

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Indonesia dikenal sebagai negara agraris, yang mana dianugrahi kekayaan alam yang amat melimpah serta posisi Indonesia ini yang dinilai strategis. Dapat dilihat dari sisi geografis, Indonesia terletak pada daerah tropis yang mana memiliki curah hujan tinggi sehingga berbagai jenis tanaman dapat tumbuh dan berkembang dengan cepat. Jika dilihat dari sisi geologi, Indonesia terletak pada titik pergerakan lempeng tektonik yang mana banyak terbentuk pegunungan kaya akan mineral. Sebagai negara agraris, pertanian Indonesia menghasilkan berbagai macam tumbuhan komoditas perkebunan diantaranya karet, kelapa, sawit, tembakau, kapas, tebu, dan kopi.

Kopi merupakan salah satu tanaman penting bagi beberapa negara di dunia termasuk Indonesia, secara ekonomi maupun lingkungan. Penanaman kopi memiliki peranan dalam menyediakan ekosistem yang penting pada daerah penanaman, salah satunya adalah pengendalian erosi tanah. Komoditas kopi di Indonesia hingga saat ini tetap menjadi salah satu andalan penghasil devisa dan sumber mata pencaharian sebagian masyarakat. Jenis kopi yang dikenal memiliki nilai ekonomis dan diperdagangkan secara luas adalah jenis kopi arabika (*coffea arabica L*) dan kopi robusta (*coffea canephora*). Jenis kopi arabika memiliki kualitas cita rasa yang tinggi dan kadar kafein yang lebih rendah dibandingkan dengan jenis robusta sehingga kopi jenis arabika memiliki harga yang lebih mahal (Pudji 2012). Pohon kopi secara umum hidup di daerah sejuk dan dingin dengan ketinggian 600 sampai 2000 meter diatas permukaan laut, dengan suhu tumbuh optimalnya adalah 18°C sampai 26°C dan membutuhkan waktu 9 bulan untuk proses berbunga hingga buah siap panen.

Cianjur merupakan salah satu daerah penghasil kopi di Provinsi Jawa Barat. Wilayah Cianjur yang berada pada ketinggian lebih dari 1.200 mdpl ini dengan rata-rata suhu 16 hingga 20 celcius yang mana sangat cocok bila mendirikan perkebunan kopi. Luas lahan dan produksi perkebunan kopi pada wilayah Cianjur dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Luas lahan perkebunan dan produksi kopi wilayah Cianjur

Luas Lahan/ Produksi kopi	Tahun	
	2018	2019
Luas lahan kopi (ha)	2730,19	2730,19
Produksi kopi (ton)	366,27	366,27

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Menurut data Dinas Pertanian Cianjur produksi kopi arabika (*Coffea Arabica L*) dan kopi robusta (*Coffea Canephora*). Pada wilayah Cianjur perkebunan kopi yang dimiliki adalah perkebunan rakyat. Produksi perkebunan rakyat dapat dilihat pada Tabel 2.



Tabel 2 Luas lahan perkebunan dan produksi kopi wilayah Cianjur

Jenis Kopi	Tahun/kg	
	2018	2019
Arabica	154999,19	168838,57
Robusta	99447,25	130551,13

Sumber: Dinas Pertanian Cianjur (2020)

Berdasarkan Tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa produksi kopi mengalami peningkatan ditahun berikutnya. Peningkatan produksi kopi ini juga dipengaruhi dan didampingi oleh *trend* minum kopi yang mengalami peningkatan. Saat ini, Indonesia merupakan produsen dan juga sekaligus konsumen penting komoditas kopi. Berdasarkan Kementerian Prindustrian sebagai produsen, Indonesia menempati urutan keempat produsen dan berada pada urutan ketujuh sebagai konsumen menurut *International coffee organization 2017 (ICO)*. Pada umumnya masyarakat Indonesia, minum kopi telah menjadi budaya sejak zaman dulu terutama bagi orang-orang tua, namun pada saat ini tidak hanya orang-orang tua yang meminum kopi melainkan menjadi *trend* dikalangan anka muda. Menurut ICO (2019) menunjukkan pertumbuhan peminum kopi di indonesia sebesar 8% yang melebihi pertumbuhan dunia mencapai 6%. Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) menyebutkan bahwa pertumbuhan konsumsi kopi nasional mengalami peningkatan mencapai 1,3 kg per kapita dari pertumbuhan sebelumnya hanya 0,8 kg per kapita. Semakin berkembangnya zaman, minat kopi terhadap masyarakat semangkin meningkat dan berevolusi menjadi gaya hidup. Sebelumnya kopi adalah minuman yang biasa diminum kalangan orang tua, namun saat ini dengan adanya *trend* minuman kopi, kegiatan minum kopi menjadi banyak dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat dan menimbulkan berkembangnya usaha kedai kopi maupun *coffee shop*. Permintaan dan penawaran yang terdapat pada Negri Kopi memiliki selisih. Permintaan dan penawaran tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Permintaan dan penawaran Negri Kopi

Produk	Satuan	Permintaan tahun 2019	Penawaran tahun 2019	Gap
Kopi	Kg	1100	2100	1000

Sumber : Negri Kopi (2020)

Perusahaan Negri Kopi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan kopi. Pada aktivitas pemasaran perusahaan mengalami kesulitan dan belum melakukan optimalisasi pada pemasaran melalui media *online*, karena perusahaan tersebut juga masih terbilang cukup baru. Selain itu, Negri Kopi memiliki produk yang belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 3, tabel tersebut menunjukkan selisih pada jumlah permintaan dan penawaran, juga menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan melalui media online belum dilakukan secara optimal. Adanya media *online*, pemasaran yang dilakukan perusahaan diharapkan dapat memperluas cangkupan segmen dan dapat menambah keuntungan pada perusahaan.

Kemajuan teknologi yang semakin cepat dan meningkat yang membawa berbagai hal positif seperti pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Kemajuan

teknologi ini juga diikuti dengan pengguna internet yang mengalami peningkatan, menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet pada 2018 sebesar 171.176.716,8 pengguna, pada daerah Pulau Jawa berkontribusi sebesar 55,7% pengguna internet dan pengguna terbesar pada Pulau Jawa adalah Jawa Barat dengan jumlah 16,7% pengguna.

Trend minum kopi yang terjadi dan dibarengi dengan kemajuan teknologi, menjadikan banyak pihak yang terbantu dalam hal usaha dan industri kopi, banyak orang membuka usaha makanan dan minuman dengan menu andalan kopi, ada juga orang membuka *coffee roastery* (industri sangrai kopi) yang tersebar di seluruh daerah Indonesia. Kemajuan teknologi yang ada saat ini perusahaan Negri Kopi selaku perusahaan yang bergerak pada industri pengolahan kopi dapat memanfaatkannya melalui penjualan berbasis online seperti pada *marketplace* Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Penjualan berbasis *online* ini bertujuan untuk memperluas jangkauan penjualan perusahaan dan mempermudah masyarakat atau konsumen untuk menikmati kopi.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Memetakan *business model canvas* pada perusahaan Negri Kopi
2. Menyusun ide pengembangan bisnis peningkatan penjualan produk kopi dengan optimalisasi toko *online*
3. Meningkatkan penjualan produk kopi melalui optimalisasi toko *online*

2 METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

2.1 Lokasi dan Waktu

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan pada Negri Kopi yang beralamat di Jl. Pasir Sarongge, Ciputri, Kec Pacet, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 4325. Praktik kerja lapangan berlangsung selama 12 minggu terhitung dari tanggal 20 Januari sampai 11 April 2020.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam tugas akhir ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber informasi. Data primer didapatkan dengan teknik wawancara dengan pihak terkait seperti pemilik perusahaan, karyawan perusahaan, dan observasi secara langsung terhadap kegiatan yang terjadi di perusahaan. Data sekunder adalah data maupun

