

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi adalah minuman yang dibuat dari biji kopi yang telah dipanggang dan digiling. Secara botani, kopi berasal dari tanaman *Coffea* yang termasuk dalam keluarga Rubiaceae. Biji kopi mengandung kafein, zat stimulan yang memberikan efek peningkatan kewaspadaan dan energi pada peminumnya. Kopi telah menjadi salah satu minuman paling populer di dunia dan memiliki nilai ekonomi yang sangat penting sebagai komoditas perdagangan internasional (International Coffee Organization/ ICO) 2023 dan Badan Pusat Statistik Indonesia 2023). Stefhanno Grahita (2024) kopi adalah minuman yang berasal dari biji tanaman kopi. biasanya diseduh dengan air panas dan memiliki banyak variasi seperti espresso, latte, atau cappuccino. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia (2023), kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan utama di Indonesia yang berkontribusi signifikan terhadap pendapatan nasional dan kesejahteraan petani. Kopi tidak hanya berfungsi sebagai minuman tetapi juga memiliki peranan penting dalam budaya dan gaya hidup masyarakat.

Indonesia merupakan salah satu produsen kopi terbesar di dunia dengan produksi kopi mencapai sekitar 770.000 ton per tahun (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2023). Kopi robusta dan arabika menjadi jenis kopi utama yang dibudidayakan di berbagai wilayah, seperti Sumatera, Jawa, Sulawesi, dan Papua. Luas lahan perkebunan kopi di Indonesia mencapai lebih dari 1,2 juta hektar, dengan sebagian besar petani kopi merupakan pelaku usaha mikro dan kecil.

Konsumsi kopi domestik di Indonesia juga terus meningkat, mencapai sekitar 4,5 kg per kapita per tahun, seiring dengan berkembangnya budaya ngopi dan tren kafe di perkotaan (International Coffee Organization, 2023). Selain itu, kopi menjadi salah satu komoditas ekspor penting yang memberikan kontribusi signifikan terhadap devisa negara.

Menurut laporan dari International Coffee Organization (ICO) dan berbagai analisis pasar kopi global, dalam sepuluh tahun terakhir industri kopi menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan meskipun sempat mengalami penurunan pada masa pandemi COVID-19 (2020-2021). Penurunan ini wajar mengingat dampak pandemi yang mempengaruhi hampir seluruh sektor industri di dunia, termasuk sektor kopi. Namun, sejak tahun 2022, industri kopi mulai pulih dan diperkirakan akan terus meningkat hingga sepuluh tahun ke depan, seiring dengan meningkatnya permintaan kopi yang tidak hanya sebagai kebutuhan, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup modern. Industri kopi mencakup berbagai lini, mulai dari petani (hulu), roastery, pemasok peralatan kopi, hingga coffee shop dan warung kopi (hilir). Variasi produk kopi pun semakin beragam, misalnya kopi latte, kopi susu, espresso, dan lainnya yang makin diminati oleh berbagai kalangan konsumen (Mintel, 2023; Statista, 2024).

Menurut data dari Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Selatan (2023), Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi penghasil kopi robusta terbesar di Indonesia dengan luas perkebunan mencapai sekitar 267.187 hektar dan produksi tahunan sekitar 198.015 ton, yang berkontribusi sekitar 26% terhadap produksi kopi nasional. Daerah dataran tinggi seperti Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) Selatan, Empat Lawang, Lahat, dan Muara Enim menjadi sentra utama produksi

kopi robusta, dengan OKU Selatan sebagai penghasil terbesar dengan luas lahan sekitar 89.050 hektar dan produksi tahunan sekitar 62.297 ton.

Kopi robusta dari Sumatera Selatan memiliki karakteristik khas yang dipengaruhi oleh kondisi geografis dan iklim setempat. Varian kopi terkenal dari daerah ini meliputi Kopi Dempo Pagar Alam, Kopi Semendo Muara Enim, Kopi Empat Lawang, Kopi Ranau OKU Selatan, dan Kopi Musi Rawas, yang masing-masing memiliki cita rasa dan aroma unik, mencerminkan keragaman budaya lokal dalam pengolahan kopi (Dinas Perkebunan Sumsel, 2023; Balai Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia). Selain itu, jenis olahan dan penyajian kopi di Sumatera Selatan sangat beragam, mulai dari kopi hitam tradisional, espresso, cappuccino, hingga kopi tubruk, yang menunjukkan adaptasi modern dan tradisional dalam budaya ngopi masyarakat setempat.

Menurut Erza (2022) bahwa Inovasi produk dan kompetensi kewirausahaan meningkatkan keunggulan bersaing UMKM. Sedangkan Fahmi Gustiawan, dkk.(2025) menjelaskan bahwa Inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya Novi Lestari, dkk. (2025) menyatakan bahwa Inovasi produk dan keunggulan bersaing mempengaruhi loyalitas konsumen secara positif.

Menurut Nugraha dan Putri. (2023), harga yang dianggap adil dan sesuai dengan kualitas produk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek kosmetik lokal. Harga yang terlalu tinggi justru menurunkan loyalitas. Menurut Nurfitasari (2023), Faktor-faktor penurunan keputusan pembelian selama pandemi terjadi karena Ketersediaan produk, selera konsumen, dan promosi berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Purwanti, dkk. (2020) menyatakan bahwa

Inovasi produk dan brand awareness berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Putra dan Wulandari (2021) menyatakan bahwa UMKM yang menerapkan strategi harga dinamis sesuai dengan kondisi pasar digital mampu meningkatkan daya saing dan volume penjualan produk mereka secara signifikan. (Jurnal Manajemen Pemasaran, 2021)

Rahmawati dan Hartono. (2022) Menyatakan bahwa harga diskon dan penawaran khusus di platform e-commerce sangat mempengaruhi minat beli konsumen. Harga yang kompetitif dan promosi menarik menjadi faktor kunci keberhasilan penjualan online. (Jurnal Ekonomi Digital, 2022). Rizqy Tsaniya , Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi (2022) menyatakan bahwa untuk menguji pengaruh dari kualitas produk dan harga baik secara simultan dan persial terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. Rancangan penelitian yang digunakan ialah kuantitatif kausal.Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling.

Ruri Wijayanti dan Malse Anggia (2020) menyatakan bahwa Kandungan kafein pada bubuk kopi memberikan cita rasa pahit pada air. Perbedaan kadar kafein masing-masing IKM dapat disebabkan oleh perbedaan suhu pada proses penyangraian.Tingginya kadar kafein pada beberapa sampel dapat diakibatkan oleh tingginya suhu penyangraian yang digunakan oleh IKM tersebut. Sari dan Wijaya. (2024) Menyatakan bahwa generasi Z sangat sensitif terhadap harga dan diskon, sehingga strategi penetapan harga yang fleksibel sangat penting untuk menarik segmen pasar ini. (Jurnal Bisnis dan Konsumen, 2024). Adapun yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan kopi menggunakan metode SWOT.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Penjualan Kopi Menggunakan Metode SWOT”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana strategi pemasaran penjualan kopi menggunakan metode SWOT ?
2. Faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat dalam meningkatkan penjualan kopi ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka batasan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berlingkup pada kegiatan usaha di bidang coffee shop.
2. Responden adalah pemilik usaha.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran kopi menggunakan metode SWOT
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dalam meningkatkan penjualan produk kopi.
3. Mendesain strategi pemasaran usaha coffee shop.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman dan kemampuan dalam bidang Teknik Industri yaitu tentang Analisis Strategi Pemasaran Untuk

Meningkatkan Penjualan Kopi Menggunakan Metode SWOT dan untuk memenuhi syarat kelulusan di program studi Teknik Industri Universitas Bina Darma Palembang

2. Bagi UMKM

Menambah Pengetahuan yaitu tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk kopi dengan cara yang efisien.

3. Bagi Universitas

Untuk Menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman dan kemampuan kepada mahasiswa universitas binadarma khusus nya dalam bidang Teknik Industri yaitu tentang Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kopi Menggunakan Metode SWOT.