

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kopi adalah minuman berasal dari sebuah proses mengolah biji kopi. Dan Kopi juga digolongkan pada family Rubiaceae. Secara universal juga kopi mempunyai dua spesies yaitu Coffea Arabica dan Coffea Robusta (Saputra, 2008)

Menikmati minuman kopi dikedai kopi langsung sudah menjadi seperti gaya hidup masyarakat, dan di kedai kopi yang telah menyediakan minuman ,seperti kopi,tea dan minuman lain-lain dan masyarakat pun suka meminum kopi di tempatnya dan menjadi kan sebagai tempat pertemuan atau meeting point. Tempat yang nyaman dan suasana yang membuat pelanggan belangganan secara terus menerus (loyal). Pelanggan pun pada umumnya lebih memilih kedai kopi dengan fasilitas yang lengkap dan memenuhi kebutuhan pelanggan , dengan contoh, wifi yang menjadi kebutuhan masyarakat saat ini. Wifi yang bagus sangat dibutuhkan banyak kalangan penting sekali untuk kerjaan atau tugas untuk kalangan milenial. Beberapa konsumen justru memilih kedai kopi kedai fasilitas yang bagus dan lengkap. Dan beberapa konsumen yang ingin mencoba kopi di kedai kopi itu. Mengetahui beberapa varian menu di kedai kopi tersebut. Dan di Jawa barat atau dikota bandung mengenai konsumen dari berbagai sikap. Ada juga pelanggan yang hanya mampir menghabiskan waktu dikedai kopi atau Pelanggan yang mengadakan pertemuan dikedai kopi atau dijadikan meeting point.dan pelanggan pun juga memanfaatkan kedai kopi untuk kepentingan mereka sendiri. Dan di Bandung

banyak macam-macam pelanggan membuat pesaing usaha menjadi hal yang dapat diperhatikan untuk para pembisnis menjalankan suatu usahanya. Segala usaha pasti memiliki pesaing tersendiri. Tersebut dapat membuat perusahaan harus memiliki strategi untuk dapat menjadi unggul dalam pesaiangan. Dan pembisnis harus tahu supaya pelanggan agar balik lagi ke kedai kopi ini dan tidak mencari atau berpaling kepada kedai kopi lain marak dikota Bandung.

B. Gambaran Umum Kedai Kopi

- Coffee merupakan kedai kopi yang telah didirikan dikota Bandung pada di jalan IR.Juanda, Dago Bandung, Bima Dwiputra CH, founder dan owner dari VW Coffee. Saya mencoba membuka bisnis yang unik dan jarang sekali dikota Bandung kedai kopi dengan menggunakan tema klasik“Volkswagen Coffe” dengan membuat kedai kopi tempat nongkrong yang unik untuk para penikmat kopi di Bandung. Tercetuslah ide serta tema kedai yang ia namakan “VW COFFE” dengan menu-menu baru dan unik ,namun kita telah mempertimbangkan matang dengan persaingan pasar dikota Bandung.
- **Logo**

Gambar 1. 1

Logo VW Coffee



Sumber: olahan penulis, 2022

Logo VW COFFEE mempunyai identitas tersendiri seperti lambang, warna dan filosofi sendiri yang efektif dengan tema klasik.

- **Identitas Bisnis (Alamat Perusahaan)**

Gambar 1. 2

Denah Lokasi



Sumber: [googlemaps.com](https://www.google.com/maps),2022

Nama : VW COFFEE

Nomor Telp : +6282239947534

Alamat : Jl.Ir.H. Juanda No. 318 Bandung, (Depan sekolah Darul Hikam)

C. Visi Dan Misi

Visi :

Konsep kedai kopi yang menyediakan jenis kopi dari Indonesia , dengan olahan kopi mencoba hal yang berbeda dari tempat lain dengan tema klasik.

Misi :

- Memulai dengan modal yang tidak terlalu besar
- Menjual produk-produk kopi yang unik dan berbeda
- Memperkenalkan bisnis kedai kopi dengan tema klasik
- Menjual kopi dengan cita rasa yang unik
- Menetapkan harga jual yang tidak terlalu mahal

Tujuan :

- Memasarkan produk kesemua kalangan menengah keatas
- Memanfaatkan sumber daya alam kopi
- Memupukan jiwa kewirausahaan bagi generasi

D. Analisis SWOT

Tabel 1. 1
Analisis SWOT

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> - Menu kopi yang diterima semua kalangan - Konsep klasik kedai kopi masih sedikit di Kota Bandung. - Memiliki keunikan tersendiri. - Meminimalisir modal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pesaing yang cukup banyak - Tidak memiliki kapasitas kursi yang banyak. - Hanya terbatas pada konsep outdoor dan indoor
Opportunity	Threats
<ul style="list-style-type: none"> - Dimasa pandemi, orang malas untuk pergi jauh. - Pasar penikmat kopi di Bandung banyak. - Konsep klasik dan unik bisa menarik perhatian penikmat kopi dikota Bandung - Penjualan online dimasa pandemi meningkat. 	<ul style="list-style-type: none"> - Orang-orang lebih memilih kedai kopi dengan suasana yang baru. - Pesaing kedai kopi sudah banyak dikota Bandung. - Jam operasional yang tidak pasti dimasa pandemic. - Orang-orang memilih untuk tidak berpergian atau keluar dimasa pandemic sekarang ini.

(Sumber: olahan penulis. 2022)

Tabel 1. 2
Hasil Angket Kuisisioner

NO	PERTANYAAN	TANGGAPAN	
1	Apakah anda tertarik jika dibangun kafe berkonsep klasik?	YA = 100%	TIDAK = 0%
2	Apakah anda akan mencoba minuman dikota bandung ?	YA = 100%	TIDAK = 1,5%
3	Apakah anda merasa bosan dan monoton dengan konsep kafe yang ada dibanding ?	YA = 100%	TIDAK = 1,5%
4	Bagaimana tanggapan anda tentang mengenai pendirian kedai kopi dengan tema klasik ?	POSITIF = 92.2%	NEGATIF = 7.1%
5	Apakah anda menyukai kedai kopi dengan menggunakan tema klasik?	YA = 100%	TIDAK = 1,5%

(Sumber ; olahan penulis, 2022)

Penulis melakukan pra-survey dengan menyebarkan angket kuisisioner kepada 80 responden dan mendapatkan data yang tertera pada tabel 1.2.

E. Spesifikasi Produk

Tabel 1. 3
Spesifikasi Produk

<i>Nama Produk</i>	<i>Manfaat</i>
- Biji kopi arabica (ekspreso)	<ul style="list-style-type: none"> - Bertambah nya energi - Mengurangi resiko terkena diabetes - Memperkuat daya ingat jangka panjang (<i>Hastuti, 2015</i>)
- Purple latte	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah sumber serat - Meningkatkan vitamin dan mineral (<i>vellutogelato 2020</i>)
- Green latte	<ul style="list-style-type: none"> - Menurunkan Berat Badan - Mengurangi resiko terkena serangan jantung (<i>Kartika et al., 2014</i>)
- Combi coffe	<ul style="list-style-type: none"> - Mengendalikan nafsu makan - Menjaga kesehatan pembuluh darah (<i>Kartika et al., 2014</i>)
- Summer Squash	<ul style="list-style-type: none"> - Melancarkan pencernaan

(Sumber : olahan penulis, 2022)

F. Jenis Badan Usaha

Ketika menjalankan suatu usaha. Pelaku usaha harus memilih badan usaha sesuai dalam menjalankan bisnis kita, adapun manfaat kita memiliki badan usaha untuk mempermudah dalam keuangan dan kemudahan dalam pendirian dan mudah memperoleh modal, dalam hal ini penulis memilih badan usaha (UMKM) karena lebih fleksibel dan mengikuti perkembangan pada zaman, untuk memulai bisnis tanpa modal dan bebas menentukan harga (Sulistiyowati, 2017).

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas bisnis ini harus terlengkapi dengan beberapa hal yang diidentifikasi badan hukum. Identifikasi legal investasi. Dengan membuat suatu badan hukum usaha kedai kopi, menurut (Ginting, 2019) usaha kedai kopi harus melengkapi berbagai macam surat izin seperti, Akta pendirian atau SK Menteri badan hukum perusahaan yang telah disahkan melalui keputusan menteri hukum, kartu identitas pemilik usaha berupa KTP pemilik, dokumen ketaatan pajak dan NPWP, Surat keterangan Domisili (SKD) dari kelurahan atau kecamatan yang merupakan verifikasi suatu lokasi usaha, Surat izin gangguan (HO), Tanda daftar perusahaan (TDP), surat pernyataan dokumen-dokumen legal yang sudah terpenuhi, Surat izin usaha perusahaan (SIUP), dan keterangan Halal (MUI). Yang sudah diidentifikasi legalitas usaha kedai kopi harus melakukan daftar negative tersebut, usaha kedai kopi tidak termasuk didalam daftar negatif daftar sehingga usaha ini legal menurut hukum/UU. Untuk pengolahan sampah yang telah dihasilkan sederhana, dengan mengumpulkan sisa limbah di trash bag dan akan dibuang ditempat TPA.