

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri kopi memainkan peran penting dalam sektor pertanian yang krusial di Indonesia, kehadiran industri kopi memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional dan regional. Indonesia menempati peringkat keempat di antara produsen kopi terbesar dunia, setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia, dengan produksi mencapai 774.000 ton pada tahun 2023, menurut Badan Pusat Statistik. Selain menjadi komoditas ekspor, minat domestik terhadap kopi juga berkembang pesat, didorong oleh budaya kopi yang semakin berkembang, munculnya kedai kopi modern, dan perubahan gaya hidup. Di sisi lain, pertumbuhan UMKM dan koperasi di sektor kopi terus meningkat, menyediakan platform untuk memperkuat posisi petani dan wirausaha mikro.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kopi Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat, seiring dengan semakin banyaknya minat masyarakat terhadap kopi berkualitas. Koperasi Kopi Walatra berperan penting dalam membantu petani kopi mendapatkan akses pasar yang lebih luas, sekaligus menyediakan pelatihan dan dukungan teknis untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka.

Koperasi Kopi Walatra adalah organisasi yang bergerak di bidang produksi dan pemasaran kopi lokal. Koperasi ini berfokus pada pengembangan produk kopi berkualitas tinggi yang bersumber dari daerah-daerah tertentu. Koperasi ini didirikan dengan tujuan memberdayakan petani kopi lokal, meningkatkan

kesejahteraan anggota koperasi, dan mempromosikan kopi lokal sebagai produk unggulan yang berdaya saing di pasar.

Koperasi Produsen Buana Walatra Sejahtera (BWS) merupakan koperasi Binaan PT Pertamina yang terletak di Komplek Neglasari I, Jalan Neglaras No 13, pasanggrahan dengan Badan Hukum nomor AHU-0005809.AH.01.29, 27 OKTOBER 2022. koperasi ini beranggotakan 26 orang yang terdiri dari orang-orang pelaku kopi seperti petani, roastery, barista. Yang Dimana kopi ditanam di masing-masing anggota, untuk koperasi sendiri itu belum mempunyai lahan garapan kopinya, jadi koperasi hanya membeli bahan bakunya saja untuk di olah menjadi suatu produk. yaitu kelompok masyarakat yang peduli terhadap lingkungan serta mengembangkan usaha kopi lokal. Komunitas tersebut menjadi tempat berkumpul dan bertukar gagasan seputar dunia kopi dan pertanian secara umum. Tujuan utama dari koperasi ini adalah menyediakan ruang edukasi dan informasi bagi masyarakat terkait budidaya kopi dan pertanian lainnya.

Dalam memasarkan produknya, Koperasi Buana Walatra Sejahtera pada awalnya mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti menjadi pemasok untuk kafe dan mengikuti berbagai pameran. Namun, seiring perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar, koperasi mulai beralih ke pemasaran digital melalui platform seperti PaDi UMKM, Shopee, dan Instagram. Platform PaDi UMKM (Pasar Digital UMKM Indonesia) merupakan *marketplace* digital yang memfasilitasi transaksi antara pelaku UMKM dengan BUMN, kementerian, lembaga pemerintah, dan korporasi lainnya. Koperasi memanfaatkan platform ini untuk menjual berbagai produk kopi seperti *Arabica*, *Robusta*, dan *Cascara Tea*.

Berdasarkan data yang tersedia, terdapat 12 jenis produk kopi yang dipasarkan melalui PaDi UMKM, namun transaksi yang tercatat hanya sebanyak 7 transaksi dengan total penjualan 17 item. Minimnya jumlah transaksi ini disebabkan oleh pengelolaan akun yang belum optimal dan kurang konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran digital masih terbatas dan belum dimanfaatkan secara maksimal. Oleh karena itu, perlu adanya strategi untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan akun digital koperasi agar pemasaran dapat berjalan lebih optimal.

Koperasi Buana Walatra juga memanfaatkan *platform* Shopee, yang berdasarkan data kunjungan *e-commerce* Indonesia tahun 2023, menjadi *platform* dengan jumlah pengunjung tertinggi setiap kuartalnya. Ini membuka peluang besar bagi koperasi dalam memperluas pasar produk kopinya. Namun, berdasarkan tampilan akun Shopee milik koperasi, hanya beberapa produk yang diunggah dan belum terdapat aktivitas penjualan serta umpan balik dari konsumen. Hal ini menandakan bahwa pengelolaan akun Shopee belum dilakukan secara maksimal.

Koperasi Buana Walatra juga menggunakan Instagram sebagai media sosial untuk membangun komunikasi digital dengan konsumen. Melalui fitur-fitur di Instagram, koperasi berupaya menjangkau audiens yang lebih luas, menyampaikan informasi produk, serta membangun interaksi dengan pelanggan. Namun, konten yang disajikan masih belum konsisten dan keterlibatan konsumen masih rendah karena belum adanya pengelolaan strategi komunikasi digital yang terstruktur.

Koperasi Buana Walatra Sejahtera telah menunjukkan upaya transisi dari pemasaran konvensional menuju digital. Namun demikian, transformasi

komunikasi digital ini belum sepenuhnya optimal. Hal ini terlihat dari minimnya transaksi dan kurangnya interaksi digital yang terstruktur. Optimalisasi strategi pemasaran digital sangat penting untuk meningkatkan volume penjualan, memperluas jangkauan distribusi, serta memperkuat daya saing produk. Keberhasilan transformasi ini juga berdampak pada peningkatan kesejahteraan ekonomi anggota, karena koperasi sebagai organisasi mendorong partisipasi aktif anggota dalam pengambilan keputusan dan aktivitas usaha.

Koperasi Kopi Walatra Sejahtera juga menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan penjualan produk kopi lokal. Salah satu tantangan utamanya adalah persaingan yang semakin ketat dengan produk kopi dari daerah lain dan merek-merek ternama. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang efektif di berbagai aspek untuk meningkatkan daya tarik produk dan memperluas pasar. berkumpulnya para pecinta kopi yang berdiskusi Tentang bisnis kopi dan tanaman lainnya. Tujuan untuk menyediakan wadah bagi masyarakat yang membutuhkan

Strategi pemasaran yang telah dijalankan oleh Koperasi Produsen Kopi Buana Walatra Sejahtera memerlukan data konkret mengenai kinerja penjualan dalam kurun waktu tertentu. Data penjualan berikut disajikan berdasarkan periode triwulanan selama tahun 2023 hingga sebagian tahun 2024. Informasi ini bertujuan untuk menggambarkan tren penjualan koperasi dari waktu ke waktu, sekaligus menjadi dasar dalam menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penurunan atau peningkatan penjualan produk kopi lokal.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Koperasi Walatra 2023-2024

NO	TAHUN	TOTAL PENJUALAN	PRESENTASE (%)
Tahun 2023			
1.	Januari	Rp 15.580.500	-
2.	Februari	Rp 16.420.000	5
3.	Maret	Rp 14.741.000	(10)
4.	April	Rp 13.500.166	(8)
5.	Mei	Rp 12.000.200	(33)
6.	Juni	Rp 15.000.134	24
7.	Juli	Rp 10.094.000	(32)
8.	Agustus	Rp 8.100.000	(19)
9.	September	Rp 12.089.000	49
10.	Oktober	Rp 5.000.000	(58)
11.	November	Rp 4.800.000	(04)
12.	Desember	Rp 5.013.700	04
Tahun 2024			
1.	Januari	Rp 10.000.000	-
2.	Februari	RP 7.000.000	(3)
3.	Maret	Rp 13.200.700	88
4.	April	Rp 7.000.000	(46)
5.	Mei	Rp 9.000.000	28
6.	Juni	Rp 12.300.500	36
7.	Juli	Rp 8.267.000	(32)
8.	Agustus	Rp 5.000.000	(39)
9.	September	Rp 7.000.000	4
TOTAL		Rp 211.106.900	

Sumber: Laporan keuangan unit Koperasi Produsen Kopi Buana Walatra Sejahtera Tahun 2023- 2024

Tabel 1.1 Berdasarkan data penjualan Koperasi Produsen Buana Walatra Sejahtera tahun 2023–2024 terlihat adanya tren peningkatan penjualan dari bulan ke bulan, meskipun fluktuasi tetap terjadi. Pada awal periode, penjualan masih relatif rendah, namun secara bertahap menunjukkan pertumbuhan yang cukup konsisten. Puncak penjualan terjadi pada bulan Juli 2024, yang mengindikasikan adanya faktor musiman atau strategi promosi tertentu yang berhasil mendorong peningkatan pembelian pada periode tersebut. Sebaliknya, penurunan penjualan tampak pada beberapa bulan sebelumnya, misalnya di awal tahun, yang bisa disebabkan oleh daya beli masyarakat yang menurun pasca libur akhir tahun atau

strategi pemasaran yang belum optimal. Secara keseluruhan, data ini mencerminkan bahwa meskipun koperasi masih menghadapi tantangan fluktuasi pasar, tren positif menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dijalankan mulai memberikan hasil dalam meningkatkan penjualan produk kopi lokal.

Kondisi ini menunjukkan perlunya evaluasi dan reformulasi strategi pemasaran agar lebih sesuai dengan dinamika pasar dan kebutuhan konsumen saat ini yang dapat membuat Koperasi Buana Walatra Sejahtera menjadi koperasi yang bisa Bersaing dengan koperasi lain dan bisa meningkatkan pendapatan yang bisa didapatkan oleh Koperasi Buana Walatra Sejahtera.

Strategi pemasaran menjadi aspek kunci yang harus diperhatikan oleh Koperasi Buana Walatra Sejahtera dalam merancang dan menjalankan kegiatannya. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, seperti pemilihan pasar sasaran yang relevan, penentuan bauran pemasaran yang sesuai (produk, harga, distribusi, dan promosi), serta pemanfaatan media digital dan jaringan kemitraan, koperasi dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar.

Perumusan strategi pemasaran yang berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal (melalui SWOT), diharapkan dapat mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dan mengoptimalkan potensi yang ada. Dengan demikian, penelitian ini penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh Koperasi Buana Walatra Sejahtera dapat berperan langsung dalam meningkatkan penjualan produk kopi lokal, sekaligus menjadi referensi dalam pengembangan strategi yang lebih efektif dan berkelanjutan di masa mendatang.

Penelitian terdahulu menunjukkan relevansi pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk kopi. Penelitian oleh Sari (2020), menemukan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan kesadaran merek hingga 40%. Sementara itu, Prasetyo (2021), menunjukkan bahwa kolaborasi dengan kafe lokal dapat meningkatkan penjualan produk kopi hingga 30%. Namun, penelitian oleh Rahman (2022), menggaris bawahi bahwa banyak koperasi yang masih kesulitan dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa meskipun ada upaya untuk meningkatkan pemasaran, masih terdapat tantangan yang harus dihadapi oleh Koperasi Walatra.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bauran pemasaran yang diterapkan dan dampaknya terhadap penjualan produk kopi lokal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam pengembangan strategi pemasaran yang efektif untuk Koperasi Buana Walatra Sejahtera menjadi koperasi yang berkembang dan bersaing dengan koperasi yang lainnya, serta menjadi referensi bagi koperasi lainnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah di kemukakan, maka dengan itu yang akan diteliti adalah **“Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Kopi Lokal ”** dan terdapat beberapa masalah yang dapat di indentifikasi:

1. Bagaimana penjualan kopi lokal di koperasi.
2. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Koperasi Buana Walatra Sejahtera dalam memasarkan produk kopi lokal.

3. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan di koperasi walatra.
4. Bagaimana strategi bauran pemasaran yang seharusnya di terapkan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis mengenai strategi bauran Pemasaran koperasi kopi walatra dalam meningkatkan penjualan produk kopi lokal.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan kondisi penjualan produk kopi lokal di Koperasi Produsen Kopi Buana Walatra Sejahtera.
2. Menganalisis strategi pemasaran yang saat ini diterapkan koperasi dalam memasarkan produk kopi lokal.
3. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan (analisis SWOT) yang dihadapi koperasi dalam menjalankan usahanya.
4. Merumuskan strategi bauran pemasaran yang seharusnya diterapkan oleh Koperasi Buana Walatra Sejahtera guna meningkatkan penjualan produk kopi lokal.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi aspek perkembangan teoritis dan aspek praktis dalam upaya mengembangkan pengetahuan Tentang strategi pemasaran, baik secara umum maupun pada koperasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Koperasi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi pengurus dan semua pihak yang terlibat di koperasi produksi kopi buana sejahtera, dalam upaya meningkatkan manfaat ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan anggotanya

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi refensi dan bisa dikembangkan menjadi sarana informasi bagi penelitian selanjutnya.