

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan kekayaan alam, dari mulai hutan, pegunungan, sawah, hingga lautnya yang begitu eksotis. Hal inilah yang khususnya menjadi salah satu penyebab Indonesia memiliki jenis kopi yang sangat beragam. Karena kopi juga dipengaruhi oleh letak geografis dan juga lingkungan sekitarnya. Dari mulai Sumatra, Jawa, Flores, hingga Papua semua memiliki kopi keunggulannya masing-masing.

Dalam data *Indonesian Investment*, mencatat bahwa Indonesia merupakan produsen kopi terbesar nomer 4 (empat) di dunia setelah Brazil, Kolombia dan Vietnam. Begitu juga dengan pengekspor, Indonesia menempati urutan ke 4 (empat). Sementara provinsi-provinsi yang menempati produsen komoditi kopi terbesar di Indonesia meliputi Aceh, Sumatra Utara, Sumatera Selatan, Bengkulu, dan Lampung.<sup>1</sup>

Terlepas dari itu, sebenarnya kopi tersebar di seluruh daerah di nusantara yang masing-masing daerah memiliki poduk kopi dan ciri khas unggulan. Seperti halnya di tulungagung, di kawasan pegunungan wilis yang melingkari 7 daerah yakni Kota Kediri, Kabupaten Kediri, Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Madiun, Kabupaten Trenggalek, dan Kabupaten Ponorogo.

---

<sup>1</sup> Indonesia Investmen, “Kopi” (<https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/kopi/item186?>, 2017, Diakses pada 23 Januari 2020 )

Hal ini mendorong kami untuk menuju ke sebuah kelompok usaha yang memanfaatkan potensi lokal dan pemberdayaan masyarakat yakni Omah Kopi Mandiri. Kelompok Usaha ini terdiri dari berbagai petani kopi yang ada di lereng Gunung Wilis tepatnya Kecamatan Sendang Kabupaten Tuungagung.

Perkebunan kopi di wilayah Sendang sudah ada sejak zaman belanda. Akan tetapi, pengelolaan dan hasil produksinya belum tereksploitasi secara efektif. Para petani masih menjual kopinya secara individu dan dijual ke tengkulak di pasar tradisional.

Padahal, permintaan kopi di hilir semakin banyak, serta pertumbuhan bisnis warung kopi modern dan warung kopi tradisional semakin berkembang. Hal ini membuat Kristian Yuwono (ketua OKM) dan Karunia Ika (Bendahara) yang mana mereka adalah pebisnis kopi di bagian hilir tergerak hatinya untuk membuat sebuah wadah yang bisa mengakomodir para petani, serta memperbaiki nilai jual kopi yang berpotensi itu.

Sampai pada tahun 2016 dibentuklah sebuah lembaga usaha bersama yang bernama Omah Kopi Mandiri. Dibentuknya lembaga ini tidak lepas dari peran serta para konsultan dari institusi pemerintah maupun masukan dari pebisnis-pebisnis kopi yang ada di hilir.

Omah Kopi Mandiri memproduksi 2 jenis kopi secara umum (Belum diklasifikasikan berdasarkan merk dan pembeli). Yakni kopi Robusta dan Arabika.

Tabel 1.1 :  
Klasifikasi Produksi Kopi Omah Kopi Mandiri

No	Varian	Deskripsi
1	Arabika	Grade A, Defect 5 %
2	Arabika	Grade B, Defect 5-30 %
3	Arabika	Grade C, Defect > 30 %
4	Robusta	Grade A, Defect 5 %
5	Robusta	Grade B, Defect 5-30 %
6	Robusta	Grade C, Defect > 30 %

Sumber : KUB Omah Kopi Mandiri, tahun 2020

Gambar 2.1:  
Brand Kopi Premium “Sendang Wilis”  
dari Omah Kopi Mandiri



Sumber : KUB Omah Kopi Mandiri, tahun 2020

Sementara data produksi terakhir yang kami temui dalam satu kali periode panen, Kelompok Usaha Bersama Omah Kopi Mandiri Mampu memproduksi kopi lebih dari 3000 Kg atau 3 Ton, yakni pada bulan September 2020 :

Tabel 2.2 :  
Produksi Kopi Omah Kopi Mandiri Bulan September 2020

NO	NAMA	JUMLAH PANEN (KG)	JENIS KOPI	
			ARABIKA (KG)	ROBUSTA (KG)
1	AYUB SUWITO	55	55	
2	SALI	65	50	15
3	MURPRIADI	80	50	30
4	SUDAR	40	40	
5	HADI SUTRIMO	100	100	
6	MBAH DOMO	30	30	
7	SISWO	7	7	
8	WAKINI	6	6	
9	WARNI	6	6	
10	IFUL KURBA C	6	6	
11	TOYIB	6	6	
12	TUKIMAN	6	6	
13	SENO	6	6	
14	BADI	800	800	
15	YANTO	300	300	
16	SUNGKONO	550	100	450
17	BASURI	13	5	8
18	YASIN	75	50	25
19	SILAM	100	100	
20	KATIMAN	900	400	500
21	DARI	300	300	
22	SUPADI	150		150
23	JANU	50	50	
24	TARNI	130	100	30
TOTAL (KG)		3694	2573	1185

Sumber : KUB Omah Kopi Mandiri, tahun 2020

Seiring berjalannya waktu, potensi mengenai kopi yang ada di Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung mulai digarap bersama dan membentuk kelompok usaha kecil. Dengan beranggotakan awal sekitar 20 petani, Kelompok Usaha Bersama mencoba mengangkat komoditas kopi yang ada di Kecamatan Sendang.

Secara resmi Kelompok Usaha Bersama Omah Kopi Mandiri dibentuk pada tahun 2016, pada tahun ini pun masih menyusun kerangka

kerja, survey lapangan dan pembentukan tim untuk mengerjakan langkah-langkah strategis demi terwujudnya visi dan misi Omah Kopi Mandiri. Gayung pun bersambut dengan visi dan misi OKM yang sangat kuat, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Kediri berinisiatif untuk membantu dan konsen untuk meningkatkan komoditas kopi berbasis ekosistem hulu dan hilir terutama di wilayah Gunung Wilis.

Diri sini, kami ingin meneliti bagaimana strategi pemasaran dan produksi yang dilakukan oleh Omah Kopi Mandiri ditengah arus industry 4.0 dan persaingan bisnis kopi yang sekarang ini sangat berkembang pesat di berbagai kota. Kemudian mengkajinya dalam tinjauan syariah Islam sebagaimana merupakan disiplin ilmu yang kami pelajari.

Dalam bahasa Arab, produksi disebut dengan al-intaj dari akar kata nataja, yang berarti mewujudkan atau mengadakan sesuatu, atau pelayanan jasa yang jelas dengan menuntut adanya bantuan penggabungan unsur-unsur produksi yang terbingkai dalm waktu yang terbatas.<sup>2</sup> Pada ekonomi Islam, produksi juga merupakan bagian terpenting dari aktivitas eknomi bahkan dapat dikatakan sebagai salah satu dari rukun ekonomi disamping konsumsi, distribusi, infak, zakat, nafkah dan sedekah.<sup>3</sup>

Tujuan produksi sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari tujuan diciptakan dan diturunkannya manusia ke muka bumi. Yakni sebagai khalifah Allah, sebagaimana tertera dalam surat al-Baqarah ayat 30,

---

<sup>2</sup> Riyani Fitri Lubis “Wawasan Ayat-Ayat Al-Qur’an Dan Hadis Tentang Produksi” *Al-Intaj*. Vol. 3, No. , Maret 2017, 129

<sup>3</sup> P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2012), hal. 259

قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ

قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

*Artinya : “Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: “Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi.” mereka berkata: “Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?” Tuhan berfirman: “Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.” (Q.S al-Baqarah : 30)<sup>4</sup>*

Ayat ini dimulai dengan penyampaian keputusan Allah kepada para malaikat tentang rencana-Nya menciptakan manusia di bumi. Penyampaian kepada mereka penting, karena malaikat akan dibebani sekian tugas menyangkut manusia yang terdiri mencatat amal-amal manusia, ada yang bertugas memeliharanya, ada yang membimbingnya dan sebagainya.

Penyampaian itu juga, kelak ketika diketahui manusia, akan mengantarnya bersyukur kepada Allah atas anugerah- Nya yang tersimpul dalam dialog Allah dengan para malaikat. “*Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi demikian penyampaian Allah SWT*”. Penyampaian ini bisa jadi setelah proses penciptaan alam raya dan kesiapannya untuk dihuni manusia.

Allah memberikan tugas kepada malaikat yang menyangkut manusia yaitu mencatat amal-amal manusia, ada yang bertugas memeliharanya, ada yang membimbingnya dan sebagainya. Karena itu

---

<sup>4</sup> “Qur’an Kemenag” <https://quran.kemenag.go.id/sura/2> (diakses pada 19 November 2020, pukul 15.00)

semua makhluk yang ada di alam semesta bersujud semua kepada Allah. Termasuk manusia yang memiliki keistimewaan yang diberikan oleh Allah.

وَإِلَىٰ تَمُودَ أَخَاهُمْ صَالِحًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُم مِّنْ إِلٰهٍ غَيْرُهُ ۗ هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَعِفُّوهٗ ثُمَّ تَوَبُّوا إِلَىٰ إِنِّي رَبِّي قَرِيبٌ مِّمَّ حَيْثُ

Artinya : “Dan kepada Tsamud (kami utus) saudara mereka shaleh. Shaleh berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanmu Amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya)." (Q.S Hud : 61)<sup>5</sup>

Bumi adalah lapangan sedangkan manusia adalah pekerja penggarapnya yang sungguh-sungguh sebagai wakil sang pemilik lapangan tersebut. Untuk menggarap dengan baik, sang pemilik memberi modal awal berupa fisik materi yang terbuat dari tanah yang kemudian ditiupkannya roh dan diberikan ilmu.<sup>6</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :”Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S An Nisa : 29)<sup>7</sup>

<sup>5</sup> “Qur’an Kemenag” <https://quran.kemenag.go.id/sura/11> (diakses pada 19 November 2020, Pukul 15.30)

<sup>6</sup> M. QuraishShihab, Tafsir Al-Misbah, (Jakarta : Lentera Hati, 2002), Vol. 1, h. 109

<sup>7</sup> “Qur’an Kemenag” <https://quran.kemenag.go.id/sura/4> (diakses pada 19 November 2020, pukul 16.00)

Ayat diatas menekankan keharusan adanya kerelaan antara dua belah pihak. Walaupun kerelaan adalah sesuatu yang tersembunyi di lubuk hati, tetapi indicator dan tanda-tandanya dapat terlihat. Ijab dan Kabul, atau apapun yang dikenal dalam adat kebiasaan sebagai serah terima adalah bentuk-bentuk yang dapat digunakan hokum untuk menunjukkan kerelaan. Hubungan timbal balik yang harmonis, peraturan dan syariat yang mengikat, serta sanksi yang menanti, merupakan tiga hal yang saling berkaitan dalam bisnis.

Tidak jarang para pebisnis menghalalkan segala cara untuk meraup tujuan dan keuntungan bisnisnya terutama di era sekarang. Seperti halnya menggunakan sumber modal yang tidak jelas asal usulnya, menggunakan cara produksi yang kurang baik, ataupun menggunakan cara promosi yang kurang beretika ataupun menjatuhkan pesaingnya. Hal ini pada dasarnya dilandasi oleh tujuan berbisnis yang kurang tepat (hanya berorientasi pada materi).

Padahal dalam Alquran Surat An-nisa ayat 24 mengatakan :

يَوْمَ تَشْهَدُ عَلَيْهِمْ أَلْسِنَتُهُمْ وَأَيْدِيهِمْ وَأَرْجُلُهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

Artinya : *“pada hari, (ketika) lidah, tangan dan kaki mereka menjadi saksi atas mereka terhadap apa yang dahulu mereka kerjakan”*. (QS. Al-Nur : 24).<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> “Qur’an Kemenag” <https://quran.kemenag.go.id/sura/24> (diakses pada 19 November 2020, pukul 16.30)

Dalam kesempatan ini al-Qur'an mengingatkan kepada umat manusia agar segala aktivitas perniagaan dan hal-hal yang bersifat duniawi tidak sampai melupakannya dari tujuan utamanya hidup di dunia ini, yaitu meraih kebahagiaan akhirat dengan senantiasa mengingat Allah swt.

Dalam hal ini Kelompok Usaha Omah Kopi Mandiri, yang mana melibatkan banyak pihak dalam proses operasinya, yakni para mitra kedai atau kafe, reseller, petani, dan pengurus kelompok usahanya. Bisa saja sangat rentan terjadi beberapa permasalahan yang ada, pasalnya aktivitas dengan mitra-mitra mengharuskan adanya aturan, keterikatan, dan hubungan-hubungan kerjasama lainnya.

Maka dari itu, dalam penelitian ini peneliti ingin mengkaji bagaimana pola produksi yang dilakukan oleh Kelompok Usaha Omah Kopi Mandiri dalam memproduksi komoditas kopinya, serta bagaimana cara pemasaran yang dilakukan oleh Omah Kopi Mandiri. Kemudian peneliti akan membandingkannya dengan prinsip-prinsip produksi dan pemasaran secara islami.

Melalui pemaparan diatas, peneliti akan menuangkan hasil penelitiannya dalam skripsi yang berjudul "STRATEGI PEMASARAN DAN PRODUKSI KOPI SERTA TINJAUANNYA DALAM ISLAM (Studi Kelompok Usaha Bersama Omah Kopi Mandiri Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungung).

## **B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran dan produksi yang dilakukan oleh Kelompok Usaha Bersama Omah Kopi Mandiri, serta tinjauannya dalam Islam.

Dengan fokus permasalahan tersebut, maka muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1 Bagaimana strategi pemasaran kopi Omah Kopi Mandiri?
- 2 Bagaimana produksi kopi Omah Kopi Mandiri?
- 3 Bagaimana strategi pemasaran kopi Omah Kopi Mandiri ditinjau dalam perspektif Islam?
- 4 Bagaimana produksi kopi Omah Kopi Mandiri ditinjau dalam perspektif Islam?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1 Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran kopi di Omah Kopi Mandiri.
- 2 Untuk mendeskripsikan produksi kopi di Omah Kopi Mandiri.
- 3 Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran kopi Omah Kopi Mandiri dalam perspektif Islam.

- 4 Untuk mendeskripsikan produksi kopi Omah Kopi Mandiri ditinjau dalam prespektif Islam.

#### **D. Batasan Masalah**

Agar tidak menimbulkan kesalahan penafsiran pada pembahasan, maka disini peneliti perlu memberikan batasan penelitian atau batas permasalahan . Pokok permasalahan yang dibahas disini ialah mengenali dan menjelaskan proses produksi kopi di Omah Kopi Mandiri. Kemudian menjelaskan proses produksi kopi di Omah Kopi Mandiri dalam prespektif ekonomi Islam. Selanjutnya strategi pemasaran kopi kepada khalayak ramai di Indonesia maupun Luar Negeri dan juga prespektifnya menurut ekonomi Islam.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan dapat berguna bagi pihak yang membutuhkan informasi atau hasil penelitian terkait. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Manfaat teoritis**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dalam mata kuliah *Strategi Pemasaran*.

##### **2. Manfaat praktis**

###### **a. Bagi Institusi**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memperkaya hasil karya tulis ilmiah di lembaga pendidikan IAIN Tulungagung. Serta dapat menambah wawasan pentingnya mendukung

pengembangan diri mahasiswa, dalam menggali dan mengembangkan potensi lokal disekitar tempat tinggalnya.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharap dapat memberikan kerangka berfikir sebagai bahan referensi dalam pembuatan penelitian selanjutnya terkhusus berhubungan dengan bidang kelompok usaha.

c. Bagi Pihak Lain

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan masyarakat dapat mempelajari dan menambah wawasan dalam membangun potensi lokalnya secara bersama. Dengan guyup dan gotong royong, membangun sebuah usaha bersama untuk memberdayakan dan mengembangkan lingkungannya.

**F. Penegasan Istilah**

Penegasan Istilah dibutuhkan agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam menafsirkan permasalahan yang dibahas. Selain itu, juga dapat memberikan pemikiran yang jelas mengenai pembahasan dalam penelitian ini, berikut penegasan istilahnya meliputi :

**1. Penegasan konseptual**

a. Pemasaran

Pemasaran merupakan srangkaian aktifitas dalam menciptakan, mengkomunikasikan, dan menukarkan twaran yang bernilai bagi pelanggan, mitra, klien, atau masyarakat umum. Secara umum pemasaran adalah kegiatan yang masarkan hasil

produksi perusahaan melalui berbagai cara, agar produk perusahaan dapat dikenal dan diminati masyarakat umum.

b. Produksi

Produksi merupakan proses perubahan bahan baku menjadi barang jadi. Atau juga menambah nilai dari suatu produk (barang dan jasa). Secara etimologi kata produksi berasal dari Inggris, yang artinya *to produce* atau (menghasilkan)

c. Pemasaran dalam Perspektif Islam

Pemasaran Islami dapat didefinisikan sebagai kebijaksanaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui perilaku yang baik dalam memberikan produk dan layanan dengan sesuai dan tidak bertentangan dengan syariat Islam.

d. Produksi Dalam Perspektif Islam

produksi sebagai usaha untuk menghasilkan dan mengupayakan sesuatu dalam nuansa kelangsungan hidup manusia di dunia dengan cara yang halal dan baik, baik dari cara produksi dan zat yang diproduksi.

## 2. Penegasan Operasional

Penegasan operasional dari penelitian berjudul “Strategi Pemasaran dan Produksi Kopi serta Tinjauannya Dalam Islam (Studi Kelompok Usaha Bersama Omah Kopi Mandiri) ini ingin meneliti tentang Strategi Pemasaran dan juga produksi dalam kelompok usaha

bersama Omah Kopi Mandiri yang berada di wilayah Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung. Kemudian penelitian ini juga akan meneliti bagaimana tinjauan proses produksi dan pemasaran yang dilakukan oleh Omah Kopi Mandiri dalam perspektif ekonomi Islam.

## **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

### **1. Bagian Awal**

Bagian awal penulisan skripsi ini terdiri dari :

- halaman sampul depan
- halaman judul
- halaman persetujuan
- halaman pengesahan
- halaman motto
- halaman persembahan
- halaman kata pengantar
- halaman daftar isi
- halaman daftar gambar
- halaman daftar lampiran
- halaman transliterasi dan abstrak.

### **2. Bagian Utama**

- Bab I Pendahuluan

Untuk memberikan gambaran secara singkat bagaimana nantinya pembahasan yang akan diangkat dalam penelitian ini, dalam bab pendahuluan ini didalamnya membahas beberapa unsur yang terdiri dari :

- (a) latar belakang masalah
- (b) fokus dan pertanyaan Penelitian
- (c) tujuan penelitian
- (d) batasan penelitian
- (e) manfaat penelitian
- (f) penegasan istilah
- (g) sistematika penulisan skripsi.

- Bab II Kajian Pustaka

Dalam bab ini diuraikan berbagai konsep dan anggaran dasar tentang teori dari variabel-variabel penelitian. Dalam bab ini terdiri dari :

- (a) landasan teoritis
- (b) penelitian terdahulu.

- Bab III Metode Penelitian

Bab ini memuat rancangan penelitian tentang metode yang akan dilakukan dalam proses penelitian, yakni terdiri dari :

- (a) pendekatan dan jenis penelitian
- (b) lokasi penelitian
- (c) kehadiran peneliti
- (d) data dan sumber data
- (e) teknik pengumpulan data

(f) teknik analisis data

(g) tahap-tahap penelitian.

- Bab IV Hasil Penelitian

Dalam bab ini memuat deskripsi singkat hasil penelitian, terdiri dari paparan data dan temuan penelitian.

- Bab V Pembahasan

Analisis hasil temuan penelitian di lapangan, penelitian terdahulu dan teori yang ada.

- Bab VI Penutup

Pada bab ini dalam skripsi akan memuat tentang kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak yang bekepentingan.

### **3. Bagian Akhir**

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.