

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kopi merupakan salah satu minuman yang paling digemari banyak orang. Dari setiap tiga orang di dunia, salah satunya adalah peminum kopi. Bisnis kopi pun telah menjadi bisnis dengan omset puluhan milyar dolar. Kopi arabika menjadi jenis kopi yang paling banyak diproduksi mencapai lebih dari 60 persen produk kopi dunia. Kopi arabika dari spesies *coffee* arabika menghasilkan jenis kopi terbaik di dunia. Kopi arabika memiliki aroma yang kuat, sifat kekentalan yang ringan hingga sedang dan tingkat keasaman yang tinggi. Kandungan kafeinnya lebih rendah dibandingkan dengan kopi robusta. Saat ini kopi arabika dihargai lebih tinggi hampir dua kali lipat dibandingkan kopi robusta. Penghasil kopi arabika terbesar ada di negara-negara Amerika Latin, hampir 90 persen produksi kopi negara-negara latin adalah kopi arabika. (Pelita Perkebunan, 2014).

Dalam upaya melakukan kontrol kopi, organisasi kopi internasional yang terdiri atas negara-negara produsen dan konsumen kopi di dunia ICO (*Internasional Coffee Organization*), mengeluarkan resolusi 407 yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kopi. Logikanya jika kualitas kopi meningkat maka harga jual kopi meningkat, maka kualitas hidup petani pun menjadi lebih baik. Istilah kopi *specialty* (*specialty coffee*) pertama kali digunakan oleh *Erna Knutsen* pada tahun 1978. Konsep kopi *specialty* yang dituangkan dalam jurnal *Tea and The Journal* yang sederhana ia menggunakan istilah *spesialty coffee* untuk merujuk pada keunikan rasa dari biji kopi yang diproduksi dari iklim dan wilayah tertentu. SCCA (*Speciallty Coffee Association of Amerika*) sebagai

kompass dunia perkopian internasional dan sebagai tempat untuk melelang kopi *specialty* mengeluarkan standar buku yang ketat dan lebih saintifik terhadap kopi berkualitas premium tersebut setelah melakukan penelitian kurang lebih selama 20 tahun. Suatu kopi beras (*green bean*) bisa memiliki nilai *specialty* ketika dari 300 gram biji kopi yang diambil secara acak, memiliki kadar air lebih kurang 9-13 persen dan tidak lebih dari 5 persen jumlah biji kopi yang lolos ayakan pada saringan berukuran 14-18 *mesh*. Pada biji kopi tidak boleh terdapat biji kopi yang memiliki cacat penuh (*full defect*). Saat dilakukan *cupping test* oleh seorang *Q grader*, kopi tersebut wajib memiliki skor minimum 80 dari atribut *body*, rasa, aroma, atau *acidity*. (bincangkopi.com, 2014).

Proses pelelangan yang berjalan di SCAA masih berjalan secara konvensional terdapat sistem pelelangan secara terbuka untuk umum dimana penjual dan pembeli dapat melakukan penawaran harga sesuai dengan harga yang mampu mereka bayar. Pembeli atau penjual kopi akan berkumpul untuk saling menjual kopi dan menawarnya, pembeli dengan harga tertinggi akan mendapatkan kopi sesuai dengan kualitas kopi. Berdasarkan uraian diatas terdapat suatu kelemahan alur proses bisnis karena pelelangan kopi masih berjalan secara konvensional.

Solusi untuk mengatasi alur proses bisnis pelelangan kopi yang masih konvensional adalah dengan membuat suatu sistem pelelangan digital (*Digital Auction*). Alur proses bisnis pelelangan digital yang akan dirancang adalah pemilik kopi bergabung dengan grup setelah mengunduh aplikasi pelelangan kopi digital, setelah itu pembeli kopi juga mengunduh aplikasi pelelangan kopi digital melalui *smartphone*, dan admin akan mengelola grup, memvalidasi dan

memverifikasi peserta layak atau tidak menjadi peserta lelang dan seluruh data tersimpan didalam *database* dan terhubung oleh server aplikasi. Pendekatan yang dilakukan untuk menerapkan pelelangan digital adalah dengan menggunakan pendekatan *UXD (User Experience Design)*. Hasil dari penerapan *User Experience Design* selanjutnya akan diimplementasikan dan pengukuran kinerja akan menggunakan standar ISO 9241 (*Human Centred Design for Interactive Systems*), sebagai penentu hasil akhir dari penelitian ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang dan menghasilkan suatu sistem aplikasi pelelangan kopi *specialty* digital.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana merancang pelelangan kopi *specialty* digital?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas perancangan dan pengimplementasian pelelangan kopi *specialty* digital, tidak membahas tentang pembayaran.
2. Penerapan pelelangan kopi digital menggunakan pendekatan *User Experience Design (UXD)*.
3. Pengukuran kinerja menggunakan standar ISO 9241 (*Human Centred Design for Interactive Systems*), sebagai penentu hasil akhir penelitian.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang dan menghasilkan sistem aplikasi pelelangan kopi *specialty* digital.
2. Mempermudah melakukan proses pelelangan kopi *specialty* secara digital.

1.5 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Universitas Teknokrat Indonesia

1. Sebagai bentuk pengamalan dan pengabdian terhadap masyarakat.
2. Membantu menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat, dan sebagai bentuk tanggung jawab untuk turut serta dalam memanfaatkan komputer sesuai dengan kemampuan yang telah dipelajari.

1.5.2 Bagi Masyarakat

1. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan bagi masyarakat khususnya yang terkait dengan kopi *specialty* sebagai media atau tempat untuk mempromosikan kopi *specialty* dan jenis-jenisnya kepada masyarakat lokal maupun internasional.
2. Membantu masyarakat khususnya dalam memasarkan hasil kopi *specialty* ke pasar internasional dengan pelelangan digital.

1.5.3 Bagi Penulis

1. Mengamalkan ilmu yang sudah penulis pelajari dan peroleh di Universitas Teknokrat Indonesia Bandar Lampung.
2. Memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana komputer pada jurusan Sistem Informasi Fakultas Teknik Dan Ilmu Komputer Universitas Teknokrat Indonesia Bandar Lampung.