

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia, dengan kopi menjadi komoditas penting yang mendukung perekonomian nasional. Pemasaran kopi secara nasional telah mengalami perubahan signifikan dalam beberapa dekade terakhir, terutama dengan meningkatnya konsumsi kopi di dalam negeri. Masyarakat Indonesia, terutama di kalangan generasi muda dan profesional perkotaan, semakin menjadikan kopi sebagai bagian dari gaya hidup. Indonesia memiliki luas lahan perkebunan kopi sekitar 1,24 juta hektar, dengan mayoritas produksi berasal dari perkebunan rakyat.

Kopi yang diproduksi di Indonesia terdiri dari dua jenis utama, yaitu Robusta dan Arabika, Robusta sekitar 70% dari total produksi kopi Indonesia adalah kopi Robusta, yang banyak dibudidayakan di daerah dataran rendah, terutama di Lampung, Sumatra Selatan, Jawa Timur, dan sebagian Jawa Barat. Arabika sekitar 30% produksi kopi Indonesia adalah kopi Arabika, yang ditanam di daerah pegunungan dengan ketinggian lebih dari 1000 meter di atas permukaan laut. Salah satu daerah penghasil utama kopi di Indonesia adalah provinsi Aceh, selain provinsi Lampung, Sumatera Selatan dan Bengkulu. Di Aceh tanaman kopi diusahakan dengan pola perkebunan. Aceh juga termasuk penghasil kopi Arabika unggulan di Indonesia. Kopi Aceh dikenal memiliki cita rasa yang seimbang, tidak terlalu asam ataupun pahit. Daerah sentra produksinya meliputi Kabupaten Aceh Tengah, Bener Meriah, dan Gayo Lues.

UD Bina Rasa Trico merupakan usaha dagang yang bergerak di bidang pengolahan dan pemasaran kopi. Sebagai produsen kopi lokal, perusahaan ini berfokus pada pengolahan biji kopi dari petani lokal di daerahnya. UD Bina Rasa beralamat di Jln. Banda Aceh - Medan, KM 219, Desa Cot Gapu, Kecamatan Kota Juang, Kabupaten Bireuen. Perusahaan mulai beroperasi sejak tahun 2018, usaha ini didirikan dengan visi untuk menghadirkan kopi berkualitas yang dihasilkan dari biji kopi pilihan, diolah secara modern, dan disajikan dalam bentuk kopi bubuk

yang mudah dikonsumsi oleh masyarakat luas. Usaha ini berawal dari kesadaran akan potensi besar Indonesia sebagai produsen kopi dunia, dengan berbagai varian kopi yang terkenal di pasar global, seperti Arabika dan Robusta.

UD Bina Rasa Trico melihat peluang untuk berkontribusi dalam mengembangkan industri kopi lokal, dengan fokus pada peningkatan nilai tambah melalui proses pengolahan biji kopi menjadi produk akhir yang siap konsumsi. Dengan terus berkembangnya tren minum kopi di Indonesia, UD Bina Rasa Trico bertujuan untuk memperluas jangkauan pasarnya dengan tetap mempertahankan nilai-nilai kualitas dan keberlanjutan. Pemasaran produk kopi ini dipasarkan di sekitaran Kabupaten Bireuen yaitu di daerah Kuta Blang, Matang, Lho awe, Jln. Elak, Mns Reuleut, Pulo ara dan sekitarnya. Dengan demikian, besarnya persentase penurunan tingkat penjualan di UD. Bina Rasa Trico pada tahun 2022-2023 adalah 23,24 %.

Berdasarkan dari hasil observasi yang telah dilakukan di UD Bina Rasa Trico terdapat beberapa masalah. Permasalahan yang dihadapi adalah tingkat penjualan mengalami naik turunnya, selain itu permasalahan juga timbul dalam menghadapi tantangan besar dalam strategi pemasarannya. Permasalahan ini dapat dilihat dari beberapa faktor yang memengaruhi dinamika pasar. Salah satu penyebab utama kurangnya kembalinya pelanggan baru adalah minimnya inovasi dalam strategi pemasaran.

Dari data penjualan selama periode 2022-2023 terjadinya naik turunnya penjualan yang dimana dapat dilihat dari data tersebut dapat dilihat pada lampiran I menunjukkan tidak meningkat adanya jumlah pelanggan baru. Yang dimana persentase penambahan pelanggan baru sekitar 14,29% dari tahun 2022-2023. Selain itu pembelian dari pelanggan yang sudah ada juga mengalami ketidak stabilan dalam pemesanan produk, tingkat adanya penambahan konsumen baru yang sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang digunakan saat ini belum mampu menarik minat konsumen potensial baru.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi UD. Bina Rasa Trico, agar dapat bersaing perusahaan harus memiliki strategi pengembangan usaha yang tepat dalam menangani masalah ini, dalam membuat strategi ini dibutuhkan adanya analisis data

berdasarkan keadaan yang ada pada sebuah perusahaan yaitu mengenai kelemahan, kekuatan, peluang serta ancaman yang ada agar perusahaan dapat memfokuskan kekuatan serta peluang dan meminimalkan kelemahaan serta ancaman sehingga perusahaan mampu menhadapi ancaman persaingan ketat. Oleh karena itu volume penjualan pada UD Bina Rasa Trico perbulan mengalami naik turunnya penjualan, Berdasarkan uraian diatas maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UD BINA RASA TRICO DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI PASAR KOPI LOKAL DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT.**“

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari sebuah latar belakang diatas, dapat ditarik sebuah rumusan masalah. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana faktor lingkungan *internal* dan *eksternal* yang mempengaruhi strategi pemasaran di UD. Bina Rasa Trico.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penetian ini yaitu adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui bagaimana faktor lingkungan *internal* dan *eksternal* yang mempengaruhi strategi pemasaran di UD. Bina Rasa Trico.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan tercapainya dalam penelitian ini oleh beberapa pihak adalah sebagai berikut:

1. Bagi pemilik usaha penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran usahanya.
2. Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan mendalami ilmu mengenai strategi pemasaran khususnya pada bidang bisnis kopi serta untuk melengkapi persyaratan dalam melengkapi studi di Fakultas Teknik, Jurusan Teknik Industri, Universitas Malikussaleh.

3. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat menjadi referensi jika melakukan penelitian yang hampir sama dengan penelitian ini.

## **1.5 Batasan Masalah dan Asumsi**

### **1.5.1 Batasan Masalah**

Agar pembahasan tetap konsisten dari tujuan penelitian tugas akhir, maka batasan masalah yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Strategi yang dibahas dalam penelitian ini hanya pada bagian pemasaran pada pengolahan kopi dengan analisis SWOT.
2. Data yang diambil adalah data penjualan dua tahun terakhir, yaitu dari 2022 sampai 2023.
3. Fokus pemasaran produk hanya di daerah Kabupaten Bireuen.
4. Responden penelitian ini adalah pelanggan di UD. Bina Rasa Trico.

### **1.5.2 Asumsi**

1. Penelitian ini akan menguntungkan untuk perusahaan UD Bina Rasa Trico karena penelitian ini mendapatkan hasil untuk memperbaiki strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan.
2. Proses pengolahan dan kebijakan di UD Bina Rasa Trico tidak berubah selama jangka waktu penelitian.

