

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Faktor ekonomi adalah salah satu unsur penting dalam menentukan tingkat keberhasilan pembangunan ekonomi khususnya di Indonesia. Faktor ekonomi ini menggambarkan suatu hasil nyata dari kebijakan pembangunan ekonomi yang dilaksanakan oleh pemerintah. Pemerintah tentunya harus mempunyai tujuan utama bagi rakyatnya terutama yang berkaitan dengan upaya meningkatkan taraf hidup atau tingkat kemakmuran rakyatnya.

Usaha atau bisnis merupakan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh individu atau organisasi dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan ekonomi melalui produksi, distribusi, atau penjualan barang atau jasa kepada konsumen. Tujuan utama dari bisnis adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sambil menghasilkan laba bagi pemilik atau pemangku kepentingan yang terlibat. Selain itu, bisnis juga bertanggung jawab terhadap berbagai faktor termasuk aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi dalam menjalankan operasinya.

Koperasi merupakan salah satu dari pelaku ekonomi yang memiliki beberapa bidang usaha sebagai wadah perekonomian dan kegiatan sosial masyarakat dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan penyaluran aspirasi yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat serta memberikan peningkatan terhadap perekonomian. Hal tersebut sesuai dengan tujuan koperasi yang ada dalam pasal 3 UU No.25 Tahun 1992 yang berbunyi:

“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945”

Berdasarkan undang-undang tersebut, usaha koperasi adalah usaha yang berkaitan langsung dengan kepentingan anggota untuk meningkatkan usaha dan kesejahteraan anggota. Koperasi menjalankan kegiatan usaha dan berperan utama di segala bidang kehidupan ekonomi rakyat. Melalui kegiatannya, koperasi turut serta mewujudkan kehidupan ekonomi yang sejahtera baik bagi anggota koperasi itu sendiri maupun masyarakat sekitarnya. Sebagai perkumpulan untuk kepentingan umum, koperasi beroperasi di bidang-bidang yang memenuhi kebutuhan bersama para anggotanya.

Bisnis yang terus berkelanjutan merupakan suatu impian bagi setiap pelaku bisnis karena setiap pelaku bisnis pasti menginginkan bisnis yang dijalankannya dapat terus eksis dengan jangka waktu selama mungkin. Keberlanjutan bisnis (*business sustainability*) dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk mempertahankan keberadaannya secara ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam jangka panjang. Keberlanjutan bisnis melibatkan strategi yang mempertahankan kualitas produk dan jasa, serta memenuhi kebutuhan pelanggan dan masyarakat, sementara juga memperhatikan dampak lingkungan dan sosial dari aktivitas bisnis.

Sebagai salah satu pelaku bisnis, Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan (KPKMP) bergerak di bidang produksi kopi yang telah berdiri sejak tahun 2014. Unit usaha KPKMP adalah pengolahan kopi dan jual beli kopi.

Kopi adalah komoditas pertanian yang sangat diminati, Indonesia merupakan negara yang termasuk ke dalam salah satu negara penghasil kopi tertinggi di dunia. Seperti yang terlihat pada Tabel 1.1, Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar ketiga di dunia pada tahun 2022-2023.

Tabel 1.1 Negara Penghasil Kopi Terbesar 2022-2023

Negara	Produksi Kopi (dalam ribu kantong berukuran 60kg)
Brazil	62.600
Vietnam	29.750
Indonesia	11.850
Kolombia	11.300
Ethiopia	8.720
Uganda	6.565
India	6.250
Honduras	5400

Sumber : United States Department of Agriculture (USDA),

Industri kopi di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, baik dalam produksi maupun konsumsi domestik maupun ekspor. Kebutuhan akan diferensiasi produk dan penciptaan nilai tambah menjadi semakin penting dalam menarik minat konsumen yang semakin cerdas dan beragam.

Jenis kopi yang tersebar di wilayah Indonesia kurang lebih ada lima jenis diantaranya Arabika, Robusta, Luwak, Kintamani, dan Flores Bajawa. Jenis kopi yang paling populer diantara kelima jenis tersebut adalah jenis Arabika karena memiliki cita rasa dan kualitas yang banyak digemari oleh konsumen. Jenis kopi ini banyak ditanam di berbagai provinsi di Indonesia, salah satunya Jawa Barat. Kopi Arabika asal Jawa Barat sudah banyak di ekspor ke berbagai negara.

Diawali oleh krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998. Pada saat itu masyarakat sulit untuk mencari pekerjaan dan ada peluang untuk menanam pohon kopi di hutan bekerja sama dengan pihak perhutani. Kemudian pihak perhutani membuat perjanjian kerja sama dengan LMDH atau Lembaga Masyarakat Desa Hutan dan yang ditunjuk untuk menjadi ketua LMDH adalah H. Mochamad Aleh Setiapermana yang saat ini menjabat sebagai ketua KPKMP. LMDH ini beranggotakan para petani yang telah diajak oleh H. Mochamad Aleh Setiapermana untuk menanam kopi sehingga masyarakat yang tergabung dalam LMDH ini sudah memiliki legalitas untuk menanam kopi di lahan hutan milik perhutani.

Setelah tiga tahun berlalu, pohon kopi yang pada saat awal ditanam sudah mulai berbuah dan H. Mochamad Aleh Setiapermana memutuskan untuk membentuk kelompok tani. Kelompok tani ini menanam pohon kopi di lahan milik masing-masing dikarenakan lahan hutan milik perhutani sudah penuh. Pada awalnya kelompok tani ini hanya masyarakat Desa Margamulya saja, namun ternyata para petani di luar Desa Margamulya juga ikut memerhatikan kemajuan kelompok tani Margamulya. Hal ini membuat kelompok tani dari Desa Panyindangan dan Desa Tribaktimulya ikut bergabung dengan kelompok tani Desa Margamulya sehingga membentuk sebuah Gabungan Kelompok Tani (GAPOKTAN). Pada tahun 2014, GAPOKTAN ini membentuk sebuah koperasi yang berbadan hukum dan memiliki akta pendirian yang dinamakan Koperasi Produsen Kopi Margamulya.

Pada tahun 2014, diterbitkan sertifikat Indikasi Geografis (IG) oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Dirjen HKI) untuk Kopi Arabika

asal Priangan Jawa Barat dengan nama Kopi Arabika Java Preanger (KAJP). Berdasarkan IG penyebaran KAJP ini dibagi menjadi dua wilayah yaitu KAJP *Bandoeng Highland* dan *Soenda Mountain*. Wilayah *Bandoeng Highland* meliputi Kabupaten Garut (Gunung Cikuray dan Gunung Papandayan), Bandung (Gunung Malabar, Gunung Tilu, dan Gunung Patuha), Bandung Barat (Gunung Halu) dan Cianjur (Gunung Besar). Wilayah *Soenda Mountain* meliputi Kabupaten Bandung Barat, Purwakarta, Subang, dan Sumedang (Gunung Burangrang, Gunung Tangkuban Parahu, dan Gunung Manglayang).

Salah satu Kopi Java Preanger di wilayah *Bandoeng Highland* yaitu Kopi Gunung Tilu yang merupakan perkebunan kopi yang dikelola oleh koperasi yaitu Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan atau yang disingkat menjadi KPKMP. Koperasi ini telah resmi menjadi sebuah koperasi dan mendapatkan Badan Hukum dengan NO. 518/BH/KEP.II-KOP/IV/2014 pada tanggal 25 April 2014, diketuai oleh H. Mochamad Aleh Setiapermana. Hingga saat ini KPKMP sering mendapatkan penghargaan dari pihak dinas ataupun dari lembaga-lembaga yang bermitra serta diundang ke istana negara dalam rangka meningkatkan produktivitas koperasi dan UMKM kopi di Indonesia bersamaan dengan rilisnya sebuah film Indonesia yang menceritakan tentang kopi.

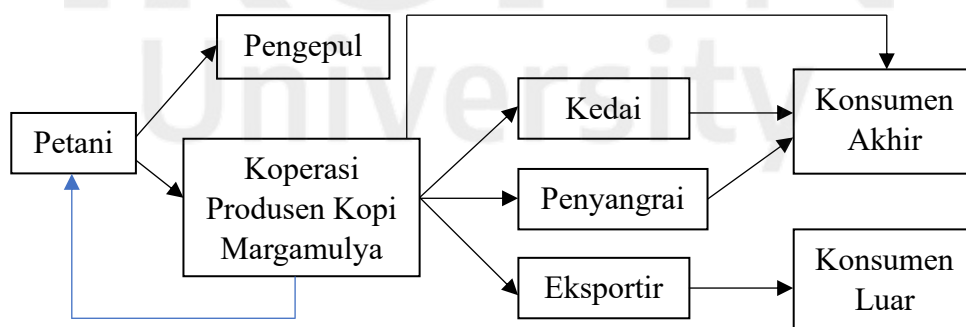
KPKMP ini adalah jawaban atas keresahan dan kebingungan masyarakat untuk menjual hasil panennya dan dari tahun ke tahun. KPKMP menghimpun panen kopi hingga mencapai 150 ton dari anggota. Bahan baku ceri kopi yang akan diolah dan dijual oleh koperasi ini berasal dari anggota koperasi yang setiap masa panen akan menjual hasil panennya ke koperasi dengan sistem pembayaran timbang-

bayar. Koperasi harus terus mengetahui harga bahan baku di pasar agar koperasi dapat menawarkan harga beli yang lebih tinggi atau setidaknya sama dengan pasar sehingga anggota akan terus menjual hasil taninya ke koperasi bukan ke tengkulak lain.

KPKMP memiliki dua kegiatan usaha utama yaitu pengolahan kopi dan jual beli kopi. Sesuai dengan namanya koperasi produsen, koperasi ini beranggotakan produsen atau petani penghasil kopi yang setelah hasil taninya disetorkan ke koperasi, koperasi akan mengolahnya terlebih dahulu sehingga menambah nilai manfaat produk dan kemudian dijual ke konsumen.

Pada usaha pengolahan kopi, koperasi menggunakan fasilitas-fasilitas untuk mengolah kopi agar sesuai dengan permintaan konsumen dan juga koperasi membuka jasa pemakaian mesin-mesin pengolahan kopi yang keuntungannya akan masuk ke kas koperasi. Pada usaha jual beli kopi, koperasi memiliki beberapa jenis kopi yang ditawarkan ke konsumen yang merupakan produk hasil olahan kopi seperti *green bean*, *roasted bean*, dan produk yang dijual melalui kedai Coffee House Gunung Tilu seperti *ground coffee*, dan kopi siap minum.

Secara lengkapnya aliran barang pada rantai pasok kopi di KPKM dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Rantai Pasok KPKMP

Bisnis yang dilakukan KPKMP diawali dari pembelian ceri kopi dari petani. Manfaat yang didapat petani dengan menjual ceri kopi ke KPKMP dibandingkan kepada pengepul adalah harga yang ditawarkan KPKMP lebih baik dan bagi petani anggota koperasi akan mendapat timbal balik lain berupa pelatihan, pengadaan peralatan pertanian, dan penunjang produktivitas pertanian lainnya. Ceri kopi tersebut kemudian diolah hingga menjadi *green bean*, *roasted bean*, *ground coffee*, dan kopi siap minum. Hasil olahan kopi tersebut didistribusikan kepada kedai kopi, penyangrai kopi, dan eksportir. Untuk *roasted bean*, *ground coffee*, dan kopi siap minum bisa dijual langsung oleh koperasi kepada konsumen akhir melalui kedai milik koperasi.

Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan memiliki produk dengan merek Kopi Java Preanger Gunung Tilu yang sudah mendapat ijin P-IRT dan sertifikat halal dari MUI. Kegiatan pemasarannya dilakukan dengan memanfaatkan sosial media. Di aplikasi *Tiktok* dengan menggunakan akun pribadi milik ketua koperasi yang pengikutnya sudah sekitar 12.000 orang, H. Mochamad Aleh Setiapermana selalu membagikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh KPKMP. H. Mochamad Aleh Setiapermana juga tergabung di beberapa grup *whatsapp* yang beranggotakan pengusaha-pengusaha kopi dan barista, dan H. Mochamad Aleh Setiapermana sering mempromosikan produknya melalui grup tersebut. Selain itu, koperasi ini juga sering mengikuti pameran-pameran kopi baik di dalam negeri maupun di luar negeri sebagai ajang promosi produknya dan menurut H. Mochamad Aleh Setiapermana cara tersebut efektif untuk mengenalkan produknya kepada calon konsumen.

Hingga saat ini, kopi yang ditawarkan oleh KPKMP sudah cukup populer di kalangan pengusaha kopi dan sudah melakukan ekspor ke beberapa negara seperti Mesir, Turki, Budapest, dan beberapa negara lainnya. Kopi Java Preanger Gunung Tilu juga telah menjadi supplier tetap di beberapa kedai kopi di Indonesia seperti Upnormal, Bakul Kopi, Mr. O Cofee, Safoy Homann, Kopi Lab ABCD, dan Dewaji Kopi.

Untuk membina hubungan baik dengan pelanggan, pihak koperasi melakukan proses komunikasi dan pelayanan sebagai berikut:

1. Pelanggan dapat berkomunikasi dan berinteraksi langsung dengan pengelola atau pemilik usaha melalui *whatsapp*, *tiktok*, atau datang langsung ke pabrik.
2. Biasanya koperasi memberikan potongan harga kepada pelanggan yang sudah sering melakukan pembelian atau yang sudah menjadi pelanggan tetap sejak lama.
3. Koperasi juga dapat membangun hubungan dengan pelanggan karena ketua koperasinya H. Mochamad Aleh Setiapermana tergabung ke dalam beberapa grup atau komunitas yang beranggotakan para pecinta dan pengusaha kopi.

Kopi yang ditawarkan oleh KPKMP ini lebih menekankan pada kualitas produk, sehingga harga yang ditawarkan memang cukup tinggi dibandingkan harga kopi di pasar. Namun harga kopi KPKMP ini belum pernah berubah selama KPKMP menjalankan usahanya dan hal ini membuat beberapa pelanggan KPKMP yang mayoritas merupakan para pengusaha kopi seperti pemilik kedai kopi dan penyangrai kopi serta barista yang ada di seluruh Indonesia bahkan juga luar negeri menjadikan harga kopi yang dijual oleh KPKMP sebagai standar atau patokan harga

kopi di Jawa Barat. Dan biasanya para pengusaha kopi jika sudah mengetahui bahwa produk yang dibelinya memiliki kualitas yang bagus, mereka akan selalu membeli dari tempat yang sama untuk menjaga rasa dan kualitas produk yang akan mereka jual kembali. Hal tersebut yang membuat konsumen koperasi ini mayoritas adalah pelanggan tetap yang sudah melakukan *repurchase* berkali-kali.

Usaha di bidang kopi bukanlah hal yang mudah dan tentunya memiliki tantangan yang harus dihadapi oleh para pengusaha kopi. Seperti yang terlihat pada Tabel 1.2 harga penjualan mengalami fluktuasi pada data penjualan kopi KPKMP dalam lima tahun terakhir karena harus menyesuaikan dengan harga pasar.

Tabel 1.2 Data Penjualan Green Bean KPKMP (2019-2023)

Tahun	Penjualan (Kg)	Harga Perkg (Rp)	Jumlah Pendapatan (Rp)
2019	20.000	82.500	1.650.000.000
2020	25.000	82.500	2.062.000.000
2021	50.000	75.500	3.775.000.000
2022	55.000	85.000	4.675.000.000
2023	14.286	75.000	1.071.428.571

Sumber : Laporan Keuangan KPKMP 2019-2023

Beberapa tahun terakhir, koperasi ini telah mengalami peningkatan penjualan dan keuntungan, namun koperasi ini juga menghadapi beberapa tantangan dalam meningkatkan ataupun mempertahankan keberlanjutan bisnisnya, yaitu sempat terjadi peretasan pada aplikasi *whatsapp* yang digunakan. Berdasarkan wawancara informal dengan ketua KPKMP, hal tersebut menimbulkan adanya kesulitan dalam menjangkau konsumen dan adanya penyebaran berita *hoax* sehingga terjadi penurunan terhadap pendapatan dan citra merek. Meskipun berpengaruh sehingga adanya penurunan kapasitas produksi, dengan tingginya tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk Kopi Java Preanger Gunung Tilu,

jumlah penjualan *green bean* dapat dikatakan tetap baik karena sama seperti tahun-tahun biasanya yang penjualannya tidak kurang dari 80% dari total kapasitas produksi yang pada tahun tersebut menghimpun panen kopi mencapai 100 ton dari anggota.

Salah satu faktor yang dianggap penting dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis adalah ekuitas merek (*brand equity*). Ekuitas merek (*brand equity*) dapat didefinisikan sebagai nilai yang terkait dengan merek suatu produk atau jasa yang dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Ekuitas merek mencerminkan seberapa jauh merek tersebut telah membangun reputasi dan kepercayaan di mata pelanggan, serta seberapa jauh kesiapan pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam keberlanjutan bisnis KPKMP yang sudah berlangsung sekitar 10 tahun sejak 2014, selain berkontribusi secara ekonomi kepada petani anggota juga memiliki upaya untuk turut berkontribusi dalam bidang sosial seperti mengadakan dana sosial untuk masyarakat sekitar dan menjadi wadah berorganisasi yang memiliki banyak manfaat bagi kehidupan masyarakat sekitar khususnya yang berprofesi sebagai petani kopi dan menjadi petani anggota koperasi. Karena kopi merupakan komoditas hasil pertanian yang berasal dari alam dan kualitasnya memiliki ketergantungan terhadap kualitas tempat budidaya kopi tersebut, KPKMP pun turut berupaya untuk melestarikan lingkungan tempat perkebunan kopi.

Berdasarkan fenomena tersebut, Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan telah berupaya meningkatkan ekuitas mereknya dengan melakukan berbagai strategi pemasaran seperti penggunaan media sosial dan kampanye

promosi, sehingga dapat memiliki pelanggan dengan kepercayaan yang tinggi terhadap produknya. Namun, perlu diuji apakah strategi-strategi ini telah efektif dalam meningkatkan keberlanjutan bisnis koperasi.

Studi tentang pengaruh ekuitas merek terhadap keberlanjutan bisnis memiliki relevansi yang signifikan bagi Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan dan sektor industri kopi pada umumnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari ekuitas merek Kopi Java Preanger Gunung Tilu terhadap kinerja keberlanjutan bisnis Koperasi Produsen Kopi Margamulya di Pangalengan. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengambil keputusan dalam mencapai keberlanjutan bisnis melalui penerapan ekuitas merek. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada teori dan praktik manajemen bisnis, serta memberikan rekomendasi untuk Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan dalam keberlanjutan bisnisnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti memunculkan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana **Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keberlanjutan Bisnis** pada Koperasi Produsen Kopi Margamulya yang akan dilakukan selama kurang lebih tiga bulan di Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan yang berlokasi di Jalan Raya Bandung - Pangalengan KM 36,5 Kabupaten Bandung 40378.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana ekuitas merek produk Kopi Java Preanger Gunung Tilu dari Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan
2. Bagaimana keberlanjutan bisnis Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan
3. Bagaimana pengaruh ekuitas merek produk Kopi Java Preanger Gunung Tilu terhadap keberlanjutan bisnis Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan
4. Upaya apa saja yang harus dilakukan untuk meningkatkan ekuitas merek produk Kopi Java Preanger Gunung Tilu dari Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan
5. Apa saja manfaat ekonomi yang didapatkan oleh anggota Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan secara menyeluruh tentang ekuitas merek produk Kopi Java Preanger Gunung Tilu dan pengaruhnya terhadap peningkatan keberlanjutan bisnis di Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan.

1.3.2 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Ekuitas merek produk *Kopi Java Preanger Gunung Tilu* dari Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan
2. Keberlanjutan bisnis Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan
3. Pengaruh ekuitas merek produk *Kopi Java Preanger Gunung Tilu* terhadap keberlanjutan bisnis Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan
4. Upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan ekuitas merek produk *Kopi Java Preanger Gunung Tilu* dari Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan
5. Manfaat ekonomi yang didapatkan oleh anggota Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah pengembangan ilmu pengetahuan koperasi dan ilmu manajemen bisnis, khususnya mengenai ekuitas merek pada produk dan pengaruhnya terhadap keberlanjutan bisnis.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan informasi kepada Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan sebagai bahan untuk pengambilan keputusan terkait dengan meningkatkan keberlanjutan bisnis melalui ekuitas merek pada produk, serta sebagai bahan masukan untuk para pengurus koperasi dalam pengambilan keputusan dan menentukan kebijakan terkait

permasalahan yang diteliti. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dimanfaatkan secara bersama-sama untuk memperkuat pemahaman terkait permasalahan yang diteliti.

