

I. PENDAHULUAN

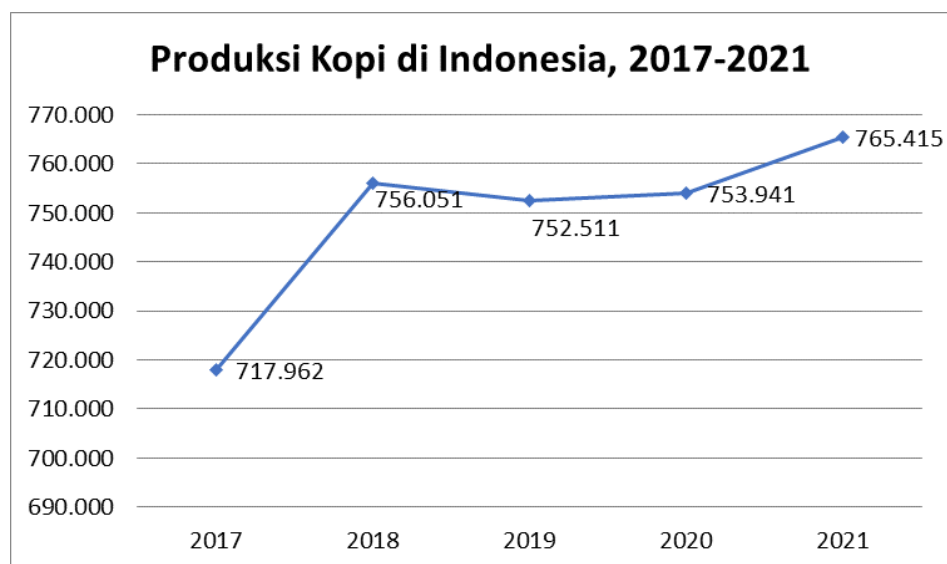
1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara agraris memiliki peluang yang besar untuk mempercepat laju pembangunan dan pertumbuhan ekonomi melalui sector pertanian. Pemerintah terus berupaya untuk melakukan pembangunan di sector pertanian agar mampu berkembang terus setiap waktu. Pembangunan sector pertanian akan berdampak positif terhadap perekonomian negara, ketersediaan bahan pangan, serta mampu untuk meningkatkan kesejahteraan para petani. Pertanian merupakan salah satu dari empat sektor yang memiliki pengaruh dominan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia yaitu berada di urutan ketiga dengan persentase 12,72%. Tumbuh 4,3% dibandingkan dengan periode yang sama di tahun sebelumnya (Bappenas RI, 2020). Di Indonesia, sector pertanian dibagi menjadi lima sub sektor yaitu sub sektor pertanian pangan, sub sector perkebunan, sub sector kehutanan, sub sector peternakan dan sub sector perikanan. Pembangunan pertanian sebagai bagian dari pembangunan nasional diarahkan pada perkembangan pertanian yang maju, efisien dan tangguh. Maksud dan tujuannya adalah untuk memperluas lapangan kerja serta untuk mendukung pembangunan daerah. Dari lima sub sektor pertanian tersebut, maka masing-masing sub sektor tersebut mempunyai peran dan kontribusi yang berbeda dalam sumbangannya terhadap PDB nasional.

Salah satu sub sektor yang memiliki basis sumberdaya alam adalah sub sektor perkebunan. Sub sektor perkebunan sebagai bagian integral dari sector pertanian merupakan salah satu sub sektor yang berperan dalam pembangunan ekonomi (Direktorat Jenderal Perkebunan 2015). Peran strategis sub sektor perkebunan baik secara ekonomis, ekologis, maupun sosial budaya digambarkan melalui kontribusinya dalam penyumbang PDB, nilai investasi yang

tinggi dalam membangun perekonomian nasional, dan berkontribusi dalam menyeimbangkan neraca perdagangan komoditas pertanian nasional.

Salah satu komoditas unggulan dalam sub sektor perkebunan adalah tanaman kopi. Kopi adalah suatu jenis tanaman tropis yang dapat tumbuh dimana saja, terkecuali pada tempat-tempat yang terlalu tinggi dengan temperatur yang sangat tinggi atau daerah-daerah tandus yang memang tidak cocok bagi kehidupan tanaman. Indonesia adalah salah satu negara produsen kopi paling besar di dunia. Produksi kopi Indonesia menempati posisi keempat pada tahun 2016 dengan total produksi sebanyak 11.491.000 ton setelah Brazil yang menduduki posisi pertama dengan total produksi sebanyak 55.000.000 ton. Sementara di Indonesia, produksi kopi mengalami fluktuatif namun memiliki trend yang meningkat seperti terlihat dari gambar 1.1 berikut ini.

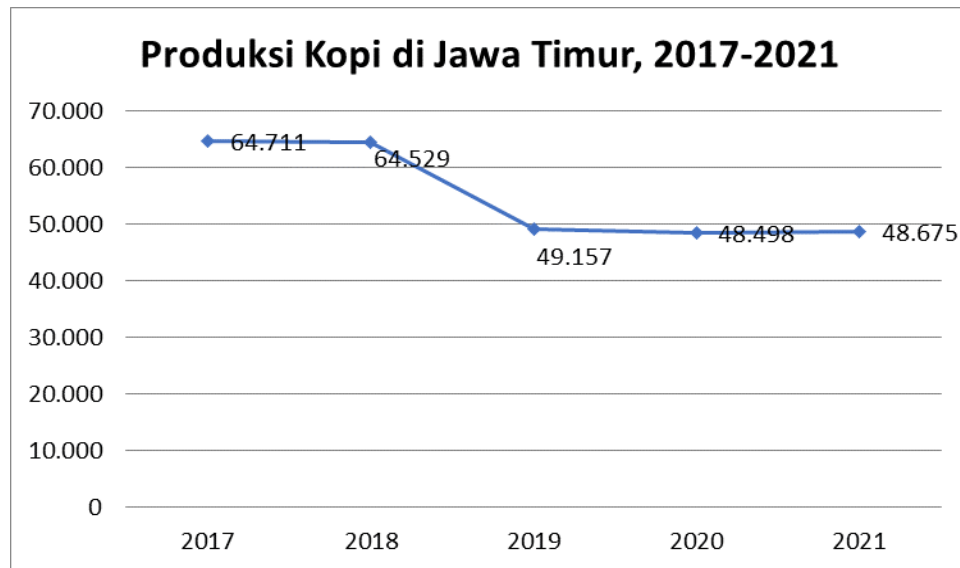


Gambar 1.1 Produksi Kopi di Indonesia tahun 2017 – 2021

Sumber: www.pertanian.go.id

Berdasarkan gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwa produksi kopi di Indonesia memiliki trend yang meningkat dari tahun 2017 meningkat di tahun 2018 namun mengalami penurunan di tahun 2019 dan kembali meningkat di tahun 2020 hingga 2021. Namun berbeda dengan produksi kopi di Jawa Timur

yang mengalami penurunan seperti terlihat pada gambar 1.2 berikut ini.



Gambar 1.2 Produksi Kopi di Jawa Timur tahun 2017 – 2021

Sumber: www.pertanian.go.id

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa produksi Kopi di Jawa Timur mengalami penurunan dari tahun 2017 hingga tahun 2020, sedangkan di tahun 2021 mengalami peningkatan namun tidak signifikan. Menurut Kementerian Pertanian (2013), Indonesia menghasilkan tiga jenis kopi berturut-turut berdasarkan volume produksinya yaitu Robusta, Arabika, dan Liberika. Ketiga kopi tersebut ditanam pada tanah dan ketinggian yang berbeda. Menurut Kusumawati (2005), produk Kopi Arabika akan bernilai tinggi sebagai komoditas ekspor, akan tetapi dalam proses pengolahannya memerlukan tingkat pengolahan yang tinggi pula. Lain halnya dengan jenis Kopi Robusta, pengolahannya lebih mudah tetapi kualitas produk yang dihasilkan lebih rendah.

Permasalahan yang dihadapi agribisnis kopi Indonesia cukup kompleks, mulai dari hulu (*on farm*) hingga ke hilir. Di sisi *on farm*, tingkat produktivitas kopi Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan negara produsen utama kopi dunia lainnya seperti Brazil (1.000 kg/ha/tahun), Columbia (1.220kg/ha/tahun), Vietnam

(1.540/kg/ha/thn). Produktivitas tanaman kopi di Indonesia baru mencapai 700 kg biji kopi/ha/tahun, untuk Robusta dan 800 Kg biji kopi/ha/ Tahun, untuk Arabika (Kemenperin, 2013). Rendahnya produktivitas kopi Indonesia disebabkan karena 95 persen kopi Indonesia merupakan perkebunan rakyat yang umumnya belum menggunakan bibit kopi unggul, teknik budidaya yang masih sederhana serta lambat melakukan peremajaan tanaman, minimnya sarana dan prasarana pendukung mengakibatkan rendahnya mutu kopi Indonesia.

UD. Triyasa Barata, mempunyai ciri khas dengan konsep tempat (adanya tempat produksi langsung), konsep pelayanan, konsep penjualan yang fokus pada konsumen. UD. Triyasa Barata Surabaya Jawa Timur berdiri tahun 2017. Pemilihan UD. Triyasa Barata sebagai objek penelitian sudah cukup dikenal oleh kalangan masyarakat daerah sekitar. Sejak awal berdirinya UD. Triyasa Barata berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan untuk penikmat kopi bubuk giling yang memiliki ciri khas tersendiri. Akan tetapi, dalam perkembangannya, UD. Triyasa Barata mengalami permasalahan pada penghasilan yang mengalami penurunan. Berikut peneliti sajikan data jumlah penghasilan UD. Triyasa Barata selama bulan Januari 2021 – Desember 2021:

Tabel 1.1 Hasil Penjualan Kopi Bubuk UD Triyasa Barata Surabaya Tahun 2021

Bulan	Penghasilan	Perkembangan
Januari 2021	Rp 150.500,000	
Februari 2021	Rp 165.550.000	10%
Maret 2021	Rp 167.205,500	1%
April 2021	Rp 168.877,555	1%
Mei 2021	Rp 153.678,575	-9%
Juni 2021	Rp 137.542,000	-11%
Juli 2021	Rp 123.788,092	-10%
Agustus 2021	Rp 100.268,355	-19%
September 2021	Rp 110.295,000	10%
Oktober 2021	Rp 121.324,709	10%

November 2021	Rp 121.789,890	10%
Desember 2021	Rp 124. 260,880	10%

Sumber UD. Triyasa Barata Tahun 2021

Berdasarkan tabel data diatas penjualan Kopi Bubuk UD. Triyasa Barata ada pada kondisi fluktuatif pada bulan Januari 2021 – Oktober 2021. Saat memasuki bulan April 2021- Agustus 2021 UD. Triyasa Barata mengalami penurunan. Salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu adanya Pandemi Covid19 yang semakin memburuk. Karena itu, usaha Kopi Bubuk UD. Triyasa Barata perlu adanya strategi pengembangan usaha yang tepat guna untuk meningkatkan dan menstabilkan penjualan serta penghasilan UD. Triyasa Barata. Analisis SWOT dapat membantu usaha bisnis untuk menganalisis bagaimana Strategi pengembangan usaha yang harus dijalankan usaha bisnis tersebut dalam mencapai tujuannya. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Untuk menghadapi persaingan, perilaku bisnis memerlukan strategi yang komprehensif sehingga dapat memprediksi dampak peristiwa dan melakukan hal tindakan proaktif dan inovatif untuk menjaga dan meningkatkan daya saing. Hal ini dapat dicapai dengan menentukan strategi-strategi bisnis yang tepat. Salah satu strategi bisnis yang dapat dilakukan adalah melaksanakan strategi pengembangan usaha, yaitu sebagai strategi utama dalam kegiatan bisnis karena dengan adanya pemasaran yang efektif maka seluruh kegiatan bisnis dapat berjalan sesuai rencana. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui strategi pengembangan usaha untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan pada UD. Triyasa Barata yang merupakan salah satu usaha dagang perorangan yang sudah lama berdiri sejak 4 tahun yang lalu. Lebih

spesifiknya usaha ini di bidang penjualan Kopi Bubuk dan penggilingan Kopi Bubuk. Peneliti memilih Penggilingan Kopi Bubuk UD. Triyasa Barata sebagai objek penelitian karena tertarik dengan cara penjualan yang masih sangat sederhana yang dilakukan oleh pemilik UD. Triyasa Barata,

Berdasarkan latar belakang diatas maka dilakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Kopi Bubuk di UD. Triyasa Barata Surabaya Jawa Timur”**.

1.2 Rumusan Masalah

UD. Triyasa Barata Surabaya, merupakan salah satu tempat produksi penggilingan kopi yang berlokasi di JL. Medokan Sawah Timur V No.5, Medokan Ayu, Kecamatan Rungkut Kota Surabaya Jawa Timur. Jenis biji kopi yang digunakan yaitu kopi arabika dan robusta yang berkualitas, sehingga cocok bagi kalangan penggemar kopi yang ingin merasakan kopi bubuk giling tradisional yang memiliki ciri khas tersendiri. UD. Triyasa Barata sudah berdiri sejak 2017 namun dalam hal pemasaran produk masih dirasa kurang maksimal, dan cenderung kalah saing dengan produk kopi ternama. Penelitian tentang strategi pengembangan usaha untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan dirasa penting dilakukan pada usaha UD. Triyasa Barata dalam meningkatkan keuntungan dan agar lebih dikenal oleh masyarakat luas

Permasalahan yang diangkat dirumuskan dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi usaha kopi bubuk di UD. Triyasa Barata Surabaya?
2. Bagaimana penetapan strategi pengembangan usaha untuk mencapai keberlanjutan usaha di UD. Triyasa Barata Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi usaha kopi bubuk UD. Triyasa Barata Surabaya.

2. Untuk mengidentifikasi penetapan strategi pengembangan usaha dalam mencapai keberlanjutan usaha di UD. Triyasa Barata Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan:

1. Bagi Peneliti

Mahasiswa dapat memberikan sumbangsih pikiran dan diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan melatih kemampuan analisis mengenai strategi pengembangan usaha serta sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang dijadikan perbendaharaan ilmu dan pengetahuan terutama tulisan mahasiswa yang dapat direkomendasikan di perguruan tinggi dan dapat dijadikan acuan penulisan karya sejenis.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada perusahaan dalam menambah informasi dalam analisis strategi pengembangan usaha yang akan dijalankan pada masa kini dan masa yang akan datang.

