

BAB II. PROFIL KAFE KOPI TOKO DJAWA DI JALAN BRAGA KOTA BANDUNG

II.1. Braga

Jalan Braga merupakan salah satu kawasan yang memiliki beragam nilai sejarah dan sangat berpengaruh dalam perkembangan Kota Bandung dari masa ke masa. Di Jalan Braga tengah berdiri toko-toko untuk kebutuhan seperti pakaian/mode, senjata, kendaraan serta restoran yang rata-rata diperuntukan untuk kaum elit dan para pemuka bangsa Eropa (Kunto, 1984). Maka sebutan Parijs Van Java terasa cocok dengan Jalan Braga Bandung, karena dengan jalan pertokoan beserta gedung yang memiliki nuansa Eropa berdiri disepanjang jalan ini.



Gambar II.1 Jalan Braga Tempo Dulu

Sumber: <https://www.ayobandung.com/read/2015/08/12/1547/ini-dia-7-sejarah-jalan-bandung-dari-jalan-culik-sampai-jalan-bantuan-cai>
(Diakses pada 16/05/2019)

Pada masa keemasan Bandung Parijs Van Java, Jalan Braga merupakan kawasan sebagai pusat kehidupan dari segi sosial dan perekonomian masyarakat kolonial Belanda. Jalan Braga pun menjadi pusat para pengusaha Eropa memamerkan dan memperjual belikan gaya hidup yang terbilang mewah seperti pakaian mode Paris yang selalu *up to date* dan dimana para *Preangerplanters* saling berebut untuk mengganti mobil sedan terbaru, bahkan hanya untuk berdiam diri bermalas-malasan sembari menikmati suasana para wanita bumi parahyangan berlalu

lalang. Kehidupan yang *glamour* dengan segala kemewahan dan skandal dari masyarakat kolonial Belanda benar-benar terjadi di Jalan Braga (Kunto, 1984, h.316).

Oleh karena itu kawasan Braga mempunyai nilai sejarah yang kuat khususnya di kota Bandung. Jalan Braga lah yang merupakan kawasan dengan nuansa Eropa yang harus dipertahankan sebagai saksi dari sejarah dan perkembangan kota Bandung.

II.2. Kafe

Kafe merupakan sebuah tempat untuk menikmati makanan dan minuman yang ditawarkan. Pada dasarnya berbagai kafe menawarkan beraneka ragam jenis dan menu yang ditawarkan disetiap negara. Istilah kata kafe berasal dari bahasa Prancis yang berarti kopi sehingga orang Prancis menyebut kedai kopi dengan istilah kafe dan Prancis menjadi salah satu negara yang di juluki “Negeri Caffè” karena pesatnya perkembangan kafe disana serta dari Prancis lah kafe mulai tersebar luas di dunia (Anonim, 2001, h.6).

Kafe merupakan suatu restoran yang kecil yang memiliki sajian terbatas seperti kue, roti, kopi dan teh (Marsum, 1991). Kafe pertama kali dibuka di Constantinople yang merupakan ibukota dari kerajaan Ottoman Turki pada tahun 1475. Kafe pertama di Eropa didirikan tahun 1529 dan pada abad ke-17, kafe pun mulai banyak bermunculan dan hadir di Eropa setelah diadakannya suatu festival St.Germain di Paris, Prancis pada tahun 1672 (Ukers, 1922). Berawal dari festival tersebut banyak sekali pengunjung yang tertarik, sehingga menjadi inspirasi banyak orang dan usaha kafe pun semakin banyak dicoba di benua Eropa.

Kafe pun saat ini merupakan salah satu bisnis yang kini telah menyebar luas ke berbagai negara. Disetiap negara pasti akan dapat dengan mudah menemukan kafe dengan berbagai sajian menu yang ditawarkan termasuk di Indonesia. Kini kafe di Indonesia pun berkembang cukup pesat dan menyebar luar ke berbagai daerah dengan menawarkan beraneka ragam sajian makanan dan minuman unik.

II.3. Kopi

II.3.1. Sejarah Kopi

Kopi memiliki nilai tersendiri bagi para penikmatnya. Perkembangan kopi telah mengalami berbagai macam kisah dan proses yang panjang hingga dapat dinikmati diberbagai negara. Setiap negara pun memiliki kisah tersendiri tentang sejarah kopi yang hadir di negaranya, bahkan kata kopi pun tentunya memiliki sejarah yang berbeda disetiap masing-masing negara.

Pada abad ke-15 kopi menjadi salah satu komoditas perdagangan yang memiliki peluang besar, hingga para petani di Arab mempertahankan biji kopi agar tidak menyebar ke negara lain (Gardjito, Rahadian, 2011, h.18). Sekitar tahun 1600-an, kata kopi mulai memasuki bahasa Eropa yang diserap dari bahasa arab “*qahwah*” (Ukers, 1922). Sedikit demi sedikit kopi mulai menyebar ke berbagai negara. Setiap warga negara banyak yang menerima dengan baik kehadiran kopi dinegaranya. Di beberapa negara pengucapan kopi berbeda-beda, seperti *Cafe* dalam bahasa Prancis, *Caffe* dalam bahasa Itali, *Coffe* dalam bahasa Inggris dan *Koffie* dalam bahasa Belanda (Ukers, 1922).

Dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan kata kopi menjadi berbeda disetiap negara karena setiap negara memiliki bahasa dengan pengucapan vokal yang berbeda. Pengucapan satu kata akan berbeda pula jika didengar dan ditangkap oleh negara lain. Jika diperhatikan, kata kopi dalam berbagai bahasa pun tetap terlihat dan terdengar sama jika diucapkan. Faktor inilah yang menjadi bukti kuat bahwa perbedaan kata kopi disetiap negara disebabkan oleh pengucapan kata yang berbeda pula disetiap bahasa dan menjadi berbeda pula jika ditulis dalam bahasa masing-masing negara.

II.3.2. Jenis-Jenis Tanaman Kopi

Tanaman kopi memiliki beranekaragam jenis. Setiap tanaman kopi memiliki beberapa ciri perbedaan baik dari segi bentuk dan tempat menanam. Adapun beberapa jenis tanaman kopi yang terdapat diberbagai belahan dunia yaitu :

1. Coffea Arabica

Daun kopi Arabika memiliki ukuran yang relatif kecil dibanding jenis-jenis kopi lainnya, panjangnya kurang lebih 10-15 cm dan lebarnya 4-6 cm. Buahnya berwarna merah ketika matang dan mudah rontok (Risnandar, 2018).



Gambar II.2 Tanaman Coffea Arabica
Sumber: <http://www.ruangtani.com/>
(Diakses pada 16/12/2018)

2. Coffea Canephora (Robusta)

Pohon kopi robusta dapat tumbuh hingga 12 meter bila tidak dipangkas. Tanaman kopi jenis ini memiliki sistem akar yang dangkal sehingga membutuhkan tanah yang subur. Ukuran Daun tanaman biji kopi Robusta cukup besar dengan panjang sekitar 20-35 cm dan lebar 8-15 cm (Risnandar, 2018).



Gambar II.3 Tanaman Coffea Canephora
Sumber: <https://www.sumber.com/edukasi/pengetahuan-umum/sumber/kopi-robusta.html>
(Diakses pada 16/12/2018)

3. Coffea Liberica (Liberica)

Tanaman biji kopi liberika memiliki ukuran yang cukup besar dengan tinggi tanaman yang dapat mencapai 18 meter. Ukuran buah kopi Liberika merupakan buah kopi yang berukuran lebih besar diantara buah kopi jenis

lainnya dengan diameter sekitar 18-30 mm. Hanya saja rasio berat kering terhadap berat buah segarnya sangat rendah (Risnandar, 2018).



Gambar II.4 Tanaman Coffea Liberica
Sumber: <https://www.okeinfo.net>
(Diakses pada 16/12/2018)

II.3.3. Sejarah dan Budaya Minum Kopi di Indonesia

Setiap negara memiliki sejarah dan cerita tersendiri terkait kopi yang datang dan dapat dinikmati hingga saat ini oleh setiap penduduk negara tersebut. Begitupun dengan kopi yang ada di Indonesia. Masuknya kopi di Indonesia telah mengalami berbagai kisah dan peristiwa yang tentunya tidak datang begitu saja. Hadirnya kopi di Indonesia mengalami proses yang bertahap sedikit demi sedikit hingga dapat tersebar di setiap daerah di Indonesia.

Teggia (seperti dikutip Risnandar, 2018) Sejarah kopi di Indonesia dimulai pada tahun 1696 ketika Belanda membawa kopi dari Malabar, India, ke Jawa. Lokasi pembudidayaan tanaman kopi tersebut di Kedawung, sebuah perkebunan yang terletak dekat Batavia. Proses pembudidayaan kopi di Indonesia terus terjadi secara bertahap hingga tersebar dan dapat dinikmati hingga saat ini.

Di Indonesia menikmati secangkir kopi sudah menjadi kebiasaan sehari-hari, bahkan minum kopi di Indonesia memiliki beberapa budaya yang unik. Budaya di Indonesia pada umumnya memiliki beberapa persamaan antar daerah. Beberapa budaya seputar minum kopi di Indonesia diantaranya:

1. Angkringan

Angkringan berasal dari bahasa Jawa yang memiliki arti duduk santai (Gumulya dan Helmi, 2017). Di angkringan ini setiap orang dapat menikmati kopi sambil berbincang-bincang dengan orang yang tak saling kenal sekalipun. Angkringan biasa ditemukan berbentuk gerobak dan berada di pinggir jalan.



Gambar II.5 Angkringan

Sumber: https://gudeg.net/content/uploads/modules/gallery_direktori/20151027032654.JPG
(Diakses pada 16/12/2018)

2. *Rumpi*

Rumpi merupakan budaya orang Indonesia yang biasa ditemukan di kebanyakan warung kopi dan memiliki makna berbincang-bincang (Gumulya dan Helmi, 2017). Budaya *rumpi* ini biasanya dilakukan oleh sekelompok orang sembari menikmati kopi.

3. Kebersamaan dan Sosialisasi

Beberapa budaya minum kopi di Indonesia selalu berkaitan dengan berbincang-bincang dan berkumpulnya sekelompok orang. Hal ini menjadi suatu budaya yang positif salah satunya untuk menjalin kebersamaan dan membangun sosialisasi yang lebih baik. Budaya ini selalu terjalin hangat ketika sembari menikmati kopi. Maka sudah menjadi dasar kepribadian masyarakat Indonesia yang senang dengan bersosialisasi dan saling mengenal satu sama lain (Gumulya dan Helmi, 2017)

4. *Coffe Shop*

Memasuki era modern menikmati kopi masih dengan budaya yang sama yaitu berkumpul dan berbincang-bincang sembari menikmati kopi. Perbedaan yang terlihat yaitu kini sudah dengan mudah ditemukannya banyak *coffe shop* di berbagai daerah. *Coffe shop* ini tak jauh berbeda dengan warung kopi pada umumnya, hanya saja dikemas lebih modern dan biasanya diperuntukan untuk masyarakat menengah ke atas (Gardjito dan Rahadian, 2011).

Menurut sekilas sejarah diatas dapat disimpulkan bahwa masuknya kopi di Indonesia adalah pada masa Indonesia belum merdeka, yang mana masih banyak nya Belanda yang menguasai beberapa wilayah di Indonesia. Berkembangnya kopi di Indonesia diikuti pula dengan hadirnya budaya seperti berkumpul dan berbincang-bincang sembari menikmati kopi atau yang biasa disebut *rumpi*, *ngopi*, *nongkrong*, *nangkring* dan lain sebagainya.

II.4. Brand

Brand atau merek merupakan hal terpenting dalam membangun sebuah perusahaan baik produk maupun jasa. *Brand* ini pun tentu berhubungan dengan pasar agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran. Merek adalah gambar, nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, figur atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang bisa didaftarkan serta dimiliki dan dimaksudkan untuk mengidentifikasi organisasi, barang atau jasa dari seorang atau kelompok (Tjiptono, 2014, h.4).

Pada dasarnya, merek dari suatu barang atau jasa dapat mencerminkan dari apa yang ditawarkan atau dijual oleh merek tersebut. Penggunaan nama, simbol ataupun logo dari suatu merek dirancang untuk menjadi khas suatu merek dan membedakan suatu merek produk atau jasa dengan perusahaan-perusahaan serupa. Maka dari itu *brand* sangatlah berperan penting pada suatu penjualan produk ataupun jasa.

Kopi Toko Djawa merupakan sebuah *brand* yang menjual berbagai sajian kopi. Salah satu sajian khas yang ditawarkan yaitu Es Kopi Toko Djawa. Kopi Toko Djawa merupakan *brand* yang menyerap nilai-nilai sejarah dari sebuah bangunan kuno khas Jalan Braga. Bangunan tersebut dulunya merupakan sebuah toko buku yang berdiri pada tahun 1955 dan bernama Toko Buku Djawa. Beberapa elemen bersejarah dari Toko Buku Djawa kini digunakan kembali oleh Kopi Toko Djawa. Kopi Toko Djawa menyerap dan menggunakan kembali bangunan Toko Buku Djawa, nama Toko Djawa dan *logotype* dari Toko Buku Djawa.

II.5. Kopi Toko Djawa

II.5.1. Sejarah Kopi Toko Djawa

Kopi Toko Djawa merupakan salah satu *brand* yang memiliki sejarah yang cukup unik. Keunikan berdirinya Kopi Toko Djawa ini karena bangunan yang digunakan merupakan sebuah toko buku yang memiliki nilai bersejarah di kota Bandung. Toko buku tersebut bernama Toko Buku Djawa. Toko Buku Djawa berdiri pada tahun 1955 yang mana tutup dan berhenti beroperasi sekitar tahun 2015 (Saepuloh, 2018). Toko Buku Djawa ini menjadi saksi bisu perkembangan kota Bandung, khususnya di Jalan Braga. Menurut Hutagalung (seperti dikutip Sjafari, 2015) Toko Buku Djawa ini merupakan toko buku pionir penjualan buku *import* yang ada di Bandung dan toko terakhir yang mempertahankan nama Djawa.



Gambar II.6 Toko Buku Djawa

Sumber: https://live.staticflickr.com/7171/6465370827_5946441578_b.jpg
(Diakses pada 16/12/2018)

Owner Kopi Toko Djawa, Alvin Januardi (seperti dikutip Puspita, 2018) Kopi Toko Djawa ini berdiri dan mulai beroperasi pada Desember 2017. Penggunaan nama Kopi Toko Djawa yang semula diambil dari nama Toko Buku Djawa ini karena Toko Djawa adalah nama unik dan tentunya identik dengan bangunan bekas toko buku bersejarah tersebut.

II.5.2. Profil Kopi Toko Djawa

Kafe Kopi Toko Djawa merupakan salah satu dari sekian banyak kafe yang menyajikan beraneka ragam kopi di Bandung. Kopi Toko Djawa ini berlokasi di Bandung, Jawa Barat. Kafe Kopi Toko Djawa tentunya menyajikan berbagai macam jenis kopi seperti kopi susu, Espresso, Cappucino dan Late serta beberapa makanan ringan seperti *cake*, donat dan roti. Menu khas yang ditawarkan oleh Kafe Kopi Toko Djawa salah satunya adalah Es Kopi Toko Djawa dan Es Kopi Awan. Es Kopi Toko Djawa dan Es Kopi Awan menggunakan gula merah sebagai pemanis rasa dari kopi tersebut. Salah satu keunikan dari sajian yang ditawarkan ada pada Es Kopi Awan yang merupakan perpaduan es kopi susu dengan *foam* di atasnya yang menyerupai awan. Es Kopi Awan merupakan salah satu sajian unik dan menjadi pembeda dengan sajian kopi pada umumnya khususnya di Kota Bandung.



Gambar II.7 Logo Kafe Kopi Toko Djawa
Sumber: <https://www.instagram.com/kopitokodjawa/?hl=en>
(Diakses pada 16/12/2018)

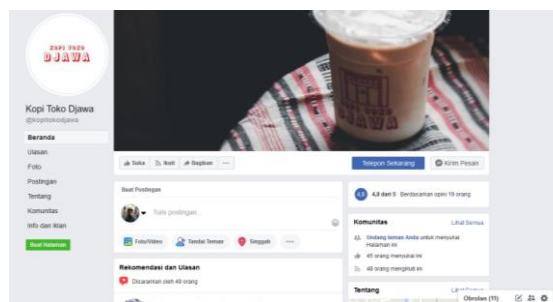
II.5.3. Kontak dan Sosial Media Kopi Toko Djawa

Kopi Toko Djawa memiliki kontak dan beberapa media sosial yang dibuat agar memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi. Adapun kontak dan media sosial dari Kafe Kopi Toko Djawa adalah sebagai berikut:

1. Line : kopitokodjawa

2. Email : kopitokodjawa@gmail.com
3. No Telepon : 08986476315
4. Facebook : kopitokodjawa

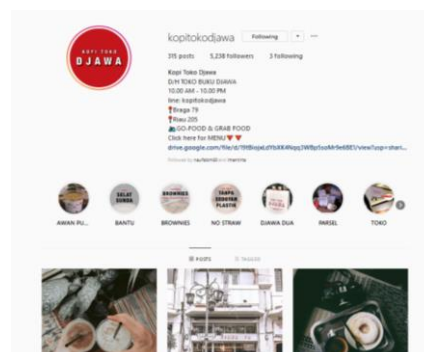
Halaman facebook dari Kopi Toko Djawa disukai oleh puluhan pengguna facebook dan di halaman tersebut para konsumen bisa mendapatkan beberapa informasi seputar Kopi Toko Djawa Konsumen pun dapat mencantumkan ulasan-ulasan pendapat masing-masing terkait Kopi Toko Djawa.



Gambar II.8 Facebook Kopi Toko Djawa
 Sumber: <https://www.facebook.com/kopitokodjawa/>
 (Diakses pada, 15/03/2019)

5. Instagram : kopitokodjawa

Di Instagram Kopi Toko Djawa ini para konsumen dapat mencari informasi terkini terkait Kopi Toko Djawa, baik seperti harga promo, menu-menu terbaru, cerita-cerita dan foto-foto aktivitas pengunjung dari Kopi Toko Djawa.



Gambar II.9 Instagram Kopi Toko Djawa
 Sumber: <https://www.instagram.com/kopitokodjawa/>
 (Diakses pada, 15/03/2019)

II.5.4. Lokasi dan Waktu Operasional Kopi Toko Djawa

Waktu operasional Kafe Kopi Toko Djawa yaitu buka setiap hari dari pukul 10.00 s/d 22.00 WIB. Kafe Kopi Toko Djawa memiliki 2 cabang kafe di kota Bandung. Adapun lokasi Kafe Kopi Toko Djawa bertempat di :

1. Jalan Braga no.79 Bandung, Jawa Barat



Gambar II.10 Kafe Kopi Toko Djawa di Jalan Braga
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

2. Jalan (Riau) R.E. Martadinata no.205 Bandung, Jawa Barat, 40113



Gambar II.11 Kafe Kopi Toko Djawa di Jalan Riau
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

II.5.5 Sajian Di Kopi Toko Djawa

Seperti kafe pada umumnya, kafe Kopi Toko Djawa menjual berbagai macam jenis kopi dan berbagai makanan ringan sebagai pelengkap pada saat menikmati kopi. Keunikan di Kafe Kopi Toko Djawa yaitu menggunakan gula jawa sebagai pemanis untuk beberapa kopi yang disajikan. Begitu juga dengan menu-menu unik lainnya seperti es kopi yang dipadukan dengan cendol dan es kopi dengan menambakan *foam* atau *creamy* diatas es kopi tersebut. Berikut menu yang ditawarkan oleh Kafe Kopi Toko Djawa:

KOPI BIASA			
• ES KOPI TOKO DJAWA	Kopi Susu Dingin + Gula Djawa	20	
• ES KOPI AWAN	Kopi Susu Dingin + Gula Djawa + Creamy Foam	24	
ES KOPI POLOS	Kopi Susu Dingin	18	
KOPI MEWAH			
ESPRESSO	1 Shot	15	
LONG BLACK Hot/Iced	2 Shots Espresso + Air	22	
CAPPUCCINO	1 Shot Espresso + Susu	22	
LATTE	2 Shots Espresso + Susu	22	
PICCOLO	1 Shot Espresso + Susu Sedikit	20	
AFFOGATO	1 Shot Espresso + Es Keim	20	
KOPI SPESIAL			
MANUAL BREW	Kopi Seduh	35	
LAIN LAIN			
CHOCOLATE Hot/Iced	Coklat + Susu	25	
MOCHA Hot/Iced	Kopi + Coklat + Susu	28	
GREEN TEA Hot/Iced	Matcha / Green tea + Susu	25	
ICED COCONUT COFFEE	Espresso + Air Kelapa	30	
ICED HAZELNUT LATTE	Kopi susu dingin + Hazelnut syrup	30	
SARI BUAH			
ICED COCONUT WATER	Air Kelapa Muda	20	
ASAM DJAWA	Sari Asam Djawa	20	
ORANGE JUICE	Jus Jeruk	20	
TAMBAHAN			
ESPRESSO		5	
SUSU		5	
AWAN	Creamy Foam	8	

Gambar II.12 Menu Kafe Kopi Toko Djawa
Sumber: <https://www.instagram.com/kopitokodjawa/>
(Diakses pada 16/12/2018)

Menu yang disajikan di kafe Kopi Toko Djawa terbagi menjadi beberapa jenis :

1. Kopi Biasa

Kategori kopi biasa merupakan sajian menu berupa varian es kopi yang biasa dijual di Kopi Toko Djawa. Varian es kopi ini menggunakan gula aren sebagai pemanis rasanya dan termasuk sajian menu hasil racikan serta menjadi menu khas dari Kopi Toko Djawa. Kategori kopi biasa di menu Kopi Toko Djawa diantaranya Es Kopi Toko Djawa, Es Kopi Awan dan Es Kopi Polos.



Gambar II.13 Es Kopi Awan Kafe Kopi Toko Djawa
Sumber: https://www.instagram.com/p/Bq_iNNDAIQR/
(Diakses pada 16/12/2018)

2. Kopi Mewah

Kategori Kopi Mewah di Kopi Toko Djawa merupakan kategori sajian kopi universal yang biasa ditemui di berbagai kafe kopi. Kategori kopi mewah diantaranya Espresso, Long Black, Cappuccino, Latte, Piccolo dan Affogato.



Gambar II.14 Cappuccino Kafe Kopi Toko Djawa
Sumber: <https://www.instagram.com/p/Bm0GMidnMJ7/>
(Diakses pada 16/12/2018)

3. Kopi Spesial

Kategori kopi spesial di Kopi Toko Djawa adalah Manual Brew. Manual Brew termasuk kategori kopi spesial karena seduhan kopi yang dibuat secara manual.



Gambar II.15 Manual Brew Kafe Kopi Toko Djawa
Sumber: <https://www.instagram.com/p/BIR7icfHW26/>
(Diakses pada 16/12/2018)

4. Lain-Lain

- Chocolate
- Mocha
- Green Tea
- Iced Coconut Coffe
- Iced Hazelnut Latte



Gambar II.16 Hot Chocolate Kafe Kopi Toko Djawa
Sumber: <https://www.instagram.com/p/BrkFKCmlz9E/>
(Diakses pada 16/12/2018)

5. Sari Buah

Kategori menu Sari Buah di Kopi Toko Djawa diantaranya Iced Coconut Water, Asam Djawa dan Orange Juice.

6. Tambahan

Menu tambahan ini diperuntukan untuk konsumen yang menginginkan tambahan seperti Espresso, susu dan Awan (*creamy foam*).

Adapun menu makanan ringan yang ditawarkan kafe Kopi Toko Djawa yaitu:

1. Mond Croissant
2. Cinamon
3. Nutella Roll
4. Donuts Choco / Icing
5. Choco Brownie
6. Matcha Brownie
7. Cheesy Brownie
8. Sausage Roll
9. Banana Bread



Gambar II.17 Cheesy Brownie, Oreo Brownie, Cheesy Matcha Brownie
Sumber: <https://www.instagram.com/p/BogX64nHZpJ/>
(Diakses pada 16/12/2018)

Dari menu diatas dapat disimpulkan bahwa kafe Kopi Toko Djawa tidak menyajikan menu-menu makanan berat namun didominasi dengan berbagai aneka minuman dan makanan ringan.

II.6. Analisis

II.6.1 Observasi

Pengumpulan data untuk kebutuhan penelitian tentu membutuhkan beberapa metode analisa salah satunya analisa observasi baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Observasi adalah proses sitematis dalam merekam pola

perilaku manusia, objek dan kejadian-kejadian tanpa menggunakan pertanyaan atau berkomunikasi dengan subjek. proses tersebut mengubah fakta menjadi data. Observasi merupakan suatu kegiatan memperhatikan dan mengamati secara akurat dengan mencatat atau merekam segala hal dan fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut (Anonim, 2016).

Analisa Observasi dilakukan pada :

- Waktu : 18 Oktober 2018, 31 Desember 2018 dan 1 Januari 2019.
- Tempat : Kafe Kopi Toko Djawa, Jalan Braga no.79 Bandung dan Jalan (Riau) R.E. Martadinata no.205 Bandung.

Penggunaan analisa observasi dilakukan guna mengamati dan merasakan secara langsung maupun tidak langsung terkait objek penelitian. Analisa observasi pun dilakukan untuk mengumpulkan fakta yang terjadi pada objek penelitian.

II.6.2 Cara Pemesanan Di Kopi Toko Djawa

Setiap kafe tentunya memiliki cara tersendiri untuk memesan menu yang disediakan. Kafe Kopi Toko Djawa memiliki cara yang cukup berbeda dengan kafe pada umumnya.

- a. Saat pengunjung memasuki Kafe Kopi Toko Djawa, pengunjung akan langsung disambut oleh barista atau julukan pelayan di Kafe Kopi Toko Djawa yang diberi nama “Anak Kopi”. Pengunjung dihimbau untuk memesan menu makanan yang disajikan dan membayarnya secara langsung sebelum menempati meja yang disediakan.



Gambar II.18 Anak Kopi Atau Barista Kafe Kopi Toko Djawa
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- b. Barista atau Anak Kopi di Kafe Kopi Toko Djawa akan langsung menyajikan menu yang dipesan sehingga pengunjung dapat mengambilnya langsung dan pergi memilih meja yang disediakan. Keunikan dari cara pemesanan di Kafe Kopi Toko Djawa adalah ketika pengunjung sedang ramai dan antrian pemesanan sedang padat, barista Kafe Kopi Toko Djawa akan memberikan alat berwarna merah gelap yang nantinya akan bersuara pada saat menu yang dipesan sudah dapat diambil. Pengunjung pun dapat berkeliling sejenak sembari menunggu pesanan. Alat ini digunakan agar tidak menimbulkan antrian yang panjang.



Gambar II.19 Alat Penunggu Pesanan Di Kopi Toko Djawa
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- c. Ketika sudah mendapatkan menu yang dipesan, pengunjung dapat memilih meja yang disediakan dan menikmati sajian dari Kafe Kopi Toko Djawa.

II.6.3 Eksterior dan Interior Kopi Toko Djawa Jalan Braga Bandung

Selain dari makanan dan minuman yang ditawarkan oleh sebuah kafe, konsep dan Interior yang unik tentunya menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung untuk datang menikmati suasana di kafe tersebut. Kafe Kopi Toko Djawa memiliki daya tarik tersendiri dari bangunan tua khas Jalan Braga yang menjadi salah satu bangunan bersejarah di Kota Bandung. Bangunan Kafe Kopi Toko Djawa khas Braga ini tidak mengalami perubahan baik eksterior maupun interior.

a. Eksterior Kafe Kopi Toko Djawa

Eksterior Kafe Kopi Toko Djawa nampak khas dengan bangunan kuno khas Jalan Braga di sekitarnya. Kafe Kopi Toko Djawa mempertahankan kesan kuno dan tradisinoal dari bangunan khas tahun 1950-an di Jalan Braga. Beberapa perbedaan yang terlihat dari bangunan Kafe Kopi Toko Djawa sebelumnya adalah tulisan Toko Buku Djawa 79 yang berubah menjadi Kopi Toko Djawa 79, bahkan jenis huruf dan warna yang digunakan pun tetap dipertahankan.



Gambar II.20 Eksterior Toko Buku Djawa

Sumber: https://travel.detik.com/dtravelers_photos/u-2445529/braga-masih-punya-toko-buku-lawas-nan-lengkap/1
(Diakses pada 01/01/2019)



Gambar II.21 Eskterior Kopi Toko Djawa

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

b. Interior Kafe Kopi Toko Djawa

Seperti halnya eksterior Kafe Kopi Toko Djawa, suasana interior yang diciptakan memberi kesan tradisional. Interior Kafe Kopi Toko Djawa pun tidak begitu banyak perubahan dari toko sebelumnya. Kafe Kopi Toko Djawa tetap mempertahankan interior yang sederhana dan tradisional. Suasana khas tahun 1950-an tetap dipertahankan, Kafe Kopi Toko Djawa menambahkan 2 meja besar ditengah ruangan dan beberapa kursi di sekelilingnya.



Gambar II.22 Interior Kafe Kopi Toko Djawa
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Meja tersebut bebas ditempati oleh semua pengunjung yang datang ke Kafe Kopi Toko Djawa. Ditambah lagi dengan beberapa kursi sederhana memanjang yang merapat ke dinding dan menggunakan kotak yang terbuat dari kayu sebagai meja atau tempat menyimpan makanan.



Gambar II.23 Kursi Kafe Kopi Toko Djawa
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

II.6.4 Konsep Kopi Toko Djawa

Kafe tentu memiliki konsep dan gaya khas tersendiri. Konsep yang unik akan menjadi pembeda antara satu kafe dengan kafe yang lainnya. Alvin Januardi (seperti dikutip Puspita, 2018) menyatakan bahwa konsep Kopi Toko Djawa lebih mengarah pada gaya etnik tradisional. Penggunaan beberapa aksesoris kain-kain Indonesia menjadi penghias dan menjadi ciri gaya etnik pada Kopi Toko Djawa. Ditambah dengan kesan retro yang menghadirkan kembali beberapa elemen dari toko buku sebelumnya yaitu Toko Buku Djawa.



Gambar II.24 Kain Indonesia Penghias Di Kopi Toko Djawa
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar II.25 Pot Tanaman Penghias Di Kopi Toko Djawa
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

II.6.5 Kesan Yang Dibangun di Kopi Toko Djawa

Berbagai kafe tentunya memiliki konsep untuk membangun kesan sebagai *brand awareness* dari kafe tersebut. *Brand awareness* adalah daya ingat yang ada dibenak konsumen terhadap suatu merk produk (Hartiningtiya, 2010). Berikut beberapa faktor yang membangun kesan sebagai *brand awareness* dari Kopi Toko Djawa :

1. Nama

Nama Toko Djawa digunakan dan diambil dari nama toko buku sebelumnya yaitu Toko Buku Djawa, yang merupakan toko buku bersejarah yang berdiri tahun 1955 dan merupakan toko terakhir yang menggunakan ejaan lama yaitu pada kata “Djawa”.

2. Logo

Logo Kopi Toko Djawa juga merupakan adaptasi dari logo Toko Buku Djawa sebelumnya. Terlihat dari gaya font yang khas era tahun 1950an dan hanya ada perubahan dari nama saja yang semula Toko Buku Djawa menjadi Kopi Toko Djawa.



Gambar II.26 Toko Buku Djawa

Sumber: <https://asset->

[a.grid.id/crop/0x0:0x0/700x465/photo/nationalgeographic/201101121715200_b.jpg](https://asset-a.grid.id/crop/0x0:0x0/700x465/photo/nationalgeographic/201101121715200_b.jpg)
(Diakses pada 01/01/2019)



Gambar II.27 Kopi Toko Djawa

Sumber: <https://static.pikiran-rakyat.com/public/medium/public/image/2018/01/Kopi%20Toko%20Djawa.JPG>
(Diakses pada 01/01/2019)

3. Bangunan

Bangunan dari Kopi Toko Djawa pun tak banyak berubah baik dari segi interior maupun eksterior. Hal ini bertujuan untuk tetap mempertahankan nilai-nilai sejarah dari bangunan kuno tersebut dan menjadikan nilai sejarah tersebut sebagai citra bagi Kopi Toko Djawa.

II.6.6 Kemasan Kopi Toko Djawa

Setiap kafe memiliki cara tersendiri untuk menyajikan makanan dan minuman yang ditawarkan. Gelas dan piring yang unik menjadi ciri khas bahkan mencerminkan konsep atau kesan yang dibangun di kafe. Beberapa kafe pun memiliki kemasan khusus untuk menyajikan makanan dan minumannya. Begitupun kafe Kopi Toko Djawa memiliki 2 varian kemasan yang berbeda. Kemasan yang pertama terdapat gambar siluet dari gedung kuno kafe Kopi Toko Djawa itu sendiri. Sedangkan kemasan kedua merupakan sebuah ilustrasi dari menu khas Kopi Toko Djawa yaitu Es Kopi Awan.



Gambar II.28 Kemasan 1 Kopi Toko Djawa
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



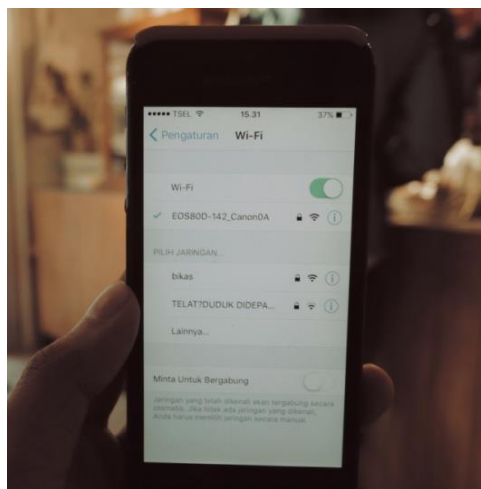
Gambar II.29 Kemasan 2 Kopi Toko Djawa
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

II.6.7 Suasana dan Budaya Di Kopi Toko Djawa

Daya tarik sebuah kafe tentu terlihat dari keunikan yang menjadi pembeda dengan kafe pada umumnya. Selain konsep dan menu yang unik, beberapa daya tarik kafe merujuk pada suasana yang diciptakan oleh kafe tersebut. Kafe Kopi Toko Djawa menciptakan suasana dan beberapa budaya atau kebiasaan yang berbeda terhadap kebanyakan kafe pada umumnya. Budaya berbincang-bincang sembari menikmati kopi begitu tercipta di Kafe Kopi Toko Djawa. Suasana santai dapat dirasakan di Kafe Kopi Toko Djawa.

Tercipta budaya berbincang-bincang di Kafe Kopi Toko Djawa disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya:

- a. Kafe Kopi Toko Djawa tidak menyediakan fasilitas jaringan internet atau *wifi*. Faktor ini menjadi salah satu alasan sehingga terciptanya budaya berbincang-bincang di Kafe Kopi Toko Djawa. Tidak disediakan fasilitas *wifi* membuat pengunjung tidak fokus terhadap *gadget* yang dibawa melainkan tetap berbincang bersama teman atau kerabat ketika berkunjung ke Kafe Kopi Toko Djawa.



Gambar II.30 Tidak Ada Fasilitas *Wifi* Di Kafe Kopi Toko Djawa
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- b. Menyediakan kursi atau tempat duduk yang mengakibatkan pengunjung saling berdekatan antara satu sama lain. Pengunjung tentu dapat memilih tempat duduk yang dikehendaki, namun semua tempat duduk yang disediakan akan membuat pengunjung saling berdekatan meskipun dengan orang yang tidak dikenali sehingga faktor tersebut dapat memicu setiap pengunjung untuk saling tegur sapa dan berbincang-bincang satu sama lain. Faktor ini tentu menjadi salah satu alasan dapat terciptanya budaya berbincang-bincang di Kafe Kopi Toko Djawa.



Gambar II.31 Posisi Tempat Duduk Di Kafe Kopi Toko Djawa
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Selain budaya berbincang-bincang, Kafe Kopi Toko Djawa menciptakan budaya membaca buku sembari menikmati kopi. Kafe Kopi Toko Djawa menyediakan buku-buku lama di meja dan beberapa sudut ruangan. Buku-buku tersebut merupakan buku sisa peninggalan dari toko buku sebelum berdirinya Kafe Kopi Toko Djawa. Buku-buku lama ini menjadi aksan untuk memperkuat gaya tradisional etnik dari Kafe Kopi Toko Djawa, sekaligus menciptakan budaya membaca. Sehingga produktifitas di Kafe Kopi Toko Djawa membuat pengunjung tidak disibukan dengan *gadget*, melainkan dengan berbincang-bincang satu sama lain dan membaca buku.



Gambar II.32 Buku-Buku dan Membaca Buku Di Kafe Kopi Toko Djawa
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Kafe kopi toko Djawa pun memiliki budaya tidak merokok di ruangan. Budaya ini terjadi karena adanya peraturan yang dibuat oleh Kafe Kopi Toko Djawa yang mana diantaranya pengunjung dilarang membawa makanan dan minuman dari luar, pengunjung dilarang merokok di dalam ruangan dan pengunjung diperbolehkan membawa peliharaan. Tentu peraturan dilarang merokok ini dibuat karena Kafe Kopi Toko Djawa pun tidak menyediakan ruangan khusus bagi perokok. Faktor ini tentu menciptakan budaya dan produktifitas yang baik, serta tetap menjaga kenyamanan bagi pengunjung yang lain.

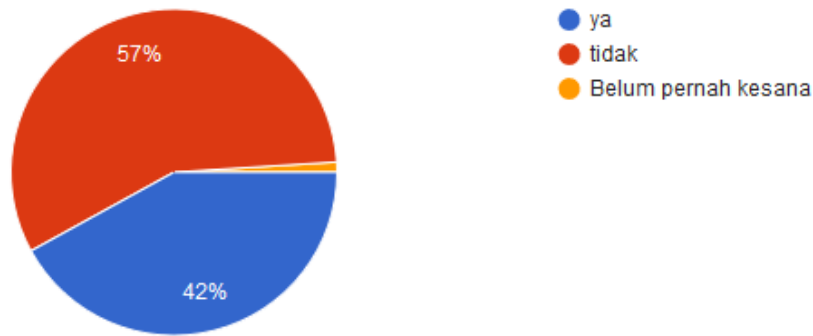
II.7 Kuesioner

Dalam mendapatkan data untuk penelitian tentu memerlukan data yang valid dari beberapa sumber dan responden pada kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang akan digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari sumbernya secara langsung melalui proses komunikasi atau dengan mengajukan beberapa pertanyaan (Hendri, 2009).

Penentuan jumlah responden dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling* yaitu *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu responden yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang responden tersebut cocok sebagai sumber data (Tri, 2013). Kuesioner dilakukan mendapatkan 100 responden yang bertempat di kota Bandung. Penggunaan kuisisioner dilakukan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat kota Bandung terhadap Kopi Toko Djawa.

Kuesioner dilakukan kepada responden yang berdomisili di Bandung dan dimulai pada tanggal 7 Januari 2019. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 42% dari responden mengetahui adanya kafe Kopi Toko Djawa dan sebagian dari responden menunjukan 57% tidak mengetahui Kopi Toko Djawa.

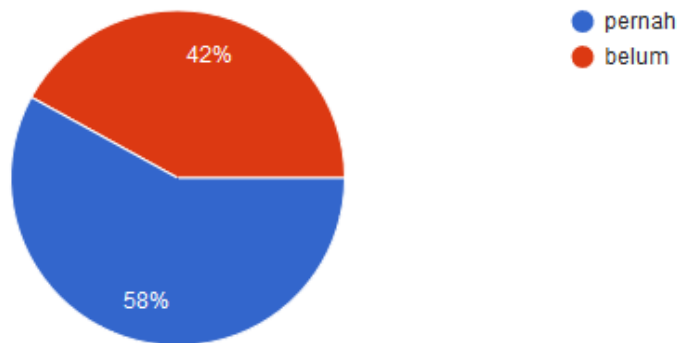
- Pengetahuan responden terhadap Kafe Kopi Toko Djawa



Gambar II.33 Kuesioner Pertanyaan 1
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Hasil kuesioner selanjutnya menunjukkan bahwa 58% dari responden pernah mendengar nama kafe Kopi Toko Djawa.

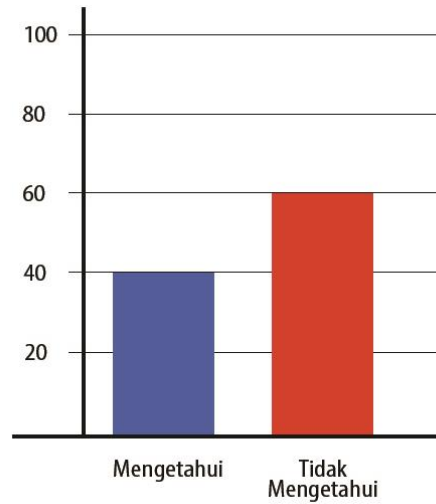
- Presentase responden yang pernah mendengar Kafe Kopi Toko Djawa



Gambar II.34 Kuesioner Pertanyaan 2
 Sumber: *Google Docs*
 (Diakses pada 07/01/2019)

Hasil kuesioner selanjutnya menunjukkan kurang lebih 60 responden mayoritas tidak mengetahui lokasi kafe Kopi Toko Djawa.

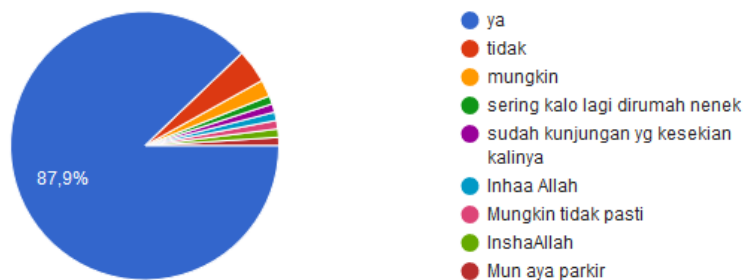
- Pengetahuan responden tentang lokasi Kafe Kopi Toko Djawa



Gambar II.35 Kuesioner Pertanyaan 3
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Hasil kuesioner selanjutnya menunjukkan bahwa 86,4% responden akan berkunjung ke Kafe Kopi Toko Djawa.

- Presentase yang ingin berkunjung ke Kopi Toko Djawa



Gambar II.36 Kuesioner Pertanyaan 4
Sumber: *Google Docs*
(Diakses pada 07/01/2019)

Berdasarkan hasil dari beberapa pertanyaan kuesioner didapatkan jawaban-jawaban yang variatif. Dapat disimpulkan bahwa sebagian responden belum mengetahui Kafe Kopi Toko Djawa namun setidaknya mayoritas responden pernah mendengar adanya kafe bernama Kopi Toko Djawa.

II.8 Observasi Tidak Langsung

Observasi tidak langsung dilakukan pada salah satu *platform* yaitu Youtube. Pada observasi tidak langsung ini dilakukan untuk mendapatkan beberapa informasi dari video-video yang berkaitan dengan Kopi Toko Djawa. Salah satunya dari video yang diunggah oleh *channel* Official NET News.



Gambar II.37 Observasi Dari *Channel* Official NET News
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=qHUN7gMcRpY&t=166s>
(Diakses pada, 15/03/2019)

Pada video ini didapat informasi bahwa menurut pemilik Kopi Toko Djawa nama Toko Djawa digunakan kembali karena nama Toko Djawa tersebut sudah melegenda di Bandung yang merupakan bekas dari nama Toko Buku Djawa.



Gambar II.38 Observasi Dari *Channel* Ayo Channel Indonesia
Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=CBtevwR_o-g&t=216s
(Diakses pada, 15/03/2019)

Pada video kedua dari *channel* Ayo Channel Indonesia didapat informasi bahwa Kopi Toko Djawa menggunakan beberapa jenis kopi yang berasal dari Jawa Barat seperti Garut, Bandung Utara, Tangkubanparahu dan Manglayang. Informasi kedua yaitu strategi khusus dari Kopi Toko Djawa terdapat dari nama Toko Djawa

itu sendiri. Karena menurut pemilik dari Kopi Toko Djawa, nama tersebut sudah memiliki karakter tersendiri sehingga menjadi strategi khusus dalam berdirinya Kopi Toko Djawa.

II.9 Studi Komparasi

Studi komparasi bertujuan untuk mendapatkan perbandingan dari beberapa brand serupa. Studi komparasi juga bertujuan untuk mendapatkan perbedaan yang signifikan antara satu *brand* dengan *brand* lain, perbedaan tersebut dapat dijadikan keunggulan pada suatu *brand*.

Studi komparasi dilakukan antara Kopi Toko Djawa dengan Coffedential To Go. Pemilihan Coffedential To Go sebagai perbandingan dikarenakan Coffedential To Go merupakan kafe kopi yang berlokasi di Bandung dan menjual es kopi serupa seperti Kopi Toko Djawa. Berikut beberapa perbandingan yang didapat menurut pengamatan pribadi :

Tabel II.1 Komparasi Kopi Toko Djawa dan Coffedential To Go
Sumber: Pribadi (2019)

1.	Sejarah Nama	Nama Toko Djawa diambil dari toko buku bersejarah di Braga kota Bandung	Hanya sebatas nama
2.	Bangunan	Bangunan bersejarah	Bangunan biasa
3.	Asal	Bandung	Tangerang
4.	Tahun Berdiri	Tahun 2017	Tahun 2016
5.	Konsep Brand	Kedai dan <i>Take and go</i>	Kedai dan <i>Take and go</i>
6.	Harga Es Kopi	Rp 18.000 - Rp 24.000	Rp 19.000 - Rp 23.000
7.	Konsep Kedai	Tradisional	Modern
8.	Kesan Kedai	Kedai kopi yang memiliki nilai sejarah	Kedai kopi modern kekinian
9.	Varian Sajian	<ul style="list-style-type: none"> • Es Kopi Toko Djawa • Es Kopi Awan • Es Kopi Polos 	<ul style="list-style-type: none"> • Es Kopi Kepo • Es Kopi Kokoh • Es Kopi Susu Rahasia

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat bahwa perbedaan yang signifikan dari kedua *brand* ini adalah dari segi konsep dan kesan yang dibangun. Kopi Toko Djawa mengusung konsep kafe yang tradisional sedangkan Coffeidental To Go bergaya modern. Kopi Toko Djawa lebih mengedepankan sisi nilai-nilai *history* sebagai daya tarik kafe dan Coffeidental To Go mengedepankan kesan yang kekinian.

II.10 Positioning Kopi Toko Djawa Di Jalan Braga Bandung

Dalam membangun sebuah bisnis diperlukan adanya poin *positioning* bagi produk atau perusahaan itu sendiri. *Positioning* merupakan suatu tindakan untuk membangun kesan dari suatu produk atau jasa agar kesan tersebut tertanam dibenak konsumen (Muazd, 2015)

Berdasarkan dari beberapa uraian diatas maka *Positioning* dari Kopi Toko Djawa di Jalan Braga kota Bandung adalah kedai kopi yang membangun kesan dan memiliki citra nilai sejarah dari bangunan bekas toko buku bersejarah di Jalan Braga.

II.11 Resume

Di kota Bandung telah banyak sekali *brand* kafe kopi yang memiliki keunikannya masing-masing. Beberapa *brand* kafe kopi menyajikan cita rasa yang khas sebagai daya tarik pengujung, namun tak sedikit pula yang lebih mengutamakan suasana kafe sebagai keunggulan dan pembeda dengan *brand* kafe kopi yang lain. Begitupun dengan Kopi Toko Djawa di Jalan Braga. Kopi Toko Djawa merupakan sebuah kafe kopi di Bandung yang menjual beberapa sajian kopi khas dan makanan-makanan ringan sebagai teman menikmati kopi. Berdirinya Kopi Toko Djawa masih tetap mempertahankan nilai sejarah dari toko buku legendaris sebelumnya. Bangunan dari Kopi Toko Djawa memiliki nilai sejarah tersendiri di kota Bandung khususnya di Jalan Braga. Hal ini juga menjadikan Kopi Toko Djawa memiliki *positioning* sebagai kafe kopi yang mempertahankan nilai-nilai

sejarah dari Toko Buku Djawa yang merupakan toko sebelum berdirinya Kopi Toko Djawa di bangunan tersebut.

Observasi dilakukan pada tanggal 18 Oktober 2018, 31 Desember 2018 dan 1 Januari 2019 untuk mengetahui dan mengamati secara langsung di lokasi Kopi Toko Djawa Jalan Braga kota Bandung. Kuesioner dimulai tanggal 7 Januari 2019 yang dilakukan untuk mengetahui pengetahuan warga kota Bandung terkait Kopi Toko Djawa di Jalan Braga. Studi komparasi dilakukan dengan brand kafe Coffedential To Go untuk mengetahui masing-masing keunggulan dan memastikan bahwa Kopi Toko Djawa mengedepankan kesan dan nilai-nilai sejarah. Oleh karena itu, perlu dilakukannya suatu cara yang efektif untuk mempromosikan terkait Kopi Toko Djawa yang memiliki dan mengedepankan nilai sejarah dari bangunan bekas Toko Buku Djawa sebagai kesan yang dibangun dari Kopi Toko Djawa.

II.12 Solusi Perancangan

Berdasarkan resume dari analisa diatas, maka solusi dari masalah ini yaitu membuat media promosi secara komunikasi visual yang menginformasikan profil Kopi Toko Djawa sebagai kafe dengan kesan dan citra dari bangunan toko buku bersejarah. Media promosi tersebut memberikan pengetahuan dan memuat tentang nilai sejarah sebagai kesan dan citra yang dibangun di kafe Kopi Toko Djawa.