

Analisis strategi pemasaran ekspor kopi Lampung

Rinaldi Bursan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=108571&lokasi=lokal>

Abstrak

Propinsi Lampung sebagai salah satu daerah sentra produksi kopi di Indonesia, khususnya untuk kopi jenis Robusta mengalami kemunduran dalam penerimaan devisa ekspor produk kopi, Penurunan harga kopi dunia menyebabkan menurunnya pendapatan pemerintah Lampung dan juga mengakibatkan menurunnya pendapatan ditingkat petani kopi yang tersebar di beberapa daerah kabupaten yang menjadi sentra produksi kopi Lampung, seperti: Lampung Barat, Lampung Selatan, Tanggamus dan Lampung Tengah. Selama ini ekspor kopi Lampung didominasi hanya pada jenis kopi robusta dengan kualitas (grade) IV, dan terbatas hanya berupa biji kopi saja.

Propinsi Lampung merupakan pengeksport terbesar untuk produk dengan rata-rata ekspor yang konstan 200.000 ton pertahun. Jumlah ekspor yang konstan ini tidak diikuti dengan meningkatnya nilai pendapatan ekspor. Keadaan ini diakibatkan dari menurunnya harga kopi dunia yang disebabkan over produksi beberapa negara produsen biji kopi, diantaranya Vietnam dan Brazil mengalami peningkatan yang sangat pesat dalam produksi kopinya.

Pennasaiahan yang diuji dalam penelitian ini adalah bagaimana proses perumusan dan pengembangan strategi pemasaran ekspor yang efektif bagi kopi Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses perumusan dan pengembangan strategi pemasaran ekspor yang efektif bagi kopi Lampung.

Variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah faktor awal dalam proses pengembangan strategi, yaitu: sentralisasi dan formalisasi. Variabel proses pengembangan strategi yaitu analisis lingkungan, komprehensif, aset-aset pemasaran dan kapabilitas, komunikasi, konsensus dan sumber daya. Faktor awal dan variabel dalam proses ini dihubungkan dengan variabel hasil yaitu: pengembangan strategi dan kinerja perusahaan. Model Penelitian yang digunakan mengadaptasi pemikiran yang dikembangkan oleh Menon et al (1999), Albaum et al (1989) dan Styles and Ambler (2000).

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan teknik Co f rmarory Factor Analysis guna mereduksi variabel-variabel teramati dan mencari faktor skor untuk masing-masing variabel laten. Kemudian untuk mencari hubungan antar masing-masing konstruk dilakukan analisis regresi.

Hasil pengolahan data memperlihatkan terdapat hubungan yang signifikan antara:

1. Sentralisasi dan Formalisasi dengan analisis situasi Sentralisasi dan Fomialisasi dengan komprehensif
3. Sentralisasi dan Formalisasi dengan aset-aset pemasaran dan kapabilitas
4. Sentralisasi dan Formalisasi dengan hubungan antar bagian perusahaan.
- 5, Sentralisasi dan Formalisasi dengan komunikasi
6. Sentralisasi dengan konsensus

- 7.Sentralisasi dan Formalisasi dengan sumber daya
- 8.Analisis lingkungan dengan pengembangan strategi
- 9.Komprehensip dengan pengembangan strategi
10. Aset-aset pemasaran dan kapabilitas dengan pengembangan strategi
11. Hubungan antar bagian perusahaan dengan pengembangan strategi
- 12.Komunikasi dengan pengembangan strategi
- 13.Konsensus dengan pengembangan strategi
- 14.Sumber daya dengan pengembangan strategi
15. Pengembangan strategi dengan kinerja perusahaan

Hasil pengolahan data juga memperlihatkan hubungan yang tidak signifikan yaitu: formalisasi dengan konsensus. Sehingga variabel ini dapat diabaikan dalam pembentukan persamaan regresi. Hasil lain yang didapat dalam penelitian ini hanya terdapat hubungan yang negatif antara variabel sumber daya dengan variabel pengembangan strategi dan variabel kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan proses perumusan strategi yang akan dilakukan oleh perusahaan eksportir kopi Lampung harus diawali dengan memperhatikan faktor awal, yaitu:

1. Sentralisasi
2. Formalisasi

Kemudian selanjutnya perusahaan eksportir harus memperhatikan faktor dengan proses pengembangan strategi. Faktor-faktor tersebut Analisis lingkungan Komprehensip Aset-aset pemasaran dan kapabilitas Hubungan antara bagian Komunikasi Konsensus Sumber daya.

Tahapan-tahapan ini apabila dilakukan dengan baik diharapkan akan menghasilkan suatu strategi pemasaran ekspor yang efektif bagi kopi Lampung. Selanjutnya strategi pemasaran yang efektif akan meningkatkan kinerja perusahaan.