

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki kekayaan alam yang melimpah seperti jenis tanaman, jenis tanah, kandungan unsur hara, suhu, iklim. Salah satunya perkebunan kopi, wilayah dari Sabang sampai Merauke memiliki kualitas kopi yang memiliki cita rasa kualitas baik, bahkan Indonesia menjadi pemasok kopi ke empat di dunia. Wilayah penghasil kopi yang sudah terkenal adalah kopi Gayo Aceh, kopi Bali (Kintamani), dan kopi Toraja.

Wilayah Jawa Barat memiliki produk unggulan kopi yang dikenal dengan nama *Java Preanger Coffee*, daerah penghasil kopi mulai dari Gunung Cikuray, Gunung Papandayan, Gunung Malabar, Gunung Caringin, Gunung Tilu, Gunung Patuha, Gunung Halu, Gunung Besar, Gunung Burangrang, Gunung Tangkuban Perahu, Gunung Manglayang, Pangalengan dan salah satunya berada di wilayah kabupaten Sumedang.

Kabupaten Sumedang memiliki perkebunan kopi di wilayah Cimalaka, Cakra Buana, Wado, namun wilayah tersebut tidak terpelihara dengan baik hanya khusus di daerah Rancakalong saja yang dipelihara dengan baik dan memiliki wilayah sebagian besarnya perkebunan kopi sejak dahulu. Keterbatasan petani memiliki kendala dalam memproses dari awal penanaman hingga menjadi produk tepung kopi. Sehingga pada tahun 2006 dari Dinas Perhutanan dan Perkebunan mencoba penyuluhan kepada petani kopi untuk bisa di praktikan dalam proses pengolahan kopi.

Proses penyuluhan metode penerapan kopi yang cukup lama kepada petani membuat hasil produk olahan kopi ini baru di perkenalkan pada tahun 2011 kepada pemerintahan Jawa Barat. Sehingga pada tahun 2012 diadakannya *kaping test* untuk analisis kopi dari beberapa daerah penghasil kopi di Jawa Barat kepada Laboratorium Penguji Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia. Hasilnya menyatakan bahwa nilai

yang dimiliki dari kopi Sumedang menduduki peringkat pertama di daerah Jawa Barat dengan hasil *final score* 84.50 *Excellent*, karena memiliki cita rasa *Floral*.

Pada umumnya secara geografis kopi yang baik tumbuh di dataran tinggi 1300M, sedangkan kota Sumedang memiliki dataran yang rendah dibandingkan dengan wilayah penghasil kopi lainnya di Jawa Barat. Menurut hasil wawancara yang dilakukan dalam keunggulan dari kopi Sumedang dilihat dari Proses pemeliharaan, cara pengolahan yang baik dan kandungan unsur hara yang mendukung.

Dijadikan Produk Kopi Sumedang pada saat ini banyak diteliti oleh orang asing dan banyak dicari oleh pengusaha *cafe* dalam negeri. Sebagian besar petani kopi menjual *green bean* saja kepada pengusaha *cafe*, sampai saat ini produk kopi Sumedang belum diperjual belikan ke masyarakat luas khususnya daerah Sumedang. Masyarakat di wilayah Sumedang dan didaerah lain tidak mengetahui keberadaan produk kopi Sumedang dikarenakan identitas kopi Sumedang yang belum jelas dan promosi yang masih kurang, oleh karena itu diperlukan suatu rancangan strategi *Re-Branding* kopi Sumedang yang menarik.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

Bedasarkan latar belakang diatas, maka dapat dikemukakan identifikasi permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana merancang strategi *Re-Branding* yang efektif dan promosi yang menarik untuk memperkenalkan kualitas kopi lokal khas Sumedang pada masyarakat melalui Desain komunikasi visual?

Ruang lingkup perancangan “*Re-Branding* kopi lokal khas Sumedang” dibatasi pada salah satu kelompok petani kopi Tani Maju Mekar yang berpotensi untuk mengembangkan produk kopi khas Sumedang yang berkualitas karena sudah memiliki piagam penghargaan dari Gubernur Jawa Barat. Perancangan ini dibatasi pada target market kalangan menengah dan menengah atas sesuai dengan harga yang relatif mahal dari produk kopi khas Sumedang. Target wilayah di Jawa Barat dan kota-kota besar yang sering melintasi kota Sumedang seperti Jakarta, Bandung, dan Cirebon.

### 1.3 Tujuan Perancangan

Kopi Sumedang memiliki identitas yang jelas dan menarik untuk dinikmati oleh para masyarakat pecinta kopi sebagai salah satu gaya hidup saat ini, Sehingga kopi Sumedang semakin dikenal oleh masyarakat luas sebagai kopi lokal khas Indonesia. bisa memicu perkembangan pariwisata Sumedang sehingga kota Sumedang dapat dikenal oleh masyarakat luas.

### 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis lakukan sebagai berikut:

#### a. Wawancara

Dilakukan dengan beberapa narasumber yang bersangkutan dengan produk kopi Sumedang adalah sebagai berikut untuk mengetahui memperkuat data-data mengenai kopi Sumedang :

- Bapak Budi Jatmika selaku penanggung jawab sektor kopi Sumedang dari Dinas Perhutani dan Perkebunan kabupaten Sumedang
- Bapak Sulaeman selaku ketua kelompok petani kopi Tani Maju Mekar Desa Nagarawangi kecamatan Rancakalong Kabupaten Sumedang.
- Bapak Zaeni Adlan selaku pengurus Industri Agro Kimia dan hasil Hutan dari Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, Menengah, Perindustrian dan Perdagangan kabupaten Sumedang.
- Bapak Bonny selaku *Manager Cafe* Morning Glory pusat di Sentrasari.
- Anak dari Bapa Widya Pramata selaku pemilik Koffie Fabriek Aroma Bandoeng.

#### b. Observasi

Observasi dilakukan dengan observasi langsung ke petani kopi di daerah Rancakalong kabupaten Sumedang, ke Dinas Hut Bun dan Dinas Koperasi UMKM, INDAG, ke *cafe- cafe*, ke tempat penjualan oleh-oleh kopi khas Jawa Barat. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai keberadaan kopi Sumedang.