

Kopi

Senin, 11-05-2015

Tentang kopi, saya merasakan beberapa segmen perubahan. Saaat kanak-kanak, ibu di kampung halaman setiap sore biasa menghadirkan secangkir kopi untuk tiap anggota keluarga. Termasuk saya. Itu juga akhirnya menjadi arena perkenalan saya dengan minuman hitam ini. Saat itu hari-hari akan terasa ada yang kurang tanpa kehadiran minuman yang kadang dijuluki sebagai alkohol halal ini. Menikmatinya sedikit demi sedikit ketika butiran butiran kopi sudah mengendap adalah sebuah ritual yang sangat mengesankan.

Saat remaja, entah karena apa, saya jadi tidak lagi mengikuti ritual harian kopi keluarga. Saya tidak lagi setiap hari menikmati minuman segar yang benar-bener hasil karya ibu ini. Saya sebut benar-bener hasil karya karena ibu selalu membeli biji kopi mentah di pasar, mensangrai-nya dengan campuran butiran beras di *kwali* yang sudah pecah dan tidak bisa dipakai menggodog air. Kemudian menumbuknya di alat dari kayu yang disebut lumpang, menyaringnya untuk mengambil butiran kopi yang sudah lembut dengan alat yang disebut ayak, lalu menghadangkanya setelah diseduh dalam air mendidih setiap sore hari.

Saat kuliah hingga awal berkeluarga, ada saatnya saya nyaris tidak pernah minum kopi sama sekali. Kini? Saya menikmati kopi sesekali ketika butuh kesegaran saat bekerja di depan laptop, atau saat berkendara dan kantuk menyerang. Inilah saat dimana saya menemukan kopi sebagai sesuatu yang fungsional. Memberikan kesegaran saat saya membutuhkannya untuk bekerja atau berkarya. Itulah makna kopi bagi saya secara pribadi saat ini.

Saat menyelesaikan tulisan ini, saya sedang duduk santai menunggu boarding CRJ-1000 yang dioperasikan Garuda Indonesia menuju Semarang. Duduk santai saya di sebuah kedai kopi yang dikelola Roti O. Saya memang tidak sedang menikmati kopi sebagai hidangan utama mereka di samping roti yang juga beraroma kopi itu. Saya sedang menikmati segelas jus alpukat. Tetapi, di pagi yang cerah ini saya sangat menikmati suasana kedai kopi ini. Sepuluh jari pun lancar menari-nari di atas keyboard komputer.

Bagi saya, kedai kopi memang bermakna sebagai sebuah tempat menunggu sambil tetap bekerja menghasilkan tulisan. Tetapi tidak bagi Roti O. Ia serius berbisnis kopi. Melalui rotinya yang memang semerbak beraroma kopi, juga melalui kedainya yang nyaman untuk duduk santai menunggu keberangkatan pesawat sambil berkarya atau seperti orang-orang di meja sebelah yang asyik mengobrol santai dengan kolega. Di Juanda.

Nun jauh di seberang sana, ada sebuah perusahaan multinasional yang hidup dari kopi. Supergroup adalah nama perusahaan itu. Sebuah perusahaan berbasis di Singapura dengan omset tahun 2013 lalu sebesar sekitar Rp 5,5 Trilyun. Dengan OWL sebagai salah satu merek jagoannya, Supergroup hadir di belasan negara di dunia. Di Indonesia, OWL dijual di supermarket premium dengan harga premium pula. Satu saset yang kopi lain dijual dengan harga sekitar Rp 1000, Supergroup membandrolnya dengan harga sekitar Rp 4 ribu. Empat kali harga rata-rata kopi di pasar. Sebuah *positioning* yang mantap sekali.

Dengan omset sebesar itu, OWL group meraup laba bersih sekitar Rp 1 Trilyun. Ini juga sebuah margin yang sangat premium. Sekitar 20 persen dari omset. Sebagai bandingan, Mayora yang salah satu produknya juga kopi dengan merek Torabika, "hanya" memperoleh laba bersih sekitar 10 persen dari

omsetnya. Di sini nampak sekali *positioning* Supergroup dengan OWL-nya.

Yang menarik, kopi yang bagi sebagian besar orang adalah tidak lebih dari sekedar minuman penyegar suasana, kini telah menjelma menjadi sebuah bisnis yang terus berkembang dengan pertumbuhan yang mantap dan stabil. Dalam dunia kedai kopi, Roti O hanyalah pemain kecil. Di negeri ini masih ada Coffee Toffee yang hadir di lebih dari 130 outlet di berbagai kota besar.

Juga masih ada Excelso milik grup kopi kapal api. Ada juga Starbucks sebagai raja kedai kopi global yang hadir di manapun. Starbucks yang asal Amerika yang sering diposisikan berhadapan dengan negara muslim bahkan hadir di jantung umat Islam: persis di depan pintu utama Masjid Haram dan Masjid Nabawi.

Di bidang kopi siap seduh, bersama OWL ada Kapal Api, Nestle, Torabika, Kopi Luwak yang dikenal dengan *white coffee*-nya, kopi ABC, kopi Ya, dan masih banyak lagi. Mereka meraih pundi-pundi dolar dari kopi. Dari orang-orang yang menyukai kesegaran kopi seperti saya ini. Atau bahkan yang tidak bisa terpisahkan dari kopi seperti keluarga ayah ibu saya di kampung halaman. Kopi, kenikmatan, kesegaran...dan tentu saja bisnis.