

## RINGKASAN

TINA NUR AINUN. Pengembangan Pasar Ekspor *Green Coffee Beans* CV Malabar Ditinjau dari *Value Proposition, Cost Structure, dan Revenue Stream. Export Market Development of Green Coffee Beans at CV Malabar in view from Value Proposition, Cost Structure, and Revenue Stream*. Dibimbing oleh PRAMONO DJOKO FEWIDARTO.

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan unggulan Indonesia yang memiliki nilai ekonomi tinggi di pasar dunia. Badan Pusat Statistika mencatat bahwa pada tahun 2019 ekspor kopi Indonesia mencapai 359,05 ribu ton dengan total nilai sebesar US\$ 883,12 juta. Berdasarkan data tersebut, kopi memegang peranan penting bagi sumber devisa negara dan bahkan menjadikan Indonesia sebagai negara produsen kopi keempat terbesar di dunia. Data dari *International Coffee Organization*, konsumsi kopi dunia dari tahun 2017 hingga tahun 2020 mengalami rata-rata kenaikan yang positif, yaitu sebesar 1,02%. Selain itu, tren harga kopi dunia periode Juni 2020-Mei 2021 cenderung terus meningkat. Berlawanan dengan hal tersebut, ekspor kopi Indonesia ke pasar dunia justru mengalami penurunan yang disebabkan konsumsi kopi domestik yang mengalami peningkatan. Pada tahun 2019, lima besar negara pengimpor kopi alam Indonesia adalah Amerika Serikat, Malaysia, Italia, Mesir, dan Jepang. Volume ekspor ke Amerika Serikat mencapai 58,67 ribu ton atau 16,34% dari total volume ekspor kopi Indonesia dengan nilai US\$ 253,87 juta. Hal inilah yang menjadikan ekspor menarik untuk dilakukan, melihat adanya peluang yang sangat besar untuk dapat mengeksport kopi terutama ke Amerika Serikat.

Strategi yang diterapkan di CV Malabar saat ini yaitu memproduksi benih dan bibit kopi, memasok *green coffee beans* ke *roastery house*, kedai-kedai, juga ke beberapa hotel dan restoran. Seiring berkembangnya kondisi eksternal perusahaan yang meningkatnya konsumsi kopi dunia dan pergeseran gaya hidup, strategi tersebut kurang tepat untuk membuat CV Malabar tumbuh dan berkembang di kondisi saat ini. Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini yaitu mengidentifikasi dan merumuskan ide pengembangan bisnis pada CV Malabar berdasarkan analisis faktor eksternal (prospek) dan faktor internal (potensi), serta menyusun strategi pengembangan bisnis secara sederhana dan mudah dipahami. Metode yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis penyusunan tugas akhir ini menggunakan analisis *Business Model Canvas*, analisis SWOT, dan menggunakan analisis finansial berupa analisis kelayakan usaha.

Potensi usaha terkait blok *value proposition* sebelum pengembangan yaitu telah terdaftar Indikasi Geografis Java Preanger *Coffee*, sehingga produk yang dihasilkan telah memiliki orisinalitas (*single origin* malabar) dan telah dinilai *high level arabica specialty coffee* oleh SCAI pada tahun 2014. *Value proposition* setelah pengembangan yaitu dengan memberikan enam nilai ketepatan kepada pelanggan (tepat waktu, jumlah, kualitas, harga, cara, jenis), dan memberikan sertifikat mutu produk agar kualitas produk dapat dipercaya. Pada *cost structure* setelah pengembangan total biaya tetap sebesar Rp820.496.000,00/tahun dan total biaya variabel sebesar Rp1.147.500.000,00/tahun. Pada *revenue stream* total penerimaan bersih setelah pengembangan sebesar Rp2.757.917.095,13/tahun.

Kata kunci: biaya, ekspor, *green coffee*, kopi *specialty*, penerimaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang memungut dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.