

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor penunjang perekonomian negara Indonesia. Salah satu sub sektor pertanian yang memberikan kontribusi besar terhadap PDB negara yaitu sub sektor perkebunan sebesar 3,27 persen. Salah satu komoditi perkebunan adalah komoditi kopi. Kopi merupakan komoditi hasil perkebunan yang memiliki peranan penting di perekonomian Indonesia (Ditjenbun 2013). Tanaman tropis yang dapat tumbuh di mana saja kecuali dataran terlalu tinggi atau daerah-daerah tandus ini menjadi bahan dagangan sejak berabad lalu yang diolah menjadi minuman lezat berkhasiat. Kopi arabika dan kopi robusta merupakan jenis kopi yang masif dibudidayakan di perkebunan Indonesia.

Ekspor merupakan kegiatan menjual barang dari dalam ke luar daerah pabean negara Indonesia dengan syarat dan ketentuan yang berlaku sesuai negara dan negara tujuan. Impor merupakan kegiatan membeli barang dari luar ke dalam daerah pabean negara Indonesia. Kegiatan ekspor-impor menjadi salah satu kegiatan penting untuk menunjang perekonomian negara mengetahui bahwa masih ada 70 persen pasar ekspor-impor kopi yang dapat dimasuki oleh perusahaan pengolah kopi di Indonesia (Kustiari 2016).

Tabel 1 Data konsumsi kopi di dunia dalam juta kg tahun 2017-2020

Uraian	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Asia & Oseania	34.903	36.472	36.002	36.503
Amerika Tengah & Meksiko	5.273	5.431	5.327	5.364
Eropa	53.251	55.637	53.372	54.065
Amerika Utara	29.941	31.779	30.580	30.993
Amerika Selatan	26.922	27.156	26.898	27.180

Sumber: *International Coffee Organization* (2021)

Berdasarkan data dari *International Coffee Organization* (2020), pada Tabel 1 konsumsi kopi dunia periode 2017-2020 mengalami kenaikan setiap tahunnya mengindikasikan bahwa permintaan kopi di dunia juga mengalami kenaikan. Selain itu pada Gambar 1 harga kopi arabika di dunia periode Juni 2020-Mei 2021 juga mengalami kenaikan yang cukup signifikan dan menjanjikan bagi bisnis kopi. Hal ini memperlihatkan bahwa pasar ekspor kopi memiliki peluang yang menjanjikan.

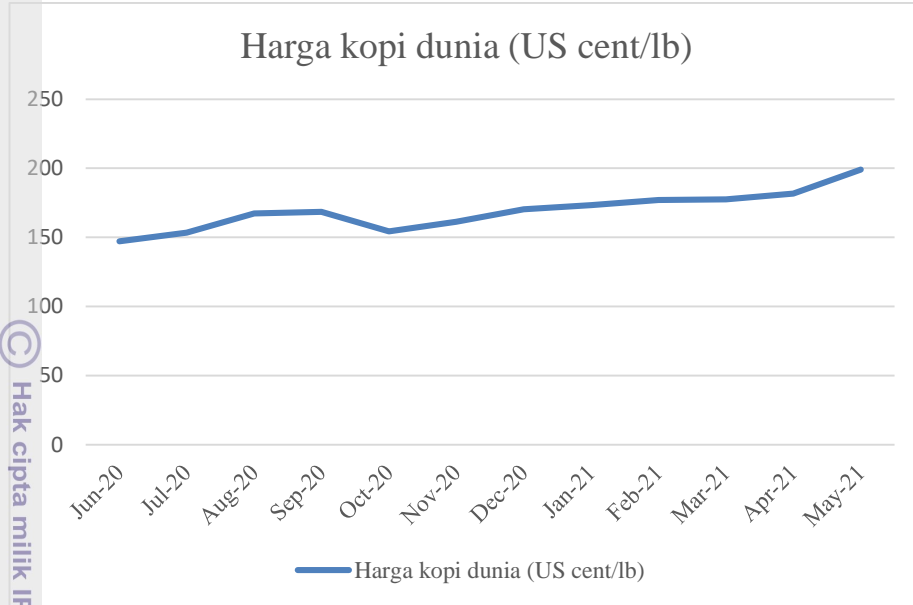
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

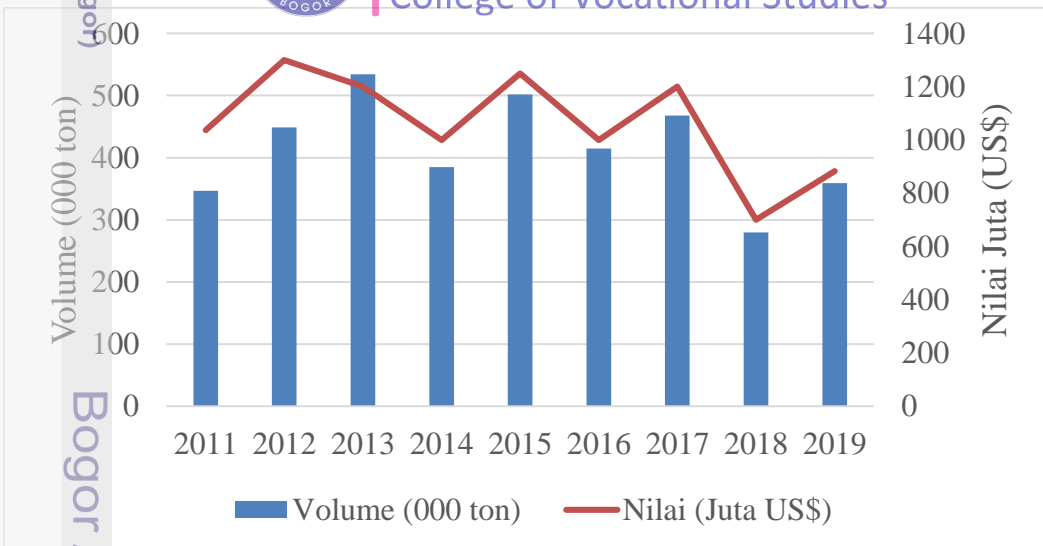
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Gambar 1 Harga kopi dunia (US cent/lb)

Sumber: International Coffee Organization (2021)

Kemampuan ekspor kopi Indonesia ke dunia berfluktuatif pada Gambar 2 terjadi penurunan yang drastis pada tahun 2018, hal ini disebabkan oleh meningkatnya permintaan kopi di pasar domestik. Kenaikan permintaan ini terjadi oleh adanya budaya minum kopi dan marak pengusaha merintis usaha di bidang kopi dan kedai kopi.

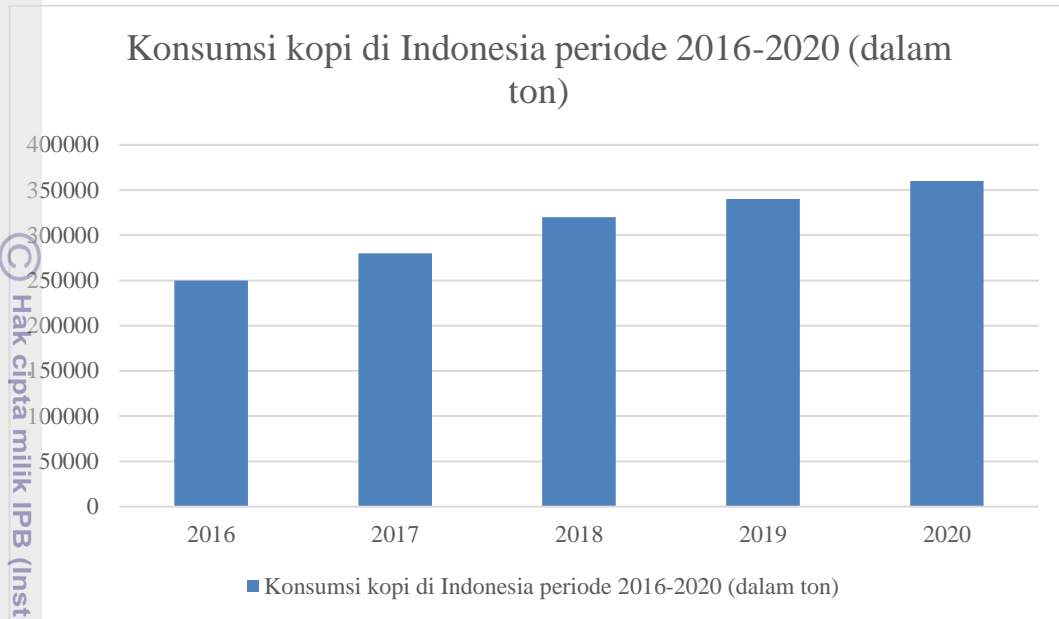


Gambar 2 Ekspor kopi Indonesia dalam ton dan nilai (USD) tahun 2011-2019

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Peningkatan permintaan kopi di pasar domestik dilihat dari konsumsi kopi negara Indonesia yang mencapai 360.000 ribu ton pada tahun 2020 (lihat Gambar 3). Meskipun demikian, kegiatan ekspor kopi merupakan hal yang menarik untuk dilakukan perusahaan kopi, dengan melihat konsumsi kopi di dunia yang naik setiap

tahunnya dengan harga kopi di dunia yang tidak pernah terjadi penurunan menjanjikan keuntungan maksimal untuk perusahaan.



Gambar 3 Konsumsi kopi di Indonesia periode 2016-2020 (dalam ton)

Sumber: *International Coffee Organization* (2020)

CV Malabar adalah perusahaan yang bergerak di agribisnis perkebunan komoditi kopi. Luas lahan garap hingga 60 ha dengan total panen 180 ton ceri kopi per tahun menjadikan CV Malabar sebagai salah satu perusahaan penghasil biji kopi bernama di Jawa Barat. Pencapaian ini ditunjang oleh kualitas kopi di perkebunan Malabar yang diolah tanpa bahan pengawet dan kondisi agroklimat yang mendukung menjadikan produk kopi CV Malabar sebagai kopi *specialty*.

CV Malabar memiliki potensi tinggi untuk memasuki perdagangan kopi secara internasional dengan lahan garap dan total panen yang masif serta kualitas kopi yang sudah tersertifikasi. Pemanfaatan pasar global yang semakin terbuka dapat memberikan *impact* kepada perusahaan, terlebih jika perusahaan memiliki prospek untuk melakukan kegiatan ekspor biji kopi. Keterbukaan pasar global memberi peluang kepada perusahaan untuk membuat segmen pelanggan baru di ranah internasional.

CV Malabar belum melakukan ekspor kembali sejak berhenti berperan di pasar internasional pada 2017 lalu sebagai penyuplai produk, tetapi pasar ekspor merupakan pasar yang luas yang ingin dijangkau oleh perusahaan. Penggunaan strategi model bisnis yang tepat dapat memecahkan permasalahan saat ini. Penulis akan mengkaji dengan melihat ketersediaan dan kesanggupan perusahaan di pasar global dan kualitas produksi *specialty* biji kopi tersertifikasi untuk segmen konsumen internasional dengan menggambarkan model bisnis yang tepat dan analisis pengembangan bisnis dengan judul “Pengembangan Pasar Ekspor *Green Coffee Beans* CV Malabar Ditinjau dari *Customer Segment, Customer Relationship, dan Channels*”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

1.2 Manfaat

Kajian pengembangan bisnis ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Hasil rekomendasi model bisnis baru dapat dilaksanakan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha di masa mendatang.
2. Sebagai wadah untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh ke dalam bisnis nyata.
3. Memberikan wawasan dan pengetahuan kepada pembaca mengenai kegiatan bisnis kopi pada umumnya serta menjadi referensi untuk penelitian dan pengaplikasian berikutnya.

1.3 Tujuan

Tujuan kajian pengembangan bisnis adalah sebagai berikut.

1. Mengevaluasi potensi dan prospek pada CV Malabar.
2. Menyusun strategi pengembangan *Business Model Canvass* baru.
3. Memperkirakan penambahan nilai dari pengembangan usaha.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies