

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kopi arabika merupakan salah satu komoditas unggulan perkebunan di Indonesia. Peningkatan tren permintaan kopi arabika dunia menjadi peluang yang baik bagi potensi pengembangan Agribisnis Kopi Arabika, terutama pada daerah-daerah yang menjadi sentra produksi Kopi Arabika. Pengembangan kopi arabika di Indonesia masih terbatas di beberapa daerah, karena tempat tumbuh optimal tanaman kopi arabika harus berada pada ketinggian sekitar 900 mdpl, yaitu daerah-daerah yang termasuk dataran tinggi.

Posisi Kopi Indonesia di Internasional berada pada Kuadran *Rising Star* yang artinya Kopi Indonesia berada dalam pasar yang kompetitif dengan kondisi persaingan dinamis (Ginting & Kartasih, 2019). Indonesia sebagai salah satu negara ekspor kopi terbesar menghadapi permasalahan persaingan pada kualitas kopi, serta didominasi jenis kopi robusta, sedangkan menurut ICO (2016) dalam Alivia (2019) bahwa 90% permintaan kopi dunia didominasi oleh kopi arabika. Daya saing ekspor Kopi Indonesia hanya memiliki keunggulan komperatif yang memungkinkan tingkat biaya produksi lebih rendah dari kompetitor lain sehingga dapat membuat harga jual lebih rendah (Manalu *et al.*, 2019). Kendala kopi arabika di Indonesia umumnya masih kurangnya upaya peningkatan baik dalam aspek produksi maupun kualitas mutu kopi. Tren produksi secara nasional lima tahun terakhir stok biji kopi di Indonesia menurun, harga kopi arabika di Indonesia menurun, dan harga robusta

konstan, serta pandemi Covid-19 yang berpengaruh terhadap semua aspek pangan dan pertanian, termasuk usaha kopi Indonesia (Abdoellah & Hartatri, 2021).

Pengembangan komoditas kopi arabika di Indonesia dinilai memiliki potensi yang baik, karena beberapa daerah di Indonesia memiliki kesesuaian sebagai tempat tumbuh bagi kopi arabika. Desa Tlahap di Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah merupakan salah satu desa yang berpotensi untuk menjadi tempat pengembangan kopi arabika, melalui keberadaan usaha pengolahan kopi arabika dengan skala mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Besar produksi Kopi Arabika di Jawa Tengah pada 2021 mencapai 25 ribu ton serta membuat Provinsi Jawa Tengah menjadi provinsi sentra produksi kopi nomor 2 di Pulau Jawa setelah Provinsi Jawa Timur (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2021).

Peningkatan produksi diikuti dengan berkembangnya sektor hilir Kopi Arabika di Temanggung, khususnya pada skala Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Peningkatan sektor hilir Kopi Arabika terlihat secara tren jumlah maupun kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto Regional. Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM (2021), saat ini UMKM Kopi Arabika di Kabupaten Temanggung yang telah terdaftar mencapai 110 UMKM. Pengembangan secara khusus perlu dilakukan pada UMKM Kopi Arabika di Desa Tlahap untuk menghadapi persaingan produk lokal maupun memenuhi kebutuhan permintaan kopi arabika yang lebih luas dalam pasar dunia yang kompetitif dan dinamis dengan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki saat ini.

Pengembangan dengan orientasi nilai-biaya baru dan berbeda dari pesaing dapat dikaji melalui prinsip-prinsip Samudra Biru, dalam hal ini berfokus

menemukan pasar potensial dengan mengoptimalkan nilai kebutuhan konsumen, namun mempertimbangkan biaya terbaik menurut pemilik usaha. Kondisi tersebut menjadi landasan dilakukannya penelitian tentang analisis pengembangan UMKM kopi arabika untuk membuka pasar baru dengan Strategi Pergeseran Samudra Biru di Desa Tlahap, Temanggung, Jawa Tengah.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan dan manfaat yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

### **1. Tujuan**

1. Menganalisis faktor persaingan UMKM Kopi Arabika Desa Tlahap Temanggung yang mempengaruhi posisi pasarnya saat ini.
2. Menganalisis aspek pengembangan UMKM Kopi Arabika Desa Tlahap untuk membuka pasar baru.

### **2. Manfaat**

1. Bagi pemilik usaha dapat memiliki strategi baru dalam melakukan pemasaran kopi arabika di Temanggung;
2. Bagi pemerintah dapat menjadi gambaran pertimbangan untuk mengembangkan kebijakan daerah terkait UMKM kopi;

3. Bagi peneliti yang akan datang dapat menjadi referensi melakukan penelitian yang serupa ataupun bersifat pengembangan dari strategi pemasaran pada sistem agribisnis.