

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

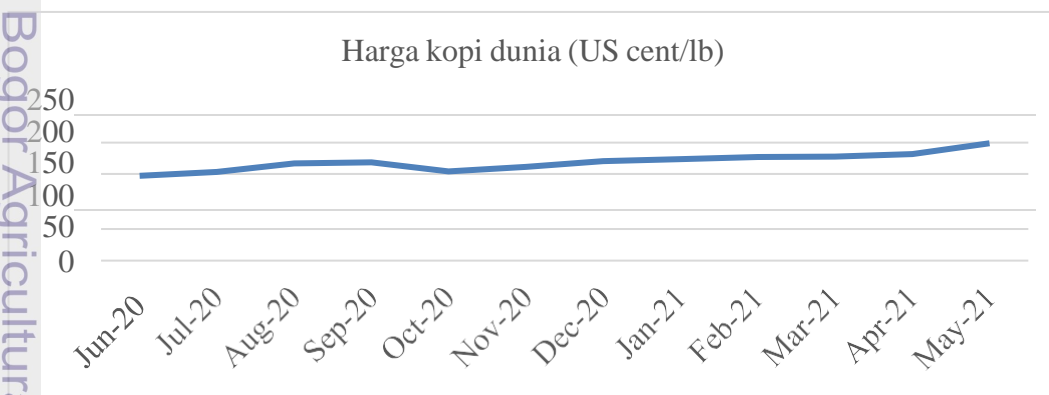
Sektor pertanian merupakan sektor yang mempunyai peranan strategis dalam struktur pembangunan perekonomian nasional. Hal ini dapat dilihat pada data Badan Pusat Statistik (BPS) terkait kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang cukup besar yaitu sekitar 12,72% pada tahun 2019 atau merupakan urutan ketiga setelah sektor Industri Pengolahan dan Perdagangan Besar dan Eceran. Salah satu subsektor yang cukup besar potensinya adalah subsektor perkebunan yang berkontribusi sebesar 3,27 persen terhadap total PDB pada tahun 2019. Kabupaten Bandung merupakan produsen kopi terbesar di Jawa Barat. Salah satu sentra kopi Kabupaten Bandung berada di Kecamatan Pangalengan dengan volume produksi pada tahun 2016 mencapai 14.680 ton (BPS 2017).

Tabel 1 Data konsumsi kopi dunia tahun 2017-2020 (dalam juta kilogram)

Uraian	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21	Persentase perubahan (%)
Afrika	11.087	12.017	12.024	12.242	3,36
Asia & Oseania	34.903	36.472	36.002	36.503	1,51
Amerika Tengah & Meksiko	5.273	5.431	5.327	5.364	0,57
Eropa	53.251	55.637	53.372	54.065	0,51
Amerika Utara	29.941	31.779	30.580	30.993	1,16
Amerika Selatan	26.922	27.156	26.898	27.180	0,32
Total	161.377	168.492	164.203	166.347	1,02

Sumber: *International Coffee Organization* (2021)

Berdasarkan data pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa rata-rata konsumsi kopi dunia dari tahun 2017 hingga tahun 2020 mengalami kenaikan hingga 1,02%. Meskipun pada setiap tahunnya mengalami fluktuasi, namun rata-rata kenaikannya tetap positif. Seiring dengan peningkatan konsumsi kopi dunia, kenaikan harga kopi dunia juga cenderung memiliki tren yang terus meningkat (Gambar 1), sehingga hal ini tentu bisa menjadi peluang yang sangat besar untuk perusahaan dapat mengeksplor kopi ke ranah internasional.

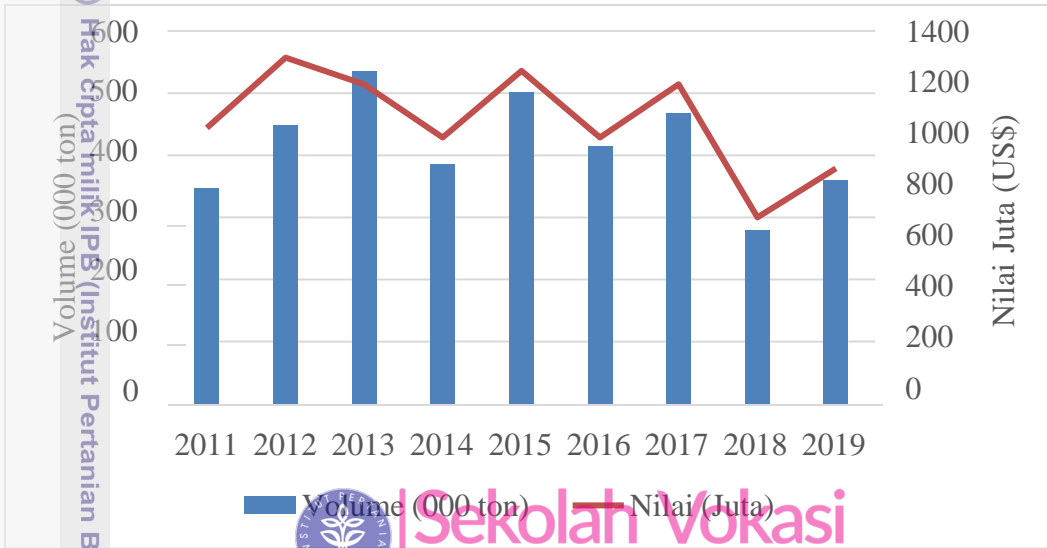


Sumber: *International Coffee Organization* (2021)

Gambar 1 Tren harga kopi dunia

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan unggulan Indonesia yang memiliki nilai ekonomi tinggi di pasar dunia. Berdasarkan data dari BPS mengenai statistik kopi Indonesia tahun 2019, tercatat bahwa volume ekspor kopi sembilan tahun terakhir cenderung berfluktuasi, berkisar antara (-) 40,15% sampai dengan 12,82%. Pada tahun 2011 total volume ekspor mencapai 346,49 ribu ton dengan total nilai sebesar US\$ 1036,67 juta menurun menjadi 359,05 ribu ton pada tahun 2019 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 setelah Brazil, Vietnam dan Colombia.



Gambar 2 Perkembangan volume nilai ekspor kopi Indonesia tahun 2011-2019

Penurunan ekspor kopi Indonesia ke dunia terjadi karena adanya peningkatan konsumsi kopi di pasar dalam negeri. Menurut Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, konsumsi kopi nasional pada tahun 2016 mencapai sekitar 249.800 ton, dan tumbuh menjadi 314.400 pada tahun 2018. Peningkatan konsumsi ini terjadi karena adanya pergeseran budaya meminum kopi yang tadinya hanya dilakukan oleh orang tua, saat ini menjamur ke ranah anak muda, hal ini tercermin dari maraknya pengusaha yang mendirikan kafe dan kedai kopi. Karena permintaan domestik yang terus meningkat, banyak eksportir yang menghentikan kerja sama ekspor, sehingga ekspor kopi Indonesia ke luar negeri menurun.

Ekspor merupakan kegiatan menjual barang dari dalam ke luar daerah pabean negara Indonesia dengan syarat dan ketentuan yang berlaku sesuai negara asal dan negara tujuan. Tujuan ekspor kopi Indonesia menjangkau lima benua yaitu Asia, Afrika, Australia, Amerika, dan Eropa dengan pangsa utama di Eropa. 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 persen dari total volume ekspor kopi Indonesia dengan nilai US\$ 253,87 juta. Dalam *International Coffee Agreement 2007* disepakati nama dan bentuk kopi yang diperdagangkan secara internasional diantaranya: *green coffee beans, dried coffee cherry, parchment coffee, roasted beans, decaffeinated coffee, liquid coffee, dan soluble coffee.*

CV Malabar merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan dan pengolahan kopi arabika yang berlokasi di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. CV Malabar pernah kerja sama sebagai penyedia *green coffee beans* untuk keperluan ekspor pada tahun 2015, namun harus terhenti pada tahun 2017. Melalui pengalaman tersebut, CV Malabar sangat berpotensi untuk bisa melakukan kerja sama ekspor sendiri tanpa melalui perantara perusahaan lain yang berperan sebagai penyedia produk saja.

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, strategi tersebut kurang tepat untuk membuat CV Malabar tumbuh dan berkembang di kondisi saat ini yang meningkatnya konsumsi kopi dunia dan pergeseran gaya hidup. Perluasan pasar ekspor menjadi salah satu solusi yang dapat dilakukan perusahaan dalam penanganan kelebihan *supply* yang terjadi selama pandemi. CV Malabar dapat memanfaatkan pengalaman yang dimiliki dalam menyediakan bahan baku *green coffee beans* untuk ekspor. Namun, kualitas yang dimiliki oleh perusahaan belum bisa diakui secara Internasional apabila tidak ada bukti nyata secara tertulis seperti sertifikat.

CV Malabar memerlukan strategi baru agar dapat memasarkan produknya ke pasar Internasional. Metode yang digunakan dalam menentukan strategi baru yaitu dengan menggunakan pengembangan pada *Business Model Canvas* (BMC). Penggunaan BMC dalam pengembangan bisnis ini memiliki kelebihan yaitu dapat melihat masalah pengembangan bisnis lebih *integrative, comprehensive, dan simple*. Pengembangan terfokus pada blok *value proposition, cost structure, dan revenue stream*. Penambahan segmen baru akan menambah arus penerimaan dan proposisi nilai baru bagi perusahaan. Arus penerimaan baru bertambah pada blok *revenue stream* dan proposisi nilai baru akan bertambah pada blok *value proposition*. Selanjutnya, perusahaan akan menambah biaya yang akan dikeluarkan sebagai akibat adanya aktivitas baru dan sumberdaya baru untuk menjalankan kegiatan ekspor.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang pengembangan ide bisnis yang telah diuraikan, dapat dirumuskan tujuan sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi potensi dan prospek pengembangan usaha CV Malabar.
2. Menyusun strategi pengembangan bisnis yang berasal dari hasil analisis lingkungan strategis CV Malabar menggunakan *Business Model Canvas*.
3. Merancang pengembangan bisnis baru dan perkiraan dampaknya terhadap *revenue stream* CV Malabar.

1.3 Manfaat

Hasil dari penyusunan Laporan Akhir Kajian Pengembangan Bisnis ini diharapkan dapat memberi manfaat, diantaranya.

1. Hasil dari analisis *Business Model Canvas* dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dalam menjalankan strategi bisnis di masa mendatang.
2. Memberikan wawasan mengenai kegiatan bisnis ekspor kopi serta dapat menjadi referensi dalam penyusunan kajian selanjutnya.