

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berperan penting untuk membangun hubungan interaksi sesama manusia komunikasi selalu digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu pentingnya komunikasi yaitu pada sektor ekonomi atau bisnis yang sering disebut juga dengan komunikasi bisnis. Purwanto dalam (Pamudi dan Barkah 2022) berpendapat bahwa komunikasi bisnis merupakan komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal maupun nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu, didalam dunia bisnis komunikasi menjadi faktor yang sangat penting.

Seiring perkembangan zaman perdagangan saat ini menimbulkan persaingan yang tinggi antara usaha yang lain. Setiap pengusaha selalu berusaha untuk usahanya agar tetap hidup, berkembang dan mampu bersaing dengan kompetitornya. Untuk dapat mewujudkan hal tersebut setiap perusahaan memiliki berbagai strategi dalam bisnis mereka dan memiliki tata cara pelaksanaan yang berbeda-beda. Salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan tersebut adalah bagaimana cara mereka mengkomunikasikan kepada konsumen tentang perusahaan mereka, prestasi dari perusahaan mereka, produk-produk yang mereka tawarkan serta manfaat yang akan dirasakan konsumen ketika menggunakan produk mereka.

Perubahan lingkungan bisnis ini memaksa enterpreneur untuk terus secara aktif merumuskan dan mengkomunikasikan strategi guna mendapatkan sumber- sumber jaringan atau pun informasi dalam mencapai keunggulan

kompetitif. Melakukan analisis komunikasi melalui program promosi baik secara internal atau melalui sosial media kompetensi sumber daya manusia yaitu pegawai atau tim promosi, mengevaluasi dan menyeleksi pekerjaan atau agensi, serta meninjau ulang hasil program peningkatan penjualan, pendapat publik, sikap pelanggan dan konsumen.

Secara umum selain strategi komunikasi, seorang pengusaha juga harus memahami *marketing* untuk tujuan jangka pendek dan jangka panjang usahanya. Dalam jangka pendek biasanya pengusaha berusaha mengkomunikasikan produknya kepada masyarakat untuk merebut hati konsumen untuk produk yang awal di luncurkan baik. Selain itu, pengusaha juga harus membuat strategi komunikasi yang tepat terhadap pemasok bahan baku untuk menciptakan kerja sama bisnisnya. Dalam jangka panjang perlu dilakukan untuk mempertahankan produksi yang sudah ada agar tetap dapat bersaing dan unggul. Maka, untuk mendapatkan pelanggan pengusaha harus membuat strategi *marketing* yang baik untuk meningkatkan jumlah pelangganya.

Berperan strategis dalam perekonomian Indonesia komoditas kopi menjadi subsektor perkebunan yang mempunyai andil penting. Banyaknya peminat atau penggemar kopi di zaman saat ini sehingga salah satu bisnis yang sedang trend di Indonesia adalah sajian *drink & food* yang berbahan baku kopi. Salah satu daerah penghasil kopi di Indonesia adalah Jambi lebih tepatnya di Tanjung Jabung Barat. Sebagian besar kopi yang dibudidayakan di Tanjung Jabung Barat adalah kopi dengan varietas Liberika. Kopi Liberika ini dahulu disebut juga dengan Kopi Liberika Tungkal yang dikembangkan pertama kali di desa Mekar Jaya, Kecamatan Betara. Peningkatan produktivitas kopi liberika

dapat meningkatkan pengembangan agroindustri kopi Liberika di Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

Kopi Liberika Tungkal Komposit (Libtukom) merupakan varietas kopi yang telah ditetapkan sebagai varietas binaan melalui keputusan Menteri Pertanian Indonesia pada tanggal 6 Desember 2013 (Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jambi, 2014). Kini Kopi Liberika sudah menjadi salah satu hasil alam andalan masyarakat Kabupaten Tanjung Jabung Barat selain dari Kelapa Sawit dan Pinang. Kopi Liberika berpotensi besar untuk dikembangkan dan tersebar di beberapa kecamatan. Salah satu kecamatan penghasil kopi di Tanjung Jabung Barat adalah Kecamatan Betara dengan luas lahan 1370 Ha dan jumlah produksi sebesar 501 Ton (BPS, 2020) yang di mana terdapat 8 kelurahan yang mengelolah Kopi Liberika, salah satu kelurahan yang paling banyak mengelolah Kopi Liberika adalah Kelurahan Mekar Jaya yang dimana Kopi Liberika di Kelurahan Mekar Jaya merupakan komoditas unggulan dibanding kelurahan lainnya. Tentunya Kopi Liberika dapat menjadi bahan baku yang sangat berpotensi untuk di kembangkan.

Tersedianya bahan baku, maka menghasilkan produksi yang tinggi dengan demikian permintaan juga akan terpenuhi. Hal seperti ini dapat memicu *marketing* Agroindustri berjalan dengan baik. Kelurahan Mekar Jaya merupakan salah satu kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Betara. Kopi Liberika menjadi komoditas unggul di kelurahan Mekar Jaya dengan luas panen dan produksi terbesar dibandingkan kelurahan lainnya tercantum pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Lahan dan Produksi Kopi Liberika di Kecamatan Betara Tahun 2020.

No.	Desa	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1.	Pematang Lumut	-	-	-
2.	Serdang Jaya	75	21	0,28
3.	Makmur Jaya	93	25	0,26
4.	Mekar Jaya	401	264	0,65
5.	Terjun Gajah	-	-	-
6.	Lubuk Terentang	-	-	-
7.	Pematang Buluh	-	-	-
8.	Muntialo	59	20	0,33
9.	Teluk Kulbi	176	70	0,39
10.	Mandala Jaya	93	25	0,26
11.	Sungai Terap	154	49	0,31
12.	Bunga Tanjung	399	156	0,39
Jumlah		1.370	501	0,36

Sumber : Balai Penyuluh Pertanian (BPP) Kecamatan Betara, 2020

Berdasarkan tabel diatas, dari 12 kelurahan yang terdapat di Kecamatan Betara terdapat 8 Kelurahan yang mengusahakan kopi dengan luas lahan dan hasil produksi yang berbeda, menunjukkan bahwa Kelurahan Mekar Jaya memiliki luas lahan 401 ha dan hasil produksi sebesar 156 ton/Tahun, dimana kelurahan tersebut merupakan paling banyak memproduksi kopi di bandingkan dengan kelurahan lainnya.

Banyaknya produksi kopi di Kelurahan Mekar Jaya dibandingkan di Kelurahan lainnya, sehingga memerlukan adanya pengolahan produk agar kopi tersebut dapat di nikmati dalam waktu yang lebih lama. Agroindustri Kopi Liberika di Kelurahan Mekar Jaya Kecamatan Betara diharapkan dapat menjadi salah satu agroindustri yang mampu memberikan nilai ekonomi lebih, baik dari segi pengelolannya, serta pemasarannya dan memberikan nilai sosial ekonomi bagi masyarakat yang ada di Kelurahan Mekar Jaya.

Salah satu upaya yang dilakukan dalam pengembangan kopi Liberika di Kecamatan Betara yaitu pada Tahun 2014, PetroChina International Jabung Ltd melaksanakan program “*Enhacing Sustainabel Agriculture in PetroChina Oparation Area.*” Program ini merupakan program pemberdayaan untuk meningkatkan ekonomi petani di desa-desa wilayah operasi PetroChina di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. PT. PetroChina melihat adanya potensi yang dapat di kembangkan sekitar wilayah operasi perusahaan untuk sektor pertanian yaitu komoditas kopi salah satunya Kelurahan Mekar Jaya. Bentuk upaya program yang telah di lakukan PetroChina adalah didirikannya Gerai UMKM Mekar Jaya pada tanggal 30 Oktober 2017 di resmikan oleh Bupati Kabupaten Tanjung Jabung Barat sebagai kedai Kopi Liberika Tungkal, Pusat Oleh-oleh dan Kerajinan Tangan Kabupaten Tanjung Jabung Barat serta program lanjutan yaitu pengembangan ekowisata Kopi Liberika. Selain di bangun oleh *SKKMIGAS PetroChina International Jabung Ltd* gerai ini juga di dukung oleh *Bank Indonesia* dan *Pemda Tanjung Jabung Barat*.

Gerai kopi liberika yang posisinya merupakan badan usaha pengelola dari koperasi ini memberikan dampak positif karna dapat mempertahankan ciri khas daerah Kabupaten Tanjung Jabung Barat sebagai penghasil Kopi Liberika. Bekerja sama dengan petani dan kelompok tani Kopi Liberika, gerai kopi ini menerima penjualan kopi dalam bentuk green bean, roasted dan powder selain itu gerai ini juga menyediakan kedai seperti cafe kopi. Dalam kegiatan bisnis pada pelaksanaanya tanggung jawab sosial dalam artian komunikasi bisnis memiliki karakteristik yang khas bila dibandingkan dengan komunikasi lainnya. Salah satunya yaitu komunikasi bisnis berorientasi pada tujuan tertentu, dimana pada

umumnya tujuan praktis yang cenderung dalam Upaya untuk mencapai keuntungan. Dapat dilihat pada lampiran 1 yaitu tabel Penjualan Kopi Liberika yang di jual melalui penjualan produk kopi di Gerai Kopi Liberika.

Berdasarkan tabel tersebut bahwa belum maksimalnya pencapaian target dalam penjualan. Sementara itu, bisnis dipahami sebagai seluruh kegiatan komersial dan industrial yang menghasilkan barang dan jasa untuk meningkatkan dan memelihara kualitas hidup. Keberhasilan Lembaga bisnis di ukur dari keuntungan, tujuan produktivitas. Dengan demikian Lembaga bisnis juga harus memperhatikan komunikasi yang dilakukan guna membangun citra (*image building*).

Hasil observasi melalui wawancara dengan salah satu pengelola Gerai Kopi Liberika di Kelurahan Mekar Jaya Kabupaten Tanjung Jabung Barta bahwa rantai pasok yang terjadi di gerai kopi ini adalah petani kopi menitipkan hasil produksinya ke gerai kopi liberika kemudian gerai kopi liberika inilah yang akan memasarkan hasil produksi kopi tersebut. Namun dengan demikian saluran pemasaran yang dilakukan gerai kopi ini masih di sekitaran Kabupaten Tanjung Jabung Barat saja, dalam artian bahwa produk-produk yang dihasilkan masih dijual hanya di daerah itu saja belum ada menjual ke luar daerah, supermarket, dan lain sebagainya. Selain itu keterbatasan dan kesulitan untuk memasarkan produknya pelaku usaha gerai kopi belum memaksimalkan pengemasan pesan yang baik, dalam artian bahwa desain dari pesan yang ingin di sampaikan belum memiliki daya tarik yang khas baik dalam segi kemasannya yang belum beragam, kemudian saluran promosi yang dilakukan di media sosial belum menarik sehingga tidak ada daya tarik yang membuat pengunjung atau calon pelanggan

penasaran akan brand yang di tampilkan. Dengan demikian kecilnya saluran pemasaran yang dilakukan menandakan bahwa belum ada jalinan kerja sama yang dilakukan pelaku usaha gerai kopi dan juga cara komunikator (pelaku usaha gerai kopi) untuk mempromosikan produknya kepada komunikan (penggunjuang/pelanggan) melalui saluran media yang digunakan belum maksimal, hal ini dapat dilihat dari lampiran 1 produk yang terjual belum maksimal, bahkan stok produk di gerai kopi Liberika masih banyak yang belum terjual. Seringkali komunikasi bisnis diasumsikan hanya dapat di gunakan pada usaha-usaha besar, namun sebenarnya komunikasi bisnis dapat digunakan setiap orang yang menjalankan usahanya guna memperluas jaringan dan Kerjasama. Agar usahatani kopi tetap berlanjut dan di lebih di kenal di kalangan masyarakat maka perlu di lakukan strategi komunikasi bisnis untuk memperluas jaringan dan mencapai tujuan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul. ***“Strategi Komunikasi Bisnis Terhadap Marketing Agroindustri Kopi Liberika di Kelurahan Mekar Jaya Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat.”***

1.2. Rumusan Masalah

Suatu usaha baik kecil, menengah maupun besar, pelaku bisnis tidak bisa terlepas dari komunikasi. Karena komunikasi merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi pencapaian tujuannya. Mereka dapat menggunakan berbagai media komunikasi yang ada, baik yang tradisional maupun modern sebagai sarana penyampaian pesan-pesan bisnis.

Selain untuk memperluas jaringan dan Kerjasama antar pelaku bisnis, seorang pengusaha harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, ia juga harus mampu menggunakan alat media komunikasi lainnya yang dapat menyampaikan usahannya kepada pihak lain secara efektif dan efisien, sehingga tujuan penyampaian pesan dapat tercapai.

Memberi peran strategis dalam perekonomian Indonesia komoditas kopi menjadi subsektor perkebunan yang mempunyai andil penting. Banyaknya peminat atau penggemar kopi di zaman saat ini sehingga salah satu bisnis yang sedang trend di Indonesia adalah sajian drink & food yang berbahan baku kopi. Salah satu daerah potensial penghasil kopi di Provinsi Jambi berada pada Desa Mekar Jaya, Kecamatan Betara.

Adanya upaya dalam pengembangan kopi Liberika di Kabupaten Tanjung Jabung Barat melalui beragamnya bentuk kopi yang di jual petani atau pun kelompok tani industri pengolahan kopi di kelurahan ini memberikan dampak positif karna dapat mempertahankan ciri khas daerah Kabupaten Tanjung Jabung Barat sebagai penghasil Kopi Liberika.

Namun, demikian gerai Kopi masih memiliki kesulitan dalam hal pemasaran produk, dimana saluran pemasaran gerai kopi di dominasi masih hanya mencakup di daerah Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Hal ini dapat dilihat dari tabel 2 dimana belum optimalnya pencapaian tujuan dalam kegiatan tersebut. Maka, dalam hal ini perlu dilakukan strategi guna mencapai tujuan, salah satu strategi yang perlu dilakukan adalah strategi komunikasi bisnis. Guna membangun

citra, jaringan yang luas dan produk kopi liberika dapat dikenal banyak masyarakat.

Berdasarkan uraian di tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kegiatan *Marketing* Agroindustri Kopi Liberika di Kelurahan Mekar Jaya Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat
2. Bagaimana strategi komunikasi bisnis pelaku usaha dalam marketing agroindustri Gerai Kopi Librika di Kelurahan Mekar Jaya Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan kegiatan *Marketing* Agroindustri Kopi Liberika di Kelurahan Mekar Jaya Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat.
2. Untuk merumuskan strategi komunikasi bisnis yang di lakukan dalam marketing Gerai Kopi Liberika di Kelurahan Mekar Jaya Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Pemenuhan syarat bagi penulis untuk menyelesaikan studi di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi.

2. Dapat menjadi bahan referensi untuk ilmu terkait informasi bagi petani yang berkaitan dengan strategi komunikasi bisnis terhadap marketing agroindustri Kopi Liberika.