhubungan dengan keuntungan yang akan dicapai oleh perusahaan. Strategi perusahaan akan berguna secara optimal bila didukung oleh perencanaan yang terstruktur baik dalam segi internal maupun dalam eksternal perusahaan (Suharni, 2022).

Kerinci Volcano Coffee merupakan salah satu kedai kopi pertama di Kota Sungai Penuh yang membawa tren minum kopi dengan penyajian dan rasa yang beragam. Kerinci Volcano Coffee juga memilih untuk memanggang biji kopinya sendiri. Proses pemangangan biji kopi hingga siap dikonsumsi merupakan kunci yang menghubungkan seluruh proses dari hulu ke hilir dalam industri kopi. Proses pemangangan ini membutuhkan keterampilan dan kecermatan untuk menjaga cita

rasanya. Pada tahap inilah biji kopi biasa diolah menjadi biji kopi yang memiliki *notes, flavor, aftertaste*, dan rasa unik.

Popularitas Kerinci Volcano Coffee meningkat karena semakin banyak masyarakat yang mengenal dan menyukai kopi dengan penyajian dan rasa yang berbeda-beda. Hal ini menyebabkan peningkatan jumlah konsumen dan mendorong Teguh untuk menambah beberapa karyawan di Kerinci Volcano Coffee. Namun, pada awal tahun 2019, *trend coffee shop* mulai berkembang di Kota Sungai Penuh, menciptakan pesaing baru bagi Kerinci Volcano Coffee dan menyebabkan penurunan omset. Untuk menarik kembali konsumen, Kerinci Volcano Coffee mencoba membuat inovasi baru, tetapi terhalang oleh pandemi COVID-19 pada tahun 2020 yang mengakibatkan penutupan selama 1 tahun 6 bulan.

Pada tahun 2021, kondisi pandemi di Indonesia mulai membaik, dan masyarakat diperbolehkan melakukan aktivitas seperti biasa. Hal ini juga mempengaruhi pelaku usaha, termasuk *coffee shop*, untuk kembali membuka tempat usaha mereka. Kerinci Volcano Coffee yang telah mulai buka saat pandemi mereda, dengan menerapkan *physical distancing*, kembali berjalan normal dan jumlah pelanggannya terus bertambah.

Kerinci Volcano Coffee tetap unggul dan berjaya pada era *new normal* karena dikenal menonjolkan kopi berkualitas dan kopi asli Kerinci yang memiliki kualitas setara ekspor dengan harga terjangkau. Namun, pada awal tahun 2022, bisnis *Coffee shop* dinilai sangat menjanjikan, menyebabkan menjamurnya *Coffee shop* baru di Indonesia, termasuk Kota Sungai Penuh. Banyaknya *Coffee shop* baru dengan inovasi dan tempat yang lebih menarik menyebabkan konsumen memiliki banyak opsi untuk nongkrong dan minum kopi.

Persaingan yang ketat ini mengakibatkan penurunan konsumen dan omset Kerinci Volcano Coffee. Teguh, sebagai pemilik usaha, berupaya untuk mengembalikan konsumennya dengan melakukan renovasi tempat usaha menjadi lebih menarik dengan gaya klasik, menggunakan furnitur kayu dan pencahayaan *warm*, sehingga menciptakan suasana hangat di Kerinci Volcano Coffee. Upaya ini berhasil sedikit mempengaruhi konsumen untuk kembali mengunjungi Kerinci Volcano Coffee.



## B. Rumusan Masalah

Pada Kota Sungai Penuh terdapat cukup banyak ditemukan *coffee shop*, hal tersebut diketahui dari hasil survey pendahuluan yang menunjukkan bahwa terdapat sekitar 13 *coffee shop* di Kota Sungai Penuh (Lampiran 1). Menjamurnya usaha *Coffee shop* ini menimbulkan persaingan antar sesama bisnis *Coffee shop* untuk bertahan di dalam bisnis ini. Dengan persaingan yang banyak mengharuskan pengusaha untuk memiliki cara atau trik sendiri untuk menarik konsumen dan mempertahankan usahanya dalam pasar.

Pertumbuhan jumlah *Coffee shop* modern saat ini menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan alternatif untuk memilih *Coffee shop* yang terbaik sesuai dengan keinginan dan harapan mereka, sehingga persaingan antar *Coffee shop* semakin tinggi. Persaingan bisnis *Coffee shop* yang semakin tinggi mengharuskan perusahaan untuk tidak hanya menyediakan produk serta layanan berkualitas tetapi juga harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar dapat mengalokasikan sumber daya untuk mencapai penjualan yang maksimal.

Diantara banyaknya usaha *Coffee shop* di kota Sungai Penuh, Kerinci Volcano Coffee merupakan salah satu *Coffee shop* pertama yang membawa *trend* minum kopi yang menyajikan sebagian besar menu yang berbau kopi dengan berbagai macam rasa dan bentuk penyajian. Kerinci Volcano Coffee beralamat di Jl. Sungai Bungkal, Pasar Sungai Penuh, Kecamatan Sungai Penuh, Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi. Dalam menghadapi persaingan bisnis, Kerinci Volcano Coffee selalu menjaga kualitas dari produk yang mereka tawarkan dengan harga yang terjangkau serta tempat yang menyajikan suasana hangat menjadi salah satu kelebihan yang dimiliki Kerinci Volcano Coffee untuk dapat bersaing dengan kompetitornya.

Berdasarkan Lampiran 1, menunjukkan bahwa Kerinci Volcano Coffee memiliki banyak pesaing bisnis yang sama dibidangnya. Sehingga dengan begitu pengusaha harus memerhatikan pasar dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal agar dapat merumuskan strategi pemasaran yang baik sehingga membuat pengusaha dapat mempertahankan usahanya dibidang *Coffee Shop*.

Berdasarkan uraian pada masalah di atas, maka peneliti ingin meneliti faktor internal dan eksternal untuk merumuskan strategi pemasaran pada usaha

*Coffee shop* Kerinci Volcano Coffee dengan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi pemasaran pada usaha *Coffee shop* Kerinci Volcano Coffee di Kota Sungai Penuh?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk usaha *Coffee shop* Kerinci Volcano Coffee di Kota Sungai Penuh?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas bahwasanya penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi faktor Internal dan Eksternal pada usaha *Coffee shop* Kerinci Volcano Coffee di Kota Sungai Penuh.
2. Merumuskan Strategi Pemasaran *Coffee shop* pada Kerinci Volcano Coffee di Kota Sungai Penuh.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dalam memahami ilmu strategi dalam pemasaran, khususnya mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menarik minat konsumen.
2. Bagi pelaku usaha, diharapkan penelitian ini dapat menjadikan bahan pertimbangan bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan khususnya mengenai kebijakan strategi pemasaran dimasa yang akan datang.
3. Bagi pihak lain, diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu tambahan informasi, wawasan dan pengetahuan serta sebagai referensi penelitian yang sejenis selanjutnya.

