

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Rahardjo, 2012). Menurut jenisnya, biji kopi di Indonesia dibagi menjadi 3 yaitu kopi arabika, robusta, dan liberika. Namun saat ini hanya ada 2 jenis kopi yang menjadi komoditas utama dan banyak diminati karena jumlah dan kualitasnya yang selalu dikembangkan yaitu kopi arabika dan robusta (Siswoputranto, 1992).

Kopi arabika berasal dari Etiopia dan Abessinia, kopi arabika dapat tumbuh pada ketinggian 1000-2000 meter di atas permukaan laut, curah hujan 1.250-2.500 mm/th dengan temperatur 15-25°C, dan berbuah setahun sekali (Direktorat Jendral Perkebunan, 2014).

Provinsi Jambi merupakan salah satu provinsi yang menghasilkan produksi kopi yang baik. Salah satu kopi yang terkenal adalah kopi Arabika Kerinci. Kopi Arabika Kerinci di Jambi adalah salah satu dari tiga jenis kopi yang berkembang di Jambi selain Liberika dan Robusta. Nama Kerinci yang menyertai nama kopi Arabika, mengindikasikan daerah produksinya, yaitu Kabupaten Kerinci. Kabupaten Kerinci memiliki dataran tinggi disekitar Gunung Kerinci dengan ketinggian antara 1300– 1600 mdpl yang sangat cocok di tanami oleh tanaman kopi jenis Arabika.

Data mengenai luas areal dan produksi kopi di Provinsi Jambi dari Tahun 2012-2014 disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Luas areal dan produksi tanaman kopi di Provinsi Jambi

Tahun	Luas Areal (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
2012	25.750	13.090	0,508
2013	25.749	13.330	0,517
2014	25.940	12.910	0,497
Total	77.439	39.330	1,522
Rata-rata	25.813	13.110	0,507

Sumber : Badan Pusat Statistik (2015)

Pada Tabel 1, peningkatan luas areal terjadi dari Tahun 2012 hingga Tahun 2014. Peningkatan luas areal tanam kopi ini tidak diikuti dengan peningkatan produksi dari Tahun 2012 hingga Tahun 2014.

Salah satu perusahaan di Provinsi Jambi yang bergerak di bidang Pengolahan Kopi adalah PT. Alko Sumatra Kopi. PT. Alko Sumatra Kopi merupakan perusahaan pengolahan kopi arabika yang dimulai dari hulu sampai dengan hilir. Tujuan didirikannya untuk memberi pendampingian kepada petani kopi agar dapat meningkatkan kapasitas petani dalam menjadikan tanaman kebun Kopi sebagai pendapatan andalan dan sebagai produk utama penyangga ekonomi masyarakat Kerinci.

Proses pengolahan pada perusahaan ini menggunakan teknologi mesin, proses ini juga tidak membuat rasa kopi menjadi kurang. Tapi, dengan proses yang menggunakan mesin membuat rasa kopi mempunyai cita rasa yang khas.

Manajemen pemasaran adalah kunci dari kelangsungan bisnis organisasi dengan menjalankan fungsinya sebagai proses pelaksanaan, dan penetapan seluruh aspek suatu produk pada saat awal sebelum diedarkan ke masyarakat. Manajemen pemasaran mengidentifikasi dan memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pelanggan sehingga dapat menguntungkan perusahaan. Selain itu, perusahaan juga dapat mengerti apakah produk yang banyak diminta oleh pasar, menarik pelanggan baru, dan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan terus menawarkan kualitas produk yang sesuai dengan pasar sasaran. Manajemen pemasaran juga bertugas sebagai salah satu pengawas produk yang sedang dipasarkan.

Setiap perusahaan pasti melakukan proses manajemen pemasaran. Proses inilah yang menjadikan barang dari produsen dapat sampai ke tangan konsumen.

Perlu adanya strategi khusus dalam menjalankan proses ini. Fokus kegiatan ini adalah konsumen. Pelayanan konsumen diperhatikan sebaik mungkin demi mencapai keberhasilan pemasaran. Strategi yang biasa digunakan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*).

Faktor-faktor bauran pemasaran, antara lain: 4p (*product, price, place, promotion*). Selanjutnya mengalami perluasan menjadi 7p (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) dan bahkan disisi konsumen ada 4c (*customer value, cost, convenience, communication*). Dengan memahami konsep dasar dari bauran pemasaran dan perluasannya, perusahaan akan mencapai kesuksesan finansial bisnis. Tujuan akhir dari bisnis adalah untuk menghasilkan keuntungan dan ini adalah cara yang pasti untuk mencapai tujuan tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul “ **Manajemen Pemasaran Bubuk Kopi Pada PT. Alko Sumatra Kopi Kabupaten Kerinci**”

1.2 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Adapun tujuan dalam pelaksanaan praktik kerja lapang ini antara lain:

1. Mempelajari Proses Kegiatan Pemasaran Bubuk Kopi yang dilakukan Perusahaan/Koperasi
2. Mempelajari dan mengamati kegiatan Manajemen Pemasaran bubuk Kopi yang dilakukan Perusahaan/Koperasi?

1.3 Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Adapun manfaat dalam pelaksanaan praktik kerja lapang ini antara lain:

1. Untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam mengamati keadaan dilapangan, menganalisa data dan mengelola data untuk menjadi sebuah kesimpulan.
2. Menambah pengalaman dan pengetahuan tentang Manajemen Pemasaran Bubuk Kopi serta memotivasi mahasiswa agar dapat memmanajemen suatu kegiatan.

