

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Pertanian di Indonesia tidak hanya terdiri atas subsektor pertanian dan pangan, tetapi juga ada subsektor peternakan dan perikanan, dan subsektor perkebunan. Pada tahun 2022 sektor pertanian, kehutanan dan perikanan menyumbang sebanyak 12,40% (Lampiran 1) sebagai sumber pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto) di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2023). Sektor pertanian sendiri memiliki beberapa subsektor, antara lain subsektor tanaman pangan atau tanaman bahan makanan (lebih dikenal dengan pertanian rakyat), subsektor perkebunan, subsektor peternakan, subsektor kehutanan serta subsektor perikanan. Indonesia merupakan salah satu negara yang cocok untuk subsektor perkebunan, karena pada umumnya perkebunan berada di daerah bermusim panas atau di daerah sekitar khatulistiwa (Permatasari, 2014).

Subsektor perkebunan sangat dirasakan manfaatnya melalui hasil-hasil pembangunan yang telah dicapai selama ini. Hal ini tidak dapat dipungkiri mengingat Indonesia memiliki modal kekayaan sumber daya alam yang sangat besar, sehingga memberikan peluang bagi berkembangnya usaha-usaha pertanian, yang salah satunya adalah tanaman perkebunan yaitu kopi. Kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang banyak dibudidayakan oleh petani dan swasta. Hal ini disebabkan karena tanaman kopi memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan strategis, baik untuk memberikan peningkatan pendapatan petani bahkan dapat meningkatkan devisa suatu negara (Yusriati, 2018).

Agroindustri dapat diartikan dalam dua hal yaitu pertama, agroindustri adalah industri yang memanfaatkan produk pertanian sebagai bahan baku. Yang kedua, agroindustri merupakan suatu tahapan pembangunan sebagai dari kelanjutan pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahap pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri (Soekartawi, 2000).

Pengembangan agroindustri dianggap sebagai kelanjutan dari pembangunan sektor pertanian. Hal ini terbukti dengan kemampuan agroindustri dalam meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, menyerap tenaga kerja, meningkatkan devisa negara, dan mendorong pertumbuhan industri lainnya. Selain

itu, agroindustri juga diharapkan dapat menjadi pendorong bagi perkembangan sektor pertanian dengan menciptakan pasar untuk berbagai produk olahan pertanian. Namun, terdapat beberapa tantangan dalam pengembangan agroindustri, antara lain: (a) produk pertanian rentan terhadap kerusakan dan bersifat bulky, sehingga diperlukan teknologi dan transportasi yang dapat mengatasi masalah tersebut; (b) produk pertanian cenderung musiman dan dipengaruhi oleh iklim, sehingga kontinuitas produksi agroindustri tidak selalu terjamin; (c) kualitas produk agroindustri masih rendah sehingga kesulitan untuk memasuki pasar; (d) sebagian besar industri kecil masih menggunakan teknologi rendah, yang membatasi produksi agroindustri yang dihasilkan.

Industri pengolahan biji kopi hingga kopi bubuk merupakan salah satu dari industri pengolahan hasil pertanian yang sebagian besar dijalankan oleh petani, pedagang, pengecer, dan usaha kecil hingga besar. Proses pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk sebagian besar dilakukan oleh petani dan masih dilakukan dengan cara tradisional sehingga mengakibatkan rendahnya mutu dan kualitas produk kopi olahan. Di sisi lain, pengolahan kopi bubuk oleh pengecer dan asosiasi perdagangan nasional semakin meningkat melalui penggunaan mesin, namun jumlahnya masih terbatas (Murad, 2020).

Sejarah mencatat bahwa komoditas kopi merupakan salah satu dari tanaman perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan berperan penting baik sebagai sumber devisa maupun pendapatan rakyat. Namun demikian, realita di lapangan menunjukkan bahwa hanya ada sebagian kecil petani kopi yang memiliki posisi tawar yang tinggi dibandingkan pelaku usaha lainnya seperti pedagang perantara dan eksportir. Menurut Winarno, dkk (2019) pemilik keuntungan terkecil selalu ada pada pihak petani karena pada umumnya petani belum mampu menghasilkan biji kopi dengan mutu seperti yang diharapkan oleh pasar.

Kopi merupakan salah satu komoditas andalan pada subsektor perkebunan di Indonesia. Peran kopi diantaranya sebagai sumber perolehan devisa, penyedia lapangan kerja, sumber pendapatan petani, hingga pelaku ekonomi yang terlibat dalam proses budidaya, pengolahan, serta pengembangannya (Widyotomo dkk, 2013). Kopi adalah minuman penting bagi kebanyakan orang di seluruh dunia. Tidak hanya memberikan kenikmatan minum kopi bagi konsumen, tetapi juga

memiliki nilai ekonomi bagi negara produsen dan ekspor biji kopi (seperti Indonesia). Beberapa orang menyebut produk ini, terbuat dari biji sangrai pohon kopi (tanaman berbunga dalam keluarga *Rubiaceae*), sebagai produk kedua yang paling banyak diperdagangkan secara legal dalam sejarah manusia.

Dua varietas kopi yang paling umum ditanam di Indonesia adalah kopi arabika dan kopi robusta. Setiap jenis kopi ini memiliki karakteristiknya sendiri, dengan biji kopi robusta berbentuk bulat dan garis tengah lurus, sementara biji kopi arabika berbentuk lonjong dan garis tengah bergelombang (Muljana, 2010). Pada tahun 2020, Provinsi Sumatera Barat memproduksi kopi sebanyak 17.784 ton, sedangkan pada tahun 2021 mengalami penurunan yang cukup drastis menjadi 14.053 ton. Pada tahun 2022 produksi kopi di Provinsi Sumatera Barat mengalami peningkatan yang sangat signifikan yaitu sebanyak 21.910 ton (Lampiran 2).

Kopi Arabika memiliki tingkat keasaman yang tidak dimiliki oleh kopi Robusta dan dikenal dengan rasa pahitnya, namun dibandingkan dengan kopi arabika, kopi robusta memiliki rasa yang lebih menyerupai coklat. Aroma yang dihasilkan unik dan manis, warna biji bervariasi, dan tekstur lebih kasar dibandingkan kopi arabika. Kopi Robusta biasanya ditanam di dataran rendah di bawah 800 mdpl (meter di atas permukaan laut), sedangkan kopi Arabika biasanya ditanam di dataran tinggi antara 1.000 hingga 2.000 meter di atas permukaan laut.

Pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk merupakan salah satu cara pengolahan kopi yang paling sederhana. Dimana dilakukan penyangraian biji kopi, kemudian dilakukan penggilingan biji kopi dan pengemasan. Pengolahan kopi bubuk ini banyak dilakukan oleh petani, pengecer, industri kecil dan pabrik.

Kopi bubuk merupakan salah satu kopi yang banyak digemari oleh masyarakat, baik yang lanjut usia maupun muda-mudi lebih memilih kopi bubuk dibanding kopi jenis lain karena memiliki rasa yang khas. Oleh karena itu, banyak usaha kopi rumahan yang memproduksi kopi bubuk buatan lokal. Salah satu industri rumah tangga yang memproduksi kopi bubuk terletak di Nagari Tabek, Kecamatan Pariangan, Kabupaten Tanah Datar.

Usaha produksi Kopi Bubuk Duo Poetri termasuk dalam kategori usaha skala kecil. Hal ini tidak hanya ditentukan oleh skala modal dan jumlah tenaga kerja yang terlibat, tetapi juga oleh tingkat keuntungan yang cenderung hanya mencukupi



kebutuhan hidup sehari-hari. Oleh karena itu, usaha semacam ini rentan terhadap tantangan dalam strategi pemasaran, terutama terkait dengan produksi produk, perluasan pasar, dan peningkatan profitabilitas. Oleh karena itu, pengembangan usaha kopi bubuk ini perlu didasarkan pada prinsip pembangunan berkelanjutan. Hal ini memerlukan analisis lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha kopi bubuk tersebut, sehingga strategi yang tepat dapat dirumuskan untuk bertahan di pasar domestik maupun internasional. Selain itu, fleksibilitas dalam pelaksanaan usaha kopi bubuk juga penting, dengan kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan situasi dan kondisi yang diinginkan.

Apabila suatu produk sudah diketahui oleh masyarakat umum mengenai kualitas seperti sudah memiliki merek yang kuat maka akan menarik minat beli konsumen. Suatu harga juga dapat menimbulkan minat beli konsumen, terlebih konsumen yang sensitif terhadap harga. Dengan adanya perbedaan tingkat harga antar produk dapat menimbulkan pergeseran minat beli.

Hal ini karena minat beli konsumen akan muncul pada tingkat harga tertentu yang dianggap menguntungkan. Lokasi penjualan juga menjadi bahan pertimbangan dalam membeli produk, apabila lokasi mudah dijangkau, maka dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli produk. Selanjutnya kegiatan promosi dilakukan bukan hanya menginformasikan sebuah produk namun juga mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, dan apabila promosi tersebut menarik maka konsumen akan mempertimbangkan untuk melakukan pembelian produk.

## **B. Rumusan Masalah**

Kabupaten Tanah Datar menempati urutan ke dua belas di Sumatera Barat dengan jumlah sebanyak 1,322 ton produksi kopi pada tahun 2022. Di Kecamatan Pariangan, jumlah hasil produksi kopi sebanyak 7,26 ton pada tahun 2021 (Lampiran 3). Hal ini menyebabkan usahatani kopi yang menghasilkan biji kopi berkualitas akan memasok bahan baku yang berkualitas untuk industri pengolahan kopi.

Usaha pengolahan kopi memerlukan strategi pemasaran untuk meningkatkan kesejahteraan petani sekitar. Strategi pemasaran tersebut meliputi analisis kondisi internal yaitu kekuatan dan kelemahan dan analisis kondisi

eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Beragamnya merek kopi yang ditemukan oleh konsumen, maka konsumen akan memiliki beberapa pilihan dalam perencanaan pembelian. Rencana pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan mempertimbangkan mengenai produk tersebut baik mengenai kualitas produk, harga, tempat dan promosi yang akhirnya akan membuat keputusan pembelian.

Kopi Bubuk Duo Poetri merupakan suatu usaha kopi bubuk skala mikro yang di produksi di rumah dan diolah oleh 2 orang pekerja untuk proses pengemasan dan pemasaran. Pemilik usaha kopi ikut serta dalam proses pembuatan kopi mulai dari proses roasting, penyaringan hingga penggilingan kopi menjadi kopi bubuk. Kopi Bubuk Duo Poetri memiliki beberapa kendala yang dialami dalam proses operasinya, yaitu penurunan pendapatan yang disebabkan oleh penurunan penjualan kopi bubuk, hal ini terjadi karena persaingan yang ketat antara Kopi Bubuk Duo Poetri dengan usaha kopi bubuk lainnya. Terutama usaha kopi kemasan yang dipasarkan secara online, menuntut pemilik usaha Kopi Bubuk Duo Putri memiliki pengetahuan mengenai bisnisnya untuk evaluasi dan penentuan strategi bisnisnya. Perubahan bentuk kemasan belum memperlihatkan perubahan berarti pada usaha kopi bubuk kemasan. Kekurangan kopi bubuk duo putri saat ini adalah belum memiliki konsumen yang tetap.

Kopi Bubuk Duo Poetri merupakan usaha mikro yang didirikan pada tanggal 4 Februari 2023. Kopi Bubuk Duo Poetri berlokasi di Nagari Tabek, Kecamatan Pariangan, dan merupakan usaha kopi bubuk yang baru. Pada awal pendiriannya, Kopi Bubuk Duo Poetri memproduksi 300 kg kopi bubuk sebagai produk uji coba dalam kegiatan UMKM di Sumatera Barat. Namun, setelah kegiatan promosi awal tersebut, Kopi Bubuk Duo Poetri belum melanjutkan upaya promosi untuk mencari pasar tetap. Dalam upaya menarik konsumen, Kopi Bubuk Duo Poetri perlu mempertimbangkan strategi pemasaran yang efektif. Perubahan selera konsumen terhadap kopi yang bervariasi dapat menjadi tantangan dalam proses pemasaran produk kopi bubuk ini.

Persaingan dalam industri kopi bubuk, terutama bagi merek Kopi Bubuk Duo Poetri, banyak terjadi dalam bidang pemasaran. Kopi Bubuk Duo Poetri mencoba inovasi dengan menambahkan minyak esensial dari jagung untuk menciptakan rasa dan aroma yang berbeda pada jenis produk kopi sensasi. Namun,

inovasi ini belum sepenuhnya diterima oleh konsumen karena mereka masih belum terbiasa dengan rasa baru tersebut. Perubahan selera dan pilihan konsumen bisa meningkatkan persaingan antar produsen kopi bubuk, sehingga Kopi Bubuk Duo Poetri menghadapi tantangan dalam membangun konsumen yang setia. Memahami selera konsumen, perkembangan pasar, dan kebiasaan pembelian kopi bubuk menjadi sangat penting bagi keberhasilan Kopi Bubuk Duo Poetri.

Berdasarkan survei pendahuluan, Kopi Bubuk Duo Poetri adalah usaha mikro yang menghadapi tantangan dalam memasarkan produknya, terutama karena penurunan penjualan dan ketatnya persaingan di pasar kopi bubuk. Meskipun kapasitas produksi kopi bubuk ini bisa mencapai 500 hingga 800 kilogram per bulan, terdapat penurunan volume pemasaran akibat tingginya harga produk serta rendahnya minat konsumen (Lampiran 4).

Penurunan penjualan dapat disebabkan oleh berbagai faktor yang saling terkait. Salah satu faktor utama adalah perubahan selera konsumen, yang berdampak pada penurunan permintaan terhadap produk. Selain itu, keterbatasan jangkauan pasar juga berkontribusi pada penurunan penjualan, karena produk tidak dapat menjangkau konsumen dalam skala yang lebih luas.

Tantangan semakin besar dengan adanya peningkatan persaingan dari produk kopi bubuk lain yang lebih dikenal dan dipasarkan secara online. Persaingan yang ketat ini merupakan faktor signifikan dalam penurunan penjualan Kopi Bubuk Duo Poetri. Pesaing yang mengadopsi strategi pemasaran inovatif berhasil menarik perhatian konsumen, sehingga mengurangi pangsa pasar Kopi Bubuk Duo Poetri. Selain itu, kurangnya promosi yang efektif dan minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran turut menyebabkan produk ini kurang dikenal dan diminati oleh konsumen.

Menurut Nitisemiti (2006), menemukan bahwa faktor yang menyebabkan penurunan penjualan terdiri dari penurunan kualitas barang, terbatasnya persediaan bahan baku, terbatasnya teknologi, berubahnya selera konsumen, munculnya barang pengganti, munculnya pesaing, kekurangan persediaan barang, harga yang lebih tinggi maupun lebih rendah dibandingkan pesaing dan kurangnya promosi yang efektif juga memperburuk kondisi ini, sehingga minat konsumen terhadap produk semakin menurun.



Untuk menghadapi situasi ini, diperlukan analisis menyeluruh guna memahami faktor-faktor yang menyebabkan penurunan penjualan. Analisis ini sangat penting untuk merumuskan strategi yang tepat dalam mengatasi permasalahan dan memulihkan penjualan.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dirumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan daya saing Kopi Bubuk Duo Poetri. Strategi ini diharapkan dapat membantu memperluas jangkauan pasar, mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam pemasaran kopi lokal, serta menjadi acuan bagi pengembangan produk di masa mendatang.

Berdasarkan uraian masalah diatas, maka peneliti ingin meneliti strategi pemasaran usaha kopi bubuk dengan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran Kopi Bubuk Duo Poetri?
2. Bagaimana strategi pemasaran Kopi Bubuk Duo Poetri?

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, peneliti tertarik untuk mengangkat sebuah judul penelitian “**Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Duo Poetri di Nagari Tabek Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar**”.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal pada Kopi Bubuk Duo Poetri.
2. Merumuskan strategi pemasaran Kopi Bubuk Duo Poetri.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian tersebut diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang strategi pemasaran untuk Kopi Bubuk Duo Poetri.
2. Penelitian ini sebagai bahan informasi dan memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang strategi pemasaran.