

## **BAB II. SAUX FARM YANG MEMPRODUKSI SAUX COFFEE**

### **II.1 Sejarah Kopi**

Kopi merupakan minuman hasil seduhan biji kopi yang sudah kering lalu digoreng, dan ditumbuk atau digiling sampai halus. Robusta, arabika dan liberika adalah jenis kopi yang banyak dikenal dan sudah beredar luas di dunia. Banyak orang berpendapat, kopi merupakan minuman untuk menemani santai, namun kopi merupakan bagian dari gaya hidup. Kopi bermula pada abad ke-9 di Ethiopia. Tetapi, budidaya dan perdagangan kopi mulai populer atau berkembang pada abad ke-15 oleh pedagang Arab di Yaman. Kopi baru sampai ke Eropa pada abad ke-17, namun disana tidak dapat tumbuh baik. Bangsa Eropa lantas menggunakan daerah jajahannya untuk melestarikan tanaman kopi. Indonesia, yang saat itu diduduki oleh Belanda, memiliki andil sejarah yang besar dan persebaran jenis kopi di dunia. Biji kopi dibawa dan dibudayakan oleh pedagang pada abad ke-17. Salah seorang berkebangsaan Belanda melihat perkebunan kopi di India dan berminat untuk membudidayakannya. Pada akhirnya biji kopi mulai menyebar ke seluruh benua Eropa melalui para pedagang dari Venezia. (Pangabea, 2011).

Gaya hidup ini sangat *trend* di abad ke-17, karena kopi makin berkembang pesat di Eropa. *Coffee house* adalah kedai kopi yang pertama kali muncul di Inggris tepatnya di tahun 1637. Penny Universities adalah sebutannya dan ini menjadi tempat berkumpulnya para pengusaha, karyawan bank, dan banyak pekerja lainnya. Semakin berkembangnya kedai kopi di Inggris, pada masa itu kedai kopi berubah menjadi tempat bergaul setiap kalangan. Makin berkembangnya kedai kopi di Inggris, akhirnya berkembang pula di negara-negara Eropa seperti Jerman, Italia, Prancis bahkan menyebar ke seluruh dunia. Masyarakat Paris mulai banyak mengunjungi tempat kopi tepatnya pada tahun 1689. Tahun berikutnya makin menjamur gaya hidup meminum kopi ini ke benua Amerika dan waktu yang tepat untuk menikmati kopi adalah saat berbincang bersama rekan-rekan (Pangabea, 2011).

Pada saat Belanda menjajah Indonesia, disitulah kopi mulai masuk. Kopi sendiri mulai diketahui Belanda sejak tahun 1700-an. Botanic Amsterdam mengembangkan kopi

jenis arabika. Pada saat masa penjajahan, Belanda membawa kopi ke Indonesia dan mencoba menanam di pulau Jawa, Sulawesi, dan Sumatera. Cikal bakal penanaman kopi di Indonesia terjadi di daerah Pondok Kopi, Jakarta. Melihat perkembangannya baik selama masa pertumbuhan, dilanjutkan penanaman di daerah Jawa Barat seperti Banten, Sukabumi, Bogor dan Priangan Timur namun dengan sistem tanam paksa. Barulah semenjak itu kopi banyak dikenal di Indonesia, dan sampai sekarang kopi menjadi minuman yang sangat pas untuk menemani waktu santai bahkan saat sedang kerja (Pangabea, 2011).

## **II.2 Jenis Kopi**

### **II.2.1 Kopi Arabika**

Kopi Arabika atau *Coffea arabica* diduga pertama kali diklasifikasikan oleh seorang ilmuwan Swedia bernama *Carl Linnaeus* pada tahun 1753. Jenis Kopi ini memiliki kandungan kafeina besar yaitu 0.8-1.4% yang berasal dari Brasil dan Etiopia. Ciri khas yang dimiliki oleh kopi arabika yaitu memiliki beraroma wangi sedap mirip percampuran bunga dan buah, memiliki rasa asam yang tidak dimiliki oleh kopi jenis robusta, juga memiliki bodi atau rasa kental saat disesap oleh mulut, selain itu kopi ini lebih *mild* atau halus dan kopi jenis ini juga dikenal pahit. Hingga kini jenis kopi yang paling awal ditemukan dan masih dibudidayakan adalah jenis arabika. Ketinggian 700 sampai 1700 mdpl adalah tempat tumbuhnya kopi arabika dan memiliki suhu 16 sampai 20 derajat celsius dengan iklim kering selama tiga bulan. Karat daun atau *Hemileia Vastatrix* adalah penyakit yang sangat sering menyerang kopi arabika. Kemudian jenis tersebut banyak diganti oleh jenis yang tahan oleh *Hemileia vastatrix*, kecuali ketika ditanam di daerah dengan ketinggian kurang dari 1.000 m (Aak, 1988 , h 29) begitulah mengapa kopi arabika lebih dibutuhkan perhatian dari segi perawatan dan budidaya dibandingkan jenis kopi yang lain. (COFFEE, 2018, Para 2)



Gambar II. 1 Biji Kopi Arabika  
Sumber : Buku Coffee Dani Hamdan & Aries Santonami, 2018

Mayoritas kopi yang dikuasai oleh jenis kopi arabika, bahkan untuk harganya sendiri lebih tinggi dibandingkan jenis kopi lainnya. Kita bisa menemukan banyak perkebunan kopi lokal di daerah pegunungan Aceh serta Sumatera Utara hingga beberapa daerah yang terdapat di pulau Jawa. Arabika yang banyak berkembang di Indonesia antara lain *Typica*, *Abesinia*, *Marago*, *Pasumah* dan *Congensis* (COFFEE, 2018, Para 2).

- **Typica**

Ini merupakan jenis biji kopi yang pertama kali masuk ke Indonesia. Yang membawanya adalah orang-orang Belanda yang singgah bahkan menjajah Indonesia. Namun tidak bertahan lama, jenis biji kopi ini pun tersingkir pada saat *Coffee Leaf Rust* masuk ke Indonesia. Untungnya tidak semua jenis biji kopi ini yang punah masih ada beberapa jenis biji kopi lokal termasuk Bergendal dan Sidikalang yang dibudidayakan di pegunungan atau didataran tinggi seperti Sulawesi, dan Sumatera.

- **Hybrido de Timor (HDT)**

Biasa disebut dengan “Tim Tim” dan berasal dari Timor Timur, jenis ini cukup unik karena hasil silang dari kopi robusta dan arabika. Pada tahun 1978 tepatnya di Timor Timur adalah waktu pertama kalinya Tim Tim mengalami masa panen. Eksperimen dilakukan untuk penanaman di daerah Aceh dan Flores sekitar tahun 1980 kare biji kopi jenis ini memiliki kualitas yang sangat bagus. Tim Tim kini memiliki sebutan lain yaitu *Varietas Churia*.

- Linie S

Berasal dari India, dan termasuk kedalam kopi arabika. Kultivar Bourbon digunakan dalam pengembangan Varietas Linie S ini. S-795 dan S-288 merupakan jenis yang paling banyak dikenal. Untuk menemukan Linie S, banyak ditemukan pada daerah dataran tinggi tepatnya di Papua, Sulawesi, Flores, Bali, Lintang, Jawa dan Aceh.

- Linie Ethiopia

Pada tahun 1928, jenis kopi ini mulai masuk ke Indonesia, lebih tepatnya di pulau Jawa. Namun sebelum dibawa ke pulau Jawa, varietas ini berkembang di Aceh. Varietas Rambung dan Abyssinia ini termasuk dalam keturunan Ethiopia. Flores dan Sumatera adalah daerah berikutnya tempat jenis ini dikembangkan hingga dikenal dengan nama “USDA” yang berasal dari nama proyek Pemerintah AS yang berlangsung di Indonesia pada tahun 1950.

- Catura Cultivars

Persilangan kopi bourbon dari Brazil akhirnya menghasilkan jenis biji kopi ini.

- Lini Catimor

Hampir serupa dengan jenis Tim Tim, yang terbentuk dari persilangan robusta dan arabika. Memiliki aroma serta rasa yang tidak sebaik kopi lainnya, lini catimor dianggap sebagai jenis varietas yang kurang baik. Semenjak jenis ini berada di Aceh dan memiliki aroma dan rasa yang baik, akhirnya dilakukan sebuah penelitian. Ateng Jaluk merupakan nama lain dari jenis ini ketika berada di Aceh.

## **II.2.2 Kopi Robusta**

Memiliki nama ilmiah *Coffea canephora*. Berasal dari kata “robust“, yang berarti Kuat dalam bahasa Inggris. Kopi ini memiliki ciri – ciri warna yang bervariasi bagaimana cara mengolahnya, serta rasa yang manis serta aroma yang sangat khas, teksturnya lebih kasar dibandingkan arabika. Cita rasa yang kuat serta cenderung lebih pahit adalah karakter dari kopi robusta. Dataran tinggi dengan ketinggian 400-700 mdpl,

suhu sekitar 21-24 derajat celcius dan bulan kemarau 3-4 bulan secara berturut serta hujan kiriman sebanyak 3-4 kali adalah tempat jenis kopi ini tumbuh. Kualitas biji kopi dibawah jenis [arabika](#) dan [liberika](#). Tumbuh setinggi 10 meter, namun tanaman kopi ini memiliki akar yang tidak terlalu dalam. (COFFEE, 2018, Para 2)



Gambar II.2 Biji Kopi Robusta  
Sumber : Buku Coffee Dani Hamdan & Aries Santonami, 2018

Waktu yang dibutuhkan untuk buahnya masak hingga menghasilkan biji kopi yang berkualitas sekitar 10 hingga 11 bulan dan masa berbunganya tidak teratur. Kafein yang terkandung dalam kopi ini berkisar 2,7%, diatas kopi arabika yang hanya mengandung 1,5% kafein, pembuahan kopi robusta pun lebih banyak dibandingkan kopi arabika. Proses herbisida dan pestisida hanya dibutuhkan sedikit saja karena jenis kopi ini lebih tahan terhadap serangan penyakit ataupun hama. Untuk menambah cita rasa kopi, biji kopi ini sering digunakan sebagai bahan baku kopi siap saji hingga bahan pencampur untuk kopi racikan sebagai penambah kekuatan cita rasa kopi. *Cappucino*, *cafe latte* dan *macchiato* bisa dibuat dengan jenis biji kopi robusta. Namun biji kopi robusta mempunyai harga yang rendah dibandingkan biji kopi arabika. Negara penghasil kopi robusta terbesar di dunia adalah Indonesia, karena sebagian besar kopi yang ditanam pada negara ini akan menjadi robusta.

### II.3 Saux Farm

Saux Farm yang didirikan oleh Hedi Rusdian, yang dulunya adalah seorang seniman perhiasan terkenal pemilik perusahaan For Speed Metal work, ditemani oleh Gianjar Saribanon, seorang pandai besi yang juga seorang petani. Kejenuhan hidup di kota dengan segala aktivitasnya, membuat Hedi Rusdian mengalihkan aktivitasnya ke hutan. Kehidupan di hutan tidak lantas meninggalkan identitas yang ada padanya, tetapi bagaimana kehidupan modern sebagai gaya hidup yang dibawa ke hutan, melakukan kegiatan luar ruang sebagai gaya hidup. Pada Tahun 2014 Saux Farm membicarakan dan juga membuat kopi, dari menanam hingga kopi siap saji.



Gambar II.3 Hedi Rusdian dan Gianjar Saribanon sebagai pendiri Saux Farm  
Sumber: [Dokumen Pribadi](#) (14 Mei 2020)



Gambar II.4 Foto Hedi Rusdian  
Sumber : [Dokumen Pribadi](#) (14 Mei 2020)



Gambar II.5 Foto Gianjar Saribanon  
Sumber : [Dokumen Pribadi](#) (15 Mei 2020)

Gaya hidup seorang petani modern, hingga bersenang-senang di dalam hutan, bahkan melakukan lomba 17 Agustus pun di dalam hutan. *Owner* melakukan sebagian besar kegiatannya di sekitar kabin SAUX Farm, yang terletak di tengah hutan pinus Jayagiri Lembang.



Gambar II.6 Saux Farm Episode 7: Agustusan Di Kebon  
Sumber : [Youtube BBQ Mountain Boy \(30 Agustus 2019\)](#)

Sebenarnya ada isu penting yang Saux Farm ingin berikan untuk *audience*. Selain ingin mengenalkan gaya hidup *outdoor modern* yang menarik, Saux Farm juga ingin anak

muda agar lebih dekat dengan dunia pertanian dan menghargai pekerjaan petani. Lebih tepatnya mereka ingin mendorong regenerasi petani.



Gambar II.7 Kegiatan bertani SAUX Farm  
Sumber : [Dokumen Pribadi](#) (15 Mei 2020)



Gambar II.8 Kegiatan bertani SAUX Farm  
Sumber : [Dokumen Pribadi](#) (15 Mei 2020)



Gambar II.9 Kegiatan bertani BBQ Mountain Boy  
Sumber : [Dokumen Pribadi](#) (14 Mei 2020)

Hedi dan Gia mengatakan “Regenerasi menjadi masalah utama karena para petani senior tidak menginginkan anak – anaknya untuk menjadi seperti petani. Maka dari kami membuat konten yang bagus dari segi filming dan sinematografi agar bertani terlihat keren dan anak muda tertarik untuk bertani.”

### **II.3.1 Sejarah SAUX Farm**

Terbentuknya Saux Farm sendiri berawal dari pertemanan yang sedang berkumpul dan membicarakannya dan membuat Youtube, dibuatnya Youtube karena *owner* mempunyai tujuan dan ingin memberikan manfaat untuk para petani Indonesia, karena dijamin sekarang ini susah untuk memberikan manfaat secara langsung, sekaligus memberi tau cara memasak *barbecue* dan membuat kopi yang benar dan baik itu seperti apa, dan juga berbeda dengan Youtube *chanel* masak lainnya dan juga sedikit memberi tahu anak remaja untuk lebih menghargai pekerjaan seorang petani, seorang petani juga bisa keren ujar kang Hedi.

Saux Farm mendapatkan *feed back* yang besar dari youtube tersebut, *owner* memberi tau bahwa seorang petani itu tidak seperti yang *owner* lihat, bahwa siapapun bisa menjadi seorang petani, dari orang kaya, menengah sampai kebawah. Sedikit memberi edukasi, supaya orang orang lebih menghargai dan mengetahui sedikitnya seorang petani itu seperti apa dan bagaimana. Banyak yang bilang Saux Farm mengikuti BBQ

Pit Boys, sebetulnya bukan mengikuti tetapi *owner* sedikit terinspirasi dari BBQ Pit Boys, karena mempunyai *fashion* atau gaya yang sama yaitu melakukan kegiatan didalam hutan. Tetapi Saux Farm ini jelas berbeda karna *owner* menceritakan kehidupan di hutan, bertani dan juga *traveling*.



Gambar II.10 Foto Hedi Rusdian  
Sumber : [Dokumen Pribadi](#) (14 Mei 2020)

Gianjar merupakan seorang petani kopi yang besar dari keluarga petani. *Owner* ingin memberi tahu, sebetulnya memasak dan membuat kopi itu bisa dengan menggunakan barang atau alat yang sederhana, gampang dicari dan harganya lebih murah.



Gambar II.11 Foto Gianjar Saribanon  
Sumber : [Dokumen Pribadi](#) (14 Mei 2020)

Supaya orang – orang pun tahu bagaimana cara memasaknya, membuatnya, dan menggunakannya. Video yang dibuat pun semenarik mungkin agar penonton tidak bosan saat melihat video tersebut. *Owner* membuat kabin di hutan, kebetulan ada lahan yang kosong milik *owner* dan dibuatlah kabin. Dulu kabin tersebut dibuat sangat kecil karena niatnya hanya untuk beristirahat aja saat bertani, dan saat itu badai besar dan ada pohon tumbang menimpa kabin, kemudian kabin direnovasi kembali dan dibuat lebih besar pada saat akan dibuat Youtube supaya lebih terlihat rapih dan elegan. Kegiatan yang dilakukan tidak hanya memasak dan membuat kopi saja, tetapi mereka menanam beberapa tanaman yang dapat dimakan, menanam kopi, membuat alat – alat untuk memasak dan masih banyak lagi.

### II.3.1 Pengelola Saux Coffee

SAUX Farm diolah oleh Hedi dan Gia, hanya ada di Jayagiri Lembang. Tempat tersebut dikelola dengan cara *private*, jadi orang orang yang ingin datang dan dibuatkan *barbecue* dan kopi bisa mengkontak terlebih dahulu untuk persiapan beberapa orangnya dan juga menunya, jadi tidak bisa langsung datang dan pesan. Karena bahan yang digunakan tidak langsung ada, jadi butuh proses untuk persiapan memasaknya. Kabin serta lahan milik SAUX Farm ini hanya bisa didatangi maksimal hanya 12 orang saja.



Gambar II.12 Kabin SAUX Farm

Sumber: [Youtube Intagram BBQ Mountain Boy](#), 22 Januari 2020



Gambar II.13 Kabin BBQ Mountain Boy  
Sumber: [Dokumen Pribadi](#) (15 Mei 2020)

### **II.3.2 Produk Saux Coffee**

SAUX Farm memiliki konsep yang sangat bagus, beda dengan tempat lainnya. Namun sayangnya SAUX Farm belum membuka cabang lagi, tetapi SAUX Farm juga menjual kopi yang mereka tanam sendiri, penjualan dengan bentuk kemasan, kopi yang dijual ada yang sudah menjadi bubuk, ada yang masih berbentuk biji, ada juga yang masih menjadi buah tergantung konsumen yang membelinya.



Gambar II.14 Kopi yang dihasilkan SAUX Farm  
Sumber: [Dokumen Pribadi](#) (15 Mei 2020)



Gambar II.15 Kopi yang dihasilkan SAUX Farm  
Sumber: [Dokumen Pribadi \(14 Mei 2020\)](#)

Namun hal tersebut terbukti oleh hasil wawancara singkat yang dilakukan kepada orang yang dikenal maupun tidak dikenal dengan menanyakan tentang SAUX Coffee ini. Banyak dari masyarakat yang belum mengetahui SAUX Coffee, tetapi ada juga yang mengenal SAUX Farm namun belum mengetahui bahwa SAUX Farm menjual kopi yang *owner* tanam.



Gambar II.16 Kopi yang dihasilkan SAUX Farm  
Sumber: [Dokumen Pribadi \(15 Mei 2020\)](#)

Hal itu diakibatkan dengan penyampaian produk terhadap masyarakat yang masih kurang, dan juga disebabkan dengan desain yang mereka pakai tidak sesuai dengan SAUX Farm, kurangnya promosi kopi ini juga membuat orang yang membeli hanya langganan atau orang yang sudah tau SAUX Coffee.

## **II.4 Analisis**

### **II.4.1 Analisis Berdasarkan 4P**

Konsep yang dipakai menggunakan analisis 4P, digunakannya 4P untuk mengambil keputusan dalam pembuatan suatu strategi promosi atau komunikasi dalam pemasaran.

#### ***a. Product***

Produk yang dihasilkan oleh SAUX Farm ini hanya menjual kopi mentahan yang sudah dalam bentuk kemasan, dikarenakan SAUX Farm ini belum mempunyai kedai khusus untuk menjual kopinya. Produk yang dijual adalah produk hasil sendiri, dari mulai menanam hingga menjadi biji. Berikut produk yang dijual:

Tabel II.1 Produk Kopi  
Sumber : Dokumen Pribadi (15 Mei 2020)

<b>No.</b>	<b>Produk</b>
1.	Cerri ( berbentuk buah )
2.	Roasted (sudah menjadi bubuk)
3.	Green Been (masihberbentu biji)

#### ***b. Price***

Harga kopi yang dijual standar untuk per kilonya. Untuk harga 1 kg Cerri, atau kopi yang masih berbentuk buat adalah 8.000/ kg, untuk Roasted 85.000/ kg , dan untuk Green Been harga per kilonya yaitu 100.000 sampai 125.000/ kg.

*c. Place*

SAUX Farm hanya berada di Jayagiri Lembang, untuk penanaman atau kebun kopinya pun disana. Saat ini SAUX Farm belum mempunyai kedai untuk kopinya sendiri. Tempat ini berada di ketinggian 1400 MASL, tempat ini sengaja dibuat jauh dari perkotaan dan orang-orang supaya pengunjung yang datang lebih tenang, nyaman, dan lebih menikmati nuansa hutannya.



Gambar II.17 Lokasi SAUX Farm  
Sumber: [Dokumen Pribadi](#) (15 Mei 2020)



Gambar II.18 Alat panggang smoker tradisional SAUX Farm  
Sumber : [Dokumen Pribadi](#) (15 Mei 2020)



Gambar II. 19 Alat memasak SAUX Farm  
Sumber: [Youtube BBQ Mountain Boy](#) (29 November 2019)

#### ***d. Process***

SAUX Coffee menjual kopi yang masih berbentuk biji dan yang sudah menjadi bubuk. Konsumen yang membeli kopi berbentuk biji, biasanya untuk diproses kembali di *coffee shop* dan dijual kembali. Sedangkan konsumen yang membeli kopi bubuk diproses dengan cara diseduh menggunakan teknik V60, alat ini sangat cocok digunakan untuk menyeduh kopi hitam di rumah maupun di luar rumah karena bentuk dan metode *pour drip* mudah diaplikasikan di mana saja, meskipun membutuhkan proses yang sesuai agar dapat dihasilkan kopi dengan aroma yang kuat.

### **II.4.2 Analisa SWOT SAUX Coffee.**

#### **a. Strengths/kekuatan**

1. Produk kopi lokal yang berkualitas.
2. Mempunyai rasa yang lezat dan nikmat.
3. Prosedur dari pelayanan terlihat profesional.
4. Bahan baku biji kopi yang diproses secara mandiri.
5. Tempat proses pembuatan biji kopi bersih dapat terjamin.

**b. Weaknesses/kelemahan**

1. Kurangnya promosi yang dilakukan.
2. Masyarakat belum banyak yang mengetahui SAUX Coffee.
3. Belum mempunyai kedai kopi.

**c. Opportunities/Peluang**

1. Kesadaran masyarakat terhadap produk lokal namun kualitas internasional.
2. Mayoritas pembeli berumur 20 – 50 tahun yang sering menikmati kopi sambil melakukan kegiatan seperti mengerjakan tugas atau pekerjaan kantor membuat SAUX Coffee tersebut akan mudah untuk melakukan promosi Ketika promosi tersebut dilakukan dengan cara yang tepat dan dapat menarik perhatian kalangan mahasiswa
3. Harga produk kopi yang dijual lebih terjangkau.

**d. Threats/ancaman**

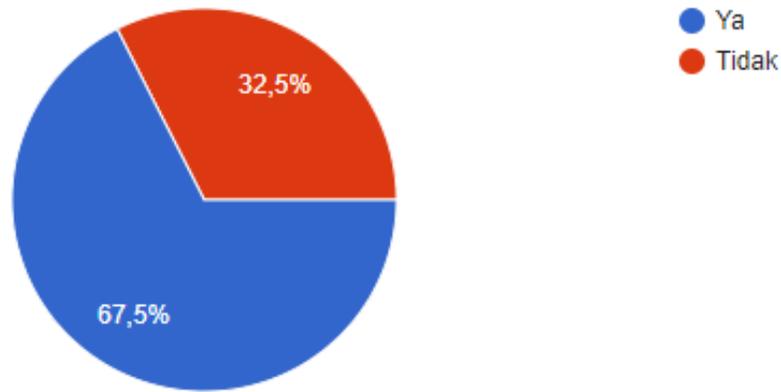
1. Persaingan ketat dengan merek-merek asing.
2. Kurangnya promosi yang dijalankan oleh SAUX Coffe tersebut mengakibatkan kopi tersebut kurang diketahui oleh masyarakat.
3. Belum mempunyai kedai kopi sendiri, banyaknya kedai kedai yang dijadikan pesaing dengan keunggulan masing masing.

#### **II.4.3 Kuisisioner terhadap masyarakat tentang SAUX Coffee**

Hasil dari analisis menggunakan kuisisioner telah direspon oleh 117 orang dan dibagikan melalui Google Form, disebarkan di kota Bandung dengan rata-rata usia 20 - 30 Tahun yang merupakan pelajar dan pekerja. 50,8% berjenis kelamin laki-laki dan 49,2% berjenis kelamin perempuan. Analisis kuisisioner dilakukan pada tanggal 4 - 6 April 2020.

Hasil dari analisis melalui kuisisioner :

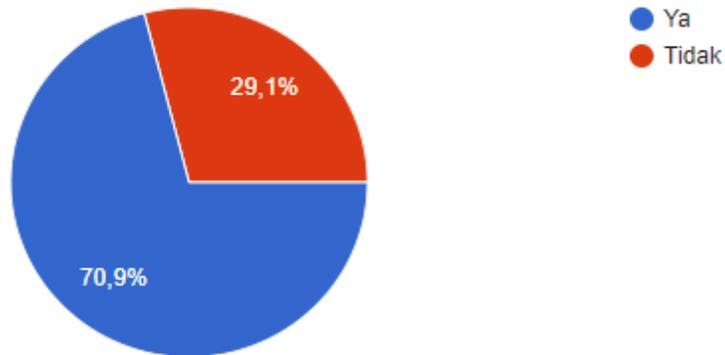
1. Apa kalian pencinta kopi?



Gambar II.20 Analisis kuisisioner.  
Sumber: Kuisisioner Pribadi (6 April 2020)

Pada pertanyaan pertama hasil menunjuka bahwa 67,5 % mengakui bahwa pencinta kopi, sedangkan 32,5 % tidak menyukai kopi.

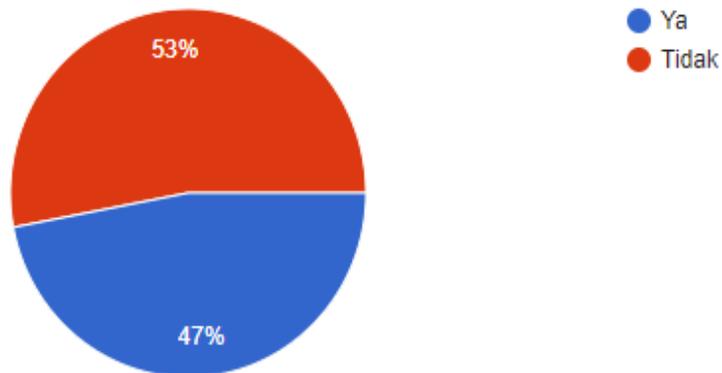
2. Apa meminum kopi itu penting ?



Gambar II.21 Analisis kuisisioner.  
Sumber: Kuisisioner Pribadi (6 April 2020)

Pada pertanyaan kedua menyatakan bahwa 70,9 % mengatakan bahwa meminum kopi itu penting.

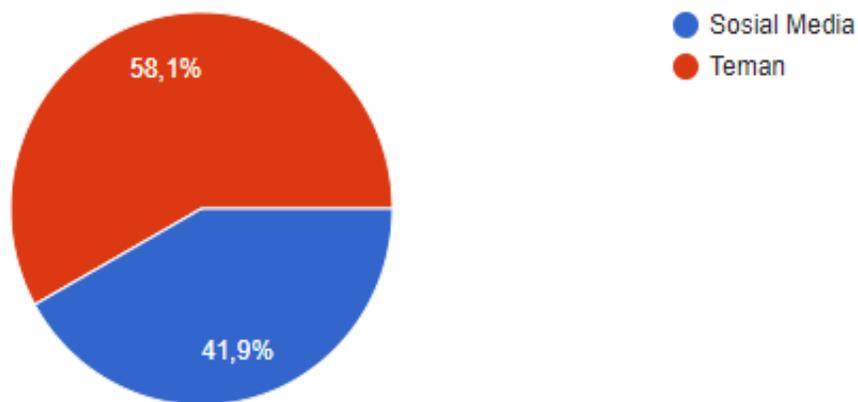
3. Apa kamu tau SAUX Coffee ?



Gambar II.22 nalisis kuisisioner.  
Sumber: Kuisisioner Pribadi (6 April 2020)

Pertanyaan ke 3, sebanyak 53% belum mengetahui SAUX Coffee.

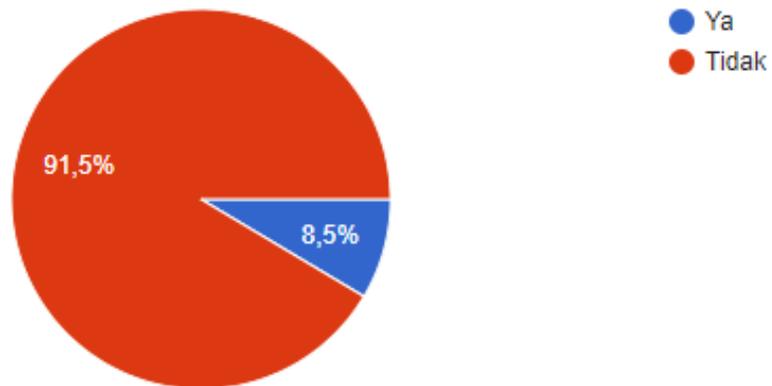
4. Kenal atau tau dari mana kah SAUX Coffee ?



Gambar II.23 Analisis kuisisioner.  
Sumber: Kuisisioner Pribadi (6 April 2020)

Pertanyaan ke 4 sebesar 58% mengetahui Saux Coffe dari temannya, dan sisanya mengetahui dari media sosial.

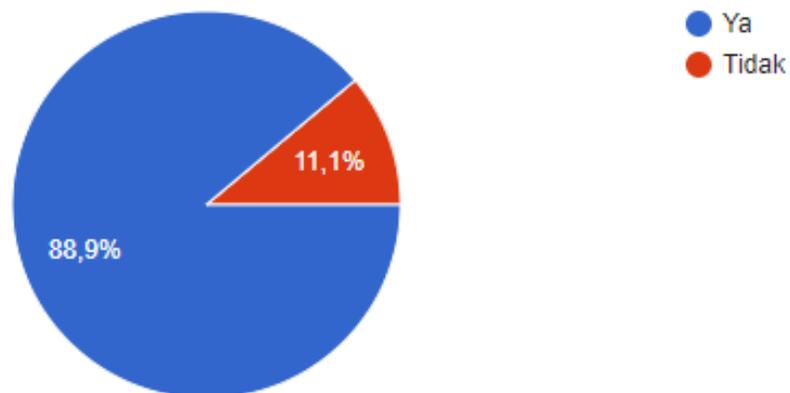
5. Apa kamu pernah merasakan SAUX Coffee ?



Gambar II.24 Analisis kuisisioner.  
Sumber: Kuisisioner Pribadi (6 April 2020)

Pertanyaan ke 5, sebanyak 91,5% belum pernah merasakan SAUX Coffee.

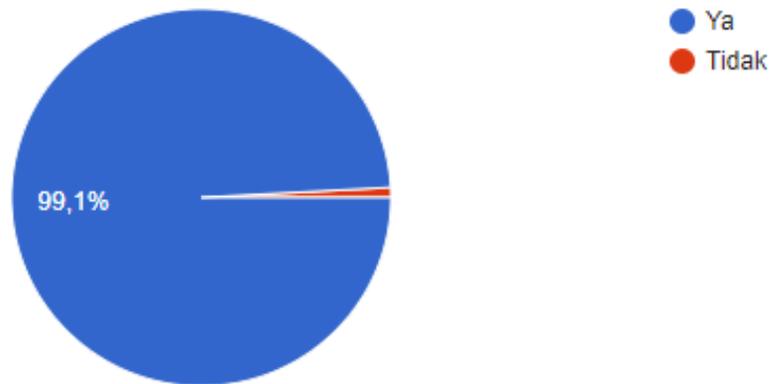
6. Apa kalian tertarik untuk membeli SAUX Coffe ?



Gambar II.25 Analisis kuisisioner.  
Sumber: Kuisisioner Pribadi (6 April 2020)

Pertanyaan ke 6 dalam 88,9% tertarik untuk membeli SAUX Coffee, sisanya belum tertarik untuk membeli kopi tersebut.

7. Menurut kamu apakah membeli produk lokal itu penting ?



Gambar II.26 Analisis kuisisioner.  
Sumber: Kuisisioner Pribadi (6 April 2020)

Sebanyak 99,1% mengatakan bahwa pentingnya membeli produk lokal, sisanya tidak yakin untuk membeli produk lokal.

8. Menurutmu Kopi itu apa ?

Aku ga terlalu suka kopi sih soalnya lambung ga kuat 😊 tp sewaktu2 suka butuh buat nahan ngantuk di perjalanan, jadi peran kopi penting ga penting

pelengkap hidup

Pelengkap.

Sebuah minuman atau bahan makanan yang bisa dikreasikan menjadi apapun

teman segalanya, lagi gabut lagi ngantuk yang dicari pasti kopi sih

Minuman yang pahit

Kopi itu biji buah yg bisa diolah jadi minuman, makanan, dan produk kecantikan :)

Kopi itu minuman yang bisa membuat pikiran kita jernih kembali

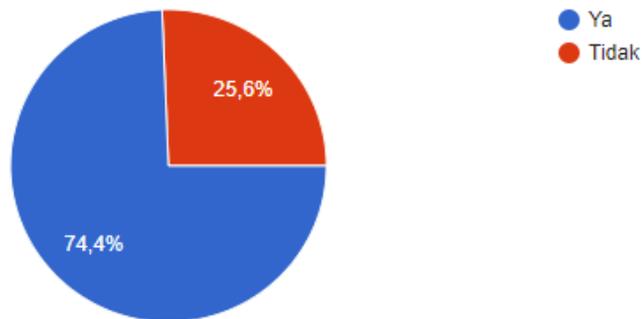
Mood booster

Kopi bagi gw saat ini ialah kebutuhan sehari".bahkan mungkin kopi bisa di sebut fren atau bisa jadi sahabat gw karna pagi,siang dan malam gw pasti didampingi dengan beribu" butir biji kopi
Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah melalui proses roasting dan dihaluskan menjadi bubuk. Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah melalui proses roasting dan dihaluskan menjadi bubuk.
Sesuatu yang enak
teman bersantai di saat pagi hari, sore, dan malam.
minuman buat begadang, tapi saya suka yang sachetan
Penawar kemuraman
Kopi adalah biji kehidupan, dimana ada kopi disitu ada kehidupan.
Temen gadang ketika sistem kebut semalam

Gambar II.27 Analisis kuisisioner.  
 Sumber: Kuisisioner Pribadi (6 April 2020)

Menurut beberapa orang, kopi merupakan teman dan juga merupakan jembatan penghubung antara ide dan kreatifitas saat meminumnya. Sisanya menganggap bahwa kopi hanyalah minuman.

9. Apa kamu pernah minum kopi di dalam hutan? Seperti pada saat *camping* atau hiking ?



Gambar II.28 Analisis kuisisioner.  
 Sumber: Kuisisioner Pribadi (6 April 2020)

Pertanyaan ke 9, sebanyak 74,4 % pernah merasakan minum kopi di dalam hutan.

10. Apa yang kamu rasakan saat meminum kopi di dalam hutan ?

Lebih nikmat
Enjoy
Menyenangkan, menenangkan ☐
Relax
Tenang
Belom pernah
Serem
Nah ini baru pas kalo di hutan trs ngopi enak tuh. Madep woyo2 😊
sepertinya gokil
Yang pastinya ga akan lo rasain pada saat lo ngopi di kota
Asik aja bisa ngobrol santai sambil menyeruput secangkir kopi di dalam hutan
merasakan ketenangan hati dan bahagia.
adem ayem merinding abis nya minum kopi item belum tidur, minum nya beberapa gelas gitu ya lupa pokonya badan jadi bergetar
Enak banget dingin, beda rasanya dengan ngopi di tempat tempat umum lainnya
Rasa nyaman, damai, segar.
tenang
Lebih manteb
Terasa nikmat

Gambar II.29 Analisis kuisisioner.  
Sumber: Kuisisioner Pribadi (6 April 2020)

Sebagian orang yang pernah merasakan meminum kopi didalam hutan, menyatakan bahwa saat meminum kopi rasanya berbeda dengan suasana yang tenang nyaman dan segar.

## **II.5 Resume**

SAUX Coffee sudah melakukan kegiatan promosinya melalui media sosial, salah satunya Instagram. Promosi tersebut belum sepenuhnya diketahui masyarakat, terutama untuk kopi yang *owner* buat untuk dijual. Promosi yang mereka lakukan di social media seperti Instagram sangat jarang, hal itu berpengaruh untuk penjualan mereka dan mengakibatkan kopi yang mereka buat bukan untuk tujuan utama masyarakat.

## **II.6 Solusi Perancangan**

Perancang mempunyai solusi untuk SAUX Coffee dari permasalahan yang ada pada *owner*, yaitu membuat promosi melalui poster untuk mengiklankan kopi yang *owner* buat. Poster merupakan media yang dipilih untuk menyampaikan pesan kopi yang dibuat oleh SAUX Farm tersebut, agar kopi yang mereka buat lebih banyak diketahui masyarakat, dan menjadi tujuan utama untuk membeli kopi. Media yang disampaikan melalui media poster, di karenakan lebih gampang tersebar luas kepada masyarakat, dengan visual yang menarik, masyarakat lebih tertarik untuk melihat, membaca dan membeli kopi tersebut.