

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **LATAR BELAKANG**

Masyarakat di Indonesia memiliki banyak kebiasaan yang sudah dilakukan sejak jaman dahulu, salah satunya yaitu kebiasaan untuk meminum kopi dari kalangan muda hingga yang tua. Kebiasaan tersebut didukung oleh produksi biji kopi lokal dari beberapa daerah yang berada di Indonesia seperti Aceh, Medan, Lampung, Jawa, Ternate, Flores dan Sulawesi yang telah diakui merupakan penghasil biji kopi terbaik oleh dunia. Hal ini secara tidak langsung telah memberikan peluang bisnis seperti bisnis mendirikan *coffee shop* pada era yang baru seperti sekarang. Budaya minum kopi di Indonesia tumbuh sebagai kebiasaan yang dilakukan sejak jaman Belanda. Belanda menanam kopi secara besar-besaran melalui program tanam paksa. Menurut Prastowo (2016) kopi di Indonesia pertama kali dibawa oleh pria berkebangsaan Belanda sekitar tahun 1646 yang mendapatkan biji arabika mocca dari Arab. Belanda mulai mendirikan perkebunan kopi pertama di daerah Priangan Jawa Barat. Selanjutnya, pengembangan kopi mulai dilakukan juga hampir di seluruh Pulau Jawa dan wilayah lainnya, seperti Sumatera, Bali, Sulawesi, dan Kepulauan Timor. Seiring dengan perkembangan itu, masyarakat Indonesia menjadi gemar minum kopi.

(peluang usaha IKM kopi 2017:19)

Asal mula kata *coffee shop* berasal dari kata *café* dalam bahasa Perancis yang berarti kopi dan diartikan bahwa *café* merupakan kedai kopi. Seiring perkembangan yang terjadi, kedai kopi semakin diminati oleh banyak orang sehingga muncul inovasi baru untuk tidak hanya menyeduh kopi biasa namun Kedai kopi pertama di dunia yang tercatat diketahui muncul pada 1475. Kedai kopi ini bernama Kiva Han dan berada di Kota Konstantinopel (sekarang Istanbul) Turki. Kedai kopi ini diketahui menjadi *coffee shop* pertama yang buka dan melayani pengunjungnya dengan kopi khas Turki. Pada masa itu, kopi adalah unsur penting dalam kebudayaan Turki. Saking pentingnya bahkan ada hukum yang mengatakan jika seorang suami tidak memberikan pasokan kopi yang cukup untuk istrinya, maka istrinya berhak menceraikan sang suami. Kopi di Turki ini disajikan kuat, hitam dan tanpa filter. Orang-orang Turki gemar menikmati kopi mereka dengan memasaknya dengan *ibrik* (pot ala Turki). Budaya minum kopi seperti ini masih diterapkan di Turki hingga sekarang. (November12,2015). majalah.ottencoffee.co.id).

Lambat laun, kopi dengan teknik penyeduhan baru tersebut semakin diminati serta mulai terjadi perubahan dengan *coffee shop* tidak hanya menjual kopi saja namun menjual kue-kue kecil dan makanan ringan lainnya

Menurut Marsum, 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. Menurut

kamus istilah pariwisata 2003, *coffee shop* merupakan jenis restoran yang menggunakan pelayanan secara cepat dengan fasilitas dan peralatan penyajian yang sederhana. ( Marsum (2001) )

Makanan yang disajikan sudah diatur dalam piring atau disebut dengan “*ready plate service*” dan dengan istilah pelayanan yaitu “*American Service*”. *Coffee shop* dikategorikan ke dalam restoran yang informal dan terkadang ada beberapa *coffee shop* dengan jam operasional selama 24 jam. Seiring perkembangan, selain menyediakan kopi sebagai produk utama dan menyediakan makan kecil dan makanan berat sebagai produk pelengkap.

Menurut Kamus Istilah Pariwisata Dan Perhotelan (2003:66) *cafe* (F) adalah istilah lain dari *Coffee* yang biasa dipakai untuk menyebut istilah *Coffee Shop*. Artinya tempat makan dan minum yang menyediakan menu cepat dan sederhana serta menyediakan minuman ringan untuk orang yang santai atau menunggu sesuatu.

Menggunakan peluang dari *trend coffee shop* yang sedang terjadi pada masa sekarang dan memenuhi kebutuhan pelanggan pada generasi ini, penulis memutuskan untuk menyusun rancangan bisnis dengan 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.

## GAMBARAN UMUM BISNIS

### 1. Deskripsi Bisnis

Ketapang adalah salah satu kabupaten terbesar yang ada di provinsi Kalimantan Barat menjadi salah satu daerah tingkat II. Ibu kota dari Kabupaten Ketapang sendiri ialah Kecamatan Delta Pawan. Kabupaten Ketapang ini memiliki luas wilayah yaitu 31.240,74 km<sup>2</sup>. Kabupaten Ketapang ini memiliki banyak sekali wisata alam dan bahari ( wisata laut ) karena daerahnya yang banyak sekali dikelilingi pantai serta pulau-pulau yang menjadi tujuan utama wisatawan tidak hanya dari dalam negeri bahkan dari manca negara. Karena sadar akan kayanya nilai jual pariwisata di Kabupaten Ketapang. Banyak akses akomodasi seperti jalan yang sudah mulai diperbaiki/di aspal oleh pemerintah daerah.

### Gambar1

| Bulan     | Jumlah Pengunjung Wisatawan Domestik dan Asing di Lokasi Wisata Kabupaten Ketapang (Jiwa) |      |                       |      |
|-----------|---|------|-----------------------|------|
|           | Wisatawan Domestik  |      | Wisatawan Mancanegara |      |
|           | 2018  | 2019 | 2018                  | 2019 |
| Januari   | 931   | 1943 | 22                    | 19   |
| Februari  | 1001  | 1228 | 24                    | 6    |
| Maret     | 1220  | 1113 | 26                    | 20   |
| April     | 1212  | 1053 | 37                    | 21   |
| Mei       | 1357  | 1237 | 36                    | 19   |
| Juni      | 1300  | 422  | 23                    | 23   |
| Juli      | 1236  | 495  | 28                    | 25   |
| Agustus   | 1112  | 972  | 23                    | 26   |
| September | 1329  | 996  | 27                    | 18   |
| Oktober   | 1320  | 938  | 25                    | 22   |
| November  | 1245  | 345  | 21                    | 17   |
| Desember  | 1093  | 816  | 24                    | 19   |

**Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Ketapang, Kalimantan Barat di tahun 2018 – 2019**

Sedikitnya *coffee shop* yang terdapat di Kabupaten Ketapang, Kalimantan Barat memberikan kesempatan untuk berbisnis yang besar,

dikarenakan banyaknya anak muda atau kaum millennial yang kesehariannya ingin berkumpul atau bertemu teman temannya di kedai kopi, diharapkan dengan adanya “*Bekumpol Coffee Shop*” memberikan kualitas yang baik dan tempat yang nyaman untuk para konsumen

## 2. Deskripsi Logo dan Nama

GAMBAR 2



Sumber: Desain Penulis, 2021

Nama “*Bekumpol Coffee Shop*“ kata “Bekumpol” diambil dari bahasa daerah yang memiliki arti berkumpul/bersantai. Makna yang diambil dari nama ini adalah diharapkan para konsumen atau tamu yang datang ke “*Bekumpol Coffee*” dapat bersantai dan bercerita bersama teman-temannya sembari menikmati berbagai macam kopi dan non-kopi yang kami punya.

Penulis juga membuat slogan yaitu adalah “ *Spend Time With People Around You* “ makna yang ingin disampaikan penulis dari slogan yang dibuat ini adalah diharapkan para pengunjung yang datang bersama teman atau bersama keluarga yang bertujuan untuk

bertemu,bersantai,atau memiliki urusan bisnis bisa merasakan kenyamanan dari tempat yang telah kami sediakan sehingga tidak ada gangguan apapun sehingga waktu yang dihabiskan menjadi sangat berharga bersama orang-orang yang kita sayangi.

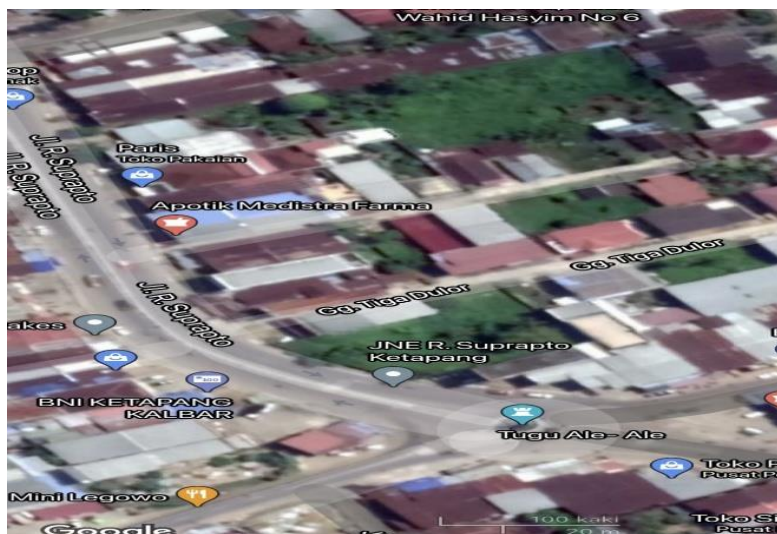
### **3. Lokasi**

Lokasi yang akan digunakan oleh penulis sebagai tempat Bekumpol Coffee Shop adalah jalan Suprpto yang dimana adalah jalan utama yang berada di Ketapang Kalimantan Barat.

Berikut adalah foto lokasi yang akan dijadikan tempat Bekumpol Coffee Shop :

**Gambar 3**





**Sumber: Google Maps**

Gambar diatas merupakan foto lokasi yang akan dijadikan tempat Bekumpul  
Coffee Shop

### **VISI DAN MISI**

Visi dari “*Bekumpul Coffee*” adalah menjadi tempat berkumpul yang dapat dinikmati bukan hanya kalangan muda tapi sampai kalangan tua, dan juga agar semakin banyak tempat untuk menikmati kopi atau *coffee shop* dengan kualitas yang baik di kampung halaman penulis yaitu Kabupaten Ketapang.

Agar visi saya dapat berjalan sesuai dengan jalannya, maka saya memiliki misi sebagai berikut :

1. Membuka sebuah *coffee shop* dengan harga yang cukup terjangkau
2. Memberikan kualitas terbaik
3. Membuat menu kopi atau non-kopi dengan mengikuti perkembangan jaman
4. Membuat tempat yang nyaman untuk para konsumen yang datang

## SWOT ANALYSIS

- **Strengths**

Kekuatan yang penulis yakini dari bisnis ini belum adanya *coffee shop* di daerah Ketapang, Kalimantan Barat yang memiliki fasilitas meeting yang memadai atau working space yang dimana agar para pengunjung yang bertujuan untuk mengerjakan tugas tidak merasa terganggu serta menu yang di tawarkan akan selalu *up to date* mengikuti pasar yang sedang diminati, sehingga tidak akan ketinggalan trend jaman sekarang. Desain interior yang akan digunakan oleh penulis untuk membuat Bekumpul Coffee Shop adalah desain klasik dan industrial karena desain ini adalah desain yang sedang banyak diminati oleh anak-anak millennial jaman sekarang, dengan menggunakan desain ini bisa dimanfaatkan konsumen atau pengunjung untuk swafoto yang *instagramable* dan memiliki atmosfer yang santai.

- **Weaknesses**

Kelemahan yang dimiliki dari coffee shop ini adalah jaringan internet. Karena jaringan internet yang dimiliki daerah Ketapang, Kalimantan Barat tidak secepat signal internet yang berada di daerah luar Kalimantan dan mahalnya harga ongkos kirim untuk bahan baku yang akan digunakan seperti biji kopi dan bahan bahan lain yang mengharuskan penulis untuk membeli barang-barang atau bahan baku di luar Pulau Kalimantan.



- **Opportunities**

Pada zaman milenial ini banyak anak-anak muda jaman sekarang yang senang menghabiskan waktu untuk bersantai. *Coffee shop* menjadi pilihan utama bagi kalangan muda hingga tua *coffee shop* juga sering digunakan untuk tempat berkumpul keluarga atau acara kumpul seperti arisan atau *meeting*. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh penulis untuk menarik konsumen. Terlebih lagi banyak sekali konsumen yang senang mendatangi tempat yang *instagramable* agar para pengunjung atau konsumen bisa dimanfaatkan untuk swafoto dan diunggah ke sosial media seperti instagram, twitter dll sehingga tanpa disadari ini juga bisa dijadikan sebagai suatu teknik marketing yang baik sehingga perlahan-lahan orang akan mulai penasaran *coffee shop* tersebut. “Bekumpul Coffee Shop “ juga ingin mengambil kesempatan ini sebagai daya tarik yang dapat dimanfaatkan untuk mengundang banyak konsumen datang bukan hanya untuk menikmati kopi dan makanan yang kami sediakan tetapi kami ingin juga menyediakan tempat yang nyaman.

- **Threats**

Ancaman dari *coffee shop* ini adalah beberapa warung kopi di daerah Ketapang, Kalimantan Barat yang sudah lebih dulu berdiri. Akan tetapi ancaman ini tidak terlalu berpengaruh dikarenakan desain dari *coffee shop* ini memiliki konsep yang berbeda dari *coffee shop* yang ada serta harga yang akan di berikan tidak berbeda jauh dari *coffee shop* lainnya yang ada di daerah Ketapang.

## **Spesifikasi Produk/Jasa**

“*Bekumpol Coffee Shop*” memiliki berbagai menu yang terdiri dari menu utama yaitu kopi sebagai andalannya. “*Bekumpol Coffee*” juga menyediakan menu non-kopi dan makanan ringan lainnya sebagai tambahan dan variasi menunya yang selalu *up to date* sehingga tidak akan ketinggalan jaman untuk menu-menu trending yang akan datang sehingga pengunjung tidak pernah merasa bosan dan selalu ingin mencoba menu yang kami tawarkan pada pengunjung.

## **Jenis/Badan Usaha**

Jenis badan usaha yang akan diambil oleh penulis sebagai usaha dari *Bekumpol Coffee Shop* Ketapang 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 *Bekumpol Coffee Shop*. Sedangkan untuk pemodal pasif akan memberikan modal seperti modal dana atau aset yang akan digunakan oleh *Bekumpol Coffee Shop* Ketapang.

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.

Menurut Wijatno Perseroan komanditer atau biasa disebut CV adalah suatu bentuk perjanjian kerjasama untuk mengatur perusahaan dan bertanggung jawab penuh dengan kekayaan pribadinya, dengan orang-

orang yang memberikan pinjaman dan tidak bersedia memimpin perusahaan serta bertanggung jawab terbatas pada kekayaan yang diikutsertakan dalam perusahaan tersebut. Oleh karena itu CV sangatlah cocok untuk badan usaha yang akan dipakai oleh Bekumpol Coffee Shop karena terdapat perjanjian kerja sama antara pemberi modal pasif dan aktif yang saling membagi keuntungan secara adil dan bertanggung jawab.

(Wijatno (2009: 110))

### **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. Persyaratan yang diperlukan untuk Bekumpol Coffee Shop Ketapang 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.

Selain 4 persyaratan diatas, penulis juga harus memiliki/melengkapi beberapa dokumen yang harus disiapkan oleh Bekumpol Coffee Ketapang 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.

