

BAB I

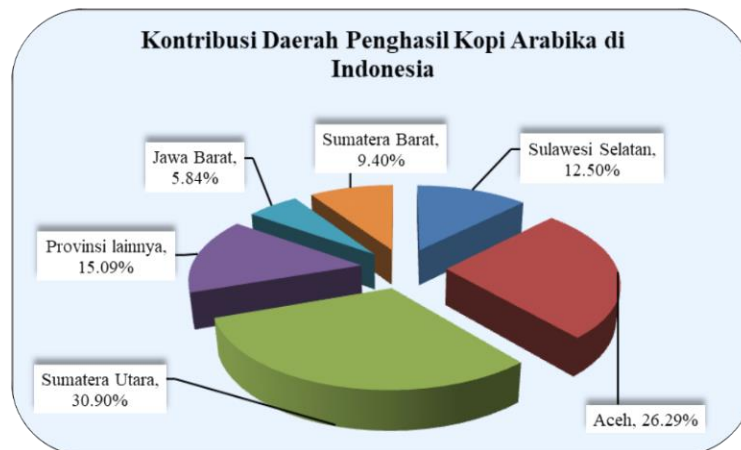
PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta batasan masalah dan sistematika penulisan pada penelitian yang dilakukan.

1.1 Latar Belakang

Kopi (*Coffea* sp.) merupakan salah satu komoditi pertanian yang memiliki peranan yang cukup berpengaruh dalam perkembangan perekonomian Indonesia, serta diminati oleh hampir seluruh kalangan masyarakat. Indonesia merupakan salah satu Negara sebagai produsen kopi terbesar dan terbaik di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Berdasarkan data dari *International Coffee Organization* (ICO) 2020, Indonesia berada pada posisi ke-4 dengan total produksi kopi sebesar 12,273 juta karung kopi dengan berat 60kg/karung. Kopi juga termasuk komoditas ekspor andalan Indonesia selain karet, kakao, dan sawit dengan tujuan ekspor negara-negara maju di dunia.

Sumatra Barat merupakan salah satu provinsi sentra produksi kopi Indonesia dengan kopi jenis arabika dan robusta, namun produksi yang paling dominan di Sumatra Barat adalah kopi dengan jenis arabika, seperti yang ditunjukkan **Gambar 1.2**. Sumatra Barat tercatat sebagai provinsi dengan kontribusi produksi kopi arabika terbesar keenam di Indonesia dengan kontribusi sebesar 9,40% (Data Perpustakaan Bapennas 2017). Hal ini dikarenakan kopi arabika dari Sumatra Barat memiliki keunggulan dari segi rasa, aroma, dan kelembutan sehingga harga jual kopi arabika lebih tinggi dibandingkan kopi robusta.



Gambar 1. 1 Provinsi Sentra Produksi Kopi Arabika Indonesia 2013-2017
(Sumber: <http://perpustakaan.bappenas.go.id>)

Kota dan Kabupaten Solok menjadi salah satu daerah di Sumatra Barat yang menjadi produsen kopi arabika terbesar. Dari total produksi kopi Sumatra Barat 2019 yang mencapai 17.822 ton. Kota dan Kabupaten Solok menyumbang sekitar 14,13% produksi kopi (Data Statistik Perkebunan Rakyat, 2019) seperti terlihat pada **Tabel 1.1**. Pemerintah sangat menyadari potensi Kota dan Kabupaten Solok sebagai daerah penghasil kopi arabika dengan kualitas yang baik di Sumatra Barat, sehingga bentuk dukungan pemerintah terhadap upaya menjadikan kopi arabika menjadi komoditas andalan Kota dan Kabupaten Solok ini adalah dengan melakukan kerja sama dengan Bank Indonesia serta penyetujuan pengajuan pinjam pakai lahan kepada Kementerian Lingkungan Hidup seluas 7.000 hektare (**Liputan6.com**, 19/02/2019). Hal ini juga dilihat dari peluang kopi arabika yang memiliki nilai jual lebih tinggi dibandingkan robusta. Namun, pengolahan kopi di Sumatra Barat masih dilakukan oleh usaha dengan skala kecil (*home industry*) hingga menengah seperti CV. Tidak hanya di Sumatra Barat, kopi di Indonesia pun masih diproduksi secara tradisional. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap pengolahan kopi, sehingga hasil produksi serta kualitas produk kopi yang dihasilkan masih dikategorikan rendah (Direktorat Kajian Strategi dan Kebijakan Pertanian IPB, 2017) yang secara tidak langsung menyulitkan kopi produksi Indonesia sulit bersaing secara global.

Tabel 1. 1 Produksi Kopi Sumatra Barat Tahun 2016-2019

Kab/Kota	Produksi Perkebunan (Ton)			
	Kopi Arabika dan Kopi Robusta 2016-2019			
	2016	2017	2018	2019
Sumatra Barat	22291.48	22291.48	18452.2	17822.5
Kab.Kep.Mentawai	0	0	-	0
Kab.Pesisir Selatan	2571	2571	2302	2279
Kab.Solok	2466.8	2466.8	2455.2	2413
Kab.Sijunjung	854	854	454.7	355
Kab.Tanah Datar	1577.52	1577.52	1496	1498
Kab.Padang Pariaman	463	463	564.9	560
Kab.Agam	2627	2627	1204	1206
Kab.Lima Puluh Kota	1935.6	1935.6	1657.2	1653
Kab.Pasaman	1856.84	1856.84	915	978
Kab.Solok Selatan	5949	5949	5585.3	5477
Kab.Dharmasraya	336.81	336.81	242.6	243
Kab.Pasaman Barat	1450.35	1450.35	1345	955
Kota Padang	62	62	79	66
Kota Solok	120.73	120.73	117.7	106
Kota Sawahlunto	6.5	6.5	11	11
Kota Padang Panjang	0	0	6	6.5
Kota Bukittinggi	1.03	1.03	3.5	3.5
Kota Payakumbuh	13.3	13.3	13.1	12.5
Kota Pariaman	0	0	-	0

(Sumber : Badan Pusat Statistik Produksi Kopi Perkebunan Rakyat 2016-2019)

Salah satu faktor yang menyebabkan produk olahan kopi Sumatra Barat belum mampu bersaing dipasaran adalah kemasan yang kurang menarik dan tidak dapat mempertahankan performa produk kopi, artinya kemasan diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai wadah tetapi juga memiliki fungsi lain seperti pelindung dari lingkungan luar dan juga sebagai sarana promosi yang berdaya jual (Siswanto, 2017). Kemasan menjadi citra suatu perusahaan karena kemasan dapat memberikan dampak atau pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, hal ini juga terbukti dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh TH Susetyarsi (2018) mengenai dampak bahan kemasan, bentuk kemasan serta *branding* terhadap keputusan membeli suatu produk, dimana

variabel tersebut memiliki peran yang signifikan terhadap daya beli, sehingga dapat disimpulkan bahwa kemasan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan dalam melakukan pemasaran yang baik, selain itu kemasan juga akan menambah nilai jual suatu produk, yang secara otomatis dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal tersebut sesuai juga dengan penelitian M. Ilavi (2017) bahwa kemasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

Salah satu usaha yang bergerak dalam produksi kopi arabika di Kota Solok adalah Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai produksi CV ASNEL. Kopi ini dijual hampir di seluruh toko kecil di Kota Solok dan Kabupaten Solok. CV ASNEL sendiri merupakan salah satu produsen kopi tertua di Kota Solok yang telah ada sejak 1999 yang berbasis UMKM. Meskipun perusahaan ini telah beroperasi lebih dari 22 tahun, namun perusahaan ini belum mengalami perkembangan yang signifikan. Terdapat beberapa faktor yang menghambat perkembangan usaha ini, salah satunya adalah kemasan yang masih dilakukan secara manual seperti yang terlihat pada **Gambar 1.3**.



Gambar 1. 2 Proses Pengemasan Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai
(Sumber: Dokumentasi di CV ASNEL)

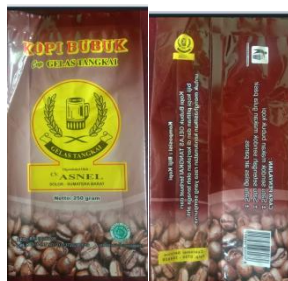
Selain itu, desain kemasan Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai yang beredar saat ini kurang menarik, serta tidak memuat informasi lengkap sehingga membuat konsumen kurang tertarik dan yakin terhadap produk. Bapak Zulfa Heri, S.E selaku pemilik juga mengemukakan bahwa, pengemasan menjadi faktor yang

menghambat produk ini untuk bersaing secara lokal maupun global. Pemilik juga menerangkan bahwa Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai pernah ditawarkan dan dibawa ke Amerika untuk rencana pemasaran, namun karena perubahan iklim yang ekstrem dengan kemasan yang tidak mendukung maka terjadi perubahan rasa dan aroma pada kopi ini. Berikut ini bentuk kemasan Kopi Bubuk Cap Gelas tangkai yang beredar saat ini dapat dilihat pada **Gambar 1.3**.



Gambar 1.3 Kemasan Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai Awal
(Sumber : Dokumentasi Kemasan Awal)

Kemasan yang beredar dipasaran saat ini pernah dilakukan perubahan sebelumnya oleh CV ASNEL, namun karena hasil percetakan yang kurang memuaskan dan tidak sesuai dengan desain yang disetujui sebelumnya serta masih berbentuk kemasan plastik *full printing* tanpa dilapisi foil aluminium sehingga pemasaran tetap menggunakan kemasan lama dan untuk mengurangi kerugian, perusahaan tetap memasarkan kemasan yang terlanjur dibeli. Kedua jenis kemasan ini tidak mampu mempertahankan performa kopi, seperti rasa dan aroma kopi yang menjadi keunggulan kopi arabika sehingga diperlukan pengemasan yang lebih baik. Berikut ini adalah perbaikan kemasan yang dilakukan oleh CV ASNEL.



Gambar 1.4 Perbaikan Kemasan Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai
(Sumber : Dokumentasi Perbaikan Kemasan oleh CV ASNEL)

Hal ini juga diperkuat dengan hasil survei pendahuluan menggunakan *google form* dengan responden konsumen Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai dan juga masyarakat umum yang mengonsumsi kopi. Survei pendahuluan ini terdiri atas 30 orang responden yang diantaranya 21 orang konsumen dan 9 orang non-konsumen (bukan konsumen) Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai. Hasilnya dapat dilihat pada **Gambar 1.6**, diagram lingkaran ini menunjukkan 93% responden menyatakan perlunya melakukan pengembangan desain kemasan jika produk kopi ini ingin bersaing dipasar lokal maupun global. Responden yang menyatakan perlunya perbaikan ini umumnya mengatakan bahwa desain kemasan Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai saat ini masih sangat tradisional, kurang menarik dan belum menampilkan informasi yang lengkap sehingga secara tidak langsung ini akan mengurangi kepercayaan konsumen terhadap produk. Selain itu, 7% lainnya menyatakan tidak perlu pengembangan desain kemasan dengan alasan desain kemasan Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai CV ASNEL saat ini sudah dikenal dipasaran lokal, dan responden ini menyatakan kemasan tidak menjadi prioritas utama pada produk kopi, namun prioritasnya adalah pada cita rasa kopi tersebut. Lebih jelas data hasil survei pendahuluan dapat dilihat pada **Lampiran A**.



Gambar 1. 5 Pie Chart Survei Pendahuluan
(Sumber : Pengolahan Data Survei Pendahuluan)

Sebagai perbandingan terdapat beberapa contoh pengemasan kopi bubuk lokal yang beredar dipasaran dan sudah mampu bersaing secara lokal ataupun global. Seperti yang tertera pada **Gambar 1.7**. Kemasan ini menunjukkan estetika kemasan yang menarik serta mencantumkan beberapa informasi yang membuat

masyarakat percaya dengan produk ini. Padahal, kopi yang dihasilkan CV ASNEL tidak kalah dalam hal cita rasa sehingga berpotensi untuk diterima dipasaran dan bersaing dengan beberapa kopi bubuk lainnya dipasaran lokal ataupun global, namun dikarenakan kemasan Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai masih dalam kategori rendah berupa kemasan dengan plastik transparan yang ditempel dengan logo beserta cara penyajian tanpa ada informasi lainnya. Berdasarkan kondisi ini dapat disimpulkan bahwa perlu adanya perbaikan untuk kemasan.



Gambar 1. 6 Kemasan Kopi Lokal Kompetitor

Berdasarkan kondisi ini, penulis melakukan penelitian mengenai pengembangan Desain Kemasan Kopi Arabika Solok pada Usaha Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai yang berlokasi di Jl. Manunggal, Aro VI Korong, Lubuk Sikarah, Kota Solok. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah metode *Grounded Theory*. *Grounded Theory* merupakan metodologi kualitatif yang terstruktur yang dapat digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk, Melalui rangkaian pada metode *grounded theory* dapat diketahui variabel yang berpengaruh dalam desain pengemasan melalui kata kunci yang diperoleh dari suara konsumen dan pemilik usaha. Judul yang sesuai dengan penelitian yang ini adalah **“Pengembangan Desain Kemasan Menggunakan Pendekatan *Grounded Theory* di Usaha Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai CV ASNEL.”**

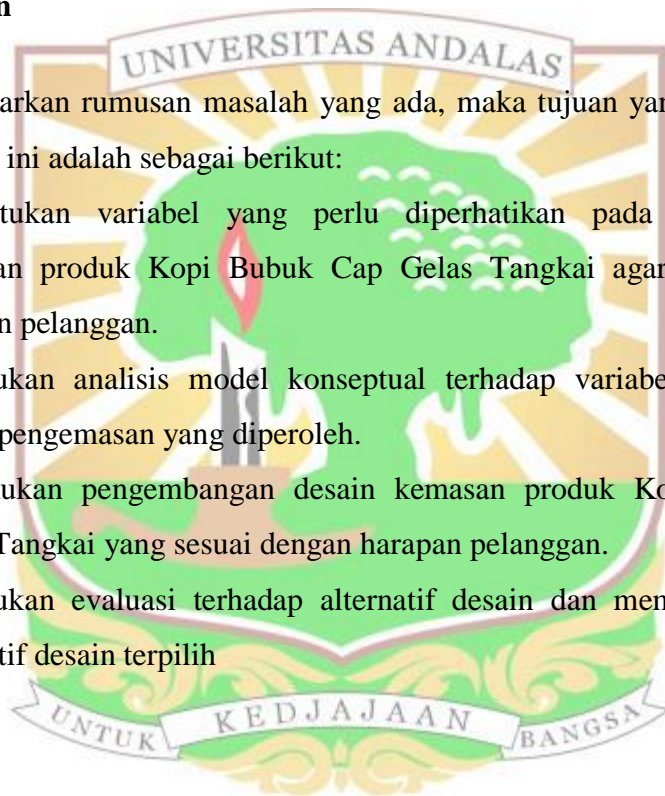
1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diangkat, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana bentuk desain kemasan Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat berkembang dan bersaing secara lokal dan global.

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan variabel yang perlu diperhatikan pada pengembangan kemasan produk Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai agar sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Melakukan analisis model konseptual terhadap variabel-variabel yang dalam pengemasan yang diperoleh.
3. Melakukan pengembangan desain kemasan produk Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai yang sesuai dengan harapan pelanggan.
4. Melakukan evaluasi terhadap alternatif desain dan membuat *prototype* alternatif desain terpilih



1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa batasan agar penelitian bisa terfokus dalam menyelesaikan masalah yang ada, hal ini meliputi:

1. Pengembangan kemasan ini hanya memperhitungkan biaya biaya pengemasan yang akan dikeluarkan oleh CV ASNEL selaku produsen.
2. Pengembangan yang dilakukan berbentuk desain visual dan *prototype*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk menggambarkan isis laporan dengan menjabarkan kerangka yang ada pada laporan penelitian ini. Berikut ini merupakan sistematika penulisan pada laporan penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang mendasari penelitian ini dan digunakan untuk mengambil suatu keputusan terhadap pemecahan masalah dalam penelitian. Landasan teori tersebut meliputi konsep pengemasan, desain visual, dan *grounded theory*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab metodologi penelitian ini berisi mengenai tempat serta objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data serta metode analisis dan tahapan penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi mengenai pengumpulan data dan pengolahan data berupa hasil wawancara. Berdasarkan hasil pengumpulan data diketahui apa saja variabel yang berpengaruh dalam perancangan kemasan yang sesuai harapan pelanggan terhadap kemasan Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai. Kemudian melakukan perancangan kemasan yang sesuai dengan harapan konsumen.

BAB V ANALISIS

Bab ini berisi mengenai analisis hasil pengolahan data yang telah dilakukan dengan membuat analisis variabel yang diharapkan pada suatu kemasan oleh konsumen, model konseptual hubungan antar variabel pengemasan, kemudian analisis terhadap pengembangan desain kemasan Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai yang sesuai dengan harapan konsumen serta evaluasi alternatif desain terpilih dan mengimplementasikannya dalam bentuk *prototype*.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saran untuk penelitian selanjutnya agar kekurangan yang ada penelitian ini dapat diperbaiki dan dilengkapi.



