BAB II

PROMOSI KOPI AROMA

2.1 Landasan Teori Promosi

Definisi atau arti promosi hanya untuk memperkenalkan suatu barang atau jasa yang baru maupun yang sudah ada dengan berbagai media agar mencapai tujuan tertentu. Berikut ini Arti atau definisi promosi :

a) Promosi adalah sebuah bentuk komunikasi pemasaran dimana dalam periklanan harus dapat membujuk masyarakat agar berperilaku sedemikian rupa sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan agar dapat memperkenalkan suatu produk yang dimiliki (Republika Indonesia, Jakarta, 1998 hal 102)

b) Promosi adalah usaha komunikasi yang menjembatani kesenjangan antara produsen dan konsumen. Usaha komunikasi tersebut dapat dibagi dalam bagian-bagian yang terdiri atas periklanan publisitas, humas dan proyek-proyek khusus, seperti *door to door* (pintu ke pintu), *direst mail* (iklan pos langsung), sampling (percontohan). (kamus istilah periklanan Indonesia).

c) promosi penjualan adalah kegiatan komunikasi pemasaran, selain dari pada periklanan, penjualan pribadi, dan hubungan masyarakat, dimana insentif jangka pendek memotivasi konsumen dan anggota saluran distribusi untuk membeli barang atau jasa dengan segera, baik dengan harga yang rendah atau dengan menaikkan nilai tambah.*(Lamb, Hair dan McDaniel (2001)).*

Dan dari beberapa pengertian promosi diatas dapat disimpulkan bahwa promosi itu ialah usaha komunikasi pemasaran oleh sebuah perusahaan barang atau jasa, dengan cara member informasi barang atau jasa, memiliki tujuan memotivasi konsumen untuk membeli dan agar perusahaan memiliki nilai tambah.

Dari pengertian tersebut adapula beberapa jenis – jenis promosi diantaranya :

1. Periklanan (*Advertising*), yaitu bentuk promosi *non personal* dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
2. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*), yaitu bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
3. Publisitas *(Publisity),* yaitu suatu bentuk promosi *non personal* mengenai, pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan jalan mengulas informasi/berita tentangnya (pada umumnya bersifat ilmiah).
4. Promosi Penjualan *(Sales promotion*), yaitu suatu bentuk promosi diluar ketiga bentuk diatas yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
5. Pemasaran Langsung *(Direct marketing),* yaitu suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen.

Dari landasan teori promosi diatas penulis menggunakan landasan teori kamus istilah periklanan yaitu promosi adalah usaha komunikasi yang menjembatani kesenjangan antara produsen dan konsumen. Usaha komunikasi tersebut dapat dibagi dalam bagian-bagian yang terdiri atas periklanan publisitas, humas dan proyek-proyek khusus, seperti *door to door* (pintu ke pintu), *direst mail* (iklan pos langsung), sampling (percontohan), Karena landasan promosi ini dapat mencakup beberapa cara yang akan digunakan dalam promosi kopi aroma.

2.2 Tinjauan Umum Kopi

Kopi adalah minuman dari biji kopi yang dikeringkan lalu dipanggang dan digiling, hasilnya kemudian bisa menjadi minuman. Kata kopi atau dalam bahasa Inggris *coffee* berasal dari bahasa Arab *qahwah*, yang berarti kekuatan. Kemudian kata kopi yang kita kenal saat ini berasal dari bahasa Turki yaitu *kahveh* yang kemudian belakangan menjadi *koffie* dalam bahasa Belanda dan *coffee* dalam bahasa Inggris. Kata tersebut diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi kopi.

2.2.1 Asal usul penyebaran

Tanaman kopi berasal dari dataran tinggi di Ethiopia, yang pada saat itu merupakan tanaman liar di Ethiopia sekitar abad ke-15 dari sini dikembangkan Lalu tanaman kopi di Semenanjung Arab, yang terkenal menjadi Kopi Arabika. Kopi Arabika saat ini menjadi jenis kopi yang paling

banyak diproduksi di dunia yaitu mencapai lebih dari 60 persen produksi kopi dunia.

Menurut legenda, kopi ditemukan oleh seorang pemuda Arab bernama Kaldi, seorang penggembala kambing. Ia selalu memperhatikan bahwa kambingnya selalu menunjukkan gejala gembira setelah menggigit biji dan daun suatu tanaman hijau. Karena penasaran, ia mencoba biji tanaman tersebut dan merasakan efek semangat serta gembira. Akhirnya penemuan ini menyebar dari mulut ke mulut, sejak itu lahirlah kopi menurut legenda di Arab.

Pada tahun 1610, tanaman kopi pertama ditanam di daerah India. Bangsa Belanda mulai mempelajari pengembangbiakan kopi pada tahun 1614. Lalu pada tahun 1616, mereka berhasil memperoleh bibit dan tanaman kopi yang subur dan langsung mendirikan perkebunan kopi di Srilanka dan tanah Jawa (Indonesia) pada tahun 1699. Kemudian oleh bangsa Belanda, tanaman ini disebar ke koloni Belanda di Amerika Tengah seperti di Suriname dan Kepulauan Karibia. Kemudian bangsa Perancis juga tertarik dengan perdagangan kopi ini. Mereka membeli bibit kopi dari Belanda lalu dikembangkan di Pulau Réunion sebelah timur Madagaskar. Namun mereka gagal mengembangkan kopi di sini. Lalu pada tahun 1723, bangsa Perancis mencoba mengembangkan tanaman kopi di daerah Pulau Martinik. Pada tahun 1800-an, tanaman kopi dikembangkan di Hawaii, kemudian tanaman ini juga dikembangkan di Brasil dan daerah-daerah lainnya.

2.2.1 Jenis – jenis kopi

Jenis kopi yang banyak dibudidayakan yakni kopi arabika (*coffea Arabica*) dan robusta (*Coffea canephora*). Jenis Kopi Arabika dikembangkan menjadi *coffea liberica* dan *coffea congensis*.

a) Kopi Arabika

Awalnya, jenis kopi yang dibudidayakan di Indonesia adalah arabika, lalu liberika, dan terakhir kopi jenis robusta. Kopi jenis arabika sangat baik didaerah yang berketinggian 1.000 – 2.100 meter diatas permukaan laut (Ir. Edy Panggabean,2011). Semakin tinggi lokasi perkebunan kopi, cita rasa yang dihasilkan oleh biji kopi akan semakin baik. Karena itu, perkebunan kopi arabika hanya terdapat dibeberapa daerah yang memilki ketinggian diatas 1.000 meter). Berikut ini beberapa daerah penanaman jenis kopi arabika yang terkenal di Indonesia.

- Provinsi Sumatera Utara (Kabupaten Tapanuli Utara, Kabupaten Dairi, Kabupaten Tobasa, Kabupaten Humbang, Kabupaten Mandailing, dan Kabupaten Karo).
- Provinsi Aceh
- Provinsi Lampung
- Beberapa Provinsi di Pulau Sulawesi, Jawa, Bali.

Berikut karakteristik biji kopi arabika secara umum :

1. Rendemennya lebih kecil dari jenis kopi lainnya (18 – 20%).
2. Bentuknya agak memanjang.
3. Bidang cembungnya tidak terlalu tinggi.
4. Lebih bercahaya dibandingkan dengan jenis lainnya.

5. Ujung biji lebih mengkilap, tetapi jika dikeringkan berlebihan akan terlihat retak atau pecah.
6. Celah tengah (*Center Cut)* dibagian datar (perut) tidak lurus memanjang kebawah, tetapi berlekuk.
7. Untuk biji yang sudah dipanggang (*roasting)*, celah tengah terlihat putih.
8. Untuk biji yang sudah diolah, kulit ari kadang – kadang masih menempel dicelah atau parit biji kopi.

(Ir. Edy Panggabean, buku pintar kopi,2011)

b) Kopi Robusta

Tanaman kopi jenis robusta memilki adaptasi yang lebih baik dibandingkan dengan jenis kopi arabika. Areal perkebunan kopi jenis robusta di Indonesia relatif luas. Pasalnya, jenis kopi robusta dapat tumbuh di ketinggian yang lebih rendah dibandingkan dengan lokasi perkebunan arabika. Jenis kopi robusta yang asli sudah hampir hilang. Saat ini beberapa jenis robusta sudah tercampur menjadi klon atau hibrida. Produksi kopi jenis robusta secara umum dapat mencapai 800-2.000 kg/hektar/tahun (Direktorat Jendral Perkebunan, 2002). Berikut ini karakteristik fisik biji kopi robusta :

1. Rendemen kopi robusta relatif lebih tinggi dibandingkan dengan rendemen kopi arabika (20 – 22%).
2. Biji kopi agak bulat.
3. Lengkungan biji lebih tebal dibandingkan dengan jenis arabika.

4. Garis tengan (parit) dari atas ke bawah hampir rata.
5. Untuk biji yang sudah diolah, tidak terdapat kulit ari dilekukan atau dibagian parit.

(Ir. Edy Panggabean, buku pintar kopi,2011)

2.3. Manfaat kopi

Minuman kopi telah dikenal begitu luas sekarang ini, dan berbagai peringatan dari para ahli telah berulang kali diungkapkan selama bertahun-tahun terhadap banyaknya bahaya yang mengancam para peminum kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para penggemar kopi harus mewaspadai bahaya yang bisa timbul dari kebiasaan minum kopi mereka. Namun kesimpulan yang dibuat para peneliti ini belum menunjukan kesimpulan yang meyakinkan. Mereka berpikir bahwa kopi dapat meningkatkan kadar gula dalam tubuh. Ternyata, pendapat para peneliti dari Universitas Harvard ini mengenai kopi telah terbantahkan oleh sebuah penelitian terbaru di Amerika Serikat. Selain bisa mengobati rasa kantuk, dua varian kopi juga bisa mencegah diabetes. "Semua mitos tentang kopi ternyata salah"(Profesor Simin Liu, ketua peneliti). para ilmuwan di Universitas California, Los Angeles, AS, menemukan bahwa minuman yang terbuat dari biji kopi (*Coffea arabica dan Coffea canephora*) dapat mencegah diabetes tipe dua yang diakibatkan oleh defisiensi sekresi insulin (Medicmagic.net, Rabu (19/1)). Mungkin pengaruh kafein yang paling penting adalah kemampuan untuk meningkatkan suasana hati dan kinerja. Pada tingkat konsumsi sampai dengan 200mg, konsumen melaporkan rasa

peningkatan kesejahteraan, energi dan keramahan. Kafein meningkatkan kewaspadaan dan waktu reaksi. Dan dalam kurang tidur, ia memperbaiki memori dan kemampuan untuk melakukan tugas-tugas kompleks. Departemen transportasi menyarankan para pengendara untuk beristirahat selama 15 menit dan minum dua cangkir kopi setiap dua jam untuk mengurangi kelelahan. Untuk itu, aktif kafein meningkatkan ketahanan dalam kegiatan aerobik, dan kinerja yang anaerob, dan bantuan kemampuan untuk membakar lemak untuk bahan bakar.

2.4 Sejarah Kopi Aroma

Pabrik Kopi Aroma bukanlah nama yang asing bagi pecinta kopi sejati, bahkan tidak berlebihan bila disebut legendaris. Faktanya dapat dilihat dari banyaknya para pecinta kopi dari luar kota Bandung yang berdatangan hanya untuk membeli kopi saja. Pasalnya kopi aroma ini keberadaannya dari jaman Belanda dan memproduksi kopi terbaik sejak tahun 1930an, yang dirintis oleh Tan Houw Sian. Kopi aroma adalah usaha keluarga yang kini diteruskan oleh generasi kedua, Memiliki pabrik sendiri pada tahun 1920. Sebelum memiliki pabrik sendiri, di tahun 1920an Tan Houw Sian menjadi pekerja di pabrik kopi milik Belanda. Upah dari hasil bekerjanya ditabung untuk merintis pabrik kopi sendiri pada tahun 1930an.

Kopi aroma sejak dulu hingga kini tetap mempertahankan ciri khasnya yang klasik. Mulai dari mesin pemanggang, mesin pemilah biji kopi, mesin penggiling, toples-toples tua, hingga bungkus kemasan kopi yang

teksnya masih menggunakan ejaan lama. Di dalam toko dipajang mesin kopi buatan tahun1930, salah satunya buatan Amerika. Mesin kopi jaman dulu ini sudah menggunakan tenaga listrik, tentu tidak dapat di sejajarkan dengan mesin *saeco* atau *keurig k-cup* yang mewakili mesin kopi jaman sekarang karena kopi yang dihasilkan oleh mesin jaman dulu lebih baik. Pabrik ini memiliki mesin pengolahan kopi sendiri bermerek "probat" buatan jerman tahun 1936 (widyapratama 2011). Selain bangunannya yang tidak berubah baik luar maupun dalam, kopi aroma memiliki satu hal yang menjadi kelebihan utamanya, yaitu rasanya. Ada dua jenis kopi yang di produksi oleh kopi aroma, yaitu robusta dan arabika *mocca*.

2.5 Cara Pengolahan Kopi Aroma

Proses pengolahan kopi aroma sangat panjang dan membutuhkan ketelitian.Berikut ini adalah beberapa cara pengolahan kopi aroma :

- Setelah kopi dibeli langsung dari petani kopi dan dibersihkan , biji - biji kopi disimpan selama 8 tahun sebelum dipanggang dia tas api tampa minyak dan digiling. Selama itulah waktu terbaik untuk penyimpanan kopi ini merupakan proses untuk memantapkan citarasa kopi. Semakin lama masa penyimpanan biji kopi, semakin rendah kadar kafein yang terkandung. Hasilnya, perut tidak kembung dan tidak ada rasa kecut yang tertinggal di tenggorokan setelah di konsumsi. Kadar asam pada kopi pun turun hingga 2% sampai 3%. Setelah kopi terbaik didapatkan, kopi ini dijemur dengan terik

matahari selam 7 jam. Setelah itu di simpan dalam karung dan dijaga tingkat kekeringannya.

Kopi yang berusia lebih muda akan terlihat putih kekuning - kuningan. Sedangkan yang sudah lama akan terlihat lebih gelap (kecoklat - coklatan). Kopi robusta bentuknya agak pipih sementara arabika lebih agak bulat

- Biji kopi disangrai dalam waktu satu jam lebih. Proses pembakarannya menggunakan kayu pohon karet. Selain ramah lingkungan karena asapnya tidak tebal dan membuat mata perih, batang pohon karet juga tidak mempengaruhi aroma dan rasa kopi. Kayu pohon karet juga menghasilkan *temperature* yang rendah dan ikut menambah aroma khas pada kopi.
- Biji kopi yang sudah masak, diayak untuk dilepaskan sisa kulitnya, kemudian di pilih biji yang benar-benar bagus. Setiap hari, tidak kurang dari 200 kg kopi robusta dan arabika. Dari 200 kg kopi itu hanya akan menghasilkan 160 kg, karena penyusutan kandungan kopi. Setelah biji yang bagus, biji kopi kembali diayak kemudian digiling dan dikemas sesuai permintaan konsumen. Biji kopi yang baru digiling bisa tahan hingga 3 bulan.

2.6 Profil Produk

Produk Kopi aroma adalah kopi dengan sebuah kenikmatan yang khas dengan pilihan jenis kopi yaitu kopi aroma robusta dan kopi aroma arabika *mocca.* Kopi aroma arabika mocca mempunyai cita rasa *mocca*

yang sweet dan smoky. *Sedangkan* kopi aroma robusta bercita rasa *acidic (asam) dan after taste*.

- **Adapun yang menjadi ciri dari kopi aroma :**
    - Bisa diracik sendiri sesuai keinginan
    - Harganya yang murah dan terjangkau
    - Proses pengolahan yang sangat berbeda dengan proses pengolahan pabrik kopi rumahan yang lain
    - Biji kopi dipasok dari seluruh Indonesia terkecuali Irian jaya
- **Distribusi**

  Penjualan kopi Aroma hanya dijual ditoko kopi Aroma di jalan Banceuy 51 Bandung.
- **Karyawan**

  Karyawannya sekarang hanya 9 orang.

2.7 Analisis *SWOT*

Analisis SWOT dilakukan penulis sebagai studi analisa produk untuk perbandingan antara kopi aroma dan produk kompetitor.

- *Strength* (kekuatan)

    - Bisa diracik sendiri sesuai keinginan
    - Harganya yang murah dan terjangkau
    - Pabrik dan alat untuk memproses kopi dari jaman dulu tidak berubah.

- Proses pengolahan yang sangat berbeda dengan proses pengolahan pabrik kopi rumahan yang lain
- Biji kopi dipasok dari seluruh Indonesia terkecuali Irian jaya
- cara proses penyimpanan kopi aroma yang sangat panjang itu menghasilkan manfaat yang baik yaitu perut tidak akan kembung sesudah meminum kopi ini.
- zat asam yang berada didalam kopi sedikit dipercaya tidak mengganggu kerja lambung.

- *Weakness* (kelemahan)
  - Memiliki kemasan yang dari jaman dulu tidak berubah.
  - Kemasan yang kurang menarik
  - Pendistribusiannya kurang meluas.
  - Promosi kopi aroma hanya dari mulut ke mulut.
- *Opportunity* (kesempatan)
  - Membuka cabang baru kopi aroma
  - Memperluas distribusi penjualan.
  - Melakukan promosi melalui media lain dan memberikan hadiah menarik.
- *Threat* (ancaman)
  - Kompetitor kopi lain yang dapat mendistribusikan produknya di berbagai daerah di Indonesia.
  - Produk kompetitor yang mudah didapat.

- Produk *competitor* dengan kemasan praktis dan lebih murah.
- Menghilangnya konsumen jika tidak berpromosi.

2.8 Target sasaran atau segmentasi

1. Jenis Kelamin : Pria dan wanita.
2. Umur : 30 tahun keatas
3. Geografis

   Berdasarkan tempat yaitu pria dan wanita dewasa yang berada di Bandung.
4. Status sosial ekonomi

   Banyak penikmat kopi hitam yang status ekonominya menengah ke bawah.