

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan unggulan Indonesia yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan berperan penting dalam perekonomian nasional. Kopi robusta sangat mendominasi diantara jenis kopi yang ditanam di Indonesia. Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia pada Tahun 2025 lalu, Indonesia menempati posisi ke empat dalam barisan negara produsen kopi terbanyak di dunia. Kopi jenis ini tumbuh di dataran rendah dengan lokasi ketinggian 400 - 800mdpl yang paling baik membudidayakan tanaman kopi tersebut. Adapun suhu terbaik untuk membudidayakan kopi robusta adalah sekitar 24-30°C dengan curah hujan 2.000 – 3.000mm per tahun (Amir *et al.*, 2017).

Kopi robusta (*Coffea canephora*) adalah salah satu varietas kopi yang memiliki peran penting dalam industri kopi global. Sebagai salah satu jenis kopi utama bersama dengan arabika, robusta memiliki karakteristik yang unik, termasuk rasa yang kuat dan dari tingkat kepahitan, kopi robusta mempunyai rasa yang lebih pahit daripada kopi arabika. Hal ini karena kopi robusta mempunyai kandungan gula yang lebih rendah dan kafein yang lebih tinggi 2,2% dari kopi Arabika. Produksi kopi robusta telah menjadi bagian integral dari perekonomian di banyak negara produsen kopi di seluruh dunia. Strategi pengembangan produksi merupakan rencana atau pendekatan yang dilakukan secara terus menerus yang dirancang guna meningkatkan efisiensi, produktivitas, kualitas, dan daya saing dalam proses produksi suatu perusahaan. Hal ini melibatkan identifikasi dan penerapan langkah-langkah strategis yang bertujuan untuk meningkatkan hasil produksi, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan menyesuaikan dengan

perubahan lingkungan bisnis dan permintaan pasar. Ada berbagai macam jenis kopi robusta yang diperdagangkan, termasuk petik merah, biji kopi hijau, biji kopi roasted, dan bubuk kopi. Permintaan yang tinggi terhadap kopi robusta mendorong petani untuk berusaha lebih keras dalam menanam dan meningkatkan hasil perkebunan mereka. Untuk memastikan bahwa nilai produksi kopi robusta seimbang dengan kegiatan pengolahan dan pemasaran yang tepat, penting untuk mengembangkan strategi yang sesuai. Di Kecamatan Tukur, yang memiliki lahan lebih kecil dibandingkan Perkebunan Besar Negara (PBN) atau Perkebunan Besar Swasta (PBS), Perkebunan Rakyat (PR) membutuhkan pola strategi pengembangan pasar untuk meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun nasional.

Salah satu jenis kopi yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah Kopi Lanang Robusta. Kopi Lanang Robusta dikenal memiliki cita rasa yang unik dan kualitas yang baik, sehingga diminati oleh konsumen baik di dalam maupun luar negeri. Kopi lanang atau dikenal juga dengan sebutan kopi *peaberry* merupakan salah satu varian kopi unik yang banyak mendapat perhatian di Indonesia. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas dan cita rasa kopi, termasuk kopi lanang, dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ketinggian, cara pengolahan, dan bahan tambahan. Ketinggian yang lebih tinggi cenderung meningkatkan kandungan kafein dan lemak dalam biji kopi (Towaha *et al.*, 2014). Kopi lanang memiliki kelebihan yang berbeda dari kopi biasa seperti dari rasa nya, kopi lanang memiliki cita rasa kopi yang khas dan unik, yaitu lebih pahit dan kuat daripada kopi biasa. Hal ini dikarenakan kopi lanang memiliki kadar kafein yang lebih tinggi. Kopi lanang memiliki kadar kafein yang lebih tinggi daripada kopi

biasa, yaitu sekitar 2,5%. Namun, beberapa orang penikmat kopi lanang robusta mereka menyebutkan jika cita rasanya lebih lembut, tekstur yang padat, aromanya yang bahkan bisa jadi mirip kopi luwak. Manfaat kopi lanang sendiri untuk mengurangi resiko diabetes dan memperlancar peredaran darah.

Konsumsi kopi lanang (*peaberry coffee*) di Indonesia masih relatif minim jika dibandingkan dengan jenis kopi lainnya, seperti robusta dan arabika biasa. Kopi lanang dikenal sebagai kopi premium karena karakteristiknya yang unik berbentuk bulat dan terdiri dari satu biji utuh di dalam ceri kopi, yang membuatnya lebih langka. Namun, tingkat konsumsi yang rendah dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pemahaman konsumen terhadap nilai tambah kopi lanang, keterbatasan distribusi, serta harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan jenis kopi lainnya. Di sisi lain, kopi lanang sering kali lebih dihargai di pasar ekspor daripada di dalam negeri, di mana preferensi konsumen masih cenderung didominasi oleh kopi yang lebih terjangkau atau populer seperti kopi sachet instan. Penelitian dan edukasi konsumen terkait manfaat dan keunikan kopi lanang diperlukan untuk mendorong peningkatan konsumsi di pasar lokal.

Jawa Timur, khususnya Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu sentra penghasil kopi di Indonesia, di mana kopi robusta adalah salah satu komoditas unggulan. Berikut data sentra penghasil kopi terbesar di Indonesia:

Tabel 1.1 Lima Sentra Produksi Kopi di Indonesia

Provinsi	Jumlah Produksi Kopi per Tahun (Ton)		
	2021	2022	2023
Sumatera Selatan	211.681	208.043	207.320
Lampung	116.281	113.739	105.807
Aceh	74.382	70.352	71.084
Jawa Timur	45.914	47.994	47.577
Sulawesi Selatan	34.243	30.148	30.727

Sumber : BPS Pasuruan (2023)

Data produksi kopi di lima provinsi utama Indonesia selama periode 2021-2023 mengungkapkan dinamika yang signifikan dalam lanskap perkebunan kopi nasional. Sumatera Selatan mempertahankan posisinya sebagai produsen kopi dominan di Indonesia dengan volume produksi tertinggi, meskipun mengalami tren penurunan moderat dari 211.681 ton pada 2021 menjadi 207.320 ton pada 2023, yang mengindikasikan reduksi sebesar 2,06% selama periode tiga tahun tersebut. Lampung, sebagai produsen terbesar kedua, menunjukkan penurunan produksi yang lebih signifikan dengan tren menurun yang konsisten dari 116.281 ton pada 2021 menjadi 105.807 ton pada 2023, mencerminkan depresiasi sebesar 9,01% yang mengindikasikan tantangan struktural dalam industri kopi di provinsi tersebut. Provinsi Aceh, meskipun mengalami penurunan dari 74.382 ton pada 2021 menjadi 70.352 ton pada 2022, menunjukkan pemulihan marginal menjadi 71.084 ton pada 2023, yang mengisyaratkan adanya fluktuasi siklikal dalam produksi kopi di wilayah ini. Kontras dengan tren penurunan di provinsi-provinsi Sumatera. Jawa Timur memperlihatkan peningkatan moderat dari 45.914 ton pada 2021 menjadi 47.577 ton pada 2023, merepresentasikan pertumbuhan 3,62% yang mencerminkan penguatan kapasitas produksi di sektor perkebunan kopi provinsi tersebut. Sulawesi Selatan mencatat penurunan substansial dari 34.243 ton pada 2021 menjadi 30.148 ton pada 2022, diikuti dengan pemulihan minimal menjadi 30.727 ton pada 2023, yang menggambarkan volatilitas produksi dengan kecenderungan menurun sebesar 10,27% selama periode observasi (Arifin, 2023). Ketahanan relatif produksi di Jawa Timur, sebagai satu-satunya provinsi dengan tren pertumbuhan positif dalam dataset, menyoroti potensi adaptabilitas dan inovasi dalam praktik budidaya kopi di

wilayah ini yang dapat menawarkan wawasan berharga untuk pengembangan kebijakan di provinsi lain (Nugroho dan Wijaya, 2024).

Kabupaten Pasuruan terdapat delapan kecamatan yang terkenal dengan produksi kopinya dan wilayah ini memiliki potensi besar yang masih belum sepenuhnya tergarap. Para ahli pertanian dan industri kopi melihat masa depan perkebunan kopi di Kabupaten Pasuruan. Delapan kecamatan tersebut termasuk Purwodadi, Tuttur, Puspo, Tosari, Lumbang, Pasrepan, Purwosari, dan Prigen yang menghasilkan varietas kopi robusta masing-masing dengan ciri khasnya. Dengan demikian, pengembangan strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk memanfaatkan potensi ini dan meningkatkan daya saing kopi lanang robusta dari wilayah tersebut.

Berikut data produksi kopi di setiap wilayah Kecamatan pada tahun 2018 – 2020 di Kabupaten Pasuruan.

Tabel 1.2 Produksi Kopi Wilayah Kecamatan di Kabupaten Pasuruan

Kecamatan	Jumlah Produksi per Tahun (Ton)		
	2018	2019	2020
Purwodadi	256,9	44,49	50,39
Tuttur	658,36	688,47	679,05
Puspo	162,26	88,2	167,76
Tosari	18,3	45,02	22,00
Lumbang	59,66	88,98	82,85
Pasrepan	35,11	63,53	33,01
Purwosari	52,21	163,47	142,53
Prigen	109,75	183,27	202,75

Sumber : BPS Pasuruan (2021)

Produksi kopi di Kabupaten Pasuruan menunjukkan fluktuasi dari tahun ke tahun pada berbagai kecamatan. Beberapa kecamatan seperti Purwodadi dan Pasrepan mengalami tren penurunan signifikan. Di Purwodadi, produksi kopi turun tajam dari 256,9 ton pada tahun 2018 menjadi hanya 50,39 ton pada tahun 2020.

Penurunan serupa juga terlihat di Pasrepan, di mana produksi berkurang dari 35,11 ton pada tahun 2018 menjadi 33,01 ton pada tahun 2020. Namun, ada kecamatan seperti Prigen yang justru mengalami kenaikan, dari 109,75 ton pada tahun 2018 menjadi 202,75 ton pada tahun 2020. Beberapa wilayah lainnya, seperti Puspo dan Tosari, menunjukkan fluktuasi produksi yang tidak konsisten. Secara keseluruhan, tren penurunan di beberapa kecamatan dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti perubahan cuaca, penurunan kualitas lahan, atau tantangan dalam pengelolaan kebun kopi.

Kecamatan Tuter menunjukkan tren produksi kopi yang relatif stabil dengan sedikit fluktuasi dari tahun 2018 hingga 2020. Pada tahun 2018, produksi kopi di Tuter tercatat sebanyak 658,36 ton. Jumlah ini meningkat menjadi 688,47 ton pada tahun 2019, menunjukkan pertumbuhan yang positif. Namun, pada tahun 2020, terjadi sedikit menurun menjadi 679,05 ton. Meskipun jumlah ini masih lebih tinggi dibandingkan produksi pada tahun 2018. Stabilitas ini menunjukkan bahwa Kecamatan Tuter memiliki kapasitas produksi yang cukup baik dan kemungkinan didukung oleh praktik budidaya yang konsisten. Meskipun ada sedikit penurunan pada tahun 2020, hal ini bisa saja dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti cuaca, hama, atau gangguan logistik yang terjadi pada tahun tersebut. Secara keseluruhan, Kecamatan Tuter tetap menjadi salah satu daerah dengan kontribusi produksi kopi terbesar di Kabupaten Pasuruan. Pada Tabel 1.2, menunjukkan wilayah yang paling banyak memproduksi kopi pada tahun 2019 adalah kecamatan Tuter dengan jumlah produksinya sebanyak 688,47 ton. Kecamatan kedua setelah Prigen yang memproduksi paling banyak yaitu kecamatan Prigen dengan jumlah 202,75 ton pada tahun 2020 (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2020).

Salah satu perusahaan yang berupaya memenuhi kebutuhan ini adalah CV. Kopi Citarasa Persada, yang berlokasi di Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan. Perusahaan ini mengolah kopi lanang (biji kecambah tunggal) hingga menjadi kopi bubuk. Persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan sejenis mendorong CV. Kopi Citarasa Persada untuk mengembangkan produk-produk inovatif, khususnya dalam pengolahan kopi lanang robusta, yang dapat mempengaruhi kualitas produk. Strategi pengembangan produk ini dipilih karena adanya potensi pasar yang belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk kopi lanang robusta, yang dikenal memiliki cita rasa unik dan kualitas tinggi. Hal ini menunjukkan adanya peluang signifikan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan melalui strategi pemasaran yang lebih efektif.

Berikut data harga penjualan kopi lanang robusta di CV. Kopi Citarasa Persada per bulan nya pada Tahun 2021 – 2024.

Tabel 1.3 Data Harga Penjualan Kopi Lanang Tahun 2021 – 2024

Data Harga Penjualan Kopi Lanang per Tahun (Rp)				
Bulan	2021	2022	2023	2024
Januari	220.000	1.000.000	1.180.000	-
Februari	800.000	762.000	530.000	230.000
Maret	200.000	487.000	1.150.000	4.701.000
April	535.000	2.165.000	500.000	-
Mei	1.165.000	610.000	850.000	-
Juni	1.230.000	490.000	500.000	-
Juli	1.165.000	1.077.000	750.000	-
Agustus	310.000	2.800.000	-	-
September	380.000	50.000	-	-
Oktober	750.000	1.400.000	250.000	825.000
November	800.000	1.185.000	270.000	-
Desember	250.000	1.650.000	500.000	-
Total	7.805.000	13.676.000	6.480.000	5.756.000

Sumber : Buku Penjualan Perusahaan (2024)

Pada Tabel 1.3 penjualan kopi lanang yang paling banyak didapatkan pada tahun 2021 yaitu di bulan Juni dengan jumlah penjualan Rp. 1.230.000. Namun,

pada tahun 2022 penjualan kopi lanang terbanyak didapatkan di bulan Agustus dengan jumlah penjualan Rp. 2.800.000. Di tahun selanjutnya 2023 penjualan paling banyak didapatkan di bulan Januari dengan jumlah penjualan Rp. 1.180.000. Dengan berjalan nya waktu produksi di tahun 2024 ini jumlah penjualan kopi lanang di bulan Desember sebanyak Rp. 8.650.000. Permintaan kopi lanang memang tidak sebanyak kopi robusta, namun untuk harga jual kopi lanang lebih tinggi sekitar Rp 250.000 per kg dibandingkan dengan kopi robusta yang berkisar Rp.50.000 per kg, hal ini dapat menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi Perusahaan. Namun, untuk pasar kopi lanang sendiri sangat sempit kadang tidak semua orang tau apa kelebihan kopi lanang itu. CV. Kopi Citarasa Persada menjadi fokus penelitian ini karena beberapa alasan strategis. Perusahaan ini berlokasi di Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan, yang merupakan salah satu sentra produksi kopi terbesar di wilayah tersebut. Sebagai UMKM lokal yang mengkhususkan diri dalam pengolahan kopi lanang menjadi kopi bubuk, CV. Kopi Citarasa Persada juga menghadapi persaingan yang semakin ketat, mendorong kebutuhan akan strategi pengembangan produk dan pasar yang inovatif.

Strategi pemasaran kopi lanang robusta saat ini masih terbatas, disebabkan oleh beberapa faktor, seperti produksi yang rendah, kesadaran konsumen yang minim, harga yang tinggi, persaingan yang ketat, dan infrastruktur pemasaran yang kurang memadai. Untuk memperluas pasar kopi lanang robusta, diperlukan upaya untuk meningkatkan produksi, meningkatkan edukasi dan kesadaran konsumen, membangun jaringan distribusi yang lebih luas, serta melaksanakan strategi branding dan promosi yang efektif. Dengan memfokuskan penelitian pada optimalisasi strategi pemasaran CV. Kopi Citarasa Persada, diharapkan dapat

dihasilkan rekomendasi yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan tersebut, tetapi juga dapat diterapkan oleh UMKM serupa dalam industri kopi di Indonesia, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk kopi lanang robusta di pasar lokal dan nasional.

Analisis SWOT dan QSPM adalah alat penting dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif, termasuk untuk produk seperti kopi lanang robusta dan disempurnakan menggunakan *balanced scorecard* (BSC) untuk menentukan strategi skala prioritas kinerja Perusahaan. Analisis SWOT membantu bisnis untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Misalnya, kekuatan dapat berupa kualitas unik dari kopi lanang robusta, sementara kelemahan mungkin terkait dengan keterbatasan distribusi. Peluang bisa datang dari tren peningkatan konsumsi kopi spesial, sedangkan ancaman dapat berupa persaingan yang ketat di pasar. Dengan memahami ini, bisnis dapat merumuskan strategi yang lebih tepat sasaran. Selanjutnya, QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) digunakan untuk memprioritaskan strategi-strategi tersebut. QSPM memberikan alat kuantitatif untuk menilai dan memilih strategi berdasarkan faktor-faktor SWOT yang telah diidentifikasi, sehingga memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih objektif dan terukur. Salah satu sistem penilaian kinerja yang komprehensif, akurat, dan terukur adalah metode *Balanced Scorecard* (Beard, 2009). Meskipun beberapa penelitian mengungkapkan keterbatasan penerapan *Balanced Scorecard* pada Perusahaan (Awadallah dan Allam, 2015; Giannopoulos *et al.*, 2013), akan tetapi Lonbani (2016) dan Rompho (2011) mengemukakan bahwa hal itu bukan berarti mengindikasikan bahwa *Balanced Scorecard* tidak dapat diterapkan pada Perusahaan. Lebih lanjut beliau menjelaskan bahwa banyak UMKM yang berhasil

menerapkan *Balanced Scorecard* dengan memilih indikator kinerja kunci yang paling sesuai dengan kondisi Perusahaan. Metode *Balanced Scorecard* dapat digunakan untuk menilai dan mengawasi kinerja usaha baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang dengan berorientasi pada semua aspek sehingga dapat digunakan pada semua jenis usaha baik usaha besar maupun UMKM. Dengan demikian, bisnis dapat fokus pada implementasi strategi yang paling efektif untuk mengalokasikan sumber daya secara efisien dan mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan. Kombinasi analisis SWOT, QSPM dan BSC memungkinkan bisnis kopi lanang untuk meningkatkan daya saing dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan di pasar yang dinamis (David, 2011).

Oleh karena itu, penelitian ini yang berjudul: “Strategi Pengembangan Pemasaran Kopi Lanang Robusta dengan menggunakan analisis SWOT di CV. Kopi Citarasa Persada” perlu dilaksanakan guna merumuskan langkah-langkah strategis yang dapat diambil untuk meningkatkan daya saing produk di pasar.

1.2 Rumusan Masalah

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan unggulan Indonesia yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan berperan penting dalam perekonomian daerah. Salah satu jenis kopi yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah kopi lanang robusta. Kopi Lanang Robusta dikenal memiliki cita rasa yang unik dan kualitas yang baik, sehingga diminati oleh konsumen baik di dalam maupun luar negeri. Kecamatan Tuter merupakan daerah penghasil produk kopi kedua yang paling banyak di Kabupaten Pasuruan pada setiap tahunnya.

CV. Kopi Citarasa Persada berlokasi di Kecamatan Tuter, Kabupaten Pasuruan, merupakan salah satu perusahaan yang mengolah kopi lanang robusta

(biji kecambah tunggal) hingga menjadi kopi bubuk. Persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan sejenis mendorong CV. Kopi Citarasa Persada untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih optimal. Strategi pemasaran kopi lanang robusta saat ini masih terbatas, disebabkan oleh beberapa faktor, seperti produksi yang rendah, kesadaran konsumen yang minim, harga yang tinggi, persaingan yang ketat, dan infrastruktur pemasaran yang kurang memadai. Untuk memperluas pasar kopi lanang robusta, diperlukan upaya untuk meningkatkan produksi, meningkatkan edukasi dan kesadaran konsumen, membangun jaringan distribusi yang lebih luas, serta melaksanakan strategi branding dan promosi yang efektif, oleh karena itu rumusan permasalahan yang akan di analisis dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana cara mengembangkan strategi pemasaran yang terbaik dengan memahami kondisi internal dan eksternal CV. Kopi Citarasa Persada?
2. Bagaimana merekomendasi hasil yang bisa diberikan untuk meningkatkan pengembangan pasar kopi lanang robusta di CV. Kopi Citarasa Persada?
3. Bagaimana cara mengimplementasikan peningkatan kinerja perusahaan di CV. Kopi Citarasa Persada?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dengan menganalisis kondisi internal dan eksternal CV. Kopi Citarasa Persada.
2. Memberikan rekomendasi yang dapat meningkatkan pengembangan pasar kopi lanang robusta di CV. Kopi Citarasa Persada.
3. Mengimplementasikan kinerja perusahaan di CV. Kopi Citarasa Persada dengan menggunakan metode yang tepat.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Pemasaran Kopi Lanang Robusta dengan menggunakan analisis SWOT di CV. Kopi Citarasa Persada” ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Sebagai bentuk penerapan mahasiswa secara langsung di lapangan mengenai teori pembelajaran yang telah dipelajari pada bangku perkuliahan serta mahasiswa dapat menjelaskan faktor eksternal dan internal, strategi pengembangan pasar, dan meningkatkan daya saing kopi lanang robusta pada CV Kopi Citarasa Persada.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai bentuk tambahan referensi yang dapat digunakan untuk civitas akademika serta sebagai bahan acuan perbandingan untuk penelitian selanjutnya pada bidang yang serupa di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bagi Pengusaha

Sebagai sumber informasi atau referensi dalam memajemen perekonomian pada usaha kopi dan sebagai bahan evaluasi baik perbaikan maupun peningkatan produk yang diperlukan.