BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertanian merupakan kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati untuk menghasilkan bahan pangan, bahan industri atau sumber energi. Pertanian dapat diartikan dalam artian sempit dan luas. Pertanian dalam arti sempit merupakan pertanian yang hanya melakukan aktivitas budidaya tanaman saja, sedangkan pertanian dalam arti luas terdiri dari subsektor tanaman pangan, sub sektor tanaman hortikultura, sub sektor sub sektor tanaman perkebunan, sub sektor kehutanan, sub sektor perikanan dan sub sektor peternakan (Hastuti, 2017)

Sub sektor pertanian yang memegang peran penting dan menjadi salah satu penyumbang devisa dan pendapatan nasional terbesar yaitu sub sektor perkebunan. Pada tahun 2022 kontribusi nilai ekspor sub sektor perkebunan dari komoditas unggulan mencapai 41,57% dari total Pendapatan Domestik Bruto (PDB) sektor pertanian (Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian, 2023). Indonesia memiliki lima komoditas unggulan disektor perkebunan yaitu kelapa sawit, kakao, kopi, kelapa dan karet.

Indonesia menduduki posisi kedua sebagai produsen kopi terbesar di Asia dan Oseania setelah Vietnam. Pada tahun 2022/2023 produksi kopi Indonesia meningkat dari 11,9 juta karung menjadi 12 juta karung (ICO, 2023). Menurut data Departemen Pertanian Amerika Serikat, Indonesia merupakan produsen kopi terbesar kelima didunia setelah Brazil, Vietnam, Columbia, dan Ethiopia (B, Emanuella, 2024).

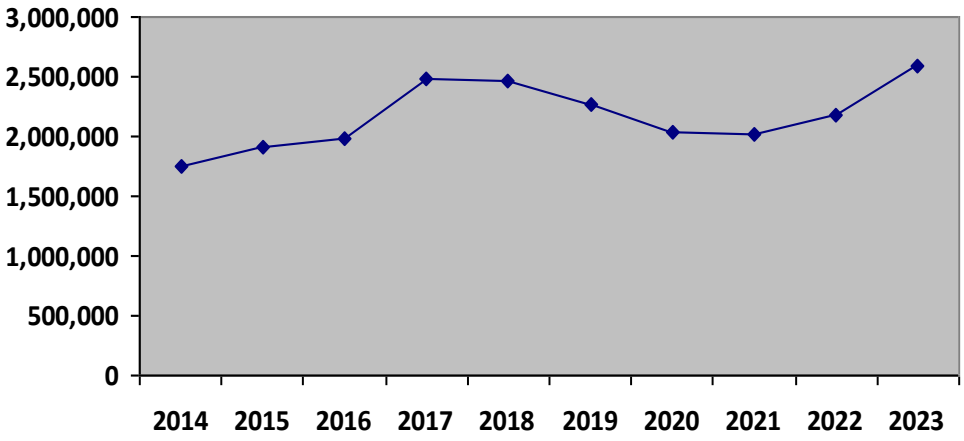
Luas area dan produksi tanaman perkebunan kopi di Indonesia mengalami fluktuasi dari tahun 2021 hingga 2023. Pada tahun 2021 luas area perkebunan kopi di Indonesia yaitu 1,25 juta ha dengan jumlah produksi sebesar 774 ribu ton. Pada tahun 2023 luas area tanaman perkebunan kopi di Indonesia yaitu 1,26 juta ha dengan jumlah produksi sebesar 760 ribu ton. Provinsi yang menyumbang produksi kopi terbesar di Indonesia yaitu Sumatera Selatan, Lampung, dan Sumatera Utara. Sumatera Selatan memproduksi kopi sebesar 198 ribu ton, Lampung sebesar 108,1 ribu ton dan provinsi Sumatera Utara sebesar 87,9 ribu ton dari total produksi kopi di Indonesia (Lampiran 1).

Provinsi Sumatera Barat menduduki posisi kesepuluh sebagai daerah penghasil kopi terbesar di Indonesia dengan produksi sebesar 23 ribu ton dan luas area tanam seluas 23.8 ribu ha. Produksi tersebut mengalami peningkatan dari tahun 2021 hingga 2022. Pada tahun 2021 jumlah produksi kopi di Sumatera Barat sebesar 12.8 ribu ton dengan luas area tanam seluas 24,4 ribu ha. Pada tahun 2022 produksi kopi meningkat menjadi 15.3 ribu ton dengan luas area tanam seluas 24.1 ribu ha (Lampiran 1).

Kopi merupakan salah komoditi yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Oleh karena itu, pengembangan sektor pengolahan kopi akan memberikan dampak bagi peningkatan perekonomian masyarakat. Industri pengolahan kopi merupakan kegiatan yang mengolah bahan baku dari komoditi kopi yang diolah mulai dari mengubah bentuk fisik atau kimiawi, penggudangan, pengepakan dan pendistribusian produk. Produk Industri pengolahan kopi dapat berupa produk jadi yang siap dikonsumsi oleh konsumen akhir maupun sebagai bahan baku bagi industri lainnya.

Pada saat ini terjadinya kenaikan harga bahan baku yang cukup signifikan. Menurut ICO pada tahun 2022 hingga 2024 harga komoditi kopi berfluktuasi setiap tahunnya tetapi cenderung mengalami kenaikan. Pada November 2023 hingga Agustus 2024, harga kopi dunia terus mengalami kenaikan yang signifikan. Harga kopi dunia pada Agustus 2024 rata-rata 238,92 *sen* AS/*pound*, meningkat 1,0% dari Juli 2024 (ICO , 2024). Kenaikan harga kopi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya iklim ekonomi global yang relatif masih ketat, ketegangan geopolitik di Timur Tengah, ketersediaan penuh rute pengiriman dan Kenaikan harga bahan baku kopi tersebut juga disebabkan oleh terjadinya penurunan produksi kopi dari negara produsen kopi di dunia seperti Brazil dan Vietnam. (ICO, 2024).

Kenaikan harga kopi juga dirasakan di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia, tren rata harga produsen kopi biji kering pada 10 tahun terakhir mengalami kenaikan. Pada tahun 2014 harga produsen biji kopi kering sebesar Rp. 1.751.031 yang terus mengalami kenaikan hingga tahun 2017 dengan harga sebesar Rp. 2,467,074/100 Kg. Namun, mengalami penurunan dari tahun 2018 hingga 2020. Pada tahun 2020, harga produsen biji kopi kering sebesar Rp. 2.040.353 (Lampiran 2).



Gambar 1. Harga produsen kopi biji kering di Indonesia (Rp/100Kg) tahun 2014-2023

Pada tahun 2021 harga produsen kopi biji kering di Indonesia mengalami kenaikan hingga tahun 2023. Selama tahun 2021 harga produsen kopi berfluktuasi dengan rata rata harga sebesar Rp. 2.014.119/100 kg. Pada tahun 2022 harga produsen kopi sebesar Rp. 2.171.519/100 kg meningkat 7% dari tahun sebelumnya. Harga produsen kopi terus mengalami kenaikan hingga tahun 2023 sebesar Rp. 2.581.744/100 kg (Lampiran 3).

Kopi merupakan salah satu faktor produksi bagi usaha pengolahan bubuk kopi. Hubungan dia antara penggunaan faktor-faktor produksi dan tingkat produksi yang dihasilkan disebut dengan fungsi produksi. Dalam memperoleh keuntungan maksimum produsen harus mampu memecahkan persoalan mengenai komposisi faktor faktor produksi yang digunakan untuk menciptakan tingkat produksi yang tinggi ataupun komposisi faktor produksi yang bagaimana yang akan meminimumkan biaya produksi untuk mencapai satu tingkat produksi tertentu. Penggunaan faktor produksi tidak hanya mempengaruhi tingkat produksi yang dihasilkan tetapi juga akan mempengaruhi biaya produksi. Biaya produksi merupakan semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang yang diproduksi. Apabila jumlah suatu faktor produksi yang digunakan selalu berubah-ubah maka biaya produksi yang dikeluarkan juga berubah uah nilainya (Sukirno, 2016).

Pada saat ini, tidak hanya jumlah faktor produksi yang dapat mempengaruhi biaya produksi. Namun, peningkatan harga penggunaan faktor produksi juga ikut

mempengaruhi biaya produksi. Jika harga salah satu faktor produksi berubah, proporsi keseimbangan faktor produksi juga akan berubah dengan cara penggunaan lebih sedikit faktor produksi (input) yang harga nya mengalami peningkatan (Sukirno, 2016).

Kenaikan harga kopi saat ini akan mempengaruhi biaya produksi bubuk kopi. Tingginya biaya produk akan berdampak pada tingkat penjualan. Bagi perusahaan atau pabrik pengolah bahan mentah atau bahan setengah jadi menjadi barang bernilai ekonomi, maka masalah kenaikan harga berhubungan dengan biaya produksi. Secara kuantitas, suatu perusahaan sudah membatasi hasil produksinya dengan menyesuaikan pada biaya produksi yang harus dikeluarkan. Ketika hasil produk secara kuantitas berkurang tentunya juga berdampak pada laba yang diperoleh (Sayyida, 2014).

Apabila terjadinya kenaikan harga bahan baku, perusahaan harus mampu memanajemen penggunaan bahan baku agar memperoleh keuntungan yang optimal. Keuntungan didapat dari pengurangan pendapatan total dengan biaya total. Keuntungan atau laba diperoleh hanya apabila hasil penjualan melebihi dari biaya produksi. Memaksimalkan keuntungan mengharuskan perusahaan mengelola kegiatan internalnya secara efisien dan mengambil keputusan yang masuk akal ditempat berlangsungnya pasar (membeli input dengan jumlah yang tepat dengan biaya sekecil-kecilnya dan memilih output pada tingkat yang optimal) (Samuelson & Nordhaus, 2003).

Aktivitas perusahaan dituntut secara efektif dan efisien dalam menggerakkan sumber daya yang ada seperti modal, tenaga kerja dan lainnya. Itu untuk memperoleh keuntungan yang besar sesuai dengan target yang telah ditentukan sebelumnya. Pemenuhan kualitas produk yang lebih baik maupun harga yang bersaing merupakan tantangan tersendiri bagi perusahaan. Apalagi, tuntutan tersebut dibarengi dengan tingginya biaya produksi (Sayyida, 2014). Hal tersebut dapat dilakukan dengan pemilihan strategi yang tepat bagi perusahaan.

Strategi merupakan serangkaian tindakan untuk mencapai kinerja masa depan dan tujuan perusahaan. Strategi dapat dipengaruhi oleh lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Lingkungan internal berarti faktor-faktor internal yang dapat dikelola/dikendalikan oleh suatu perusahaan. Lingkungan

eksternal merupakan lingkungan yang tidak dapat dipengaruhi oleh perusahaan. (Assa, 2009). Salah satu lingkungan eksternal perusahaan yaitu ekonomi seperti terjadinya kenaikan harga bahan baku. Dalam konteks analisis manajemen strategi terkait dengan menghadapi kenaikan harga bahan baku, mengacu pada upaya organisasi untuk memahami dampak kenaikan harga bahan baku dan mengembangkan strategi yang efektif untuk mengatasi tantangan yang timbul (Rukaiyah *et al*., 2023).

Menurut Amir (2011) terdapat tiga tingkatan strategi yaitu strategi korporasi (*corporate strategy),* strategi bisnis (*business strategy)* dan strategi fungsional (*functional strategy).* Strategi korporasi menentukan arah perusahaan secara keseluruhan. Pada perusahaan multibisnis strategi korporasi membahas bagaimana perusahaan mengintegrasikan antar bisnis secara keseluruhan. Strategi bisnis menentukan bagaimana perusahaan akan bersaing dalam area pasar produk yang dipilih. Strategi fungsional merupakan pendekatan yang diambil setiap fungsional untuk mencapai sasaran dan strategi korporat atau bisnis dengan memaksimalkan produktivitas sumber dayanya.

Strategi fungsional adalah alat untuk mengimplementasikan strategi perusahaan dan mendukung pencapaian tujuan jangka panjang (David, 2011). Memanfaatkan strategi fungsional, sebuah perusahaan atau unit bisnis dapat menghasilkan kapabilitas khusus yang memberi mereka keunggulan kompetitif. Strategi fungsional memadukan berbagai tugas dan kemampuan masing-masing fungsi dalam batas-batas bisnis dan strategi korporat untuk meningkatkan kinerja. Strategi fungsional berhubungan langsung dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Strategi fungsional lebih fleksibel karena dapat dengan cepat merespons perubahan dan melakukan penyesuaian untuk mempertahankan penghematan daya (Wheleen & Hunger, 2012).

Strategi fungsional secara umum terbagi menjadi 4 fungsi utama yaitu personalia, pemasaran, keuangan dan produksi/operasi. Menurut Assauri (2008) bidang produksi bersama-sama dengan pemasaran merupakan dua fungsi utama perusahaan. Fungsi keuangan dan personalia merupakan dua fungsi penunjang utama dalam bisnis perusahaan.

Bidang produksi merupakan bidang yang menentukan atau berpengaruh terhadap tinggi rendahnya biaya produksi dari suatu barang, dan akhirnya menentukan harga pokok penjualan (HPP) suatu barang serta menentukan atau berpengaruh terhadap tinggi rendahnya tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan. Menurut Mulyadi (2015) biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan *overhead pabrik.* Apabila terjadi kenaikan harga bahan baku maka akan meningkatkan biaya produksi dan mempengaruhi tingkat laba yang diterima perusahaan. Biji kopi merupakan salah satu komoditi dengan harga yang tidak tetap dan cenderung mengalami kenaikan. Perusahaan pengolahan kopi hanya mampu menerima harga yang ditentukan oleh pasar. Dalam memproduksi bubuk kopi perusahaan membutuhkan biaya untuk dapat tetap berjalan sebagaimana mestinya dan memperoleh laba yang maksimum. Salah satu cara perusahaan mencapai target laba setinggi -tingginya adalah dengan memanajemen biaya secara efektif dan efisien (Wahyuni *et al.,* 2023).

Bidang pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan penting merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan jika pelaku usaha ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Pemasaran akan mempengaruhi bagaimana, kepada siapa dan dengan pesan apa produk dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pemasaran akan memperlihatkan bagaimana perusahaan mengambil keputusan terhadap bauran pemasaran dalam memaksimalkan keuntungan (Assauri, 2008). Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan suatu konsep untuk menyusun strategi pemasaran di perusahaan dalam mencapai tujuannya di pasar sasaran, sehingga mendapatkan kepuasan dari hasilnya tersebut (Simbolon *et al*., 2022). Perusahaan harus memahami situasi internal dan eksternal yang dialaminya. Apabila terjadi kenaikan harga bahan baku, perusahaan harus mampu menentukan strategi pemasaran yang tepat agar sesuai dengan kebutuhan konsumen dan tercapainya tujuan perusahaan. Strategi pemasaran dapat dilakukan dengan penyesuaian bauran pemasaran produk yang dilakukan perusahaan baik terkait produk yang ditawarkan, penetapan harga jual, tempat/distribusi maupun promosi yang dilakukan.

Strategi fungsional berperan penting dalam menghadapi tantangan bisnis dengan mengarahkan setiap bagian atau fungsi perusahaan seperti pemasaran, produksi, keuangan, dan SDM untuk bekerja secara efisien dan selaras dengan tujuan utama perusahaan. Strategi ini memungkinkan setiap unit merespons dengan cepat terhadap perubahan pasar dan mengelola sumber daya secara optimal. Perusahaan harus mampu menentukan strategi dalam pemanfaatan sumber daya guna mendukung tercapai tujuan perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Kenaikan harga kopi juga terjadi di Sumatera Barat. Pada tahun 2023 harga kopi biji kering di Sumatera Barat mengalami fluktuasi setiap bulannya. Namun, secara keseluruhan rata rata harga tersebut mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2022. Harga tertinggi produsen biji kopi di Sumatera Barat, pada tahun 2023 terjadi di bulan Desember sebesar Rp. 2.723.090/100 kg (Lampiran 4).

Kenaikan harga tersebut akan berdampak pada perkembangan industri pengolahan kopi yang berada di Sumatera barat salah satunya Kota Solok. Usaha pengolahan kopi di Kota Solok mengalami perkembangan yang dapat dilihat dari banyaknya usaha sejenis didaerah tersebut. Pada saat ini, terdapat 20 usaha pengolahan kopi yang berkembang di Kota Solok (Lampiran 5).

Salah satu usaha pengolahan kopi yang sudah lama berdiri di Kota Solok yaitu Kopi Asnel Solok Cap Gelas Tangkai yang beralamat di Jl. Rawa Gumantan No.61, Kelurahan Aro Kecamatan Lubuk Sikarah Kota Solok. Kopi Asnel Solok Cap Gelas Tangkai adalah usaha rumahan yang memproduksi bubuk kopi yang berdiri sejak tahun 1977. Usaha ini merupakan usaha keluarga yang dikelola secara turun temurun. Saat ini Kopi Asnel cap gelas tangkai dipimpin oleh Era Maihexsa yang merupakan anak dari Ibu Nelma selaku pendiri usaha ini. Usaha Kopi Asnel Solok cap gelas tangkai ini tergolong kedalam industri kecil. Kopi Asnel Solok cap gelas tangkai telah terdaftar di BPOM.RI dan memiliki surat izin usaha dengan No. P-Irt 210137202061-19.

Berdasarkan survey pendahuluan usaha Kopi Asnel memasok bahan baku dari pedagang pengumpul yang berasal dari luar daerah. Kerjasama tersebut sudah berjalan sejak lama yang bertujuan agar persediaan bahan baku biji kopi selalu ada.

Kerjasama tersebut juga menetapkan jumlah kopi yang diperlukan dan harga yang disepakati. Kesepatan harga tersebut disesuaikan dengan kenaikan harga kopi yang terjadi.

Produk Kopi Asnel Solok berupa bubuk kopi yang memiliki variasi ukuran yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Bubuk kopi yang dihasilkan berasal dari biji kopi robusta yang memiliki ciri khas seperti kacang kacangan dan memiliki rasa pahit. Setelah terjadinya kenaikan harga bahan baku kopi bubuk Asnel dijual dengan harga Rp. 100.000/kg. Harga tersebut mengalami kenaikan dibandingkan sebelum terjadinya kenaikan harga bahan baku yaitu sebesar Rp. 69.000/kg.

Harga baku biji kopi juga terus mengalami kenaikan pada tahun 2024. Harga bahan baku pada Januari 2024 berkisar antara Rp. 44.000 per kg dan pada Agustus 2024 harga bahan baku kopi sudah mencapai Rp. 67.000 per kg (Lampiran 6). Kenaikan harga bahan baku mengakibatkan terjadinya penurunan produksi. Pada bulan Januari 2024 usaha mampu memproduksi hampir 1000 kg setiap minggu. Namun setelah terjadinya kenaikan harga bahan baku kopi, produksi setiap minggu hanya sekitar 800 kg .

Dalam menghadapi berbagai tantangan usaha maka perusahaan harus memiliki strategi untuk menghindari ataupun mengatasi tantangan tersebut. Strategi merupakan serangkaian tindakan untuk mencapai kinerja masa depan dan tujuan perusahaan. Berdasarkan survei yang telah dilakukan, penulis melihat bahwa kenaikan bahan baku berdampak langsung terhadap aktivitas produksi dan aktivitas pemasaran. Apabila bahan baku naik maka akan meningkatkan biaya produksi. Perusahaan harus mencari cara untuk tetap menghasilkan produk dengan biaya yang kompetitif, optimasi penggunaan bahan baku, inovasi produk dan penyesuaian kapasitas produksi serta bagaimana produk tersebut dipasarkan, kepada siapa, dan dengan pesan apa. Ketika biaya produksi naik, aktivitas pemasaran harus disesuaikan untuk mempertahankan daya tarik produk di mata konsumen. Salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu penyesuaian harga jual produk.

Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan karena kenaikan harga bahan baku merupakan salah satu tantangan bagi usaha pengolahan kopi seperti kopi Asnel Solok. Kenaikan ini dapat menekan margin keuntungan dan mengancam

keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk menghadapi situasi tersebut.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas timbulnya pertanyaan pada penelitian, yaitu ;

1. Bagaimana strategi fungsional yang dilakukan usaha pengolahan Kopi Asnel Solok akibat kenaikan harga bahan baku?
2. Berapa keuntungan usaha pengolahan Kopi Asnel Solok dari perubahan strategi fungsional yang dilakukan akibat kenaikan harga bahan baku kopi ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi strategi Fungsional yang dilakukan usaha pengolahan Kopi Asnel Solok akibat harga bahan baku
2. Untuk menganalisis besar keuntungan usaha pengolahan Kopi Asnel Solok dari perubahan strategi fungsional yang dilakukan akibat kenaikan harga bahan baku kopi

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan diatas, adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti sendiri, penelitian ini bermanfaat dalam menambah pengetahuan dan wawasan penulis khususnya mengenai dampak kenaikan harga bahan baku dan analisis perhitungan keuntungan pada suatu usaha.
2. Bagi pelaku usaha, diharapkan dapat memberikan masukan informasi dan saran sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan pengembangan usaha bagi pemilik usaha di masa yang akan datang.
3. Bagi pembaca, diharapkan dapat menambah pengetahuan serta dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan acuan bagi peneliti sejenis.