

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rumah Kopi Ranin merupakan hasil dari experimentasi bisnis yang mempunyai prinsip dari kedaulatan pangan serta hobi dari dua orang aktivis pertanian. Ranin yang mempunyai arti Rakyat Tani Indonesia yang didirikan oleh penggelut permasalahan pertanian dan mengenyam pendidikan sedisiplin di Institut Pertanian Bogor (IPB). Dengan pendidikan serta pengalaman yang telah dimiliki dalam mengorganisir kegiatan-kegiatan politis para petani, tak heran jika Rumah Kopi Ranin memiliki rantai pasokan dan rantai nilai *green bean* yang mereka bangun sendiri. Rumah Kopi Ranin didirikan pada tahun April 2012, di Jalan Ahmad sobana 22A, Banjarjati, Bogor, yang kini Rumah Kopi Ranin menjadi ikon baru kota hujan dalam persoalan gerakan *manual brewing*.

Tejo Pramono dan Uji Sapitu merupakan pendiri Rumah Kopi Ranin, keduanya merupakan aktivis dalam dunia pertanian sejak masih kuliah. Tejo Pramono merupakan salah satu aktivis La Via Campesina, merupakan organisasi dari gerakan Internasional para petani gurem tak bertanah dalam masyarakat adat. Tejo Pramono dan Uji Sapitu memiliki banyak pengalaman dalam isu sosial secara umum dan khususnya kedaulatan pangan. Bagi mereka, konsumen perlu menyadari bahwa kewenangan konsumen dan produsen kopi merupakan utama dan bersama. Bisa diartikan bahwa konsumen bisa mendapatkan kualitas pangan yang premium yang selama ini terkikis oleh semangat konsumerisme yang didiktekan oleh korporat pangan, (Kopi Ranin, 2014).

Misi Rumah Kopi Ranin adalah untuk menjembatani untuk menghubungkan konsumen dengan petani, yang bertujuan untuk menegakkan keberlanjutan kehidupan (*sustainable livelihood*). Buruknya hubungan yang dijalin oleh konsumen dan produsen, menjadi permasalahan utama untuk diselesaikan. Sehingga kopi pada akhirnya menjadi hal yang dapat menghubungkan secara sosial antara konsumen dan produsen.

Tejo Pramono dan Uji Sapitu selalu berusaha datang dalam waktu luangnya untuk menyapa para tamu yang datang ke Rumah Kopi Ranin. Keterbukaan mereka dalam memberikan ilmu dan informasi mengenai produk kopi yang mereka gunakan serta lokasi petani yang berkolaborasi dengan Rumah Kopi Ranin. Latar belakang aktivisme yang dimiliki oleh para

pendiri Rumah Kopi Ranin menjadikan mereka terbuka untuk berdiskusi. Pelataran langgar merupakan tempat yang mereka sediakan untuk berdiskusi mengenai kopi nusantara.

Rumah Kopi Ranin menyuguhkan kopi dengan karakter cita rasa yang beragam, sehingga banyak pelanggan yang berkunjung memang penasaran dengan karakter kopi yang ditawarkan. Tak sedikit produk di Rumah Kopi Ranin menggunakan kopi dari berbagai daerah di Indonesia. Mereka juga bekerja sama dengan ahli pengelompokan (*grading*) kopi yang memiliki idealisme untuk menentukan *specialty coffee* dari Indonesia sehingga kualitas kopi yang digunakan untuk konsumen maupun impor sama baiknya.

Rumah Kopi Ranin menggunakan kopi Indonesia yang langsung terhubung dengan petani. Kopi terbaik Indonesia hampir 90 persen diserap oleh perusahaan besar yang ada di luar negeri. Rumah Kopi Ranin hadir untuk menjadikan kopi Indonesia kualitas terbaik agar dapat meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap kopi lokal di Indonesia, sehingga banyak masyarakat di dalam negeri yang dapat menikmati kopi Indonesia dengan kualitas ekspor

Di kota Bogor, Rumah Kopi Ranin bisa dibilang merupakan salah satu pelopor kedai kopi. Tahun 2012 sebelum Rumah Kopi Ranin berdiri belum banyak masyarakat di Indonesia yang mengetahui berbagai macam jenis kopi di Indonesia yang memiliki *grade specialty coffee*. Hal ini yang membuat Rumah Kopi Ranin terdorong untuk memperkenalkan kopi untuk menarik orang awam agar dapat menikmatinya dengan cara program *public cupping* atau yang bisa disebut dengan uji citarasa. Uji citarasa ini dilakukan secara terbuka untuk pengunjungnya.



Gambar 1.1 Rumah Kopi Ranin (Sumber : Data primer, 2020)

Pada masa sekarang ini peningkatan jumlah kedai kopi cukup signifikan. Bahkan kedai kopi hadir tidak hanya di distrik kuliner utama, tetapi juga hadir di daerah perumahan. Hal ini rata-rata diinisiatifkan oleh anak-anak muda yang sedang berusaha untuk menjadi pengusaha muda. Dalam era ini, Rumah Kopi Ranin memberikan kiat agar usaha kopi dapat bertahan lama. Salah satunya adalah bagaimana terus berinovasi dalam dunia kopi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola Rumah Kopi ranin yang bernama Bapak Uji Sapitu, maka dalam mempertahankan Rumah Kopi Ranin dalam bisnis kopi di Indonesia sebagai berikut:

1. Kualitas kopi

Kualitas kopi menjadi faktor utama. Mendidik pegawai untuk menjadi grader kopi untuk menjaga kualitas. Mereka akan menyeleksi dan mengontrol kualitas kopi dari proses evaluasi mutu yang akan diolah.

2. Membangun *Mutual Business Network* dengan petani.

Tanpa adanya petani yang merawat kebun dan mengolah kopi dengan benar tidak bisa didapatkan biji kopi yang berkualitas. Karena itu hubungan dengan para petani tidak hanya sekedar untuk bertansaksi tetapi perlu saling menguatkan satu sama lain. Kunjungan ke petani dengan intensitas yang sering salah satu program belajar bersama atas mutu citarasa. Dengan itu petani akan menguasai standar mutu citarasa agar mampu menghasilkan kopi berkualitas.

3. Mengenalkan Kopi Kepada Pelanggan.

Cara yang dilakukan dengan cara mengajak pelanggan mencicip varian baru yang ada di kedai. Setelah proses *roasting*, barista kerap mengajak pelanggan untuk turut serta mencicipi pada saat proses *cupping*. Pengalaman ini membuat pelanggan mendapatkan pengetahuan tentang kopi.

4. Melakukan Inovasi Baru Dengan Membangun Destinasi Wisata Kopi Indonesia.

Saat ini banyaknya *coffee shop* yang tumbuh di wilayah kota Bogor, namun Rumah Kopi Ranin justru berpindah ke pinggir kota Bogor. Lembah di pinggir sungai merupakan tempat baru yang menarik, dengan memadukan konsep kedai khas Indonesia. Pelanggan disuguhkan dengan suasana rumah di desa penghasil kopi.

Rumah Kopi Ranin terpanggil untuk ikut mendorong para peneliti dan mahasiswa untuk melakukan riset dan *action reasearch* agar makin memperkaya referensi, teks, dan pengetahuan tentang kopi di Indonesia. Kami telah menyusun beberapa topik atau tema dari berbagai latar belakang keilmuan yang kami pandang diperlukan saat ini, (Kopi Ranin, 2016). Berdasarkan pengalaman selama ini, Rumah Kopi Ranin akan ikut membantu dalam berbagai aspek seperti untuk penentuan lokasi studi, pengumpulan data/ kuesioner atau menemukan kontak petani dan kelompok tani yang tepat, memberikan material sample penelitian, pengujian citarasa, termasuk ikut memberikan masukan pada penyusunan studi.

Rumah Kopi Ranin sangat ingin mendorong agar beberapa penelitian lahir dalam koridor kedaulatan pangan atau *food sovereignty*. Artinya penelitian yang dilakukan dalam semangat untuk mengangkat martabat pekebun dan petani kopi skala keluarga. Sehingga manfaat paling besar bisa diperoleh oleh para keluarga petani di pedesaan dan daerah pinggiran hutan tempat umumnya pekebun kopi bermukim. Tema ekologi atau agroekologi sangat menarik, oleh karena itu sebaiknya besarnya animo masyarakat untuk menikmati kopi yang nikmat mustinya berkorelasi dengan produksi yang memulihkan ekosistem pertanian dan kehutanan, termasuk memulihkan siklus hidrologi. Pengembangan kopi di Indonesia sebaiknya juga selaras dengan upaya mengangkat kebudayaan nusantara, sehingga kopi tampil dengan ke-Indonesiaan.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk menceritakan Inovasi Rumah Kopi Ranin di Bogor, dengan Rumah Kopi Ranin sebagai *observant*. Berdasarkan latar belakang diatas dapat dihasilkan perumusan masalah sebagai berikut.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan data yang ada, perumusan masalah yang dibahas adalah

- a. Bagaimana sejarah terbentuknya Rumah Kopi Ranin?
- b. Apa ciri khas dan inovasi yang dilakukan Rumah Kopi Ranin sehingga dikenal?
- c. Apa yang membuat Rumah Kopi Ranin tergerak untuk berkolaborasi dengan petani untuk *specialty coffee*?
- d. Apa kendala yang dialami Rumah Kopi Ranin dalam mengembangkan dan menjaga Kopi Indonesia?
- e. Bagaimana potensi kopi di Indonesia selama ini?

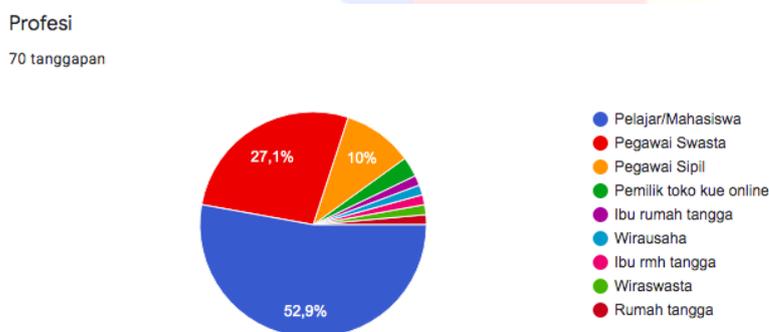
1.3 Tujuan *Storytelling*

Tujuan yang ingin dicapai dalam *Storytelling* ini antara lain sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui sejarah terbentuknya Rumah Kopi Ranin
- b. Untuk mengetahui daya tarik, produk unggulan dan juga inovasi Rumah Kopi Ranin.
- c. Untuk mengetahui kolaborasi Rumah Kopi Ranin bersama dengan petani yang memproduksi *specialty coffee*.
- d. Untuk mengetahui cara Rumah Kopi Ranin dalam mengembangkan dan menjaga kualitas kopi.
- e. Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi Rumah Kopi Ranin dalam mengembangkan kopi Indonesia

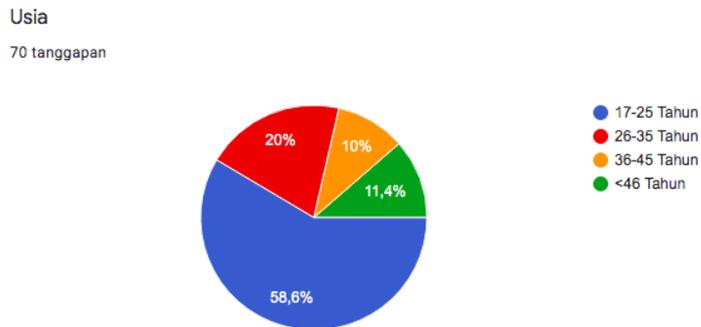
1.4 Target Audiens

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan dengan menyebarkan questioner kepada 70 sampel terlihat bahwa pada gambar 1.2 masyarakat yang tertarik terhadap kopi lokal didominasi oleh mahasiswa dengan presentase 52,9%, pegawai swasta 27,1%, dan pegawai sipil 10%. Dengan demikian profesi dari sampel tersebut paling banyak adalah pelajar/mahasiswa



Gambar 1.2 Diagram Pie Survey Audiens Berdasarkan Profesi. (Sumber : Data Primer, 2020)

Gambar 1.3 menunjukkan bahwa presentase dari rata-rata usia responden ialah 17-25 tahun sebesar 58,6%, 26-36 tahun sebesar 20%, 36-45 tahun 10%, dan <46 tahun sebesar 11,4%. Data tersebut menunjukkan bahwa usia 17-25 merupakan responden terbanyak.

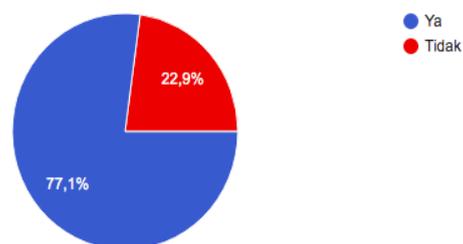


Gambar 1.3 Diagram Pie Survey Audiens Berdasarkan Usia (Sumber: data primer, 2020)

Ketertarikan pada kunjungan terhadap *coffee shop* dengan inovasi edukasi kopi di tunjukan pada gambar 1.4. Gambar tersebut menunjukkan bahwa 77,1% tertarik untu berkunjung ke Coffee Shop yang memiliki inovasi edukasi kopi.

Apakah anda tertarik berkunjung ke coffee shop dengan inovasi edukasi kopi?

70 tanggapan



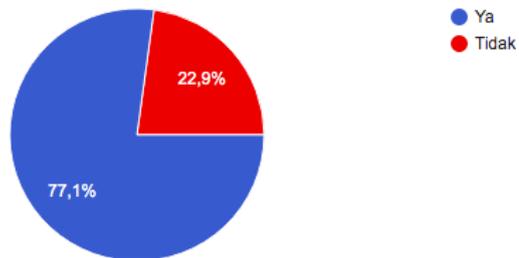
Gambar 1.4 Diagram Pie Survey Audiens Berdasarkan Ketertarikan Terhadap Coffee Shop

Dengan Inovasi Edukasi Kopi. (Sumber: data primer, 2020)

Sesuai dengan data sebelumnya, responden juga memiliki ketertarikan terhadap edukasi kopi yaitu sebesar 77,1% yang ditunjukkan oleh Gambar 1.5.

Apakah anda tertarik dengan edukasi kopi?

70 tanggapan



Gambar 1.5 Diagram Pie Survey Audiens Ketertarikan Terhadap Edukasi Kopi. (Sumber: data primer, 2020)