

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, kopi sudah menjadi konsumsi umum bagi masyarakat berbagai kalangan dan berbagai status ekonomi sosial. Kedai kopi di Indonesia sudah tersebar di mana-mana dikarenakan tingginya kebutuhan dan mode masa kini dalam menikmati kopi. Kedai kopi di Indonesia menjadi solusi yang tepat bagi para pekerja ataupun pelajar yang khususnya masih tergolong muda. Tempat yang santai dan kopi yang menghilangkan rasa kantuk sangat mendukung produktifitas seseorang. Selain menjadi tempat bekerja, belajar ataupun mengeluarkan ide-ide kreatif, kedai kopi dapat menjadi sarana untuk menjalin silaturahmi.

Tingginya aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat di kedai kopi, maka menjadi peluang bagi para pelaku bisnis di Indonesia. Timbul banyaknya kedai kopi di Indonesia yang beragam, yaitu dimulai dari kelas menengah keatas dan menengah kebawah. Namun harga kopi di kedai kopi untuk kalangan menengah ke bawah tidak semua kalangan bawah bisa menikmati, karena standar harga kedai yang masih memiliki harga lebih tinggi ketimbang beli kopi di warung kopi. Kondisi beragam dalam pertumbuhan kedai kopi, salah satunya hadir Kedai Kopi Ikhlas Coger yang dipelopori oleh Steven Indra Wibowo.

Pengelola dari Kedai Kopi Ikhlas Coger yaitu Steven Indra Wibowo, pemilik kedai tersebut terjun langsung untuk mengelola Kedai kopi Ikhlas Coger di berbagai cabang. Semua cabang dari Kedai Kopi Ikhlas Coger memiliki pusat untuk menggerakkan jalannya bisnis tersebut. Pusat dari semua kedai tersebut terdapat di Bandung yang bertepatan di jalan Cisitu.

Coger hadir di Indonesia sejak 2018 dengan terobosan yang tergolong unik, yaitu ngopi sepuasnya dan bayar seikhlasnya agar dapat mencakup semua kalangan. Kedai kopi tersebut memberi harga seikhlasnya untuk semua kopi tanpa susu. Semua biji kopi yang dipakai di kedai kopi Coger menggunakan biji kopi yang ditanam dan dipanen tanpa tersentuh unsur riba. Kedai kopi ini digunakan sebagai

alat berdakwah tentang keikhlasan melalui komunikasi 2 arah antara pembeli dengan penjual dan sebagai alat untuk membuktikan bahwa sebenarnya masyarakat bisa membangun bisnis murni tanpa riba.

Kehadiran Kedai Kopi Ikhlas Coger yang meramaikan pasar kedai kopi, masih memiliki masalah dibagian pemasaran. Pemasaran yang dilakukan oleh Kedai Kopi Ikhlas Coger yang berada di Bandung ini belum baik sehingga tidak dapat mencapai target penjualan yang tetap dan konsisten. Kedai terkadang dikunjungi sedikit oleh pengunjung dikarenakan kedai tersebut tidak dijadikan pilihan utama bagi para konsumen kopi. Promosi yang dilakukan Kedai tersebut masih belum maksimal yang seharusnya dengan umur kedai yang tergolong segar seharusnya dilakukan promosi yang tepat pada sasarannya, sehingga dibutuhkan promosi untuk memperkenalkan Kedai Kopi Ikhlas Coger pada masyarakat luas dengan segala benefit yang bisa didapatkan dari kedai kopi ini dan dapat dijadikan pilihan nomor 1 bagi para konsumen kopi Ketika membutuhkan kopi.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ada, maka dapat teridentifikasi masalah berupa :

- Kedai kopi ikhlas Coger yang baru dibuka membuat masyarakat luas belum terlalu mengenalnya
- Transaksi jual-beli yang tidak umum dilakukan oleh masyarakat. Mengakibatkan pengunjung bingung ketika membayarnya
- Kedai Kopi Ikhlas Coger sebagai tempat berdakwah yang belum terbiasa di mata masyarakat.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah Kedai Kopi Ikhlas Coger belum dapat mencapai targetnya dikarenakan belum diketahui oleh masyarakat luas. Maka rumusan masalah ialah bagaimana memperkenalkan Kedai Kopi Ikhlas Coger pada masyarakat luas ?

I.4 Batasan Masalah

Kedai Kopi Ikhlas Coger memiliki cabang yang cukup banyak di Indonesia. Maka pada perancangan kali ini akan dibatasi seputar media promosi Kedai Kopi Ikhlas Coger yang berada di Bandung.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.5.1 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini ialah membangun kesadaran (*brand awareness*) masyarakat akan keberadaan Kedai Kopi Ikhlas Coger dengan segala keunikan yang dimilikinya dan menjadikannya sebagai pilihan utama ketika membeli kopi.

1.5.2 Manfaat Perancangan

1.5.2.1 Manfaat Perancangan Dari Segi Keilmuan

Dari segi keilmuan, manfaat perancangan ini ialah menambah pengetahuan akan Kedai Kopi Ikhlas Coger dengan keunikan yang dimiliki oleh kedai tersebut pada sistem jual beli yang diterapkan kepada konsumen.

1.5.2.2 Manfaat Perancangan Dari Segi Stake Holder

Dari segi *stake holder*, manfaat perancangan ini ialah untuk memberi pengetahuan tentang suatu nilai keikhlasan dalam memberi maupun menerima melalui komunikasi 2 arah yang dilakukan antara pembeli dan penjual yang diberikan oleh kedai kopi ikhlas Coger terhadap masyarakat dan diharapkan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat sebagai kedai kopi yang digunakan juga untuk media berdakwah oleh pemiliknya.

1.5.2.3 Manfaat Perancangan Kepada Masyarakat

Manfaat dari perancangan ini kepada masyarakat yaitu agar masyarakat dapat mengetahui keberadaan kedai tersebut untuk dapat mengambil segala nilai yang terkandung dalam kedai tersebut dan juga dijadikan pilihan utama ketika masyarakat membutuhkan kopi.