

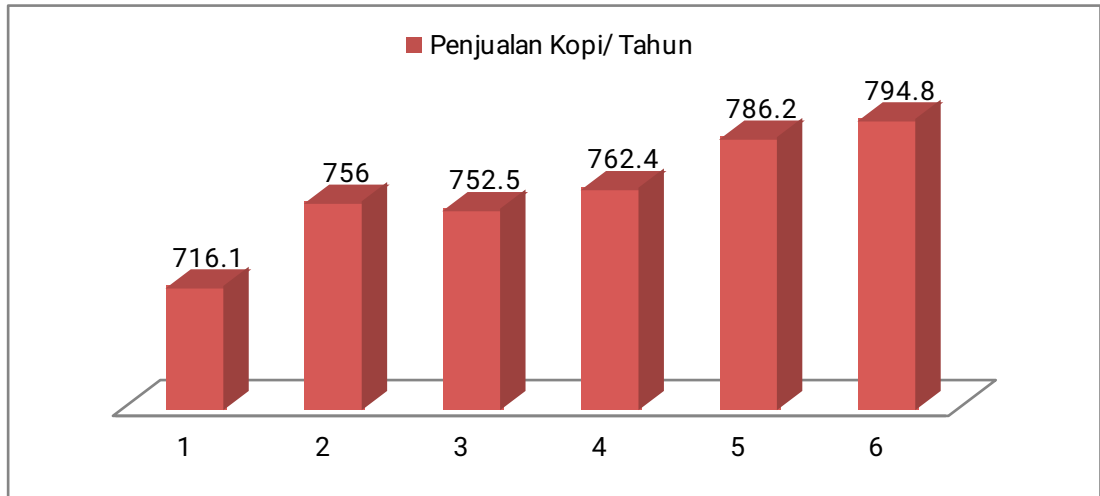
1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu minuman yang paling populer dan banyak dikonsumsi di seluruh dunia. Kopi dikenal karena kandungan kafeinnya yang memberikan efek stimulan bagi konsumennya. Kafein dalam kopi dapat meningkatkan energi, meningkatkan konsentrasi, dan memberikan perasaan segar. Industri kopi memiliki peran ekonomi yang signifikan di banyak negara, baik sebagai komoditas ekspor maupun dalam industri kopi lokal. Negara-negara seperti Brasil, Kolombia, Vietnam, dan Indonesia merupakan produsen kopi terbesar di dunia. Kopi juga menjadi bagian dari budaya dan gaya hidup di berbagai negara, dengan adanya kedai kopi yang menjadi tempat bersantai dan berkumpul bagi banyak orang. Dengan popularitasnya yang terus meningkat, kopi tetap menjadi minuman yang dicintai oleh banyak orang di seluruh dunia.

Kopi adalah salah satu minuman yang paling digemari oleh masyarakat dunia. Hal ini dikarenakan kopi termasuk minuman yang memiliki cita rasa yang khas dan didorong oleh faktor tradisi, sejarah, sosial serta kepentingan ekonomi sehingga memiliki daya tarik tersendiri bagi kalangan masyarakat di dunia (Maulidan & Alam, 2018).

Pada tahun 2022 penjualan kopi Indonesia mencapai 794 ton pertahunnya, hal ini menunjukkan pertumbuhan yang positif dalam industri kopi di negara ini. Capaian penjualan yang tinggi tersebut dapat mengindikasikan meningkatnya permintaan kopi Indonesia baik di pasar domestik maupun internasional. Pertumbuhan penjualan kopi ini juga dapat menjadi indikasi bahwa kopi Indonesia semakin diminati oleh konsumen di berbagai belahan dunia, mengingat kopi Indonesia terkenal dengan kualitasnya yang unggul dan beragam. Dengan capaian penjualan yang mencapai 794 ton, Indonesia dapat memperkuat posisinya sebagai salah satu produsen kopi terbesar dan terpercaya di dunia, dapat dilihat penjualan kopi di Indonesia tahun 2017-2022 pada Gambar 1 berikut:



Sumber: Data Boks 2023

Gambar 1. Penjualan kopi indonesia tahun 2017-2022

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan penjualan kopi di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya. Dimana penjualan tertinggi terjadi pada tahun 2022 sebesar 794,8 Ton/ tahunnya, dan terendah terjadi pada tahun 2017 sebesar 716,1 Ton/tahunnya. Peningkatan penjualan kopi di Indonesia setiap tahunnya disebabkan oleh kualitas kopi yang unggul, peningkatan kesadaran konsumen, pertumbuhan industri kopi lokal, ekspor kopi yang meningkat, promosi yang efektif, dan inovasi produk. Dengan kombinasi faktor-faktor tersebut, penjualan kopi Indonesia terus meningkat, menunjukkan minat yang terus tumbuh dari konsumen terhadap kopi berkualitas asal Indonesia.

Pada tahun 60-an, masyarakat menikmati kopi hanya di kedai kopi yang sederhana. Kopi yang dijual tidak memiliki banyak varian, hanya kopi tubruk/hitam biasa yang diseduh dengan air panas. Namun seiring dengan perkembangan zaman, kedai kopi tersebut berkembang menjadi *coffee shop* yang lebih modern. Kopi yang dijual dibuat menggunakan mesin yang dapat menghasilkan rasa dan aroma kopi yang khas. Perkembangan *coffee shop* ini cukup pesat, mulai dari varian kopi hingga fasilitas dan konsep *coffee shop* yang ditawarkan.

Perkembangan zaman dari era 60-an ke era modern telah membawa perubahan signifikan dalam konsumsi kopi. Dulu, kopi hanya dinikmati di kedai kopi sederhana dengan varian terbatas, namun

sekarang, dengan munculnya *coffee shop* modern, variasi kopi semakin beragam dan inovatif. Di Kecamatan Kota Kisaran Barat, bisnis *coffee shop* telah menjadi salah satu usaha baru yang banyak didirikan. Hal ini memberikan dampak yang signifikan terhadap persaingan bisnis *coffee shop* yang semakin berkembang di wilayah ini dari tahun ke tahun. Pemilik bisnis *coffee shop* secara tidak langsung ditantang untuk terus meningkatkan inovasi terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen, terutama minuman kopi. Salah satu varian kopi yang banyak diminati oleh konsumen adalah kopi sanger.

Salah satu *coffee shop* yang menawarkan kopi sanger yaitu Isi Koffie. Isi Koffie yang berdiri sejak 2021 ini tidak hanya menawarkan kopi sanger saja, tetapi juga tersedia berbagai jenis kopi dan minuman lainnya. Untuk harga varian kopi sanger dihargai dengan harga Rp 15.000,- untuk kopi *espresso double* dengan harga Rp 15.000,- dan untuk kopi *espresso single* dengan harga Rp 13.000,-. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa harga yang dimiliki tiap produk ada yang sama dan juga berbeda.

Dari hasil wawancara dengan pemilik *coffee shop* Isi Koffie yang berada di Kecamatan Kota Kisaran Barat terkait penelitian ini, maka didapatkan jumlah penjualan kopi sanger, kopi *espresso single*, dan kopi *espresso double* antara lain seperti pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Konsumsi kopi di isi koffie (agustus – oktober 2023).

Konsumsi kopi di Isi Koffie (Gelas per Bulan)			
Jenis Kopi/Bulan	Kopi <i>Espresso Single</i>	Kopi Sanger	Kopi <i>Espresso Double</i>
Agustus	1	108	2
September	4	88	2
Oktober	1	82	2
Jumlah	6	278	6

Sumber: Isi Koffie.

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa kopi yang paling diminati konsumen di Isi Koffie ialah kopi sanger. Tetapi, disisi lain pada bulan Agustus sampai Oktober penjualan kopi sanger mengalami penurunan. Penurunan penjualan kopi sanger dapat disebabkan oleh berbagai faktor,

termasuk perubahan selera konsumen, persaingan yang ketat, perubahan pola konsumsi, dan tren pasar. Untuk mengatasi penurunan penjualan, pemilik Isi Koffie perlu memahami penyebabnya dan mengambil langkah-langkah yang tepat, seperti meningkatkan kualitas produk atau menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan kebutuhan pasar. Berdasarkan latar belakang penelitian penurunan penjualan kopi sanger di Isi Koffie menyebabkan adanya kendala dalam pemasaran kopi sanger, oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang kendala pemasaran kopi sanger di Isi Koffie Kecamatan Kota Kisaran Barat.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu, apa saja kendala dalam pemasaran kopi sanger di Isi Koffie Kecamatan Kota Kisaran Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah, untuk menganalisis kendala pemasaran kopi sanger di Isi Koffie Kecamatan Kota Kisaran Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan manfaat dan informasi yaitu:

1. Bagi pelaku bisnis, menjadi bahan referensi dalam pemasaran kopi sanger.
2. Bagi pembaca, agar menjadi acuan atau referensi untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dengan kendala pemasaran kopi sanger.