

**STRATEGI PEMASARAN KOPI ROBUSTA DI DESA SUKA MULYA
KECAMATAN PAGAR DEWA KABUPATEN LAMPUNG BARAT**

***ROBUSTA COFFEE MARKETING STRATEGY IN SUKA MULYA VILLAGE, PAGAR
DEWA DISTRICT, WEST LAMPUNG REGENCY***

MUHAMMAD ILHAM^{*1}, DINI ROCHDIANI², RIAN KURNIA¹

¹Fakultas Pertanian, Universitas Galuh

²Fakultas pertanian, Universitas Padjajaran

*E-mail: ilhammuhammad27@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman), merumuskan alternatif strategi pemasaran, membuat alternatif strategi pemasaran Kopi Robusta. Metode penelitian yang digunakan adalah survey pada petani Kopi Robusta di Desa uka Mulya Kecamatan Pagar Dewa Kabupaten Lampung Barat. Responden dalam penelitian ini terdiri dari petani Kopi Robusta 40 orang yang di ambil secara survey. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Strength, Weakneses, Opportunity, Threats (SWOT) Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kekuatannya adalah kepemilikan lahan, tempat yang cocok dan subur uantuk tanaman kopi, permodalan yang cukup, dan kualitas produk. Kelemahannya yaitu posisi tawar petani rendah, tidak ada pembukuan yang jelas, harga dikuasai pasar dan SDM yang lemah. Faktor ekstrnal peluangnya adalah pasar yang terbuka luas, *trend* konsumsi kopi meningkat dan produk yang banyak diminati. Ancamannya adalah persaingan pasar harga fluktuatif dan anomali cuaca. alternatif strategi yang dapat dilakukan petani Kopi Robusta. adalah dengan meningkatkan kualitas produk yang diinginkan konsumen dan pasar agar *trend* konsumsi Kopi Robusta meningkat, serta dengan meningkatkan jumlah produksi Kopi Robusta untuk meningkatkan pendapatan petani dan memenuhi permintaan pasar.

Kata Kunci : Strategi, pemasaran, Kopi Robusta

ABSTRACT

This study aims to identify internal (strength and slowness) and external (opportunities and threats) factors, formulate alternative marketing strategies, make alternative marketing strategies for Robusta Coffee. The research method used was a survey on Robusta Coffee farmers in Uka Mulya Village, Pagar Dewa District, West Lampung Regency. The respondents in this study consisted of Robusta Coffee farmers 40 people who were taken by survey. The analysis used in this study is Strength, Weakneses, Opportunity, Threats (SWOT) Analysis. The results showed that the strength factors were land ownership, suitable and fertile places for coffee plants, sufficient capital, and product quality. The downsides are that the bargaining position of farmers is low, there is no clear bookkeeping, prices are controlled by the market and human resources are weak. External factors of opportunity are a wide open market, an increasing trend of coffee consumption and products that are in great demand. The threat is volatile price market competition and weather anomalies. alternative strategies that robusta coffee farmers can do. is by improving the quality of products desired by consumers and the market so that the consumption trend of Robusta Coffee increases, as well as by increasing the amount of Robusta Coffee production to increase farmers' incomes and meet market demand.

Keywords : Strategy, marketing, Robusta Coffee

PENDAHULUAN

Kopi (*Coffea sp.*) adalah salah satu komoditi hasil perkebunan yang banyak dikonsumsi sebagai minuman penyegar. Pada tahun 2016, produksi kopi di seluruh dunia mencapai 9,2 juta ton, sedangkan Indonesia mampu menghasilkan sekitar 689 ribu ton biji kopi. Berdasarkan data *International Coffee Organization (ICO)*, tingkat konsumsi kopi di dunia pada tahun 2015 mencapai 152,2 juta bungkus yang terdiri dari 60 kg per bungkus dan mengalami peningkatan rata-rata tahunan 2% sejak tahun 2011 (Handoyo, 2017). Berdasarkan data tahun 2018, sentra kabupaten penghasil Kopi Robusta di Provinsi Lampung sebagai sentra produksi Kopi Robusta perkebunan rakyat terbesar kedua terkonsentrasi di 5 kabupaten dengan kontribusi mencapai 96,88% dari total produksi Kopi Robusta Provinsi Lampung yaitu 110,57 ribu. Kabupaten Lampung Barat sangat signifikan menyumbang produksi Kopi Robusta hingga 52,57 ribu ton atau *share* hingga 47,55% dari total produksi Kopi Robusta di Provinsi Lampung (Outlook Kopi, 2020).

Menurut Rusdiati dkk, (2019), strategi adalah titik awal dalam pembuatan rencana yang dipilih oleh perusahaan untuk mencapai tujuan. Pengertian strategi

secara umum adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai, Strategi biasanya menjangkau masa depan, sehingga pada umumnya strategi disusun secara bertahap dengan memperhitungkan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Menurut Utama dan Subagio (2014), pemasaran adalah serangkaian kegiatan mulai dari proses dalam pembuatan, mengenalkan dan menawarkan transaksi yang mempunyai nilai bagi konsumen, *klien, partner*, dan masyarakat pada umumnya.

Menurut Kotler & Armstrong (1992) dalam Danang (2015), strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sarana yang telah ditetapkan lebih dulu, didalam tercantum keputusan- keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran, dan biaya pemasaran yang diperlukan.

Menurut Istiqomah dan Andriyanto (2017), analisis *SWOT* adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) suatu

organisasi dan kesempatan-kesempatan (*opportunities*) serta ancaman-ancaman (*threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi.

Desa Suka Mulya merupakan daerah yang memiliki luas kebun dan produksi yang rendah. Permasalahan yang terjadi pada petani kopi robusta di Desa Suka Mulya Kabupaten Lampung Barat ialah pengelolaan yang belum baik. Hal ini berdampak pada pemasaran kopi tersebut, karena perawatan kopi kurang intensif sehingga menghasilkan kualitas kopi rendah dan berdampak pada harga kopi menjadi rendah dan berdampak pula pada rendahnya pendapatan petani.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pemasaran, merumuskan alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam pemasaran Kopi Robusta di Desa Suka Mulya Kecamatan Pagar Dewa Kabupaten Lampung Barat.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* pada petani Kopi Robusta Desa Suka Mulya Kabupaten Lampung Barat. Menurut Widodo (2008), metode *survey* adalah *riset*

yang digunakan untuk memecahkan permasalahan isu berskala besar yang aktual dengan populasi sangat besar, sehingga dibutuhkan sampel ukuran besar. Namun pengukuran variabelnya lebih sederhana dengan instrumen yang sederhana dan singkat. Dalam penelitian *survei*, peneliti menanyakan kebeberapa orang (yang disebut *responden*) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu obyek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang dengan menggunakan kuisioner.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diterima oleh pengumpul data, bisa melalui orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2016). Data primer diperoleh dari hasil pengambilan data langsung di lapangan melalui observasi dan wawancara mendalam kepada responden dan informan berdasarkan panduan pertanyaan yang telah disiapkan. Data sekunder didapatkan dari studi literature, lembaga-lembaga terkait yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling* dengan menggunakan rumus slovin. *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin (Sevilla *et.al*, 2007).

$$n = \frac{N}{1+n^2}$$

n: Jumlah Sampel

N: Jumlah Populasi

e: Batas Toleransi Kesalahan (*error tolerance*)

$$n = \frac{362}{1 + 362 \times 0,15^2} = 40$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan menggunakan batas toleransi kesalahan 15 % maka diperoleh jumlah sampel yaitu 40 orang dari populasi 362 petani Kopi Robusta.

Rancangan Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor internal dan eksternal. Faktor internal di analisa meliputi kekuatannya yaitu : kepemilikan lahan, kualitas produk, permodalan yang cukup, memiliki tempat yang cocok dan

subur untuk tanaman kopi. Kelemahannya yaitu : posisi tawar petani rendah, tidak ada pembukuan yang jelas, harga dikuasai pasar, SDM yang lemah. Untuk faktor eksternal meliputi peluangnya yaitu : *trend* konsumsi kopi cenderung meningkat, produk yang banyak diminati, dukungan pemerintah, pasar yang masih sangat terbuka. Ancamannya yaitu persaingan pasar dan harga fluktuatif dan anomali cuaca. Faktor internal dan eksternal ini kemudian dianalisis menggunakan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *Eksternal Factor Evaluation* (EFE). SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan alternatif strategi. Hal ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan Peluang (*opportunity*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan Kelemahan (*weakneses*) (Rangkuti, 1997) dalam Haidar (2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.

Matrix IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Hasil identifikasi faktor internal didapat 4 faktor kekuatan dan 4 faktor kelemahan. Faktor-faktor kekuatan tersebut juga diberi rating oleh responden.

Tabel 2. Matriks EFE Strategi Pemasaran Kopi Robusta di Desa Suka Mulya Kecamatan Pagar Dewa Kabupaten Lampung Barat

Variabel	Bobot	Rating	Skor
Peluang :			
<i>Trend</i> konsumsi kopi meningkat	0,21	3,6	0,76
Produk yang banyak diminati	0,2	3,4	0,68
Pasar yang luas	0,22	3,8	0,85
Dukungan pemerintah	0,19	3,2	0,60
			2,89
Ancaman :			
Persaingan pasar dan harga fluktuatif	0,08	1,4	0,12
Anomali cuaca	0,09	1,6	0,15
			0,27
Total skor			0,27

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa total skor untuk faktor eksternal sebesar 3,16 artinya pada posisi kuat. Menunjukkan bahwa petani Kopi Robusta mampu merespon peluang dengan cukup baik dan mengantisipasi ancaman yang ada. Diketahui bahwa faktor peluang utama bagi petani Kopi Robusta adalah faktor dengan skor terbesar yaitu pasar yang luas dengan skor 0,85. *Trend* konsumsi kopi meningkat dengan skor yaitu 0,76. Dan Produk yang banyak diminati dengan skor 0,68. Dukungan pemerintah dengan skor 0,60. Adanya dukungan pemerintah berupa pembebasan lahan serta bantuan pupuk kepada petani Kopi Robusta.

Faktor ancaman yang utama bagi petani Kopi Robusta yaitu anomali cuaca dengan skor 0,15. Jumlah hari hujan berkolerasi negatif dengan produktivitas

sedangkan jumlah bulan kering berkolerasi negatif (Rusdi dkk, 2020). Dan persaingan pasar dan harga fluktuatif dengan skor 0,12.

Berdasarkan dari hasil matriks *IFE* dan *EFE*, maka dapat diambil tahap-tahap pengambilan keputusan untuk menyusun beberapa strategi yang digambarkan dalam diagram *SWOT*, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan sebagai acuan dalam memasarkan Kopi Robusta di Desa Suka Mulya Kecamatan Pagar Dewa Kabupaten Lampung Barat.

Hasil *IFE* dan *EFE* didapat nilai, Sebagai Berikut :

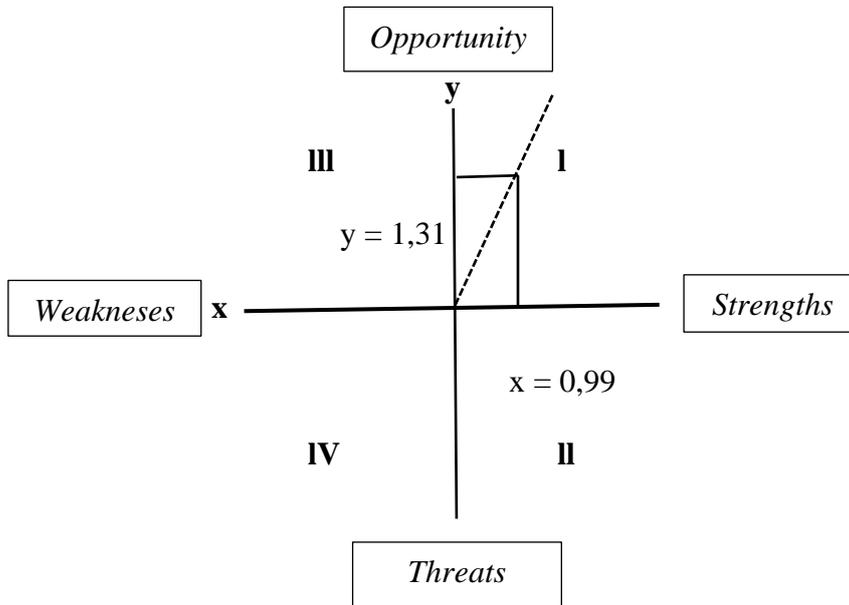
Tabel 3. Nilai Hasil Matriks IFE dan Matriks EFE

Kekuatan (<i>Strength</i>)	2,44
Kelemahan (<i>Weakneses</i>)	0,47
Peluang (<i>Opportunity</i>)	2,89
Ancaman (<i>Threats</i>)	0,27

Untuk Membuat diagram maka harus mencari posisi x dan y dengan rumus sebagai berikut :

$$x = \frac{S - W}{2} = \frac{2,44 - 0,47}{2} = 0,99$$

$$y = \frac{O - T}{2} + \frac{2,89 - 0,27}{2} = 1,31$$



Gambar 4. Diagram SWOT

Hasil analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa petani Kopi Robusta di Desa Suka Mulya Kecamatan Pagar Dewa Kabupaten Lampung Barat berada pada kuadran I posisi ini menandakan petani Kopi Robusta mempunyai kekuatan untuk memaksimalkan peluang, strategi yang harus di lakukan petani Kopi Robusta adalah menerapkan strategi agresif yaitu memaksimalkan peluang dengan kekuatan yang ada. Contohnya lokasi yang strategis dan pasar yang masih terbuka luas.

Dalam perumusan strategi pemasaran didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap faktor lingkungan internal dan

eksternal perusahaan. Lingkungan eksternal setiap saat dapat berubah dengan cepat, sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman, bisa dari pesaing dan maupun lainnya. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga berakibat terhadap perubahan dalam internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan dan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Strategi yang tepat untuk diterapkan petani Kopi Robusta di Desa Suka Mulya Kecamatan Pagar Dewa Kabupaten Lampung yaitu dengan menggunakan Strategi *SO* (*Strengths-Opportunity*), *WO* (*Weakneses-*

Opportunity), *ST (Strengths-Threats)*, dan *WT (Weaknesses-Threats)*. Strategi yang tepat untuk diterapkan oleh petani Kopi Robusta di Desa Suka Mulya Kecamatan

Pagar Dewa Kabupaten Lampung Barat dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Matriks SWOT Strategi Pemasaran Kopi Robusta di Desa Suka Mulya Kecamatan Pagar Dewa Kabupaten Lampung Barat

IFE	STRENGTHS (S) a. Kepemilikan lahan b. Kualitas produk c. Permodalan yang cukup d. Tempat yang cocok dan subur untuk tanaman kopi	WEAKNESES (W) a. Posisi tawar petani rendah b. Tidak ada pembukuan yang jelas c. Harga dikuasai pasar d. SDM yang lemah
EFE	STRATEGI (SO) a. Meningkatkan kualitas produk agar <i>trend</i> konsumsi semakin meningkat b. Meningkatkan jumlah produksi Kopi Robusta untuk memenuhi permintaan pasar	STRATEGI (WO) a. Melakukan peremajaan dengan bibit yang lebih unggul b. Meningkatkan kualitas SDM c. Membuat produk unggul untuk menaikan posisi tawar petani
OPORTUNITY (O) a. <i>Trend</i> konsumsi kopi meningkat b. Produk yang banyak diminati c. Pasar yang luas d. Dukungan pemerintah	STRATEGI (ST) a. Meningkatkan kualitas produk Kopi Robusta b. Melakukan adaptasi pertanian agar dapat mengatasi ancaman cuaca	STRATEGI (WT) a. Sortir terhadap (<i>berasan</i>) biji Kopi Robusta yang bermutu/kualitas baik. b. Memberikan penyuluhan tentang manfaat pembibitan yang baik
THREATS (T) a. Persaingan pasar dan harga fluktuatif b. Anomali cuaca		

Setelah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam mengembangkan usaha pemasaran kopi robusta di Desa Suka Mulya Kecamatan Pagar Dewa Kabupaten Lampung Barat. Hasil analisis matriks

SWOT menghasilkan 9 alternatif strategi yang dapat dipilih. Alternatif strategi yang harus dijalankan oleh petani Kopi Robusta di Desa Suka Mulya Kecamatan Pagar Dewa Kabupaten Lampung Barat dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Alternatif Strategi Pemasaran Kopi Robusta di Desa Suka Mulya Kecamatan Pagar Dewa Kabupaten Lampung Barat

No.	Alternatif strategi
1.	Meningkatkan kualitas produk agar <i>trend</i> konsumsi kopi semakin meningkat.
2.	Meningkatkan jumlah produksi Kopi Robusta untuk memenuhi permintaan pasar.
3.	Melakukan peremajaan dengan bibit yang lebih unggul.
4.	Meningkatkan kualitas SDM.
5.	Membuat produk unggul untuk menaikkan posisi tawar petani.
6.	Meningkatkan produksi Kopi Robusta.
7.	Melakukan adaptasi pertanian agar dapat mengatasi ancaman cuaca.
8.	Sortir terhadap (berasan) biji Kopi Robusta yang bermutu/kualitas baik.
9.	Memberikan penyuluhan tentang manfaat pemilihan bibit yang sebaiknya dibudidayakan

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Faktor internal pada pemasaran Kopi Robusta kekuatannya kepemilikan lahan, tempat yang cocok dan subur untuk tanaman kopi, permodalan yang cukup, dan kualitas produk. Kelemahannya yaitu posisi tawar petani rendah, tidak ada pembukuan yang jelas, harga dikuasai pasar dan SDM yang lemah. Faktor eksternal dalam pemasaran Kopi Robusta peluangnya yaitu pasar yang luas, *trend* konsumsi kopi meningkat dan Produk yang banyak diminati. Ancamannya yaitu persaingan pasar dan harga yang fluktuatif dan anomali cuaca.

2. Alternatif strategi pemasaran Kopi Robusta di Desa Suka Mulya Kecamatan Pagar Dewa Kabupaten Lampung Barat adalah dengan meningkatkan kualitas produk yang diinginkan konsumen dan pasar agar *trend* konsumsi kopi semakin meningkat, serta dengan meningkatkan jumlah produksi Kopi Robusta untuk meningkatkan pendapatan petani dan memenuhi permintaan pasar.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan maka saran yang harus dilakukan oleh para petani Kopi Robusta yaitu :

1. Untuk memenuhi permintaan pasar, maka petani Kopi Robusta harus

meningkatkan kualitas produk Kopi Robusta, dengan cara panen sesuai waktunya, menjemur sampai kering serta sortir biji Kopi Robusta agar lebih berkualitas dan lebih menarik.

2. Untuk meningkatkan produksi Kopi Robusta petani harus melakukan peremajaan bibit kopi yang unggul, memanfaatkan peran penyuluh untuk meningkatkan produksi.

DAFTAR PUSTAKA

Handoyo, F. (2017). Ekstraksi dan Karakterisasi Green Coffee Extract (GCE) dari Kopi Robusta. Institut Pertanian Bogor, Bogor

Hutama, Cristanto Leona, Subagio. (2014). Analisa Pengaruh Dining Experience Terhadap Behavioral Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2.

Istiqomah dan Andriyanto, I. 2019. Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Vol. 5 No. 2

Kotler, P. (1992). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta; Erlangga

Outlook kopi, 2020. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian

Rangkuti, F. 2015. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Rusdiati, K., Lalu. A. P., Sakti, D. P. B. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Di Desa Ketapang Raya Kecamatan Keruak, Lombok Timur. *Jurnal JML*. Vol. 19 No. 1

Rusdi dkk, 2020. Etno-Agronomi Budidaya Kopi yang Toleran Variabilitas Curah Hujan. *Jurnal Agro Industri Perkebunan*. Mei 2020

Sevilla, Consuelo G. et. al (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City

Sugiyono, P. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* Bandung: Penerbit Alfabeta.

Widodo, 2008. Meningkatkan Kinerja Pemasaran dengan Kreativitas Strategi. *Integritas Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 1 No. 2 Agustus - November. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung.