Mengidentifikasi Faktor Internal Dan Eksternal Pemasaran Produk Kopi (Desa Gunung Karamat Kabupaten Sukabumi)

Muhammad Anfaal Al Ghifari[1], Alif Nurrohaman[2], Ananda Cantika[3], Siti Napila[4], , Kurniawan[5], Nur Alim Bahri[6],

[1,2,3,4,5,6] Universitas Nusa Putra

[1,2,3,4,5]Program Studi Manajemen, Universitas Nusa Putra

[6] Program Studi Akuntansi, Universitas Nusa Putra

*e-mail: muhammad.anfaal_mn19@nusaputra.ac.id[1], alif.nurrohman_mn19@nusaputra.ac.id[2], ananda.cantika_mn19@nusaputra.ac.id[3], siti.napila_mn19@nusaputra.ac.id[4], kurniawan@nusaputra.ac.id[5] nuralim.bahri@nusaputra.ac.id[6]

Korespondensi : muhammad.anfaal_mn19@nusaputra.ac.id

Abstract

Gunung Karamat Village is a border village between West Java Province and Banten Province, with a distance of 30 km to the center of the Sukabumi Regency government, which is located at Pelabuhan Ratu, with an area of 14.80 km2. Besides that. Gunung Karamat village has a coffee plantation whose quality is very promising. This is the result of a joint struggle between the community and the village government in managing agricultural land. Gunung Karamat village has superior products, namely robusta and arabica coffee. This has opened the eyes of the Sukabumi Mandiri Regional Public Company (Perumda ASM). The data collection method is the observation method, which is one method of collecting data by making direct observations, explaining and describing internal and external conditions (SWOT). The interview method was carried out with coffee managers such as BUMDES Gunung Karamat by asking questions that had been prepared previously. Data analysis was carried out with qualitative methods. The factors of excellence in this Gunung Keramat village coffee product are the availability of a very large area, the brand of Gunung Keramat coffee is well known, and the location of the coffee planter is very suitable. of the deficiency factors, namely, inadequate road access, incompetent experience of coffee farmers and limited capital are factors for slow Mount Karamat coffee.

Keywords*: SWOT analysis, Coffee, Gunung Karamat Village.*

Abstrak

Desa Gunung Karamat memiliki produk-produk unggulan yaitu kopi robusta dan arabika, yang membuka mata Perusahaan Umum Daerah Agro Sukabumi Mandiri (Perumda ASM). Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan metode observasi, yang merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung, menjelaskan dan menggambarkan kondisi internal dan eksternal (SWOT). Metode wawancara dilakukan dengan para pengelola kopi seperti BUMDES Gunung Karamat dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sebelunya. Analisis data dilakukan dengan metode kualitatif. Yang menjadi faktor keunggulan pada produk kopi desa gunung keramat ini yaitu, ketersediaan lahan yang sangat luas, brend kopi gunung keramat sudah dikenal, dan letak penanam kopi sangat cocok. dari faktor kekurangannya yaitu, akses jalan yang kurang memadai, pengalaman petani kopi yang belum kompeten dan keterbatasan modal menjadi salah satu faktor kopi gunung karamat lambat.

Kata kunci*: Analisis SWOT, Kopi, Desa Gunung Karamat.*

1. PENDAHULUAN

Dari Sabang sampai Merauke, terdapat banyak daerah penghasil kopi dengan kualitas unggul yang sangat diminati oleh para pencinta kopi di seluruh dunia. Biji kopi yang dihasilkan setiap daerah di Indonesia pun memiliki ciri khas masing- masing. Berdasarkan data di atas kopi telah lama menjadi komoditi alam Indonesia yang membanggakan dan memberikan gambaran jelas betapa subur dan kayanya nusantara(Sakiroh, Rokhmah, and Supriadi 2021) . Beberapa daerah yang sudah lama menghasilkan kopi diantaranya adalah Aceh, Bali, Toraja, Lampung, dan yang terkakhir adalah kawasan Jawa Barat yang mulai menggeliat untuk mengoptimalkan produksi kopi (Wijaya Kesuma Dewi and Hernawan 2019).

Kopi merupakan komoditi penting dalam sub sektor perkebunan, karena berperan penting dalam perekonomian nasional sebagai sumber devisa negara. Hal ini bisa dilihat dari komoditi ini yang mampu menembus pasar internasional sebagai komoditi ekspor. Ekspor kopi Indonesia menduduki posisi ke 3 di dunia setelah Negara Brazil dan Negara Vietnam dengan volume ekspor 10.627.654 kantung.(Lestari, Hasyim, and Kasymir 2017)

Negara-negara produsen selain Indonesia telah melakukan langkah-langkah besar demi menguasai pangsa pasar kepi dunia, baik arabika dan robusta serta organic (Wilopo 2007). Faktor inilah yang menjadikan keharusan untuk menganalisis kelebihan dan kekurangan dari komoditi kopi Indonesia sangat diperlukan agar produsen di Indonesia dapat mencari peluang dan meminimalisir setiap kekurangan yang ada. Oleh karena itu, diperlukan upaya-upaya agar agribisnis unggulan Indonesia ini tidak mengalami kemunduran dan tertinggal dari produsen kopi dunia yang lain. Pembahasan dalam tulisan ini akan menunjukkan ukuran daya saing kopi Indonesia di perdagangan dunia, disamping menggambarkan posisi negara-negara pesaing Indonesia sebagai eksportir kopi dunia.(Kementrian Pertanian RI 2014)

Desa Gunung Karamat merupakan suatu Desa perbatasan antara Propinsi Jawa Barat dan Provinsi Banten, dengan jarak kepusat pemerintah Kabupaten Sukabumi sekitar 30km yang berlokasi di Pelabuhan Ratu dengan luas wilayah 14.80 km2. Selain itu, Desa Gunung Karamat juga terdapat anugrah pemandangan yang luar biasa dan sangat indah. Suasana alam pegunungan yang indah, cocok untuk mengembangkan pertanian seperti pisang, kopi, sayuran, atau juga pohon-pohon sejenis kayu.

Desa Gunung Karamat memiliki kebun kopi yang kualitasnya sangat menjanjikan ini adalah hasil dari perjuangan bersama warga masyarakat dengan pemerintah desa dalam mengelola lahan pertanian, desa Gunung Karamat memiliki produk-produk unggulan yaitu kopi robusta dan arabika hal tu membuka mata Perusahaan Umum Daerah Agro Sukabumi Mandiri (Perumda ASM). Ditanam diketinggian 400-900mdpl dengan pola organik sehingga memiliki cita rasa yang khas.

Kopi robusta Gunung Karamat merupakan salah satu koleksi kopi Agro sukabumi mandiri, kopi ini hasil panen petani kopi di desa Gunung Karamat itu sendiri kopi robusta di panen 2 kali dalam semusim. Dengan karakter tanah, ketinggian dan proses penanaman dengan pola organik menjadikan kopi robusta ini cocok dijadikan kopi susu, atau kopi blend lainnya. Sedangkan kopi arabika harus intens dalam perawatan sehingga untuk hasil panen bisa 4-6 kalo dalam semusim. Produk Kopi Gunung Karamat merupakan salah satu produk hasil kemitraan yang dilakukan oleh Perumda Agro Sukabumi Mandiri dengan Bumdes Gunung Karamat dalam rangka mengangkat nama kopi Sukabumi serta meningkatkan nilai ekonomis petani kopi (Nurapriani and Drajat, n.d.).

Bumdes gunung karamat menjalin kerjasama dengan perusahaan umum daerah (PERUMDA) brand dari kopi gunung karamat telah tersedia dalam kemasan 100 gr, hanya saja dimana HPP dari satu kemasan itu terlalu mahal, dan juga produk kopi ini belum dipasarkan secara besar-besaran dikarenakan hasil kopi disini masih belum stabil. Oleh karena itu hasil dari kopi ini dijual hanya kepada orang yang memesan langsung pada BUMDES saja.

Untuk mengelola kopi tersebut BUMDES memiliki 1 mesin kupas kulit kopi yang dimana itu milik perumda dengan sistem simpan pinjam mesin tersebut bisa menghasilkan 2 quintal dan sebelum ada perumda menyediakan mesin itu BUMDES memiliki mesin kupas kopi yang tradisional Hanya saja butuh 2 kali penggilingan agar hasil nya maksimal, biji kopi yang telah dipanen ini akan dipisahkan cangkangnya.

Terdapat dua metode yang umum dipakai yaitu dengan penggilingan dengan mesin dan pengeringan pada kondisi cuaca yang panas hasil dari penggilingan biasanya langsung pada tahap penyucian, buah kopi perlu direndam dalam air sambil diaduk-aduk. Buah kopi yang baik akan tenggelam, sementara buah kopi hampa atau terserang hama akan mengapung. Hanya buah yang tenggelam saja yang diproses ke tahap berikut nya.

Beberapa masalah pokok yang dihadapi oleh petani kopi di Desa Gunung Karamat ini :

- Kebanyakan petani kopi belum kompeten dalam mengelola kopi tersebut.

Masalah lain yang yang menjadi permasalahan utama adalah pemasaran dan keuangan hasil kopi, diantaranya :

- Kopi gunung karamat belum bisa menjual ke pasaran dikarenakan ketidak stabilan dari hasil kopi itu sendiri.

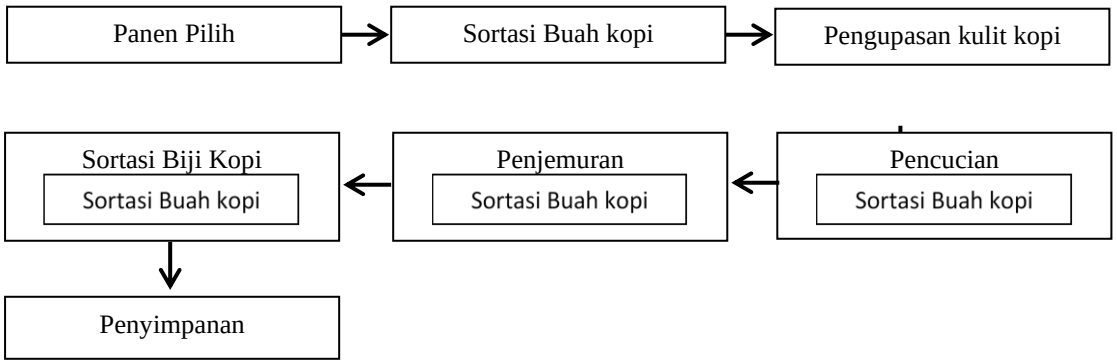
2. METODE

Penelitian ini dilakukan di desa Gunung Karamat kabupaten Sukabumi provinsi Jawa Barat merupakan desa penghasil produksi kopi. Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan metode observasi, yang merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung, menjelaskan dan menggambarkan kondisi internal dan eksternal (SWOT). Metode wawancara dilakukan dengan para pengelola kopi bapak Taulani dan juga rekannya sekaligus mereka sebagai BUMDES Gunung Karamat dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Analisis data dilakukan dengan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya, memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tangkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan produksi kopi di desa gunung karamat ini tidak lepas dari visi BUMDES dan untuk mewujudkan visi tersebut dilakukan melalui misi BUMDES “menciptakan para petani kopi sejahtera & kedepannya ingin memopulerkan produk kopi tersebut dalam bentuk saset”

Berikut gambar proses produksi kopi.



Gambar 1. Skema proses produksi kopi di Desa Gunung Karamat

Analisis SWOT pada kopi

Kekuatan (*Strenghts*)

1. Ketersediaan Lahan
   Luas wilayah desa gunung karamat untuk penanaman kopi bisa dibilang hampir semua wilayah ditanam dengan pohon kopi ini terbukti dengan fakta di lokasi tersebut.
2. Identitas kopi gunung karamat yang sudah trend di luar kabupaten sukabumi.

Sejak jaman belanda sampai sekarang brand dari kopi gunung karamat sudah dikenal banyak orang hal ini terbukti dengan para investor luar yang ingin bekerja sama dengan bumdes desa gunung karamat bukan hanya itu para pejabat daerah Lebih memilih kopi yang berasal di desa gunung karamat ini.

3. Letak yang sangat cocok untuk penanaman kopi.

   Desa gunung karamat merupakan daerah dataran tinggi, dengan ph tanah yang tinggi sangat cocok untuk pertumbuhan pohon kopi untuk penanam kopi ini ditanam pada ketinggian 400-900 mdpl.

Kelemahan (*Weaknesses*)

Akses transportasi

Secara umum akses dari gardu awal mula masuk ke desa gunung karamat sampai ke perkebunan kopi bisa dibilang sangat memprihatikan, hal itu dapat memperhambat kegiatan mobilitas para petani dan hasil produksi kopi.

1. Pengalaman petani

   Berdasarkan hasil wawancara dengan BUMDES Gunung Karamat bahwa pengalaman petani harus diperbanyak pelatihan secara terus menerus agar hasil dari kopi tersebut maksimal.

2. Keterbatasan Modal

   Masalah yang di hadapi BUMDES tidak lain dari modal, dengan modal yang terbatas membuat BUMDES sangat sulit untuk mengelola usaha dari produksi kopi ini. Dan lagi untuk usaha kopi ini tidak membuat para petani sejahtera karena ketidak stabilan pasar.

Peluang (*Opportunities*)

Peluang pasar kopi desa Gunung Karamat dimasa mendatang akan sangat menguntungkan, dengan indikator sebagai berikut.

1. Hasil wawancara yang didapat peluang dari kopi ini sangat tinggi hal ini dibuktikan dengan adanya para perusahaan yang tertarik dengan kopi gunung karamat.

Ancaman (*Threats*)

1. Perubahan cuaca

   Perubahan cuaca yang akhir-akhir ini sulit diperkirakan akan berdampak pada kualitas kopi yang sedang dijemur.

2. Kurangnya tenaga kerja ahli

   Para petani di desa Gunung Karamat kurang berminat bekerja di perkebunan kopi, hal ini dikarenakan tingkat upah yang diterima kurang jelas.

Alternatif Strategi

1. Strategi S-O (Strengths-Opportunities)
   - Pengembangan berkelanjutan 2-3 tahun kedepan agar target pasar terpenuhi sehingga para investor meng-investasikan pada olahan kopi desa gunung karamat.
   - Meningkatkan peluang pasar yang sudah ada melalui upaya promosi keseluruh kota/kabupaten Sukabumi.
2. Strategi W-O (Weaknesses-Opportunities)
   - Optimalisasi ketersediaan dan pemanfaatan sarana dan prasarana yang diperlukan oleh para petani kopi dalam mendukung kualitas tanaman dan produk kopi yang dihasilkan.
   - Menumbuhkan kembangkan fungsi kelembagaan dan kemitraan BUMDES Gunung Karamat.
3. Stategi S-T (Strengths-Threats)
   - Meningkatkan pemasaran kopi ke seluruh wilayah sukabumi agar brand dari kopi gunung karamat ini akan terus berkembang.

- Mendidik para petani kopi agar selalu bekerja keras.

4. Strategi W-T (Weaknesses-Threats)
    - Kendala dari akses jalan, para petani belum kompeten dan keterbatasan modal menjadikan kopi khas desa Gunung Karamat ini belum bisa bersaing dengan produk-produk lain.

4. KESIMPULAN

Pengembangan produksi kopi di desa gunung karamat ini tidak lepas dari visi BUMDES dan untuk mewujudkan visi tersebut dilakukan melalui misi BUMDES "menciptakan para petani kopi sejahtera & kedepannya ingin mempopulerkan produk kopi tersebut dalam bentuk sachet" dengan menganalisis faktor eksternal dan internal pada produk kopi menggunakan analisis SWOT sebagai berikut:

- Ketersediaan Lahan Luas wilayah desa gunung karamat untuk penanaman kopi bisa dibilang hampir semua wilayah ditanam dengan pohon kopi ini terbukti dengan fakta di lokasi tersebut.
- Sejak jaman belanda sampai sekarang brand dari kopi gunung karamat sudah dikenal banyak orang hal ini terbukti dengan para investor luar yang ingin bekerja sama dengan bumdes desa gunung karamat bukan hanya itu para pejabat daerah lebih memilih kopi yang berasal di desa gunung karamat ini.
- Desa gunung karamat merupakan daerah dataran tinggi, dengan ph tanah yang tinggi sangat cocok untuk pertumbuhan pohon kopi untuk penanam kopi ini ditanam pada ketinggian 400-900 mdpl.
- Akses transportasi Secara umum akses dari gardu awal mula masuk ke desa gunung karamat sampai ke perkebunan kopi bisa dibilang sangat memprihatikan, hal itu dapat memperhambat kegiatan mobilitas para petani dan hasil produksi kopi.
- Hasil wawancara yang didapat peluang dari kopi ini sangat tinggi hal ini dibuktikan dengan adanya para perusahaan yang tertarik dengan kopi gunung karamat

DAFTAR PUSTAKA

Kementrian Pertanian RI. 2014. "Kopi Andalan Ekspor Indonesia." *Pengolahan Dan Pemasaran Hasil Pertanian* II (6): 2.

Lestari, Ovia, Ali Ibrahim Hasyim, and Eka Kasymir. 2017. "Analisis Usahatani Dan Efisiensi Pemasaran Kopi." *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis* 5 (1): 1–8.

Wijaya Kesuma Dewi, S., & Hernawan, Y. (2019). Pelatihan Pengembangan Strategi Pemasaran Kopi Palasari Melalui Pembuatan Video Kreatif di Kampung Wisata Edukasi Kopi Palasari Bandung. JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 105–116. http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas 116