BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia tidak terlepas dari sikap dan perilaku kewirausahaan yang dimiliki oleh setiap masyarakat. Pengusaha atau wirausahawan adalah seseorang yang menciptakan sebuah usaha atau bisnis yang dihadapkan dengan risiko dan ketidakpastian untuk memperoleh keuntungan dan mengembangkan bisnis dengan cara mengenali kesempatan dan memanfaatkan sumber daya yang diperlukan (Suharyadi, 2007). Wirausahawan yang sukses haruslah mampu melihat ke depan, berpikir dengan penuh perhitungan, serta mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan solusinya.

Budaya inovasi harus diterapkan untuk menumbuhkan jiwa berwirausaha yang dapat menciptakan kesejahteraan bagi individu dan memberi nilai tambah bagi masyarakat, akan berhasil apabila masyarakat banyak memiliki kemampuan untuk menjangkaunya. Inovasi juga harus memperhatikan budaya dan identitas lokal sebagai bagian dari proses adaptasi inovasi yang lebih baik (Suwarno, 2008). Keberhasilan bangsa Indonesia dalam menciptakan sumber pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan bergantung pada keberhasilan memberi kesadaran kepada banyak orang untuk memilih kewirausahaan dan menerapkan budaya inovasi sebagai pilihan untuk melakukan aktifitas kehidupannya.

Perkembangan teknologi dan ketatnya persaingan pasar menuntut masyarakat untuk lebih berinovasi dalam membuat hal-hal baru agar bertahan dan unggul dalam persaingan, oleh karena itu inovasi memiliki peranan penting dalam berwirausaha agar menjaga posisi bersaing dan menghasilkan kinerja yang baik. Inovasi dan kreatifitas saling berkaitan karena kreatifitas merupakan bagian dari inovasi serta awal untuk sebuah inovasi dalam membuat hal baru menjadi ada dan nyata. Salah satu fokus dalam kewirausahaan adalah cara untuk menghasilkan sebuah ide yang baik menjadi lebih baik lagi dan diwujudkan dalam sebuah rangkaian dari sebuah pikiran. Proses inovasi yang optimal, harus dilakukan dengan praktis dan cepat selesai karena harus menghilangkan proses yang tidak perlu untuk dilakukan. Proses ini penting agar perusahaan mempunyai produk yang berbeda dengan pesaing dan memiliki keunggulan yang menonjol, sehingga membuat orang tertarik dengan produknya (Trott, 2008). Inovasi terlibat langsung dalam perusahaan dan manajemen yang dilakukan untuk melihat kebutuhan dari masyarakat. Inovasi sebagai kemampuan untuk menerapkan

kreatifitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (Suryana, 2013).

Peluang pasar kopi nasional dinilai sebagai salah satu bisnis yang menjanjikan, Penikmat kopi yang semakin banyak membuat produsen kopi membuat inovasi agar produk kopi memiliki ciri khas dan tetap bertahan. Data International Cofee Organization (ICO) menunjukkan bahwa konsumsi kopi di Indonesia pada periode 2000-2016 mengalami tren kenaikan. Pada 2000, konsumsi kopi Indonesia mencapai 1,68 juta bungkus (1 bungkus 60 kg), namun pada 2016 telah mencapai 4,6 juta bungkus atau melonjak lebih dari 174 persen (www.ico.org/prices/new-consumption-table.pdf).

Proses inovasi terhadap produk menjadi hal yang penting untuk bertahan di era globalisasi. Inovasi produk adalah pengembangan produk baru, membuat perubahan dalam desain produk saat ini atau menggunakan teknik baru (Reguia, 2014), dan salah satunya adalah inovasi dalam produk kopi. Kopi termasuk jenis tanaman tropis, tanaman kopi tidak dapat bertahan hidup pada tempat yang terlalu tinggi dengan temperatur yang sangat dingin atau daerah-daerah tandus yang memang tidak cocok bagi kehidupan tanaman (Rahardjo, 2012). Jenis-jenis kopi ada beberapa yaitu kopi arabika, kopi robusta, kopi canephora, kopi liberika dan masih banyak jenis kopi lainnya, tetapi kopi yang banyak ditanam di Indonesia adalah kopi arabika dan kopi robusta (Panggabean, 2011).

Inovasi pembuatan kopi yang ada di Indonesia melewati proses sortasi gelondang, pengeringan, pengupasan, sortasi biji, penyangraian, penggilingan, dan penyimpanan. Setiap langkah dari proses tersebut memiliki cara tersendiri untuk menciptakan hasil kopi yang memiliki ciri khas. Salah satunya adalah inovasi dalam memproduksi kopi hijau. Proses dan pengolahan biji kopi pada pembuatan kopi hijau berbeda dengan kopi arabika dan robusta. Permintaan pasar yang menginginkan untuk menikmati kopi dengan bentuk, rasa dan khasiat yang berbeda dari kopi arabika dan robusta, sehingga mucul inovasi dalam memproduksi kopi yaitu kopi hijau

Kelompok Tani Rahayu IV merupakan penghasil kopi di Dusun Sirap, Desa Kelurahan, Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang yang sudah mencoba membuat inovasi produk dengan memproduksi kopi hijau bubuk, selain produk kopi robusta dan kopi arabika yang sudah diproduksi sebelumnya. Cuaca yang sejuk dan curah hujan yang baik membuat produksi kopi di Kelompok Tani Rahayu IV tergolong ideal. Kelompok Tani Rahayu IV membuat inovasi kopi hijau karena melihat permintaan pasar dan memiliki kreatifitas serta baik dalam tahapan proses produksi kopi. Inovasi produk membuat Kelompok Tani Rahayu IV terus bertahan dalam persaingan produksi kopi yang tergolong banyak di Kecamatan

Jambu. Jenis inovasi yang dilakukan oleh Kelompok Tani Rahayu IV adalah melakukan pengubahan atau modifikasi sederhana pada produk dengan tidak menghilangkan sifat aslinya (Praveen, 2007). Produk awal yang ada di Kelompok Tani Rahayu IV adalah kopi arabika dan robusta, dengan adanya inovasi kopi hijau ini maka jenis inovasi yang dilakukan sesuai dengan kriteria dalam proses inovasi.

Inovasi kopi hijau berhasil dilakukan Kelompok Tani Rahayu IV pada tahun 2015, kelompok tani sudah memproduksi kopi hijau sesuai dengan potensi yang dimiliki seperti sumber daya alam, sumber daya manusia dan peralatan produksi. Dalam penelitian ini, penulis mencoba menguraikan proses inovasi yang dilakukan kelompok sesuai dengan teori proses inovasi dari (Trott, 2002) yang memiliki 8 tahapan dalam proses inovasinya. Tahapan yang sudah dilakukan oleh kelompok tani adalah *Idea Generation, Idea Screening* dan *Product Development*. Penulis melakukan penelitian tahapan-tahapan lainnya seperti *Concept Testing, Business Analytical, Product Development, Market Testing* dan *Commercialisation* untuk melengkapi proses inovasi yang dilakukan oleh kelompok tani.

Terciptanya ide dan Inovasi yang dilakukan oleh Kelompok Tani Rahayu IV membuat hal yang baru dalam pasar kopi nasional. Proses bagaimana mengubah peluang bisnis menjadi produk yang nyata, serta proses pembuatan dan pengolahan biji kopi hingga terciptanya kopi hijau menjadikan pentingnya inovasi produk agar Kelompok Tani Rahayu IV bertahan dalam persaingan, maka dirasa perlu untuk menjadikannya sebagai sebuah tema penelitian.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses inovasi produk kopi hijau pada Kelompok Tani Rahayu IV di Dusun Sirap Desa Kelurahan Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui proses inovasi terkait dengan pengembangan produk yang dilakukan Kelompok Tani Rahayu IV dalam memproduksi kopi hijau di Dusun Sirap Desa Kelurahan Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang.

Manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Manfaat Teoritis :

   Untuk kepentingan akademik yang bisa menambah referensi proses inovasi dan penelitian berikutnya sebagai bahan penelitian dengan tema yang sama.

b. Manfaat Praktis :

   Untuk Kelompok Tani Rahayu IV agar proses inovasi yang dilakukan lebih terurai dengan jelas dan mengoptimalkan proses inovasi kopi hijau yang dilakukan.