

## **BAB I**

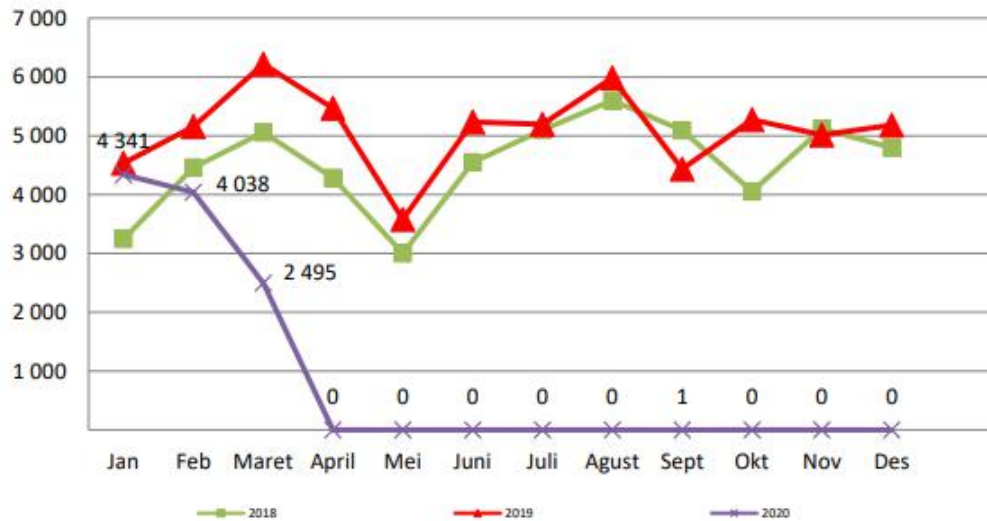
### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Kota Bukittinggi merupakan kota wisata yang ada di Sumatra Barat, Indonesia, Bukittinggi merupakan kota yang memiliki potensi pariwisata yang sangat tinggi karena banyaknya potensi wisata yang ada di kota ini dan yang menjadi citra dari kota ini yaitu Jam Gadang dimana ini merupakan tempat banyak dikunjungi wisatawan asing maupun wisatawan lokal, selain itu kota Bukittinggi juga memiliki potensi lainnya seperti wisata sejarah, wisata alam, dan juga wisata buatan, begitu banyaknya wisata sejarah yang ada di buktinggi seperti Benteng Fort De Kock, rumah kelahiran Bung Hatta, dan masih banyak wisata lainnya yang bisa di kunjungi para wisatawan, begitu juga dengan keindahan alam yang ada di Bukittinggi seperti Ngarai Sianok, Taman Panorama, dan masih banyak tujuan lainnya, dan wisata buatan dari Bukittinggi yaitu Jembatan Limpapeh dan Janjang Koto Gadang.

Dari banyaknya wisatawan yang datang ke Sumatra Barat dapat dilihat bahwa Bukittinggi merupakan tempat yang banyak dikunjungi wisatawan baik dari dalam negeri maupun luar negeri berikut data wisatawan yang datang ke Sumatera Barat berdasarkan data BPS Bukittinggi pada tabel halaman berikut:

**TABEL 1**  
**PERKEMBANGAN JUMLAH WISMAN YANG BERKUNJUNG**  
**MELALUI BIM JANUARI 2018 - DESEMBER 2020**



Sumber: <https://bukittinggikota.bps.go.id/>

Dapat dilihat semenjak terjadinya pandemi Covid - 19 terjadi penurunan yang sangat dratis pada tahun 2020 di bulan April karna pada saat itu wisatawan mancanegara, karna tidak diperbolehkan masuk ke Sumatra Barat, kendati demikian dapat dilihat pada tahun - tahun sebelumnya pada 2018 dan 2019 rata – rata wisatawan yang datang ke Sumatra barat bisa dikatakan lumayan banyak yaitu berkisar antara 3000 sampai 6000 orang wisatawan setiap bulannya, hal ini yang yang menjadi dasar pendirian *café* ini yaitu wisatawan yang datang ke Sumatera Barat ketika pandemi berakhir dan kebijakan dari pemerintah sudah di atur kembali.

Berdasarkan data dan penjelasan sebelumnya, data tentang wisatawan yang datang ke Bukittinggi akan menjadi sulit untuk pendirian *café* ini jika hanya berfokus pada wisatawan yang datang ke Bukittinggi, dengan banyaknya milenial yang berumur 20 – 30 tahun atau kaum muda yang memiliki kecenderungan suka bersosialisasi dan juga bekerja di tempat yang nyaman hal itu juga menjadi latar belakang pendirian bisnis ini dapat dilihat dengan perkembangan kopi di Indonesia, dengan banyaknya kedai kopi dan franchise yang masuk ke Indonesia dan juga Franchise luar yang sudah banyak masuk ke kota – kota besar di Indonesia.

Kopi sendiri di Indonesia tidak hanya sebagai minuman untuk masyarakat Indonesia, tetapi sekarang sudah menjadi *life syle* bagi masyarakat khususnya kaum muda atau milenial yang berumur 20 sampai 30 tahun, bisa dilihat dari begitu banyaknya *coffee shop* yang ada di kota – kota besar begitu juga dengan Bukittinggi. Usaha kopi di Bukittinggi juga sangat berkembang, dengan banyaknya *coffee shop* baru yang berdiri di kota Bukittinggi begitu juga beberapa *franchise* sudah masuk bersaing dalam mendapatkan konsumen di kota ini, berikut data umur masyarakat yang ada di Bukittinggi berdasarkan data BPS Bukittinggi sebagai berikut:

**TABEL 2**  
**DATA PENDUDUK BERDASARKAN KELOMPOK UMUR DI KOTA**  
**BUKITTINGGI**

NO	KELOMPOK UMUR  (TAHUN)	JUMLAH PENDUDUK			
		LAKI-LAKI	PEREMPUAN	LAKI-LAKI + PEREMPUAN	RASIO JENIS KELAMIN
1	0 – 4	6395	6240	12635	102,48
2	5 – 9	6050	5970	12020	101,34
3	10 – 14	5348	5282	10630	101,25
4	15 – 19	6119	7508	13627	81,50
5	20 – 24	6065	8049	14114	75,35
6	25 – 29	5285	5283	10568	100,04
7	30 – 34	4980	4817	9797	103,38
8	35 – 39	4514	4479	8993	100,78
9	40 – 44	4173	4313	8486	96,75
10	45 – 49	3942	3740	7682	105,40
11	50 – 54	3147	3023	6170	104,10
12	55 – 59	2593	2722	5315	95,26
13	60 – 64	2054	2139	4193	96,03
14	65 – 69	1364	1470	2834	92,79
15	70 – 74	742	936	1678	79,27
16	75+	748	1283	2031	58,30
<b>JUMLAH</b>		<b>63.519</b>	<b>67.254</b>	<b>130.773</b>	94,45
<b>Angka Beban Tanggung (Dependency Ratio)</b>					31,99

Sumber: BPS Kota Bukittinggi.2020

Berdasarkan data pada tabel sebelumnya dapat dilihat bahwa masyarakat yang berumur 20 – 24 yaitu sebanyak 14.114 dan yang berumur 25 – 30 tahun yaitu sebanyak 10.568 orang hal ini lah yang menjadi dasar pendirian kedai kopi ini dengan banyaknya populasi masyarakat berumur 20 sampai 30 tahun di kota Bukittinggi.

Dari banyaknya kedai kopi yang ada di Bukittinggi namun ada salah satu jenis penyeduhan kopi yang jarang ditemui, dan bisa dikatakan belum ada di Bukittinggi untuk di Sumatra Barat sendiri yaitu *Turkish coffee*, *Turkish coffee* adalah teknik penyeduhan kopi yang bisa dikatakan unik karna dalam penyeduhannya *Turkish coffee* ini menggunakan pasir, menggunakan *Cesve* dalam penyeduhannya, *Turkish coffee* sendiri bisa dikatakan jarang di temui wilayah di Sumatra Barat, di Sumatra Barat baru ada satu hotel yang menyediakan *Turkish coffee* ini yaitu di *Palanta Abo* salah satu café yang dimiliki oleh Maninjau Indah hotel.

Menurut ahli sejarah sistem penyeduhan model Turki ini adalah asal muasal pembuatan kopi sejak mulai dipopulerkan oleh bangsa Arab. Keistimewaan dari cara ini adalah hasil seduhannya yang mempunyai rasa yang kuat dan pekat. Peralatan yang dipakai sangat kental dengan budaya Arab, ada yang namanya *kahve değirmeni* sebagai penggiling kopi juga yang selanjutnya dimasukkan ke bejana khusus yang dinamakan *ibrik (cezve)*. Kopi yang telah digiling dengan alat lalu kemudian dimasukkan ke dalam bejana dan dipanaskan di atas api sampai mendidih. Cara ini sangat digemari oleh sebagian penggemar kopi. Kental, pekat, pahit sangat terasa dalam hasil seduhannya (Ahli Kopi Lampung, 2017).

Berdasarkan penjelasan sebelumnya dapat dilihat bahwa pada awalnya teknik penyeduhan ini dipopulerkan oleh bangsa arab dan pada teknik penyeduhan ini memiliki khas dengan rasa yg kuat, maka dari rasa yang kuat ini lah yang dimanfaatkan oleh perencana bisnis ini untuk melakukan inovasi berupa penambahan

*condiment* yang manis yang tujuannya yaitu agar produk ini agar dapat diterima oleh masyarakat, lalu yang menarik disini adalah Turkish coffee memiliki keunikan dengan menggunakan pasir sebagai media pengantar panas dalam penyeduhannya yang tujuannya agar panas yang diantarkan dapat merata pada saat proses penyeduhannya, berikut gambar penyeduhan Turkish coffee:

**GAMBAR 1**  
**TURKISH COFFEE**



Sumber: <https://www.lonelyplanet.com>

Dari segi perkembangan sendiri Turkish Coffee sendiri memiliki kepopuleran yang kurang dimata masyarakat Bukittinggi dapat dilihat dari banyaknya outlet yang menjual produk yang unik ini, bahwa hanya ada satu outlet yang menjual produk ini di Sumatera Barat seperti yang sudah dijelaskan pada penjelasan sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya penulis melihat ini merupakan sebuah peluang bisnis yang dapat dikembangkan dan produk ini sangat menarik dicoba oleh pengunjung seperti *tourist* maupun kaum muda yang memiliki ketertarikan dengan kopi, maka oleh karena itu saya sebagai penulis ingin membuat tugas akhir dengan judul “*PENDIRIAN BISNIS THE KAHE DI KOTA BUKITTINGGI*”.

## **B. Gambaran Umum Usaha**

### **• Deskripsi Bisnis**

Seperti yang sudah dijelaskan pada sub - bab sebelumnya penulis sudah melihat beberapa masalah yang terlihat di kota Bukittinggi yaitu masih jarang nya *Turkish coffee* yang ada di bukittinggi maka penulis mengusulkan jenis bisnis *café* yang menjual *Turkish coffee*, namun yang menjadi hal yang unik dalam perencanaan bisnis ini yaitu tamu atau orang yang berkunjung di *café* ini akan di perbolehkan belajar atau langsung membuat *Turkish coffee* dan produk atau yang biasa disebut *open bar*.

### **• Deskripsi Logo dan Nama**

Nama dari bisnis yang direncanakan penulis adalah *The Kahve*, penulis mengambil nama *The Kahve* karna ini adalah *Kahve* adalah bahasa turki yang artinya kopi, sesuai dengan tujuan penulis yaitu ingin mengembangkan dan menjadikan *Turkish coffee* sebagai produk unggulan dalam usaha yang direncanakan ini, lalu disini penulis juga sudah mempersiapkan logo untuk *café*, beserta penjelasan dari logo tersebut pada halaman berikutnya:

**GAMBAR 2**  
**LOGO**



Sumber: Olahan Penulis, 2020

Menurut KBBI logo merupakan sesuatu seperti tanda (lukisan, lencana, dan sebagainya) yang menyatakan suatu hal atau mengandung maksud tertentu (kbbi.web.id).

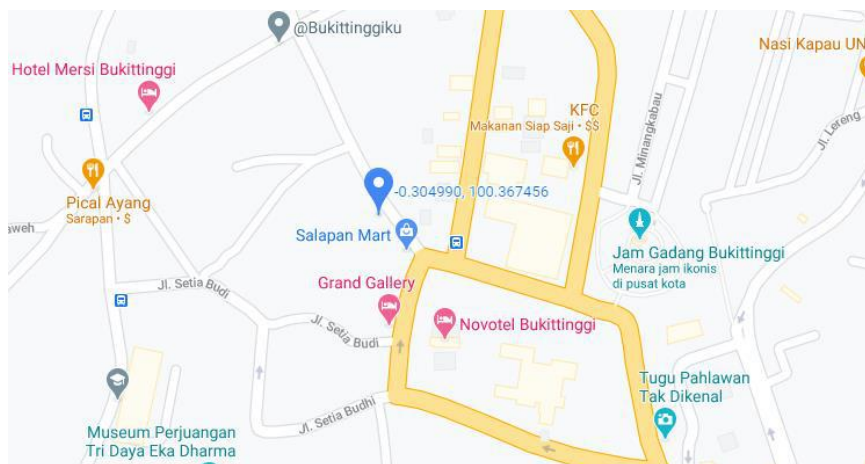
Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat dari bentuk logo yang berbentuk petak yang berarti dapat dipercaya dan konsisten, lalu warna hitam menggambarkan kualitas yang baik dari produk yang akan dijual dan gambar kopi yaitu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen, lalu disini penulis menggunakan huruf kapital agar terlihat jelas.



- **Lokasi Bisnis**

Untuk lokasi yang direncanakan penulis yaitu di jalan Yos Sudarso No. 01 Bukittinggi disini penulis melihat ini adalah tempat yang sangat strategis dan berdekatan dengan pusat kota dan Jam Gadang tentu ini akan menjadi tempat yang sangat strategis dan membuat *The Kahve* lebih cepat dikenal di kota Bukittinggi. Berikut lokasi map dari tempat yang penulis rencanakan pada gambar dibawah:

**GAMBAR 3**  
**LOKASI MAP**



Sumber: Google Map

**GAMBAR 4**  
**LOKASI PENDIRIAN THE KAHVE**



Sumber: Olahan penulis, 2020

Gambar 4 merupakan lokasi ruko yang akan dijadikan lokasi tempat pendirian The Kahve, yaitu merupakan garasi yang memiliki ukuran yang cukup luas yaitu 5 x 9 meter dan berlokasi didekat Novotel dan di depan Bank Nagari Bukittinggi.

### **C. Visi dan Misi**

#### **VISI**

Visi dari *The Kahve* yaitu untuk menjadi kedai kopi yang pertama menjual *Turkish coffee* dan tempat yang nyaman dengan pelayanan *open bar* di Bukittinggi.

#### **MISI**

Dalam hal ini penulis memiliki beberapa misi untuk menjalankan visi dari *The Kahve* yaitu sebagai berikut:

- Menjual minuman *Turkish coffee* beberapa varian agar dapat diterima oleh masyarakat di kota Bukittinggi.
- Memberikan pelayanan *open bar* bagi tamu yang penasaran akan pembuatan *Turkish coffee*.
- Memberikan pengetahuan umum tentang *Turkish coffee* untuk tamu yang ingin mengetahuinya.
- Memberikan *space* atau tempat yang nyaman bagi tamu yang ingin bersosialisasi di dekat pusat kota.
- Menjual *pastry* yang cocok untuk dinikmati dengan kopi.

#### **D. Analisis Peluang Dan Hambatan**

Disini penulis melakukan sebuah analisis yaitu untuk mengetahui beberapa kekuatan, kelemahan peluang serta ancaman yang akan di temui ketika menjalankan usaha ini. Penulis menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*) untuk melihat seberapa strategis produk ini dapat dijual dan apa saja yang harus di evaluasi dalam bisnis ini.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2008) SWOT yaitu sebuah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman suatu perusahaan. Analisis ini diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada di perusahaan.

Berdasarkan penjelasan mengenai SWOT diatas penulis akan menganalisa beberapa kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki The Kahve sebagai kedai *Turkish coffee* di Bukittinggi pada Tabel 2 pada halaman selanjutnya:

**TABEL 3**  
**SWOT ANALISIS**

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan pelayanan <i>open bar</i></li> <li>• Membuat beberapa varian dari <i>Turkish coffee</i> agar dapat diterima lidah masyarakat</li> <li>• <i>Space</i> yang luas untuk bersosialisasi</li> <li>• Kawasan yang sangat strategis sangat dekat dengan jam gadang</li> <li>• <i>Entertiment</i> dalam pembuatannya yang unik.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anggapan masyarakat tentang <i>Turkish coffe</i> yang pahit</li> <li>• Belum tahunya masyarakat tentang <i>Turkish coffee</i></li> <li>• Produk yang panas akan susah untuk melakukan <i>take away</i> atau <i>delivery</i>(khusus produk <i>Turkish Coffee</i>)</li> </ul>
OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masih sedikitnya <i>Turkish coffee</i> di Sumatra Barat.</li> <li>• Masih sedikitnya kedai kopi yang memberikan pelayan <i>open bar</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akan banyaknya <i>café – café</i> yang akan meniru dan akan menjual <i>Turkish coffee</i> jika laku.</li> </ul>

Sumber: Olahan penulis, 2020

Berdasarkan analisis SWOT tersebut penulis dapat melihat bahwa bisnis ini memiliki beberapa kekuatan yaitu berada tempat yang strategis dan beberapa peluang yang menjanjikan namun bisnis yang jadi bahan penelitian penulis ini juga memiliki kelemahan seperti anggapan masyarakat tentang *Turkish coffee* dan banyak dari masyarakat dan masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui *Turkish coffe*.

Kendati demikian penulis sudah menyiapkan beberapa promosi yang akan mengubah *mindset* masyarakat tentang *Turkish coffee*. Dan bisnis ini juga memiliki ancaman yaitu akan banyak kompetitor meniru produk dan cara pelayanan dari *The Kahve* tetapi penulis sudah menyiapkan beberapa hal yang akan memberikan *mindset* yang kuat bahwasanya segala yang berhubungan dengan *Turkish coffee* adalah *The Kahve*, *mindset* ini lah yang akan membawa konsumen agar selalu mengingat bahwasanya *The Kahve* adalah pencetus dan kedai dan penjual *Turkish coffee* pertama yang ada di Bukittinggi.

#### **E. Spesifikasi Produk dan Jasa**

Spesifikasi didefinisikan sebagai uraian yang terperinci mengenai persyaratan kinerja (*performance*) barang/jasa atau uraian yang terperinci mengenai persyaratan kualitas material dan pekerjaan yang diberikan penyedia (*conformance*) barang/jasa.

Uraian spesifikasi hendaknya memenuhi *5 W + 1 H*. *What* mengandung unsur kualitas dan kuantitas barang/jasa. *When* mewakili waktu. *Where* mengandung unsur lokasi. *Who* menyangkut target kelompok penyedia yang dapat mengadakan barang/jasa. *How* menunjukkan bagaimana cara yang tepat untuk menjamin value barang/jasa yang didapatkan. Terakhir kenapa mewakili keterikatan barang/jasa dengan sasaran kegiatan. (Raqheelcaze, 2012)

Berdasarkan penjelasan sebelumnya yang menjadi kebutuhan calon konsumen akan produk *The Kahve*, dimana produk ini dapat disajikan dan dibuat namun menggunakan andil dari konsumen, lalu dari segi tempat Bukittinggi merupakan kota yang bersuhu dingin tentunya ini sangat cocok untuk penyajian *Turkish coffee*. *The Kahve* akan buka pada sore sampai malam hari maka ini sangat cocok untuk orang yang ingin bersantai maupun yang ingin melakukan *meet up* dengan teman – teman. Dan disini *The Kahve* juga menjual beberapa *dessert* yang sangat cocok menemani orang – orang yang sedang bersantai maupun bersosialisasi.

#### **F. Jenis Badan Usaha**

Disini jenis badan usaha yang direncanakan oleh penulia yaitu berbentuk CV dimana CV adalah jenis badan usaha yang di akui Negara, CV merupakan bentuk kemitraan yang dibentuk oleh dua orang atau lebih dengan beberapa anggota memiliki tanggung jawab yang tidak terbatas dan beberapa lainnya yang memiliki tanggung jawab terbatas.

CV dapat dibagi menjadi dua jenis yakni sekutu aktif (komplementer) dan sekutu pasif (komanditer). Sekutu aktif adalah sekutu yang mengelola suatu perusahaan sekaligus memiliki hak untuk membuat perjanjian dengan pihak ketiga. Sedangkan sekutu pasif adalah sekutu yang hanya menyerahkan modal tetapi tidak ikut campur dalam hal pengelolaan perusahaan. Bisa dikatakan bahwa sekutu pasif hanya berperan dalam memberikan modal. (Adif, 2020)

Berdasarkan Pasal 16-35 dalam Undang-undang Hukum Perdata, di Indonesia, pendirian CV wajib menyertakan persyaratan yaitu pada halaman berikutnya:

- Membuat Akta Pendirian CV.
- Mendaftarkan Akta Pendirian CV.
- Mengurus Izin Usaha (SIUI atau SIUP).
- Mengurus Tanda Daftar Perusahaan (TDP).
- Mengumumkan Ikhtisar Resmi. (Lestari E. V., 2020)