

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani Kopi di Indonesia. Keberhasilan bisnis kopi membutuhkan dukungan semua pihak yang terkait dalam proses produksi kopi pengolahan dan pemasaran komoditas kopi. Upaya meningkatkan produktivitas dan mutu kopi terus dilakukan sehingga daya saing kopi di Indonesia dapat bersaing di pasar dunia.

kopi bagi masyarakat Bandung merupakan tempat dimana masyarakat berkumpul untuk sekedar melepas lelah, tempat mengawali hari sebelum melaksanakan aktivitas rutin, atau menghabiskan waktu yang dianggap bermanfaat dibandingkan melakukan kegiatan seperti tidur, jalan-jalan tanpa tujuan dan sebagainya. Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Dua varietas pohon kopi yang di kenal secara umum yaitu kopi robusta (*coffea canephora*) dan kopi arabika (*coffea Arabica*). Pemrosesan kopi sebelum dapat diminum melalui proses panjang yaitu dari pemanenan biji kopi yang telah matang baik dengan cara mesin maupun dengan tangan kemudian dilakukan pemrosesan biji kopi dan pengeringan sebelum menjadi kopi gelondong. Proses selanjutnya yaitu penyangraian dengan tingkat derajat yang bervariasi. Setelah penyangraian biji kopi di giling atau di haluskan menjadi bubuk kopi dapat di minum.

Salah satu tempat kopi yang mulai di buka pada tanggal 3 oktober 2015 yang terletak di Jalan.Hasanudin No.33 Bandung (samping unpad). Kedai kopi masbor merupakan kopi yang berbasis di daerah Bandung. Kedai kopi Masbor, kopi itu adalah tempat yang enak untuk di kunjungi setelah beraktifitas dan menu yang

relatif murah buat kalangan bawah ke atas, dan konsumen dapat menikmati beragam macam menu kopi dengan metode penyeduhan yang berbeda-beda, beragam macam pilihan menu, dan juga beragam pilihan dalam hidangan utama. Desain tempat pun dibuat nyaman di suasana di pinggir jalan. Indonesia memiliki beragam macam produksi kopi, mulai dari Sumatra, Jawa, Sulawesi, hingga Papua, dengan memiliki kualitas biji kopi yang sangat baik dan dapat dikenal sebagai pasar kopi secara global. Menyeduh kopi dengan baik dan benar yang di jadikan sebagai langkah terbaru dalam pertumbuhan industri rantai kopi, dari benih ke cangkir. Maka oleh sebab itu, kopi masbor diciptakan untuk menyediakan kopi yang baik bagi orang-orang yang pecinta kopi, dengan penyeduhan cara yang tepat.

Kebanyakan orang belum mengetahui tentang keberadaan dan ciri khas kopi masbor tersebut. Oleh karena itu, diperlukan informasi yang lebih, tentang kedai kopi tersebut.

I.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah penelitian ini adalah :

- Banyaknya tempat kedai kopi di Bandung, tetapi promosi yang pernah dilakukan Kedai Kopi Masbor masih sangat terbatas dan kurang menarik minat khalayak sasaran sehingga kurangnya pengunjung yang datang dan berdampak kepada penurunan penjualan produk.
- Persaingan dan perkembangan kedai kopi di Bandung dalam dunia kuliner termasuk pesat, namun media untuk mempromosikan Kedai Kopi Masbor masih sangat terbatas.

I.3 Rumusan Masalah

penelitian dirumuskan pada :

- Kurangnya media yang mempublikasikan tentang keberadaan kedai kopi masbor membuat masyarakat ataupun penikmat kopi kurang mengenal kedai kopi ini. Maka rumusan masalahnya adalah bagaimana

memperkenalkan dan memberikan nilai kepercayaan lebih Kedai Kopi Masbor kepada masyarakat luas khususnya di kota Bandung.

I.4 Batasan Masalah

Mengingat begitu luasnya ruang lingkup dalam perancangan ini, maka penulis membatasi permasalahan tersebut pada keberadaan Kedai Kopi Masbor.

I.5 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan atas masalah tersebut adalah :

- Memberi informasi tentang keberadaan Kedai Kopi Masbor sebagai salah satu kedai kopi di Bandung.
- Memperluas jangkauan promosi, lebih banyak dikenal masyarakat bahkan sampai ke manca negara. Produk yang bisa ditawarkan bisa berupa produk barang maupun jasa. Dengan luasnya promosi maka otomatis akan meningkatkan penjualan.