

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara pertanian, artinya pertanian memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini dikarenakan banyaknya penduduk, tenaga kerja yang hidup atau bekerja pada sektor pertanian atau produk nasional yang berasal dari pertanian. Beberapa komoditas perkebunan yang penting di Indonesia diantara lain sebagai berikut: (karet, kelapa sawit, kelapa, kopi, kakao, teh dan tebu). Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi diantaratanaman perkebunan yang lainnya berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Rahardjo,2012)

Sektor pertanian tampaknya masih menjadi primadona perekonomian Indonesia. Produk perkebunan yang kini tengah menjadi adalan adalah kopi. Sejak tahun 1999 Indonesia termasuk sebagai negara produsen ekspor kopi dunia terbesar keempat setelah Brazil, Vietnam, Dan Colombia. Sektor pertanian adalah sektor yang penting dalam pembangunan,dikarenakan sektor pertanian merupakan tumbunan hidup sebagian besar penduduk Indonesia.Meskipun fungsi pertanian semakin menurun yaitu beralih dari sektor primer kesekunder namun sektor pertanian masih menduduki posisi penting dan cukup lentur dalam menghadapi gejolak moneter dan krisis ekonomi (Dinas Pertanian Tanaman Pangan Dan Hortikultura 2004)

Industri pengolahan kopi pada umumnya bahan baku menggunakan biji kopi arabika dan robusta dengan komposisi perbandingan tertentu. Selain biji kopi,industri pengolahan kopi membutuhkan bahan tambahan seperti gula, garam dan jagung serta bahan penolong seperti kemasan (*packing*) (Rahardjo, 2012).

Industri kopi Indonesia mempunyai kontribusi penting bagi kementerian perindustrian (Kemenprin) tahun 2015 telah tercatat prospek pengembangan

industri pengolahan kopi di Indonesia masih cukup baik, mengingat konsumsi kopi masyarakat Indonesia rata-rata baru mencapai 1,2 kg perkapita pertahun atau dibawah negara-negara impor kopi USA 4,3 kg, Jepang 3,4 kg, Austria 7,6 kg, Belgia 8,0 kg, Norwegia 10,6 kg, dan Finlandia 11,4 kg perkapita pertahun. Ekspor produk kopi olahan tahun 2015 mencapai 356,79 juta dolar AS atau meningkat sekitar 8 persen dibandingkan tahun 2014 mencapai 332,24 juta dolar AS. Ekspor produk kopi olahan didominasi produk kopi instan, ekstrak, esens, konsentrat kopi yang tersebar kenegara tujuan ekspor seperti Filipina, Malaysia, Thailand, Singapura, China, dan Uni Emirat Arab. Sementara itu, nilai impor produk kopi olahan pada tahun 2015 mencapai 106,39 juta dolar. Negara impor terbesar adalah Malaysia, Brazil, India Vietnam, Italia Dan Serikat. Kondisi impor tersebut, neraca perdagangan Internasional produk kopi olahan Indonesia masih mengalami surplus sebesar 250.40 juta dolar. (Kementrian prindustrian 2015)

Industri pengolahan biji kopi di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tersebar di 6 Kabupaten. Sampur merupakan salah satu desa di Kabupaten Bangka Tengah yang mengembangkan Industri pengolahan biji kopi. Bangka tengah adalah salah satu wilayah yang berkontribusi dalam pengembangan industri kopi di Provinsi Bangka Belitung. Adapun jumlah industri pengolahan kopi di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Jumlah industri pengolahan kopi bubuk di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tahun 2015.

No	Kabupaten	Jumlah Usaha Industri
1	Bangka	5
2	Bangka Barat	3
3	Bangka Tengah	5
4	Belitung	1
5	Belitung Timur	1
6	Pangkalpinang	8

Sumber : Dinas Perindustrian, Perdagangan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 2015

Berdasarkan pada Tabel 1, jumlah industri yang terdapat di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang tertinggi terdapat di Kota Pangkalpinang dengan jumlah 8 industri sedangkan jumlah industri terendah terdapat di Kabupaten Belitung dan Belitung Timur dengan jumlah 1 industri.

Perbandingan antara jumlah produksi dengan jumlah penjualan tiap tahunnya selalu mengalami ketimpangan, dimana jumlah penjualan selalu lebih rendah daripada jumlah produksi artinya, perusahaan belum mampu memasarkan produknya sesuai dengan target produksi. Perbedaan nilai ini selalu terjadi dari tahun ke tahun yang juga merupakan suatu permasalahan yang dihadapi perusahaan. Kondisi pada saat ini yang terjadi pada usaha kopi bubuk Sun Go Kong mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya pada tahun 2012-2015. Jumlah produksi kopi perhari sebesar 150-200 kg. Apabila permintaan naik maka produksi bertambah tetapi sebaliknya jika permintaan menurun maka produksinya harus sesuai permintaan pasar. Pemasaran dilakukan di wilayah Kabupaten Bangka Tengah, Bangka Selatan dan Pangkalpinang. Beberapa tahun terakhir penjualan kopi bubuk Sun Go Kong mengalami ketidak stabilan. Adapun jumlah produksi dan penjualan kopi selama empat tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Jumlah produksi pemasaran kopi bubuk Sun Go Kong pada tahun 2012-2015.

No	Tahun	Produksi	Penjualan	Jumlah Toko
1	2012	4 ton/bulan	3,94 ton/bulan	260
2	2013	3.5 ton/bulan	3,45 ton/bulan	230
3	2014	3,6 ton/bulan	3,53 ton/bulan	240
4	2015	3,2 ton/bulan	2,95 ton/bulan	215

Sumber: Industri Pengolahan Cv, Kopi Bubuk Sun Go Kong 2015

Berdasarkan data pada Tabel 2, jumlah produksi kopi tertinggi terjadi pada tahun 2012 sebesar 4 ton/bulan dan penjualan mencapai 3.94 ton/bulan. Akan tetapi jumlah produksi kopi bubuk pada tahun 2013 mengalami penurunan menjadi 3.5 ton/bulan dan penjualan mengalami penurunan menjadi 3,45 ton/bulan. Berbeda pula pada tahun 2014 jumlah produksi kopi mengalami kenaikan menjadi 3.6 ton/bulan namun untuk jumlah penjualannya pun mengalami kenaikan menjadi 3,53 ton/bulan dari penjualan tahun sebelumnya, terjadinya kenaikan dikarenakan penambahan jumlah toko dan cafe baru, semakin bertambahnya jumlah toko maka peluang pemasaran pun semakin besar. Pada tahun 2015 jumlah produksi kopi bubuk mengalami penurunan kembali menjadi 3,2 ton/bulan untuk

jumlah penjualan mengalami penurunan menjadi 2,95 ton/bulan terjadinya penurunan jumlah pemasaran kopi disebabkan perekonomian masyarakat yang mengalami penurunan penghasilan masyarakat menjadi rendah dapat berpengaruh terhadap penghasilan toko maka lama-kelamaan mengalami kebangkrutan dan sehingga dapat berpengaruh terhadap pemasaran dan omset kopi menurun. Selain itu terjadinya penurunan jumlah pemasaran juga disebabkan karena penurunan penjualan disebabkan oleh persaingan yang semakin ketat dengan usaha kopi bubuk, promosi produk kurang dilakukan, daerah distribusi hanya dilakukan di daerah-daerah tertentu, terjadinya penutupan toko, belum bisa menciptakan inovasi baru (bentuk saset), industri kopi yang ada diluar bangsa sudah mengeluarkan produk saset seperti mocca, arabika, kapal api, wait coffe sehingga masyarakat akan lebih tertarik untuk membeli jenis produk dalam kemasan saset dan produk tersebut lebih mudah digunakan dan lebih praktis, perekonomian masyarakat mengalami penurunan dan belum mempunyai izin halal produk serta daerah pemasaran yang dilakukan kurang luas.

Pemasaran merupakan ujung tombak dari serangkaian kegiatan usaha yang bergerak dalam bidang barang ataupun jasa. Pemasaran juga berperan penting apakah usaha yang dijalankan mampu bertahan, menghasilkan laba atau tidak. Produksi dan pemasaran mempunyai keterkaitan yang kuat antara satu sama lain. Pemasaran merupakan salah satu proses sosial yang didalam individunya atau kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler, 2005)

Saat ini keadaan dunia usaha sangat prihatin dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu yang mengakibatkan tingkat persaingan yang tinggi dibidang usaha. Hal ini juga terjadi pada usaha kopi, suatu usaha tidak hanya mengandalkan kekhasannya saja tetapi juga harus mampu melihat peluang dan perencanaan strategi pemasaran yang dibutuhkan, perusahaan harus merancang strategi yang tepat untuk dapat mencapai tujuannya. Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan kemampuan bersaing melalui pasar yang

dimasuki oleh program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran (Tjiptono, 2009).

Peningkatan produksi tidak akan berjalan baik bila tidak ada dukungan sistem pemasaran yang dapat menyerap hasil produksi pada tingkat harga. Tiap industri dalam menjalankan kegiatan bisnisnya dihadapkan pada faktor lingkungan eksternal, yaitu lingkungan yang berada di luar unit usaha yang bisa berupa peluang dan ancaman (*opportunities and threats*) sedangkan lingkungan internal adalah lingkungan yang berada dalam unit usaha itu sendiri yang bisa berupa kekuatan dan kelemahan (*strengthsand weakness*).

Dari permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai strategi bauran pemasaran usaha kopi bubuk Sun Go Kong dengan menggunakan analisis SWOT untuk membantu mengetahui faktor internal dan eksternal. Diharapkan apabila penelitian ini sudah dilakukan sehingga dapat membantu meningkatkan jumlah hasil produksi dan pemasaran dimasa yang akan datang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas maka dirumuskan permasalahan usaha kopi bubuk Sun Go Kong yaitu bagaimana alternatif strategi bauran pemasaran usaha kopi bubuk Sun Go Kong di Desa Sampur Kelurahan Padang Baru Kecamatan Pangkalan Baru Kabupaten Bangka Tengah?

C. Tujuan

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah di atas maka diperoleh tujuan yaitu dengan merumuskan alternatif strategi bauran pemasaran usaha kopi Bubuk Sun Go Kong di Desa Sampur Kelurahan Padang Baru Kecamatan Pangkalan Baru Kabupaten Bangka Tengah.

D. Kegunaan

Adapun kegunaan dari penelitian strategi bauran pemasaran usaha kopi bubuk Sun Go Kong di Desa Sampur Kabupaten Bangka Tengah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan penelitian ini dapat di manfaatkan sebagai bahan informasi dan menjadi masukan positif bagi pemilik usaha dalam mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dan dapat menetapkan strategi bauran pemasaran yang baik serta memberikan masukan untuk usaha Kopi Bubuk Sun Go Kong mengenai upaya untuk mengembangkan usaha kopi sehingga memperluas pasar dan dapat meningkatkan nilai tambah.
2. Sebagai bahan tambahan pustakaan dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya mengenai strategi bauran pemasaran yang dilakukan pada usaha kopi tersebut agar lebih berkembang dan maju dikenal oleh masyarakat luas.
3. Memberikan masukan dan solusi untuk strategi yang dapat diterapkan pabrik usaha kopi Bubuk Sun Go Kong untuk mengembangkannya