

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar belakang

Anik (2010:22) mendefinisikan kedai kopi atau *Coffee Shop* “biasanya kafe atau restoran kecil yang menjual kopi, dengan fasilitas pendukung, minuman ringan, makanan sederhana, atau ada juga makanan ringan”. Orang Datang ke kafe untuk menikmati secangkir kopi yang enak.

Budiningsih (2009:51) *cafe* adalah suatu restoran kecil yang berada di luar hotel. *cafe* memiliki pilhan makanan yang sangat terbatas dan tidak menjual minuman yang beralkohol tinggi, tetapi tersedia minuman sejenis bir, *soft drink*, teh, kopi, rokok, *cake*, cemilan, dan lain-lain.

*Cocktail* adalah jenis minuman yang didalamnya memiliki kandungan alkohol serta memiliki aroma yang kuat, jenis alkohol yang biasa dicampurkan seperti *vodka*, *whiskey*, *gin*, *rum*, *tequila*, maupun *brandy*, yang biasanya termasuk *cocktail* kadar alkohol C (tinggi). Karena kandungan alkohol yang dicampurkan dalam jumlah yang cukup banyak, maka rasa minuman *cocktail* cenderung lebih manis, pahit dan terasa asam.

Kopi merupakan salah satu bahan perkebunan yang bernilai ekonomis tinggi dibandingkan dengan tanaman perkebunan lainnya dan memegang peranan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa negara, tetapi juga menjadi sumber pendapatan bagi lebih dari 1,5 juta petani kopi di Indonesia.

Bagi kebanyakan orang yang tidak tahu bisnis kopi, kopi adalah sebuah minuman yang mengandung kafein. Ini dapat memicu adrenalin, memungkinkan peminum menjadi lebih aktif dan antusias. Bisnis kopi sangat menjanjikan, karena orang tua sekarang sering minum di kafe, serta banyak anak-anak di kafe dan kafe.

Dalam persaingan di bidang kuliner, bisa melihat bahwa *Coffee Shop* atau *Coffee Shop* ini berkembang cukup pesat. Selain itu, konsep produk dan inovasi yang dihadirkan di kafe harus baru untuk menjawab masyarakat yang lebih selektif. *Coffee Shop* kasual ini umumnya lebih fokus menjual minuman daripada makanan.

Namun penulis selain ingin menjual produk kopi pada umumnya, ingin juga menjual produk *coffee cocktail*, yang dimana ini menjadi salah satu trend yang sedang aktif di industri mancanegara, namun untuk di Indonesia sendiri apalagi orang awam masih belum terlalu banyak yang mengenal jenis *coffee cocktail* ini.

*Coffee Shop* ini bertujuan untuk membantu anak muda, anak sekolah, pelajar, dewasa dan orang tua menyegarkan diri dari penatnya berbagai aktivitas yang berlangsung dalam suasana santai dengan ditemani secangkir kopi. Sebuah cerita untuk berbagi dengan teman dan mitra. Jadi, agar orang yang suka minuman ini tidak bosan, kami akan membuat kafe dengan tema *casual cozy*. Dari hasil penyebaran kuisisioner yang ditunjukkan pada gambar 1.1 sebanyak 84% banyak orang menyukai dan tertarik dari minuman *coffee cocktail* ini, jadi kami mencoba memberikan kualitas yang baik kepada semua orang dengan harga yang relatif murah.

*Coffee cocktail* sendiri adalah sebuah minuman racikan yang dimana *base* nya berasal dari *espresso* yang ditambahkan minuman beralkohol, racikan kopi

tidak melulu hanya dengan susu, perpaduan kopi dan alkohol menjadi inovasi baru dalam industri kopi di Indonesia yang dimana target pasar penulis adalah kalangan penikmat kopi di Indonesia terutama di kota Bandung.

Terdapat dua puluh dua jenis tipe restoran, yaitu *a'la carte restaurant*, *table d'hote restaurant*, *Coffee Shop* atau *brasserie*, *cafeteria/cafe*, *canteen*, *continental restaurant*, dan sebagainya. Sehingga diketahui bahwa *Coffee Shop* merupakan salah satu jenis restoran., *Coffee Shop* merupakan jenis restoran yang menggunakan pelayanan secara cepat dengan fasilitas dan peralatan penyajian yang sederhana. Marsum (2001:8)

Melihat peluang yang ada penulis memutuskan menyusun rancangan bisnis dan membuka *Coffee Shop*, Dengan harapan untuk memenuhi minat dari masyarakat di Indonesia serta tempat mewadahi masyarakat untuk berkumpul dan menghabiskan waktu bersama dengan suasana yang mendukung.

Memahami bisnis model kanvas, bisnis model canvas seperti cetak biru untuk strategi yang diterapkan Dalam struktur organisasi, proses, dan sistem. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010:20), model bisnis ini mengubah konsep bisnis yang awalnya kompleks bisa dibuat dengan mudah. Dan Itu dapat dibagi menjadi 9 elemen Segmen yaitu: Pelanggan (*Customer Segment*), Porsi Nilai (*Value Proposition*), Jaringan (*Channel*), Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relationship*), Aliran Dana (*Revenue Stream*), Sumber Daya Kunci (*Key Resources*), Kegiatan Inti (*Key Activities*), Kemitraan Kunci (*Key Partners*)

UMKM adalah kepanjangan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Usaha ini merupakan usaha yang sangat populer di kalangan masyarakat. Selain

itu, UMKM memberikan peran yang begitu penting untuk menggerakkan perekonomian masyarakat. Hal ini karena usaha ini membutuhkan modal yang dapat dijangkau oleh sebagian besar masyarakat. UMKM tidak hanya dijalankan oleh individu dan rumah tangga, tetapi juga badan usaha kecil.

Pemerintah mengatur aktivitas UMKM dalam Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah. Pada Februari 2021 lalu, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No.7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP No. 7/2021 atau PP UMKM).

Untuk mendirikan sebuah usaha di kota Bandung penulis harus menyanggupi beberapa persyaratan yang harus dipenuhi yaitu sebagai berikut:

1. Fotocopy KTP Kota Bandung
2. Fotocopy NIB ( Nomor Induk Berusaha ) dan Izin Usaha yang ditertibkan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian ke Badan Koordinasi Penanaman Modal Melalui [oss.go.id](http://oss.go.id)
3. Fotocopy NPWP
4. Foto Produk
5. Sample Produk

Ada juga kriteria modal usaha UMKM yang baru berdasarkan PP UMKM Pasal 35 ayat (3), antara lain:

### **1. Usaha Mikro**

Yang termasuk usaha mikro adalah usaha yang mempunyai modal usaha maksimal Rp 1 miliar dan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

### **2. Usaha Kecil**

Kemudian, yang tergolong usaha kecil adalah yang memiliki modal usaha lebih dari Rp 1 miliar – Rp 5 miliar dan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

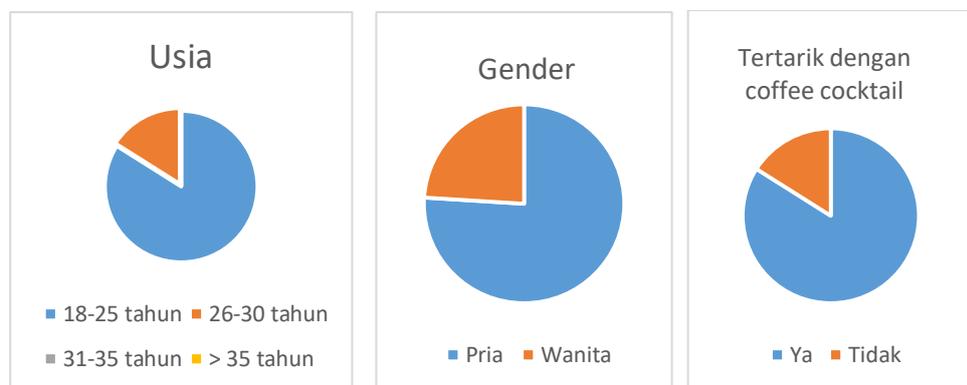
### 3. Usaha Menengah

Yang masuk kriteria usaha menengah yaitu modal usaha lebih dari Rp 5 miliar – Rp 10 miliar dan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Untuk mengetahui minat masyarakat terhadap *Coffee Shop* ini penulis melakukan survei dalam bentuk pertanyaan mengenai *Coffee Shop* ini.

**Gambar 1.1**

#### Hasil Kuesioner Survei



**Sumber : Olahan Penulis, 2022**

Dengan menggunakan survei, penulis menyebarkan kuesioner ini kepada penduduk pulau jawa, Hasilnya 84% responden ingin mencoba dengan *coffee cocktail*, pria pada usia 18 – 25 tahun menjadi mayoritas dalam minat untuk mencoba *Coffee Shop*

## 1. Deskripsi Bisnis

Bandung adalah salah satu kota terbesar yang ada di provinsi Jawa Barat menjadi salah satu daerah tingkat I. Ibu kota dari Jawa Barat. Bandung ini memiliki luas wilayah yaitu 167,31 km<sup>2</sup>. Kota Bandung ini memiliki banyak sekali wisata alam karena daerahnya yang banyak sekali dikelilingi gunung yang menjadi tujuan utama wisatawan tidak hanya dari dalam negeri bahkan dari manca negara. Karena sadar akan kayanya nilai jual pariwisata di Kota Bandung.

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa sebanyak 42 dari 50 orang peminat kopi di Kota Bandung, Jawa Barat memberikan kesempatan untuk berbisnis yang besar, dikarenakan banyaknya anak muda atau kaum millennial yang meminati minuman kopi dengan cuaca bandung yang sangat mendukung, Bentala Sunda memiliki konsep pelayanan *counter service, take away,* dan *delivery* yang akan bekerja sama dengan ojek online, dengan adanya produk andalan Bentala Sunda yaitu *coffee cocktail* yang memiliki ciri khas yang berbeda dengan kompetitor pada umumnya dan juga memiliki tema *cozy casual*, diharapkan dengan adanya Bentala Sunda di kota Bandung dapat memberikan inovasi baru dalam menikmati kopi

## 2. Deskripsi Logo dan Nama

**Gambar 1.2**

**Logo**



**Sumber : Olahan Penulis, 2022**

Nama “*Bentala Sunda*” kata “*Bentala*” dan “*Sunda*” diambil dari kata daerah yang memiliki arti tanah sunda, yang dimana nama ini dipilih karena penulis merencanakan *Coffee Shop* ini di kota Bandung dengan menggunakan biji kopi dari petani di Jawa Barat.

Logo penulis pun memiliki makna dimana arti dari sebuah *cafe* itu sendiri merepresentasikan kenyamanan yang dimana menjadi tema penulis dalam perencanaan bisnis *Coffee Shop*.

Penulis memiliki slogan ” dimana bentala di pijak, disitu kopi diseduh ” memiliki makna yang dimana saat tamu datang kita akan selalu siap melayani kapanpun, dan diharapkan semua tamu yang datang akan menikmati kopi dari *Coffee Shop* penulis.

### 3. Lokasi

Lokasi yang akan digunakan oleh penulis sebagai tempat Bentala Sunda *Coffee Shop* adalah Jl. Sadakeling no 10, Bandung, Jawa Barat 40262, Berikut adalah foto lokasi:

#### Gambar 1.3

#### Lokasi Cafe



Sumber : Google Maps

### B. Visi dan Misi

Visi dari “bentala Sunda” adalah menjadi salah satu tempat untuk para penikmat kopi bisa menikmati kopi dengan cara yang berbeda, dari yang muda hingga sampai yang tua, dan diharapkan menjadi salah satu tempat yang akan menjadi tren di masa yang akan datang.

Agar visi penulis dapat terlaksana maka saya memiliki visi yaitu :

1. Menjadi salah satu *Coffee Shop* berkualitas baik.
2. Memiliki menu dengan mengikuti *trend* yang sedang ada.
3. Dapat dijangkau semua kalangan.
4. Memiliki harga yang dapat bersaing dengan yang lain.

## **C. SWOT Analysis**

### **1. Strengths**

Penulis yakin dengan *Coffee Shop* ini dapat menjadi sebuah tren baru di bidang kuliner, dikarenakan belum banyaknya pesaing atau kompetitor yang terdapat di kota Bandung, dan juga para penikmat kopi di kota Bandung ini sangat banyak, penulis juga memberikan fasilitas yang nyaman untuk para pengunjung agar dapat kenyamanan saat sedang menikmati menu di *Coffee Shop*, dan juga penulis memiliki *design* yang bertemakan *casual cozy* yang sangat cocok dengan kaum anak muda sekarang.

### **2. Weakness**

Kelemahan dari *Coffee Shop* penulis adalah belum terkenalnya apa itu menu andalan yang dimiliki penulis yaitu *coffee cocktail* itu sendiri di Indonesia, dan adanya batasan umur untuk membeli *coffee cocktail* itu yang dimana mengandung alkohol.

### **3. Opportunities**

Di masa sekarang kopi sudah menjadi gaya hidup dalam masyarakat, dimana mereka selalu menghabiskan waktunya di *Coffee Shop*. *Coffee Shop* sendiri selalu memiliki daya tarik tersendiri yang dimana selalu menjadi pilihan saat *weekend* dan *weekday*, dan juga *Coffee Shop* yang penulis rencanakan memiliki konsep *casual cozy* yang sangat cocok untuk ber swafoto yang digandrungi kaum millennial saat ini, diharapkan akan menjadi teknik marketing untuk memikat para pengunjung yang lain.

#### **4. Threats**

*Coffee Shop* penulis memiliki ancaman dimana, belum banyak nya peminat di Indonesia itu sendiri, karena saat orang Indonesia mendengar kata alkohol memiliki stigma yang langsung buruk. Namun penulis memiliki *design interior* yang sangat cocok dengan kaum millennial, yang akan menarik minat pengunjung untuk datang, dan membuat para pecinta kopi penasaran dengan minuman *coffee cocktail* itu sendiri.

#### **D. Spesifikasi Produk/Jasa**

“Bentala Sunda” memiliki menu mulai dari cemilan, kopi, dan *coffee cocktail*. “Bentala Sunda” memiliki produk andalan atau utamanya yaitu kopi dengan campuran minuman beralkohol seperti *espresso martini*, *espresso vodka*, dan akan selalu *up to date* mengikuti perkembangan dan memiliki konsep *casual cozy*, agar pengunjung tidak merasa bosan dengan menu yang itu-itu saja dan akan selalu datang untuk mencoba menu yang lain nya.

#### **E. Jenis/Badan Usaha**

Jenis badan usaha yang akan diambil oleh penulis sebagai usaha dari “Bentala Sunda” Bandung adalah badan usaha CV ( *Comanditaire Venootschap* ). Setiap pemodal yang tergabung dalam CV ini akan terbagi 2 yaitu pemodal pasif dan aktif. Pemodal aktif akan memberikan modal seperti tenaga dan ide untuk operational *Bentala sunda*. Sedangkan untuk pemodal pasif akan memberikan modal seperti modal dana atau aset yang akan digunakan oleh Bentala Sunda.

Dipilihnya badan usaha CV ini karena dalam pengurusan suatu usaha tergolong cepat tanpa harus melalui banyak perantara yang dapat menyebabkan banyak hambatan atau lamanya ketika ingin pengambilan suatu keputusan.

#### **F. Aspek Legalitas**

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan ketika ingin mendirikan sebuah badan usaha seperti surat izin dan seperti yang tertulis dalam 16-35 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang Indonesia (KUHD) juga telah mengatur dasar tentang perseroan firma. Lalu persyaratan yang diperlukan untuk Bentala Sunda sebagai badan usaha CV (*Comanditaire Venootschap*) adalah sebagai berikut :

1. Pendiri perusahaan ini minimal terdiri dari 2 (dua) orang, selanjutnya disebut Peserta Aktif dan Pasif.
2. Akta notaris dalam bahasa Indonesia.
3. Pendiri CV harus warga negara Indonesia.
4. Kepemilikan 100% oleh pemilik bisnis lokal berarti partisipasi asing tidak diperbolehkan.

Surat izin tempat usaha minuman beralkohol

SITU-MB adalah surat izin tempat usaha untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha penjualan minuman beralkohol. Untuk mendapatkan izin tersebut terdapat beberapa syarat yang harus disiapkan oleh penjual sebagaimana berikut :

1. Surat penunjukan dari Sub. Distributor atau Distributor
2. Fotokopi SIUP kecil/menengah/TDUP
3. Akta pendirian perusahaan
4. Fotokopi nomor induk berusaha

5. Fotokopi npwp
6. Fotokopi KTP pemilik/penanggungjawab perusahaan
7. Dokumen lingkungan
8. Fotokopi IMB

Selain persyaratan diatas, penulis juga harus memiliki/melengkapi beberapa dokumen yang harus disiapkan oleh Bentala Sunda adalah sebagai berikut :

1. Dokumen berupa e-KTP, NPWP, termasuk KK sekutu baik aktif maupun pasif.
2. Fotokopi bukti kepemilikan tempat usaha jika ada, jika bukan bukti persewaan atau dokumen pendukung sejenis.
3. Surat keterangan tempat tinggal dari pemilik toko jika lokasi akan disewakan.
4. Fotokopi tanda terima pajak.
5. IMB, jika bangunan itu milik Anda.
6. Foto lokasi perusahaan, di luar dan di dalam