

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi (*coffea s.p*) merupakan salah satu produk agroindustri pangan yang digemari oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena kopi memiliki aroma khas yang tidak dimiliki oleh bahan minuman lainnya. Keberadaan kopi sudah menjadi salah satu bagian dari kehidupan sehari-hari baik di Indonesia dan mancanegara. Menurut Widyotomo (2013), kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan tradisional yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Peran tersebut antara lain sebagai sumber perolehan devisa, penyedia lapangan kerja, dan sebagai sumber pendapatan bagi petani pekebun kopi maupun pelaku ekonomi lainnya yang terlibat dalam budidaya, pengolahan, maupun dalam mata rantai pemasaran.

Indonesia menjadi salah satu Negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan total produksi kopi pada tahun 2013 sebesar 675.881 ton dan meningkat hingga 685.089 ton pada tahun 2014 (Direktorat Jendral Perkebunan, 2014). Selain itu, Indonesia juga sebagai Negara eksportir ke empat terbesar di dunia untuk komoditi kopi, dengan peran rata-rata sebesar 5,87% terhadap total ekspor dunia. Brazil menempati posisi pertama dengan peran rata-rata sebesar 38.30%, diikuti dengan Vietnam sebesar 16,86% dan Colombia sebesar 13,29% (ICO, 2015).

Agroindustri kopi memiliki peluang yang cukup tinggi untuk dikembangkan di Indonesia karena memiliki prospek besar dipasar domestik dan internasional, namun permasalahan yang dialami agroindustri kopi saat ini juga sangat kompleks, antara lain kualitas dan kontinuitas bahan baku kopi yang kurang terjamin, teknik budidaya yang masih sederhana, kurangnya ketersediaan sarana

dan prasarana agroindustri, jaringan pemasaran kopi yang belum terkelola dengan baik, dan kualitas SDM yang kurang memadai (Hariyati *et al.*, 2013).

Menurut Ditjenbun (2014), Propinsi Jawa Tengah dengan areal perkebunan seluas 39.904 ha mampu menghasilkan kopi kering sebanyak 20.320 ton per tahun (tingkat produktivitas kopi kering = 0,51 ton/ha). Sedangkan di tingkat nasional kopi arabika menghasilkan hampir 150.000 ton dari luas areal 250.000 hektar (tingkat produktivitas kopi kering = 0,60 ton/ha), dan kopi robusta menghasilkan 600.000 ton dari luas areal 1,05 juta hektar (tingkat produktivitas kopi kering = 0,57 ton/ha). Kopi tersebut dihasilkan dari berbagai wilayah Indonesia seperti Sumatera, Jawa, Bali, NTT, NTB, Sulawesi, Kalimantan sampai Papua (AEKI, 2012).

Menurut BPS (2015), Propinsi Jawa Tengah tepatnya di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang pada tahun 2014 mampu memproduksi kopi kering sebanyak 523,9 ton dari luas lahan perkebunan 600,50 hektar. Produksi kopi tersebut dihasilkan dari dua jenis kopi yaitu kopi jenis robusta sebesar 523 ton dan kopi jenis arabika sebesar 0,90 ton. Petani pengrajin kopi di Kecamatan Jambu sebagian besar tergabung dalam organisasi gabungan kelompok tani (gapoktan) “Gunung Kelir”. Gapoktan tersebut mengelola kopi di hamparan lahan seluas 489 hektar dengan rerata produksi 1,1 ton kopi kering per hektar.

Potensi produksi kopi di Kecamatan Jambu yang cukup besar dan memiliki prospek menjanjikan tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh para pengrajin kopi Gapoktan Gunung Kelir. Meski secara prinsip agroindustri kopi yang dikerjakan para pengrajin masih berskala kecil, dikelola secara individu dan dengan teknologi *konvensional*, namun Gapoktan Gunung Kelir saat ini sudah berhasil memproduksi kopi bubuk kemasan dengan merk “Gunung Kelir, Kopi Kenthir, Kopi Lanang, Kopi Wonokasian”. Keunggulan produk kopi olahan dari Gapoktan Gunung Kelir yaitu terdapat aroma khas yang menyerupai aroma moka. Selain itu, pengrajin juga gigih dalam mempertahankan mutu dan kualitas kopi. Petani pengrajin kopi hanya akan memetik buah kopi jika sudah berwarna merah atau tua, tanaman kopi juga terpelihara dengan rapi, mudah diatur, para petani pengrajin kopi juga memiliki keinginan yang cukup kuat untuk maju.

Menurut Ngadianto ketua Gapoktan Gunung Kelir, pengrajin kopi Gapoktan Gunung Kelir sejauh ini belum mampu memasarkan produk-produknya secara optimal. Hal itu disebabkan karena munculnya berbagai kendala internal dan eksternal yang menghambat dalam proses pemasaran kopi secara langsung maupun tidak langsung. Kendala yang muncul antara lain seperti wilayah pemasaran produk kopi yang mayoritas masih berskala lokal, proses penanganan kopi dari panen sampai paskapanen masih secara konvensional, penanganan produk kopi kurang efektif baik dari segi pengolahan, pengemasan dan penyimpanan, kendala lain yaitu permodalan minim, harga kopi yang fluktuatif, munculnya pesaing dengan produk sejenis dari daerah lain, alih fungsi lahan menjadi pemukiman. Sopiannur *et al.* (2011) menambahkan bahwa kendala pada pengrajin kopi saat ini adalah sulitnya pemasaran.

Gapoktan Gunung Kelir perlu meningkatkan volume penjualan produk kopi dari waktu ke waktu melalui metode pemasaran yang ada sehingga dapat mempertahankan dan mengembangkan usaha industrinya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan sebelum menentukan strategi pemasaran yaitu mempelajari tentang: (a) Segmentasi pasar, (b) Pasar sasaran, (c) Penentuan pasar, dan (d) Bauran pemasaran (Utami, 2009).

Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud merumuskan strategi pilihan dan menentukan strategi prioritas yang tepat dalam pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang dengan melakukan evaluasi lingkungan bisnis pemasaran kopi. Penelitian ini mengikuti pendekatan Kotler (2000), yaitu mengkaji lingkungan eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman (*opportunities and Threats*) dan lingkungan internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan (*strengths and weaknesses*). Lingkungan eksternal dibagi menjadi lingkungan makro (demografi, ekonomi, alam, teknologi, politik dan budaya) dan lingkungan mikro (pelanggan, pesaing, pemasok dan saluran distribusi). Lingkungan internal mencakup pasar dan pemasaran, keuangan dan akuntansi, kegiatan produksi dan sumber daya.

1.2. Rumusan Masalah

Kopi merupakan komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi tinggi, serta berperan dalam peningkatan pendapatan daerah. Mengingat pangsa pasar sangat terbuka luas, maka perlu adanya dukungan dan kerjasama dari berbagai pemangku kepentingan baik lembaga pemasaran maupun pihak pemerintah, agar mampu merumuskan dan meningkatkan strategi pemasaran yang tepat. Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana rumusan strategi pilihan pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang ?
- b. Bagaimana prioritas strategi pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang dalam memasarkan produk kopi ?

1.3. Tujuan Penelitian

- a. Merumuskan strategi pilihan pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang
- b. Menentukan strategi prioritas pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang dari strategi yang terpilih

1.4. Manfaat Penelitian

- a. Bagi petani pengrajin kopi dan lembaga pemasaran pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang, penelitian diharapkan dapat memberikan masukan agar tepat dalam menentukan strategi pengembangan agroindustri kopi sehingga mampu meningkatkan kesejahterannya.

- b. Bagi pemerintah, penelitian diharapkan dapat memberi masukan dalam pengambilan kebijakan pembangunan dan pengembangan usahatani kopi dan mendorong industri perkopian dari hulu sampai hilir sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan peningkatan pendapatan asli daerah pada masa yang akan datang.
- c. Bagi mahasiswa dan perguruan tinggi, penelitian diharapkan menjadi salah satu bahan informasi dan sumber untuk penelitian strategi pengembangan agroindustri kopi lebih lanjut.
- d. Bagi peneliti, penelitian diharapkan bermanfaat dan berkah sebagai sarana aplikasi dan pengembangan khasanah keilmuan yang dimiliki serta dapat meningkatkan jenjang karir dan prestasi studi saat ini dan masa mendatang.