

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu penghasil kopi terbesar ke-4 di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia (Pusat Data dan Sistem Pertanian Sekretariat Jendral – Kementerian Pertanian, 2023). Terutama pada kopi robusta, dimana kopi ini menjadi salah satu unggulan bagi komoditas perkebunan sejak tahun 1920 yang menjadi pelopor bagi sektor perekonomian di Indonesia pada era kolonial Belanda yang memiliki nilai ekonomi, sebagai sumber lapangan kerja, dan sebagai pendapatan devisa negara. Pemerintah Indonesia menjadikan kopi sebagai salah satu komoditas pertanian yang di prioritaskan pengembangannya (Nursetiawan *et al.*, 2024). Secara umum ada dua jenis kopi yang dipasarkan di Indonesia yaitu kopi robusta dan kopi arabika (Gaddi, 2021).

Produksi kopi di Indonesia pada tahun 2024 sejumlah 755.420 ton. Jawa Timur merupakan penghasil kopi terbesar di Indonesia menduduki peringkat ke-6 setelah Sumatera Selatan dengan produksi sebesar 198.000 ton, Lampung 108.001 ton, Sumatera Utara 87.009 ton, Aceh 71.001 ton, Bengkulu 55.000 ton, dan Jawa Timur dengan produksi kopi sebanyak 48.054 ton (Badan Pusat Statistik, 2024). Jember adalah salah satu Kabupaten pemasok kopi di Jawa Timur dengan jumlah 4.477,11 ton pada tahun 2023, Terdiri dari 75% jenis kopi robusta (Badan Pusat Statistik, 2024). Selain menjadi komoditas ekspor, kopi juga menjadi komoditas yang dikonsumsi di dalam negeri. Konsumsi kopi dalam negeri juga terus meningkat. Konsumsi kopi domestik tumbuh rata-rata 8% per tahun, didorong oleh tren gaya hidup, pertumbuhan kedai kopi lokal, serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap berbagai jenis dan kualitas kopi (Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia, 2022).

Kabupaten Jember adalah salah satu wilayah yang memiliki potensi dalam industri kopi. Wilayah ini dikenal sebagai salah satu sentra perkebunan kopi robusta dengan cita rasa yang kuat dan memiliki kandungan kafein 2,4% - 4,8%. Selain memiliki potensi pada hulu berupa lahan dan produksi kopi, Jember juga memiliki banyak pelaku Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) yang mengolah kopi menjadi produk siap konsumsi, seperti PDP Kahyangan dan Puslitkoka Jember. UD. Rumah Kopi Banjarsengon adalah sebuah UMKM yang

memproduksi biji kopi sampai menjadi kopi bubuk yang siap dipasarkan. Usaha ini telah dikenal di kalangan masyarakat wilayah Jember dan sekitarnya serta telah perlahan mulai menembus pasar nasional yang lebih luas seperti Kalimantan, Sumatera, dan Aceh.

Pada era persaingan Industri kopi yang semakin kompetitif UD. Rumah Kopi Banjarsengon menghadapi permasalahan yaitu promosi yang kurang maksimal. UD. Rumah Kopi Banjarsengon selama ini melakukan promosi hanya sebatas mengikuti *event* yang diselenggarakan Pemerintah Kabupaten Jember, dan belum ada upaya promosi melalui *e-commerce* yang dapat menjangkau calon konsumen secara meluas. Promosi memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan, memperluas pemasaran, dan membangun citra merek yang lebih kuat dikalangan konsumen. Dalam menghadapi permasalahan tersebut, diperlukan suatu pendekatan strategis yang mampu membantu pelaku usaha menyelesaikan permasalahan yang tepat dan terarah. Salah satu pendekatan yang bisa digunakan adalah metode SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*), yang berfokus pada kekuatan internal dan peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong pencapaian aspirasi jangka panjang serta hasil konkret yang diharapkan (Yousuf *et al.*, 2024). Pendekatan ini dianggap lebih relevan dalam konteks UMKM karena dengan adanya strategi SOAR, diharapkan perusahaan dapat memperluas pemasaran dan dapat memberikan kepuasan pada konsumen (Sadiyah *et al.*, 2022).

Menentukan strategi yang paling efektif, perlu juga dilakukan proses pengambilan keputusan yang objektif dan sistematis (Wiratama *et al.*, 2022). Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) berperan sebagai teknik yang berkembang untuk menentukan prioritas dalam pengambilan keputusan berdasarkan kriteria yang ditetapkan secara hierarkis (Septiani, 2019). Pendekatan ini mampu mempermudah proses pengambilan keputusan yang kompleks, mampu menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif, dan mampu mengembangkan strategi yang tepat sasaran (Hidayat *et al.*, 2020). Dengan menggabungkan metode SOAR dan AHP, penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pemasaran kopi bubuk yang efektif, realistis, dan mampu meningkatkan daya saing UD. Rumah Kopi Banjarsengon ditengah kompetisi

industri kopi yang semakin dinamis (Nugraha, 2023). Hasil dari penelitian ini diharapkan untuk memberi solusi strategi pemasaran pada UD. Rumah Kopi Banjarsengon dan memberikan prioritas strategi pengembangan yang tepat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perumusan strategi pemasaran menggunakan analisis SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) pada UD. Rumah Kopi Banjarsengon?
2. Bagaimana penentuan strategi prioritas menggunakan AHP (*Analytic Hierarchy Process*) pada UD. Rumah Kopi Banjarsengon?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah terkait Analisis Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Dengan Metode SOAR dan AHP pada UD. Rumah Kopi Banjarsengon maka tujuan penelitian ini adalah.

1. Merumuskan strategi pemasaran kopi bubuk robusta menggunakan analisis SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) pada UD. Rumah Kopi Banjarsengon.
2. Menentukan strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan AHP (*Analytic Hierarchy Process*) pada UD. Rumah Kopi Banjarsengon.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat dan sumbangan bagi pihak-pihak terkait sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis, Penelitian ini dapat memperkaya literatur dan referensi ilmiah mengenai penerapan metode SOAR dan AHP dalam bidang strategi pemasaran khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang agroindustri.
2. Manfaat Praktis, Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang konkret dan berbasis data kepada pengelola Rumah Kopi

Banjarsengon sehingga dapat meningkatkan efektivitas promosi, penjualan, dan penetrasi pasar.

3. Manfaat Sosial dan Ekonomi, Dengan berkembangnya usaha kopi lokal seperti Rumah Kopi Banjarsengon, diharapkan dapat menciptakan dampak positif berupa peningkatan pendapatan masyarakat sekitar, pembukaan lapangan kerja baru, serta pelestarian potensi lokal Jember sebagai daerah penghasil kopi.

