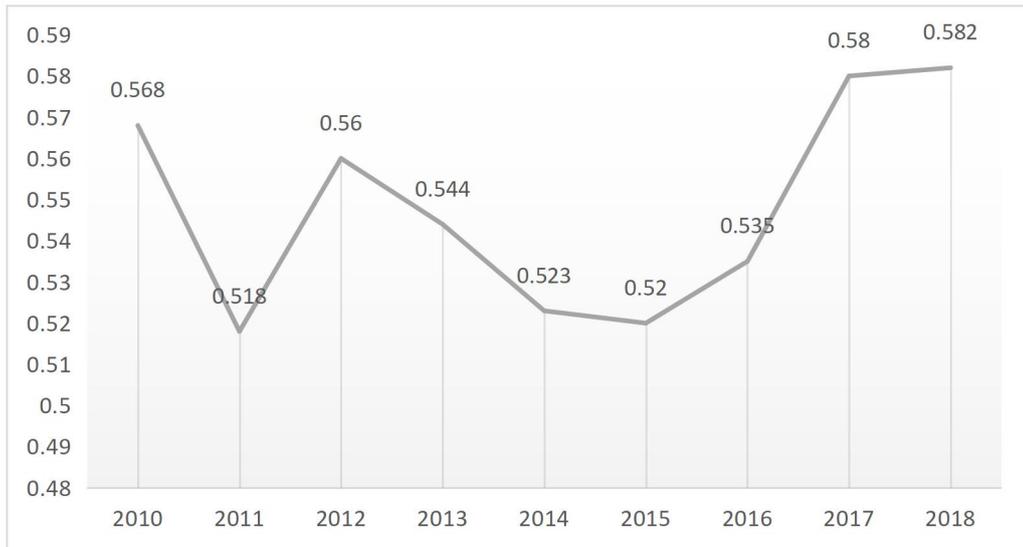


I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia memiliki sektor pertanian yang terdiri dari beberapa subsektor yaitu subsektor pangan, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan, dan hortikultura. Salah satu subsektor yang memiliki kontribusi besar adalah subsektor perkebunan. Hal ini dapat dilihat dari peran subsektor perkebunan terhadap penyerapan tenaga kerja, lapangan kerja, dan penyumbang devisa negara. Menurut Kementerian Pertanian (2013), Indonesia menghasilkan tiga jenis kopi berturut-turut berdasarkan volume produksinya yaitu Robusta, Arabika, dan Liberika. Kopi robusta banyak ditanam pada tanah mineral dengan ketinggian tempat antara 300–900 mdpl, kopi arabika banyak ditanam pada tanah mineral dengan ketinggian tempat lebih dari 1.000 mdpl, dan kopi liberika banyak ditanam pada tanah gambut di lahan pasang surut dan tanah mineral dekat permukaan laut.

Perkebunan kopi merupakan salah satu komoditi unggulan yang memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Saat ini perkembangan kopi di Indonesia terjadi peningkatan yang cukup baik. Perkembangan luas areal, produksi, dan produktivitas Indonesia 9 tahun terakhir dapat dilihat Gambar 1.



Gambar 1. Luas Areal, Produksi, dan Produktivitas Kopi Menurut Statu Pengusahaan di Indonesia Tahun 2010-2018

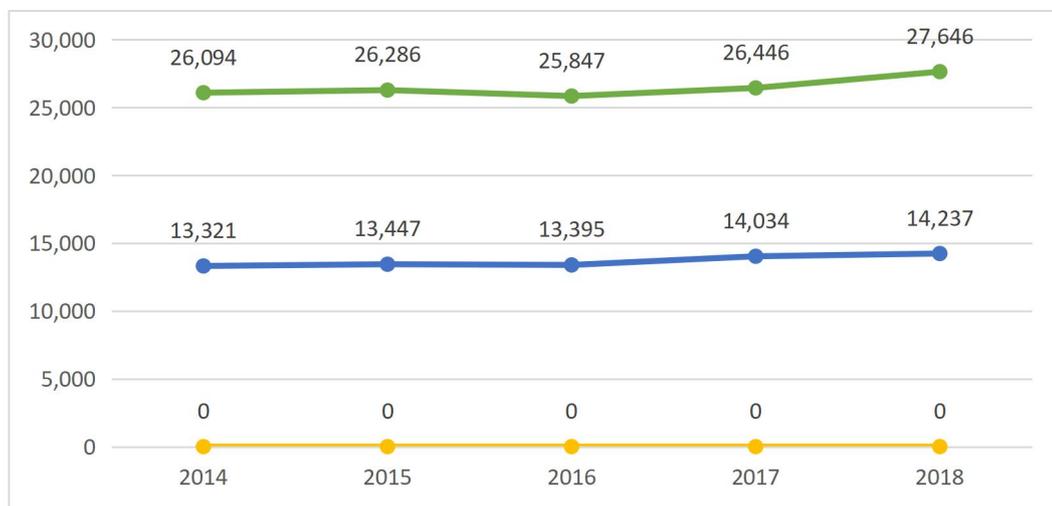
Sumber: Ditjenbun, 2018

Berdasarkan Gambar 1. Peningkatan terjadi sebesar 2,57% pada luas areal, dan menghasilkan produksi sebesar 5,17%. Perkembangan kopi di Indonesia dalam 9 tahun terakhir berfluktuasi, namun cenderung mengalami peningkatan pada luas areal, produksi, maupun produktivitas. Peningkatan produksi terjadi karena semakin banyaknya permintaan terhadap kopi di dalam negeri maupun di negara lain (Lampiran 1). Indonesia memiliki letak geografis yang sangat cocok difungsikan sebagai lahan perkebunan kopi, dengan jenis kopi yang dihasilkan di Indonesia yaitu Arabika, Robusta, dan Liberika.

Provinsi Jambi merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang banyak mengusahakan tanaman perkebunan baik perkebunan rakyat maupun perkebunan besar negara atau swasta. Tanaman kopi (*Coffea L.*) merupakan tanaman perkebunan yang sudah dari sejak dahulu menjadi tanaman yang dibudidayakan. Jenis Kopi Arabika memiliki kualitas cita rasa tinggi dan kadar kafein lebih rendah dibandingkan dengan jenis Robusta, sehingga kopi jenis Arabika memiliki harga yang lebih mahal. Produk kopi arabika akan bernilai tinggi sebagai

komoditas ekspor, akan tetapi dalam proses pengolahannya memerlukan tingkat pengolahan yang tinggi pula (Kusumawati, 2005).

Kopi ialah salah satu komoditas perkebunan yang mempunyai nilai ekonomis yang lumayan besar di antara tumbuhan perkebunan lainnya serta berfungsi penting sebagai sumber devisa Negara. Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan di Provinsi Jambi. Luas areal perkebunan kopi di Indonesia bertambah bersamaan dengan banyaknya permintaan konsumen. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 2.

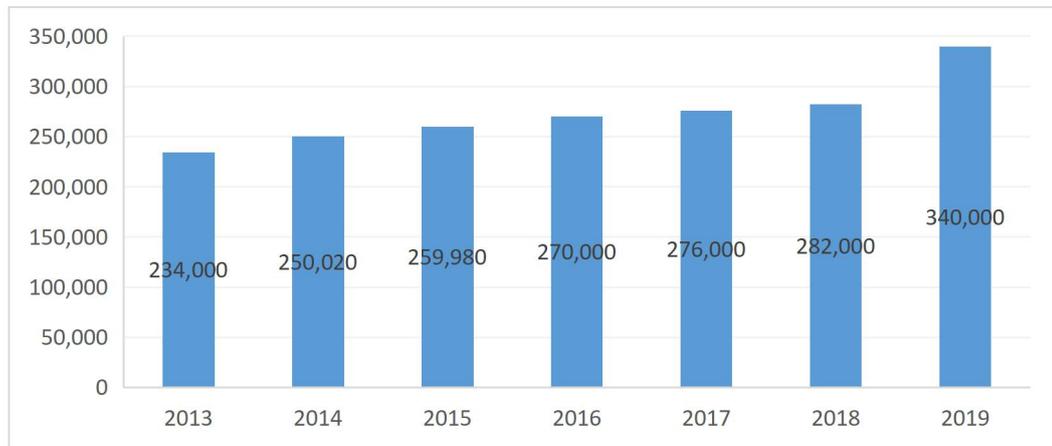


Gambar 2. Perkembangan Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Perkebunan Kopi di Provinsi Jambi Tahun 2014-2018
Sumber : Dinas Perkebunan Provinsi Jambi 2019

Berdasarkan data pada Gambar 2. terlihat bahwa perkembangan luas areal kopi pada tahun 2014-2018 mengalami kenaikan yaitu sebesar 6,6%. Selanjutnya, produksi kopi pada tahun 2015 terjadi kenaikan sebesar 1,3% dari tahun 2014. Namun, tahun 2016 produksi kopi mengalami penurunan yang tidak terlalu besar yaitu 0,4% dan terjadi kenaikan pada tahun 2017-2018 yaitu sebesar 6,3%..

Kopi memiliki nilai ekonomis cukup tinggi untuk dimanfaatkan di Indonesia kopi dijadikan sebagai minuman, makanan, kosmetik dan sebagainya sehingga dapat dijadikan nilai tambah dari kopi sendiri. Hal ini menyebabkan

konsumsi kopi di indonesia meningkat. Jumlah konsumsi kopi dalam negeri dapat di lihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2013-2019

Sumber: *International Coffee Organization 2019*

Berdasarkan Gambar 3 menunjukkan bahwa konsumsi kopi nasional terjadi peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2010 hingga 2018, yaitu sebesar 41%. Peningkatan ini membuat indonesia menempati urutan ke-6 dalam daftar negara konsumsi kopi terbesar di dunia. Peningkatan konsumsi kopi ini menempatkan Indonesia di urutan ke-6 dalam daftar konsumsi kopi terbesar dunia (Lampiran 2.). Menurut Solikatur dkk (2015) peningkatan konsumsi kopi disebabkan salah satunya oleh gaya hidup masyarakat yang telah menjadikan minuman olahan kopi sebagai kegiatan sehari-hari dalam kebutuhan hidupnya. Peningkatan ini juga membuat jumlah *coffee shop* di Kota Jambi jumlahnya meningkat. *Coffee shop* di Kota Jambi mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2018 hingga 2020, peningkatannya mencapai 42,8 persen. Pada tahun 2018 jumlah *coffee shop* sebanyak 49, pada tahun 2019 jumlah *coffee shop* sebanyak 84 dan terus mengalami peningkatan pada tahun 2020 sebanyak 120 *coffee shop* menurut data komunitas 0741 Kopi Jambi, 2020.

Meningkatnya konsumsi terhadap kopi di masyarakat membuka peluang untuk mengembangkan usaha yang berbahan baku kopi sebagai minuman. Salah satu usaha yang berbahan baku kopi adalah *Coffee Shop*. Agar suatu *coffee shop* tetap mampu bersaing dengan *coffee shop* lain yang mengeluarkan produk sejenis dan produk substitusi, maka manager *coffee shop* tersebut harus mampu mengolah kedainya dengan baik. Supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih ke tempat lain atau *coffee shop* lain. Pemilik *coffee shop* dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, selain itu juga diperlukan pemasaran yang baik.

Pada saat ini minuman kopi tidak lagi menjadi sekedar untuk di konsumsi, tetapi minuman kopi kini bisa menjadi pelengkap aktifitas sehari-hari seperti mengerjakan tugas, rapat, reuni teman lama, dan lain-lain. Secara tidak sadar, minuman kopi sudah menjadi gaya hidup bagi beberapa kalangan masyarakat dari murid sekolah menengah hingga pekerja kantor pun menggemari minuman kopi yang sudah sangat bervariasi. Saat ini kopi merupakan salah satu bahan perdagangan penting dunia dan melibatkan jaringan perdagangan antar bangsa, dari negara berkembang ke negara negara maju yang merupakan konsumen utama (Siswoputranto, 2002). Kopi memiliki potensi yang cukup baik sebagai salah satu produk agroindustri yang digemari masyarakat.

Salah satu keunggulan yang dimiliki kopi yaitu mempunyai aroma yang khas sehingga berbeda dengan bahan minuman yang lain. *Coffee shop* tentu akan menghadapi berbagai tantangan dalam mewujudkan tercapainya tujuan perusahaan yang terangkum dalam visi misi dalam menjalankan usahanya. Salah

satu tantangan terbesar yang dihadapi yaitu persaingan bisnis yang semakin ketat terlebih dalam keadaan *new normal* saat ini. Dalam menghadapi situasi persaingan tentunya pemilik *coffee shop* diharapkan mampu menentukan kebijakan yang tepat. Kebijakan itu tentunya disusun dengan memperhatikan visi dan misi yang telah ditentukan oleh pemilik *coffee shop*. Salah satu kebijakan yang paling penting dilakukan oleh pemilik kedai kopi yaitu kebijakan dalam menentukan strategi bersaing. Strategi bersaing disusun guna memenangkan persaingan sehingga perusahaan nantinya akan mampu mencapai tujuan yang telah terangkum dalam visi tersebut.

Pemilik *coffee shop* tentu akan memperhatikan 2 (dua) situasi penting meliputi situasi eksternal dan internal dalam perumusan strategi bersaing. Situasi internal dan eksternal yang dimaksud untuk mengidentifikasi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang berasal dari lingkungan eksternal bisnis serta mengidentifikasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang berasal dari lingkungan internal bisnis. Saat ini, salah satu persaingan bisnis terjadi sangat ketat pada bisnis yang bergerak dibidang kuliner. Hal ini dikarenakan pesatnya perkembangan bisnis pada bidang kuliner di berbagai kota termasuk di Kota Jambi. Sebagian orang memilih berbisnis di bidang kuliner karena bisnis tersebut dianggap paling menguntungkan, karena pada dasarnya makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia. Perkembangan bisnis kuliner di Kota Jambi ditandai dengan semakin bertambahnya jumlah bisnis kuliner baik yang berkonsep tradisional maupun berkonsep modern di berbagai sudut Kota Jambi.

Kemajuan bisnis *coffee shop* sangat ditentukan oleh adanya faktor internal dan faktor eksternal yang berkaitan dengan Valiant (2006), Zulva (2018) dan Kartika (2021). Faktor internal harga produk yang ditawarkan terjangkau bisa membuat konsumen kembali untuk berkunjung dan fasilitas yang lengkap seperti adanya *wi-fi*, ruangan khusus (*smoking* dan *non-smoking*), mushola, toilet membantu strategi pengembangan usaha *coffee shop* di Kota Jambi. Faktor eksternal kemajuan teknologi dapat di manfaatkan oleh *coffee shop* di Kota Jambi untuk peningkatan laba dan cukup tingginya peningkatan daya beli konsumen menjadi peluang dalam menjalankan usaha bagi pemilik *coffee shop* di Kota Jambi. Pemilihan strategi yang baik membuat masalah-masalah dan keterbatasan yang dialami pemilik usaha akan teratasi dengan baik. Pemilihan strategi pemasaran dan faktor-faktor penyusun yang tepat akan membantu suatu perusahaan untuk mengatasi permasalahan dan mencapai tujuan dari organisasi tersebut. Berdasarkan penjelasan diatas, menjadi dasar penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Coffee Shop di Kota Jambi**”.

1.2. Perumusan Masalah

Kopi ialah salah satu komoditas perkebunan yang mempunyai nilai ekonomis yang lumayan besar di antara tumbuhan perkebunan lainnya serta berfungsi penting sebagai sumber devisa negara. Kopi di Indonesia dijadikan sebagai minuman, makanan, kosmetik dan sebagainya sehingga dapat dijadikan nilai tambah dari kopi itu sendiri yang menyebabkan konsumsi kopi di Indonesia meningkat. Potensi yang cukup baik ini menjadikan kopi sebagai salah satu produk agroindustri yang digemari masyarakat.

Coffee shop biasa disebut juga dengan kedai kopi adalah tempat yang menyediakan kopi sebagai menu utamanya, dengan menyediakan layanan produk pengelolaan kopi, kopi siap saji, hingga makanan ringan sebagai teman untuk meminum kopi. Kedai kopi kini menjadi salah satu tujuan bagi para pemuda dan remaja untuk mengunjungi sekedar minum kopi dan menikmati sajian juga suasana yang ada di kedai kopi.

Coffee shop dianggap sebagai tempat yang dapat menciptakan suasana rileks dan sebagai wadah diskusi oleh penikmat minuman kopi. Seiring perkembangan waktu, banyak generasi muda yang memulai usaha *coffee shop* yang membuat meningkatnya persaingan *coffee shop*/kedai kopi, khususnya di Kota Jambi. Berdasarkan data dari komoditas kopi jambi 0741 tahun 2019 jumlah *coffee shop* di Kota Jambi 84 *coffee shop*, hal ini bisa dilihat pada (Lampiran 3). Akibat dari bertambahnya jumlah *coffee shop* di Kota Jambi sebesar 71,4%, tentunya akan ada ancaman bagi para pelaku atau pemilik *coffee shop*, akan ada persaingan dan membuat konsumen mempunyai beragam pilihan untuk memenuhi kebutuhan akan penyediaan dan pelayanan kopi yang mereka inginkan.

Sebagian pemilik *coffee shop* pada umumnya kalah bersaing dalam segi teknologi dan inovasi. Beberapa *coffee shop* belum mempunyai mesin pembuatan minuman kopi yang *modern* untuk mempermudah dalam penyajian minuman tersebut. Lokasi yang kurang strategis juga menjadi titik kelemahan bagi para pemilik *coffee shop* yang menyebabkan tidak tertariknya konsumen untuk berkunjung. *Coffee shop* di Kota Jambi sangat pesat pertumbuhannya dan mengakibatkan semakin ketat persaingan antar *coffee shop*, sehingga pengelola usaha memerlukan perumusan strategi pengembangan pasar yang tepat agar dapat

lebih berkembang dan tujuan-tujuan perusahaan dapat tercapai, serta dapat memberikan produk yang sesuai dan dapat memenuhi kepuasan konsumen sehingga dicapainya tingkat kepuasan konsumen yang dapat melebihi dari kepuasan yang diberikan oleh pesaing.

Penerapan strategi yang baik berarti melakukan usaha-usaha untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan berusaha membuat suatu produk atau jasa yang dihasilkan dapat memuaskan kebutuhan-kebutuhan tersebut serta melakukan usaha-usaha untuk menyakinkan konsumen tersebut bahwa produk atau jasa yang dihasilkan sesuai yang dibutuhkan di sisi lain, keinginan konsumen berbeda-beda dan sangat cepat berubah, karena adanya faktor-faktor penyebab antara lain kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, pertumbuhan ekonomi, perkembangan kebudayaan dan kebijakan pemerintah. Perencanaan dan implementasi strategis dibutuhkan untuk menjamin keberlangsungan usaha dan efektivitas pada seluruh bentuk organisasi pemerintahan. Tanpa adanya perencanaan tersebut maka akan mengalami kesulitan dalam menghadapi tantangan di masa depan. Dari penjelasan diatas maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi keberhasilan *coffee shop* di Kota Jambi ?
2. Bagaimana alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan di *coffee shop* di Kota Jambi ?
3. Bagaimana prioritas alternatif strategi pengembangan yang sebaiknya diterapkan oleh *coffee shop* di Kota Jambi ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Mengidentifikasi faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi keberhasilan *coffee shop* di Kota Jambi.
2. Merumuskan alternatif strategi yang dapat di terapkan pada *coffee shop* di Kota Jambi.
3. Menganalisis prioritas alternatif strategi pengembangan yang sebaiknya diterapkan oleh *coffee shop* di Kota Jambi

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan digunakan antara lain :

1. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
2. Sebagai pengembangan wawasan dan pengembangan kemampuan terhadap permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh pelaku usaha *coffee shop* guna perbaikan produk .
3. Sebagai bahan masukan tentang strategi pengembangan usaha *coffee shop* dan sebagai bahan referensi atau sumber informasi.