

BAURAN PEMASARAN PADA USAHA KOPI PUNIK SUMBAWA DI DUSUN PUNIK DESA BATUDULANG KECAMATAN BATULANTEH KABUPATEN SUMBAWA

Nilai Wijayanti^{1*}, M. Aries Zuhri Angkasa², Dessy Ramadhani³

Fakultas Pertanian Universitas Samawa, Sumbawa Besar

aulyasya66@gmail.com^{1*}, abufayza2011@gmail.com², dessyramadhani49@gmail.com³

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bauran pemasaran pada usaha Kopi Punik Sumbawa di Dusun Punik Desa Batudulang Kecamatan Batulanteh Kabupaten Sumbawa. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Juli 2021 di Dusun Punik Desa Batudulang Kecamatan Batulanteh Kabupaten Sumbawa. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden yang membeli produk Kopi Punik Sumbawa yang diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara atau kuesioner, dan dokumentasi. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif. Dari hasil penelitian diketahui bauran pemasaran yang dilakukan pengusaha pada produk yaitu memasarkan dua jenis produk yaitu kopi bubuk arabika dan kopi bubuk robusta. Penetapan harga menggunakan harga yang sesuai dengan harga pasaran dan juga memberi potongan harga. Tempat/saluran distribusi produk dilakukan secara langsung yaitu konsumen datang langsung ketempat usaha dan juga diantar ketempat pemesanan. Promosi menggunakan media offline yang berupa promosi dari mulut ke mulut, pemasangan papan nama untuk mempromosikan kegiatan usahanya dan media online berupa facebook, whatsapp dan instagram. Tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran berdasarkan masing-masing aspek sebagai berikut: (1) aspek produk kategori baik, (2) aspek harga kategori sangat baik, (3) aspek tempat kategori sangat baik, (4) aspek promosi kategori cukup baik dan dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran yang diterapkan oleh usaha Kopi Punik Sumbawa sudah berjalan dengan baik.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Kopi, Usaha Kopi Punik Sumbawa*

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar didunia setelah Brazil dan Kolombia. Kopi sebagai komoditas ekspor, juga merupakan komoditi yang dikonsumsi dalam negeri. Sebesar 60 persen produksi kopi nasional diekspor ke mancanegara sedangkan sisanya dikonsumsi dalam negeri (Rahardjo, 2013). Menurut survey oleh Departemen Pertanian, rata-rata tingkat konsumsi kopi Indonesia menjapai 0,5 kg/orang per tahun (Najiyati dan Danarti, 2001).

Selain itu, Indonesia juga sebagai Negara eksportir ke empat terbesar di dunia untuk komoditi kopi, dengan peran rata-rata sebesar 5,87% terhadap total ekspor dunia. Brazil menempati posisi pertama dengan peran rata-rata sebesar 38.30%, diikuti dengan Vietnam sebesar 16,86% dan Colombia sebesar 13,29% (ICO, 2015).

Salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki jumlah produksi kopi yang cukup tinggi adalah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Lahan kopi terluas di Nusa Tenggara Barat yaitu di Kabupaten Sumbawa yang memiliki luas area 4.561,32 ha atau sebesar 35,67% dengan produksi 2.514,31 ton atau 49,05% (BPS, 2012). Tingginya produksi kopi di Kabupaten Sumbawa sudah tentu ditunjang penuh oleh usaha dan industri rumah tangga penghasil kopi.

Kecamatan Batulanteh merupakan penghasil kopi terbanyak di Kabupaten Sumbawa dengan hasil produksi sebesar 349.588,00 kg dengan luas lahan sebesar 3.513,00 Ha dengan jumlah petani 1.740 petani. Kopi merupakan salah satu mata pencaharian di Kecamatan Batulanteh (BPS, 2015).

Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Rahardjo, 2012).

Kopi merupakan jenis bahan yang mudah diperoleh dan mudah pula mengelolanya menjadi bahan minuman. Hal ini menjadi alasan sebagian orang suka mengkonsumsi kopi pada saat mereka akan beraktivitas pada malam hari. Sehubungan dengan berkembangnya zaman kebutuhan akan kopi, dari waktu ke waktu makin meningkat dengan merebaknya penjual salah satunya usaha Kopi Punik Sumbawa.

Usaha Kopi Punik Sumbawa merupakan salah satu usaha yang terletak di Dusun Punik Desa Batudulang Kecamatan Batulanteh Kabupaten Sumbawa. Usaha ini bergerak dalam bidang pengolahan biji kopi menjadi bubuk dengan merek dagangannya “Kopi Punik Sumbawa”. Bahan baku yang digunakan dalam proses produksinya adalah berupa biji kopi pilihan. Bahan baku ini didapatkan dari kebun sendiri maupun petani kopi yang ada di daerah Dusun Punik. Usaha Kopi Punik Sumbawa ini bisa menembus pasar lokal, regional, nasional, dan mampu menciptakan produk berkualitas, hal inilah yang mendorong peneliti untuk mengetahui bauran pemasaran seperti apa yang digunakan untuk menarik pelanggan atau konsumen baru mereka.

Produk yang ditawarkan Kopi Punik Sumbawa memiliki kualitas yang bagus sehingga dapat memberikan kepuasan dan menciptakan nilai bagi usaha dan juga harga jual Kopi Punik Sumbawa di usaha Kopi Punik Sumbawa beragam sesuai dengan kualitas kopi dan jenis kopi. Lokasi usaha Kopi Punik Sumbawa cukup strategis sehingga promosi yang dilakukan adalah dengan menggunakan spanduk yang dipasang di lokasi usaha Kopi Punik Sumbawa dan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan media sosial.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas , maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis bauran pemasaran pada usaha Kopi Punik Sumbawa di Dusun Punik Desa Batudulang Kecamatan Batulante Kabupatn Sumbawa.

2. METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan pada usaha Kopi Punik Sumbawa di Dusun Punik Desa Batudulang Kecamatan Batulante Kabupatn Sumbawa. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (purposive) yaitu di Dusun Punik Desa Batudulang, dengan pertimbangan bahwa di Dusun Punik Desa Batudulang Kecamatan Batulante memiliki salah satu pengelola usaha kopi di Kabupatn Sumbawa.

Jenis Sumber Data

Pada penelitian ini digunakan dua jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari sumber pertama berupa hasil wawancara langsung dengan pemilik usaha Kopi Punik Sumbawa dan para konsumen. Adapun data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Serta sumber lain yang berupa hasil laporan penelitian yang masih ada hubungannya dengan tema yang dibahas sebagai pelengkap yang dapat dikolerasikan dengan data primer. Data tersebut adalah tambahan yang berasal dari sumber tertulis.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti melakukan dua jenis proses analisis data, yaitu analisis data deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

1. Deskriptif kualitatif

Data kualitatif dalam penelitian ini diperoleh dari pengusaha dalam bentuk informasi maupun gambaran umum lokasi penelitian dan komponen bauran pemasaran

2. Deskriptif kuantitatif

Penelitian ini menganalisis bauran pemasaran yang diterapkan di usaha Kopi Punik Sumbawa dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan konversi data melalui skala likert.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bauran Pemasaran Usaha Kopi Punik Sumbawa

1. Produk (*Product*)

Kopi punik Sumbawa menawarkan berbagai macam produk untuk dijual ke pasaran. Produk yang ditawarkan oleh Kopi Punik Sumbawa yaitu kopi bubuk robusta dan kopi bubuk arabika, Kopi Punik Sumbawa menawarkannya dalam kemasan yang berjenis aluminium foil

dengan berat kopi bubuk tersebut adalah masing-masing 100 gram per kemasan, salah satu yang paling yang paling banyak di minati oleh konsumen adalah kopi arabika karena rasanya khas.

Usaha Kopi Punik Sumbawa selalu menjaga kualitas rasa produk dengan cara melakukan pengecekan kualitas rasa sebelum dipasarkan. Pemilik Kopi Punik Sumbawa selalu memperhatikan kualitas produknya dalam rangka memberikan kepuasan pada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha Kopi Punik Sumbawa yang diukur menggunakan pengukuran skala likert, tanggapan responden tentang produk yang ditawarkan oleh usaha Kopi Punik Sumbawa kepada konsumen dengan nilai skor keseluruhan mencapai 4,43 dengan kriteria sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa ketika respon sangat baik, berarti produk yang ditawarkan oleh usaha Kopi Punik Sumbawa sudah sesuai dengan keinginan konsumen.

2. Harga (*Price*)

Usaha Kopi Punik Sumbawa menawarkan harga sedikit lebih murah dengan kisaran harga kopi robusta Rp.20.000 dengan berat 100 gram per kemasan dan kopi arabika Rp.25.000 dengan berat 100 gram per kemasan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha Kopi Punik Sumbawa yang diukur menggunakan pengukuran skala likert, tanggapan responden tentang harga yang ditawarkan oleh usaha Kopi Punik Sumbawa kepada konsumen dengan nilai skor keseluruhan mencapai 3,55 dengan kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa ketika respon baik, berarti harga yang ditetapkan oleh usaha Kopi Punik Sumbawa sudah sesuai dengan keinginan konsumen.

3. Lokasi (*Place*)

Kopi Punik Sumbawa berlokasi sangat dekat dengan pertanian kopi secara langsung yaitu berada di Dusun Punik Desa Batudulang Kecamatan Batulanteh Kabupaten Sumbawa Besar. Tempat usaha Kopi Punik Sumbawa cukup strategis dan mudah diakses karena terletak disamping jalan raya yang dilalui oleh transportasi umum.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha Kopi Punik Sumbawa yang diukur menggunakan pengukuran skala likert, tanggapan responden tentang lokasi pada usaha Kopi Punik Sumbawa kepada konsumen dengan nilai skor keseluruhan mencapai 4,57 dengan kriteria sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa ketika respon baik, berarti lokasi pada usaha Kopi Punik Sumbawa sudah sesuai dengan harapan konsumen.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh usaha Kopi Punik Sumbawa adalah dengan mengandalkan pada promosi media offline yang berupa promosi dari mulut ke mulut dan pemasangan papan nama untuk mempromosikan kegiatan usahanya. Sementara untuk bisa dikenal oleh masyarakat luar dan khalayak banyak Kopi Punik Sumbawa juga mengikuti trend teknologi terkini yaitu, dengan melakukan pemasaran dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook,

dan Whatshap. Dengan metode pemasaran ini sampai saat ini kopi sudah mulai dikenal di masyarakat luas.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha Kopi Punik Sumbawa yang diukur menggunakan pengukuran skala likert, tanggapan responden tentang promosi yang dilakukan oleh usaha Kopi Punik Sumbawa kepada konsumen dengan nilai skor keseluruhan mencapai 3,47 dengan kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa ketika respon baik, berarti promosi yang dilakukan oleh usaha Kopi Punik Sumbawa sudah sesuai dengan keinginan konsumen.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan

1. Produk yang ditawarkan oleh usaha Kopi Punik Sumbawa ada dua jenis produk yaitu kopi bubuk arabika dan kopi bubuk robusta. Kopi Punik Sumbawa menawarkannya dalam kemasan yang berjenis aluminium dengan berat kopi bubuk tersebut adalah masing-masing 100 gram. Kopi bubuk yang paling sering dibeli oleh konsumen adalah kopi bubuk arabika karena rasanya yang khas.
2. Harga yang ditawarkan oleh usaha Kopi Punik Sumbawa sangat bervariasi, kopi bubuk arabika dijual dengan harga Rp.25.000 dengan berat 100 gram. Sedangkan, kopi bubuk robusta dijual dengan harga Rp.20.000 dengan berat 100 gram.
3. Lokasi Kopi Punik Sumbawa berada di Dusun Punik Desa Batudulang Kecamatan Batulanteh Kabupaten Sumbawa Besar. Tempat usaha Kopi Punik Sumbawa cukup strategis dan mudah diakses karena terletak disamping jalan raya yang dilalui oleh transportasi umum.
4. Promosi yang dilakukan oleh Kopi Punik Sumbawa adalah dengan melakukan sosialisasi tentang kopi yang sudah diolah kepada para masyarakat sekitar dan para petani kopi, dari mulut ke mulut dan menggunakan papan nama atau spanduk. Sementara untuk bisa dikenal oleh masyarakat luar dan khalayak banyak Kopi Punik Sumbawa juga mengikuti trend teknologi terkini yaitu, dengan melakukan pemasaran dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Whatshap.
5. Hasil keseluruhan tanggapan konsumen terhadap Kopi Punik Sumbawa berdasarkan masing-masing aspek bauran pemasaran yaitu aspek produk dengan nilai 4,43 kategori sangat baik, aspek harga dengan nilai 3,55 kategori baik, aspek lokasi dengan nilai 4,57 kategori sangat baik dan aspek promosi dengan nilai 3,47 kategori baik serta dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran yang diterapkan oleh usaha Kopi Punik Sumbawa sudah terlaksana dengan baik.

Saran

1. Hendaknya usaha Kopi Punik Sumbawa selalu meningkatkan bauran pemasarannya sehingga dapat mencapai target yang lebih, dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan maupun konsumen baru, dengan memberikan perhatian lebih karena suatu usaha akan semakin maju apabila didukung oleh banyaknya konsumen yang membeli produk yang dijualnya, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat akan segala pelayanan yang diberikan dalam membantu tercapainya kepuasan konsumen.
2. Untuk masyarakat umum bijak dan telitilah dalam berbelanja agar tidak tertipu atau dirugikan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong dan Kotler, 1999. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Delapan, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Basu, Swastha, & Irawan, 2001, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty. Yogyakarta.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Amstrong. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Kotler. 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Philip Kotler, 2005, Manajemen Pemasaran Edisi kesebelas Jilid 2, Indeks, Jakarta.
- Rahardjo P. 2012. Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta. Jakarta : Penerbar Swadaya
- Rahardjo. 2013. Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta. Penerbar Swadaya. Jakarta.
- Ridwansyah. (2003). Pengolahan Kopi. Departemen Teknologi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan
- Siswoputranto, P. S. (1992). Kopi Internasional dan Indonesia. Kanisius. Yogyakarta.
- Spillane, James J. 1990. Komoditi Kopi dan Peranannya Dalam Perekonomian Indonesia. KANISIUS Yogyakarta.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.