



Analisis Perkembangan Dan Bauran Pemasaran Produk Pertanian Pada Usaha Tani Kopi Di Banyuwangi

Moh Alfian Nurhamid^{1*}, Asty Ardian Damayanti², Arbella Ramadhani³, Firdha Zahrotul Kholidia⁴, Muzaq Arvin Fachrizal⁵

¹Jurusan Pertanian, Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Banyuwangi

²Jurusan Pertanian, Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Banyuwangi

³Jurusan Pertanian, Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Banyuwangi

⁴Jurusan Pertanian, Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Banyuwangi

⁵Jurusan Pertanian, Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Banyuwangi

^{1*} muhamadalfannurhamid@email.com, ² astyardian483@email.com, ^{3*} arbellaramahani1@email.com, ^{4*} firdabwx@email.com, ^{5*} muzaqfachrizal1@email.com

Abstrak

Salah satu produk yang memberikan peningkatan perekonomian yang diperhitungkan di sektor pertanian peningkatan daya saing dan agribisnis terpadu yang dapat memperbaiki kesejahteraan keluarga pekebun, salah satunya adalah komoditas kopi. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk Memahami strategi pemasaran komoditas kopi untuk meningkatkan, memperluas pasar dan untuk menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha kopi di Desa Gombengsari, memahami tantangan dan peluang yang dihadapi, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran kopi. Hasil penelitian ini merupakan suatu model Merancang strategi untuk pengembangan dan pemasaran komoditas kopi demi meningkatkan pasar produk pertanian akan menjadi acuan penting dalam menyusun kebijakan pemerintah daerah Kabupaten Banyuwangi untuk masa depan. Memberikan harapan yang lebih baik untuk petani kopi.

Kata kunci: daya saing, pemasaran kopi, strategi, pemasaran, pertanian

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu produsen kopi terbesar di dunia dan memiliki keanekaragaman jenis kopi, seperti kopi robusta, arabika, hingga kopi luwak, yang terkenal baik di pasar domestik maupun internasional. Kopi merupakan salah satu komoditas pertanian yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai sumber pendapatan petani maupun sebagai produk ekspor yang bernilai tinggi. Kopi bukan hanya menjadi komoditas pertanian utama tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang signifikan bagi banyak petani di daerah penghasil kopi. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, usaha kopi, khususnya usaha kecil dan menengah (UKM) sering menghadapi berbagai tantangan dalam pemasaran produknya, seperti akses pasar, preferensi konsumen yang berubah, dan persaingan yang semakin ketat baik di tingkat lokal maupun global (Susilowati et al., 2020). Dalam konteks pemasaran produk kopi, pemahaman mendalam mengenai perilaku konsumen, strategi promosi, segmentasi pasar, serta penggunaan teknologi informasi menjadi krusial untuk meningkatkan daya saing. Strategi pemasaran yang efektif dapat membantu produsen kopi untuk menjangkau konsumen potensial, meningkatkan loyalitas konsumen, dan memperkuat posisi merek (Rifin & Nainggolan, 2019). Selain itu, integrasi teknologi digital seperti e-commerce dan media sosial memungkinkan usaha kopi menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga memberikan peluang baru bagi peningkatan penjualan (Kurniati & Basuki, 2021). Pengembangan wisata berbasis perkebunan kopi mulai tampak di Lingkungan Gombengsari Kalipuro yang berjarak 14 kilometer dari pusat kota Banyuwangi. Sejumlah petani kopi mulai membangun beberapa penginapan (*home stay*) di perkebunan kopinya. Taka hanya disajikan pemandangan perkebunan kopi wisatawan juga akan diberikan pengalaman untuk merawat tanaman kopi, memanen dan mengolah hingga menyajikan dan menikmati racikan kopi buatannya sendiri. Dengan terpenuhinya kebutuhan masyarakat terhadap komoditas kopi, secara tidak langsung memberikan nilai tambah terhadap komoditas kopi dan juga memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan petani kopi di Kecamatan Gombengsari Kalipuro dan sekitarnya. Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Gombengsari, Kecamatan Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data yaitu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi dan Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden dan informan dari daerah yang diteliti, yang bersedia untuk diwawancarai oleh peneliti baik lisan maupun tulisan dengan kuesioner. Metode pengumpulan data kualitatif dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan ketua dan anggota kelompok. Apabila keadaan pemasaran dalam keadaan baik dan kemampuan produksi dan situasi strategi pemasaran kopi di daerah Kelurahan

Gombengsari dapat dikenali dan diperhatikan, maka dapat dirumuskan sebuah rencana untuk pengembangan kopi guna memperkuat pasar produk pertanian yang terintegrasi dengan sektor pariwisata di Kabupaten Banyuwangi berdasarkan faktor-faktor pendorong dan penghambat dalam usaha tani kopi di Kelurahan Gombengsari, Sehingga potensi kopi di Kelurahan Gombengsari dapat memberikan manfaat positif bagi masyarakat petani di wilayah tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha kopi di Indonesia, memahami tantangan dan peluang yang dihadapi, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk kopi. Analisis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pemasaran yang lebih adaptif dan berbasis data untuk membantu pelaku usaha kopi dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar yang dinamis.

METODE

Tahapan Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Gombengsari, Kecamatan Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data yaitu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi dan Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden dan informan dari daerah yang diteliti, yang bersedia untuk diwawancarai oleh peneliti baik lisan maupun tulisan dengan kuesioner. Metode pengumpulan data kualitatif dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara mendalam (indepth interview) dengan ketua dan anggota kelompok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Banyuwangi memiliki perkebunan yang mampu menunjang perekonomian di bidang pertanian Terdapat fakta menarik, di mana komoditas kopi menunjukkan generalisasi impars setara dengan 1,30. Angka ini menegaskan bahwa perdagangan kopi di wilayah kecamatan Kalipuro merupakan produk unggulan, mampu memenuhi kebutuhan dan permintaan pasar. Di kawasan ini dan juga mengontrol kapasitas mengeksport kopi ke luar wilayah kalipuro. Komunitas petani kopi di Kelurahan Gombengsari tidak hanya menghasilkan kopi dari wujud biji mentah, tetapi juga menghasilkan serbuk kopi. Dengan membuat kopi dalam bentuk bubuk, Petani dapat menambah nilai pada produk kopi mereka. Hal ini berpotensi membantu para petani kopi untuk meningkatkan keuntungan di perkebunan. Dengan memperluas produk, dampak positif yang lebih besar bisa dirasakan oleh masyarakat sekitar. Di Kelurahan Gombengsari, jenis kopi yang paling umum adalah Kopi Robusta, yang tumbuh baik di lahan petani. Petani juga menanam berbagai jenis Kopi Robusta dengan rasa yang unik, termasuk Kopi Robusta Lanang, Tlogosari, Konoga, dan Kopi jenis Kleres. Masyarakat petani kopi di Kelurahan Gombengsari tergabung dalam beberapa kelompok tani dan setiap kelompok tani tersebut menghasilkan beberapa produk dari olahan buah kopi menjadi kopi bubuk. Setiap anggota kelompok tani di Kelurahan Gombengsari selalu berusaha untuk menciptakan produk yang memiliki nilai jual tinggi di pasar agar produk yang dihasilkan dapat menarik minat masyarakat. Jadi jika sebuah produk memiliki nilai jual yang tinggi, tentu saja akan memberikan dampak positif berdasarkan beberapa indikator. Upaya yang dilakukan oleh masyarakat petani kopi tersebut menjadi suatu strategi yang disebut sebagai bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan sebuah rumusan strategi yang mencakup mengenai bagaimana sebuah produk bisa diterima masyarakat, harga yang melekat pada produk, tempat penjualan produk dan cara promosi agar produk tersebut memiliki nilai lebih bagi masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk mengkonsumsinya. Berikut beberapa indikator yang dirumuskan dalam strategi bauran pemasaran.

1. Promotion (Promosi)

Promosi merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan bagi seorang produsen. Melalui promosi maka sebuah produk akan sampai kepada konsumen. Pada kajian penelitian ini, promosi yang dilakukan oleh petani kopi adalah melalui beberapa aplikasi sosial media . selain itu promosi juga melalui kegiatan atau event pariwisata. Kegiatan wisata merupakan salah satu sarana yang potensial untuk mempromosikan produk kopi Gombengsari. Gunalan huruf kecil dan abjed untuk penomoran list.

2. Product (Produk)

Produk merupakan elemen dasar terpenting dalam pemasaran, dan tanpa produk yang dijual maka sistem pemasaran tidak akan berfungsi dengan baik. Produk terdiri dari barang dan jasa. Konsumen dapat merasakan nilai suatu produk melalui produk yang dibuat oleh produsen. Produk sasaran penelitian ini adalah bahan baku kopi. Kopi merupakan mata pencaharian utama masyarakat petani di Desa Gombengsari, dimana kopi dibudidayakan. Varietas kopi yang ditanam sebagai tanaman induk di Desa Gombengsari adalah kopi Robusta. Sementara kopi robusta di wilayah Gombengsari masih terbagi menjadi beberapa jenis antar lain Konoga, Lanang, Kleres dan Tlogosari. Selain Kopi Robusta, terdapat beberapa jenis kopi lainnya yang ditanam oleh masyarakat petani Gombengsari yaitu Arabika dan Excelsa. Tentunya perbedaan jenis kopi juga mempengaruhi cita rasa kopi yang dihasilkan. Kopi Gombengsari ditanam di antara pegunungan dan laut, sehingga cita rasa kopi Gombengsari umumnya memiliki cita rasa yang unik.

3. Price (Harga)

Pembentukan sebuah harga tidak sekedar diputuskan begitu saja akan tetapi minimal berdasarkan perhitungan jumlah biaya yang telah dikeluarkan dalam menciptakan sebuah produk yang bersangkutan sehingga harga jual yang ditentukan diharuskan melebihi biaya produksi. Harga kopi bubuk per kilogram rata-rata Rp. 80.000 sampai dengan Rp. 150.000. Sementara itu, untuk harga kopi ose atau gelondongan, rata-rata harga yang didapat dan tersedia untuk target pelanggan adalah dengan menyediakan jalur pemasaran, jangkauan pasar, pengelompokan, lokasi, persediaan, dan transportasi. Jalur pemasaran yang ada dalam pemasaran kopi di Wilayah Gombongsari secara keseluruhan adalah konsumen membeli langsung dari petani kopi. Kadang-kadang, petani kopi juga memasarkan produknya dengan menjalin kemitraan dengan beberapa outlet atau kafe yang menjual minuman kopi. Cakupan pasar kopi ada di area Kabupaten Banyuwangi dan di luar Rp. 25.000 sampai Rp. 50.000 per kilogram. Perbedaan harga yang diberikan oleh petani juga ditentukan berdasarkan jenis kopi yang ditanam oleh petani di daerah tersebut.

Strategi Pengembangan Usaha Tani Kopi

Strategi pengembangan usahatani kopi di Kelurahan Gombongsari dapat diketahui dengan menganalisis faktor pendorong dan penghambat menggunakan alat analisis yang bernama analisis medan kekuatan atau FFA (Force Field Analysis). FFA (Force Field Analysis) merupakan suatu alat analisis yang digunakan dalam merencanakan strategi lebih baik berdasarkan faktor pendorong dan penghambat, Hasil dari analisis FFA akan memunculkan strategi yang meminimalisasi faktor penghambat dengan mengoptimalkan faktor pendorong ke arah tujuan yang akan dicapai. Terdapat lima faktor pendorong dan lima faktor penghambat yang terjadi pada usahatani kopi di Kelurahan Gombongsari. Berikut faktor pendorong dan faktor penghambat usaha tani kopi. Adapun Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat Usahatani Tanaman seperti faktor pendorong yaitu: Kondisi geografis yang strategis, Keuntungan Dalam Usahatani Kopi, Penyuluhan berkelanjutan dan faktor penghambat yaitu: Kondisi cuaca yang tidak menentu, Terbatasnya akses pasar, Keterbatasan penyimpanan ruang bahan baku. Faktor pendorong dan faktor penghambat tersebut nantinya akan ditentukan sebagai kekuatan kunci keberhasilan dalam Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat usahatani kopi di Kelurahan Gombongsari, Berdasarkan evaluasi diperoleh masing-masing satu pendorong dan penghambat Melalui pendekatan ini, Diharapkan para pelaku usaha terus memberikan dukungan yang aktif dan tanpa henti dalam pengembangan usaha tani kopi melalui fasilitas yang ada yang ada, guna usaha perkebunan. Kondisi para pelaku usaha tani kopi di Kelurahan Gombongsari mendukung program pengembangan dibidang ditekankan pada hubungan saling keterkaitan dan memberikan dampak positif antara pihak satu dengan lain, untuk memperkuat kondisi usaha tani kopi dengan tetap menjaga fokus pada peran masing-masing. Dengan demikian, program pengembangan subsektor perkebunan yang nantinya akan berkeja sama dengan subsektor pariwisata dapat memberikan manfaat bagi semua pelaku usaha tani kopi, serta memastikan tujuan program dapat tercapai secara maksimal dan berdampak positif pada masyarakat di Kabupaten Banyuwangi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa komoditas kopi, khususnya di Kelurahan Gombongsari, Banyuwangi, memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui strategi pemasaran yang efektif. Dengan menerapkan bauran pemasaran, yang meliputi promosi, produk, harga, dan distribusi, petani kopi dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar lokal maupun global. Faktor pendorong seperti kondisi geografis yang strategis, program pemerintah, dan keterampilan petani dalam memanfaatkan informasi harus dioptimalkan. Sebaliknya, kendala seperti cuaca yang tidak menentu, keterbatasan akses pasar, dan harga yang fluktuatif memerlukan solusi strategis. Penelitian ini juga menunjukkan pentingnya integrasi antara sektor perkebunan kopi dan pariwisata untuk menciptakan nilai tambah bagi komoditas kopi, sekaligus memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan petani. Dengan strategi yang tepat dan dukungan yang berkelanjutan, komoditas kopi Gombongsari dapat menjadi contoh keberhasilan agribisnis terpadu yang menguntungkan masyarakat setempat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Perkebunan Jawa Timur. (2014). Rencana Strategis 2012-2019. <https://disbun.jatimprov.go.id/RENSTRA20142019.pdf>. (diakses 15 Februari 2018)
- Puslitbangun. (2015). Tanaman Kopi. Perkebunan. litbang.go.id. (diakses 17 Februari 2018)
- Soetrisno, dkk. 2013. Akselerasi Inovasi Teknologi Pasca Panen Berbasis Komoditas Kopi Dan Kakao. Jember. Lembaga Penelitian Universitas Jember.
- Joewono, Handito, 2011, Strategi Pengembangan Kewirausahaan Nasional Sebuah Rekomendasi Operasional, INFOKOP Vol. 19 – JULI
- Irawan dan Suparmoko. 2012. Ekonomika Pembangunan. Edisi Keenam. Yogyakarta: BPFE.

- Najib, Mohammad Farid, 2007, Pengangguran dan Kewirausahaan : Re-Orientasi Mahasiswa dari Job-seekers ke Job-creators, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Voume 8 Nomor 1, Februari
- Swastha B. Irawan. 2009. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta (ID): Liberty Yogyakarta.
- Wibowo.R. (2008). Revitalisasi Komoditas Perkebunan Jakarta: Perhepi Unggulan Timur Jawa.
- Tjiptono, Fandy, (2008). Strategi Pemasaran. Edisi Ke-3. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Saputra, E. 2008. Kopi dan Sejarah Efek bagi Kesehatan Tubuh dan Gava Hidup. Yogyakarta: Harmoni Panembahan
- Kasmir.2006, Kewirausahaan. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Nickels, McHugh dan McHugh (Terj.).2009, Pengantar Bisnis : Understanding Business. Jakarta : Salemba Empat.
- Taufik, Tatang Ahmad, 2010, Kemitraan dalam Pengusatan Sistem Inovasi Nasional, Dewan Riset nasional, Jakarta.