BAB II
TINJAUAN KEDAI KOPI WADDADDAH KHAS BULUKUMBA

II.1 Pengertian Kedai

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016) kedai dapat diartikan bangunan tempat berjualan (makanan,dsb). Sementara itu di situs badanbahasa.kemdikbud.go.id menyebutkan kata kedai dan kata warung memiliki arti yang sama, yaitu ‘bandungan yang digunakan sebagai tempat berjualan’. Perbedaan antara warung atau kedai yang satu dan yang lain dilakukan dengan menyebutkan jenis barang yang dijual di tempat itu, atau menambahkan nama lain yang dipihlih secara suka-suka.

II.2 Kedai Kopi

Lawson (1973) mengatakan kedai kopi adalah tempat dimana pelayanan hidangan makanan oleh pelayan makan (makanan yang disajikan adalah makanan ringan) dan waktu pelayanan dari pagi sampai malam atau bahkan 24 jam. Lawson juga menyebutkan Kedai Kopi adalah tempat minum kopi yang menyajikan minuman tidak mahal dan tidak menutup kemungkinan menyediakan jenis minuman lain.

Kemudian menurut Kusumawardhani (2006) dalam jurnalnya mengatakan kedai kopi adalah suatu usaha dibidang makanan yang dikelola secara komersil yang menawarkan kepada tamu berupa makanan/minuman kecil dengan suasana tidak formal dan tanpa diikuti aturan *service* yang baku.

Dari beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan kedai kopi merupakan sebuah wadah atau tempat usaha dan dikelola secara komersil yang menyajikan makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau.

II.2.1 Sejarah Kedai Kopi

Menurut Muadzin (2013) mengutip dari Edy Panggabean (2011). Pada tahun 1637, kedai kopi pertama kali muncul di Inggris diberi nama Penny Universities, tempat berkumpulnya pebisnis dan banker. Tak lama setelah itu, juga di Inggris, muncul kelompok kerja wanita yang membuat pernyataan bahwa wanita juga peminum kopi.

Pasca itulah kedai kopi mulai bermunculan. Hingga, pada abad-19, kedai-kedai kopi tidak hanya menjadi tempat minum kopi tapi tempat berkumpul. Setelah merambah Inggris, gaya hidup ala kedai kopi merambah Eropa, seperti Itali, Jerman, dan Perancis. Di Amerika, konon kedai kopi pertama dibangun pada tahun 1676, tepatnya di Boston. Namun, konsep kedai espresso mewabah di Amerika setelah datanya imigran Itali. Saat itu, *coffee house* identik dengan minuman berbasis espresso, dengan makanan kecil sebagai pendamping. Tahun 1950-an, kedai kopi di Amerika menjadi ajang pertunjukan para penyanyi *folk songs*. Tahun 1960-an, kedai kopi lekat dengan lagu folk. Joan Baez dan Bod Dylan adalah satu dari banyak penyanyi yang memulai karir di kedai kopi.

Tahun 1967, Starbucks muncul, menciptakan standarisasi untuk konsep espresso bar. Starbucks juga turut berperan memperkenalkan ide espresso bar ini ke Indonesia. Jika kilas balik ke tahun 1990-an, espresso bar mungkin bisa dihitung dengan jari. Budaya kumpul di warung kopi di Indonesia mungkin sudah berabad. Tapi, bisa dibilang, Starbucks-lah yang memperkenalkan *café lifestyle* ini.

II.3 Kopi

Menurut Saputra E (2008) kopi merupakan sejenis minuman yang berasal dari proses pengolahan biji tanaman kopi. Kopi digolongkan ke dalam *family Rubiacae* dengan genus *Coffea robusta*.

Hilmawan (2013) mengatakan tanaman kopi merupakan komoditas ekspor unggulan yang dikembangkan di Indonesia Karena mempunyai nilai ekonomis yang relative tinggi di pasaran dunia. Permintaan kopi Indonesia dari waktu ke waktu terus meningkat Karena seperti kopi robusta mempunyai keunggulan bentuk yang cukup kuat serta kopi Arabika mempunyai karakteristik cita rasa (*acidity, aroma, flavor*) yang unik dan *excellent.*

Raharjo (2013) mengatakan kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting

sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah jiwa petani kopi di Indonesia.

Seorang editor utama kamus Oxford, Sir James Murray menyebutkan kata coffee kemungkinan berasal dari Bahasa Afrika, dan ada hubungannya dengan nama kaffa, sebuah kota di Shoa, tempat tanaman kopi tumbuh. Tapi, kata qahwah tidak diberikan untuk buah atau tanaman, Karena tanaman kopi dalam Bahasa Arab disebut bunn dan di daerah Shoa sendiri disebutnya bun.

II.3.1 Jenis Kopi

Menurut Annisa (2013) Dalam situsnya bahwa ada empat jenis kopi yang dikenal, yaitu kopi arabika, kopi robusta, kopi liberika dan ekselsa. Secara umum, dikenal dua spesies kopi yaitu kopi arabika yang dikenal sebagai kopi tradisional dengan rasa paling enak dan kopi robusta yang memiliki kandungan kafein paling tinggi.

- Arabika

  Golongan ini adalah yang pertama kali dikembangkan di Indonesia, tanaman kopi golongan ini berasal dari Etiopia dan Albessinia.



Gambar II.1 Biji Kopi Arabika
Sumber: (http://www.lafantana.rs/folder/druga-arabika-robusta.png)

Kopi jenis arabika sangat baik jika ditanam di ketinggian 1.000 – 2.100 di atas permukaan laut. Semakin tinggi dataran yang ditanami maka cita rasa yang dihasilkan semakin baik.

- Liberika

  Kopi jenis Liberika berasal dari daerah Liberika, Afrika Barat. Tanaman kopi ini tumbuh sekitar 9 meter dari tanah. Kopi ini datang ke Indonesia pada abad ke 19 untuk menggantikan varian Arabika yang terkena hama penyakit. Dulu jenis kopi ini dibudidayakan oleh petani Indonesia, namun karena bobot keringnya hanya 10% dari bobot basah maka petani meninggalkan jenis kopi ini.



Gambar II.2 Biji Kopi Liberika
Sumber:(http://highroadcoffee.com/wp-content/uploads/2015/11/beanscoffee.jpg)

- Robusta

  Robusta berasal dari wilayah kongo dan sekitar tahun 1900 masuk ke Indonesia. Jenis kopi ini lebih baik dalam adaptasi dibanding dengan jenis kopi arabika, hal ini karena kopi jenis robusta dapat bertahan di dataran rendah.



Gambar II.3 Biji Kopi Robusta
Sumber: (http://www.lafantana.rs/folder/druga-arabika-robusta.png)

- Excelsa

  Belakangan para peneliti sedang mengajukan pelepasan varietasnya, dikarenakan kopi jenis ini buka termasuk kedalam kelompok arabika atau

robusta melainkan dari liberoid. Di Indonesia memang jarang sekali yang menanam jenis kopi ekselsa. Secara historis jenis kopi ekselsa ditemukan pada tahun 1905 di wilayah Afrika Barat kemudian menyebar ke Melayu. Jenis kopi ini dapat bertahan di dataran rendah dan lembab. Kopi ekselsa mempunyai cita rasa yang sangat kuat dan dominan pahit.

II.3.2 Kopi Susu

Menurut Satrio (2014) ada beberapa versi yang menyebutkan awal kopi susu ditemukan, dengan mengutip dari Ukers (1922) bahwa yang menemukan kopi susu pertama kali adalah seorang duta besar asal Belanda di Cina bernama Nieuhoff pada tahun 1660, awalnya kopi susu ini adalah imitasi dari teh susu. Lima belas tahun kemudian dokter dokter di Perancis mulai menggunakan sebagai obat-obatan. Namun tidak diketahui untuk mengobati penyakit jenis apa.

II.4 Profil Kedai Kopi Susu Waddaddah

Bisnis dengan tema kuliner telah menjadi tren di Kota Bandung, Beragam-ragam makanan dan minuman khas Nusantara ataupun makanan dari mancanegara hampir tersedia di kota ini.



Gambar II.4 Kedai Kopi Susu Waddaddah
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Hal ini membuat Muhammad Yahya mendapat ide untuk membuat bisnis kuliner di daerah Bandung. Beralamat di jalan Gegerkalong Hilir No.128, Bandung. Muhammad Yahya kemudian mendirikan sebuah kedai kopi yang diberi nama “Waddaddah”.

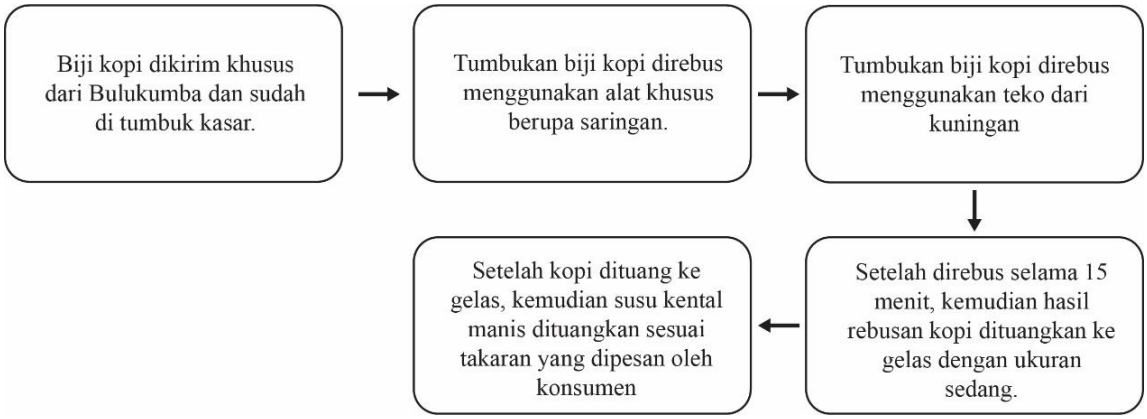
Waddaddah sendiri memiliki konsep yang unik, bernuansa anak muda namun tidak meninggalkan budaya, Waddaddah lebih memfokuskan dengan mengusung kopi asal Bulukumba, Sulawesi Selatan. Walaupun begitu kedai ini kebanyakan dikunjungi yang hanya sekedar untuk berkumpul atau para pebisnis yang ingin *meeting* dengan rekan kerja. Tentunya dengan berbagai fasilitas yang dimiliki oleh kedai ini membuat pelanggan bisa betah berjam-jam menikmati suguhan yang diberikan oleh kedai Waddaddah ini.

Kopi yang digunakan oleh Waddaddah merupakan kopi dengan varian campuran jenis arabika dan robusta kemudian dicampur dengan susu dengan takaran yang berbeda beda sesuai dengan varian rasa kopi yang dipesan konsumen. Cara penyajian di kedai pun masih menggunakan cara lama yang dipakai di kampung halamannya, Bulukumba. Yaitu dengan cara direbus menggunakan teko yang terbuat dari kuningan, sehingga tidak mengurangi cita rasa khas kopi. Dan yang lebih uniknya, kopi tersebut disajikan dengan dua potong kue tradisional, yakni baruasa balanda dan bangket kacang.



Gambar II.5 Kopi Susu di Kedai Kopi Susu Waddaddah
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Proses penyajian yang cukup unik menjadi daya tarik tersendiri bagi kedai Waddaddah menjadi daya tarik tersendiri bagi penikmat kopi di kota Bandung. selain proses penyajiannya yang tradisional, alat alat yang digunakan pun sama persis bahkan didatangkan langsung dari Bulukumba.



Gambar II.6 Proses Penyajian Kopi Susu Bulukumba
Sumber: Dokumentasi pribadi

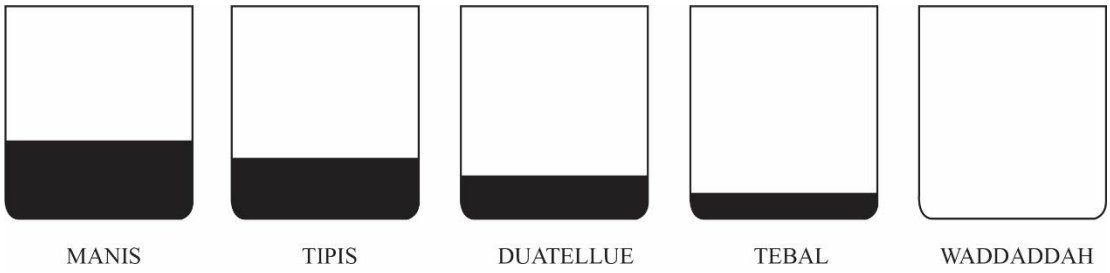
untuk memenuhi keinginan pelanggan yang berbeda-beda, maka kedai Waddaddah menyediakan varian menu kopi susu yang berbeda beda, varian itu bisa dibedakan dengan takaran susu yang sudah disediakan oleh kedai Waddaddah.

Di bawah ini adalah varian menu kopi yang disediakan oleh kedai kopi Waddaddah:

Tabel II.1 Varian Kopi di Kedai Kopi Susu Waddaddah
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Varian	Keterangan	Harga
Waddaddah	Merupakan minuman kopi asli bulukumba tanpa di campur dengan susu atau gula. Sehingga mempunyai rasa yang pekat.	Rp. 15.000,00
Tebal	Merupakan minuman kopi Bulukumba dicampur susu dengan takaran kopi yang lebih dominan dan dicampur sedikit susu. Kemudian menciptakan rasa pahit namun masih terasa manis.	Rp. 17.000,00
23e	Merupakan minuman kopi Bulukumba dicampur susu dengan takaran kopi dan susu yang seimbang.	

Tipis	Minuman kopi dicampur susu, namun lebih dominan susu sehingga menciptakan rasa yang lebih manis.	
Manis	Secara takaran minuman ini lebih dominan susu daripada kopi. Sehingga menciptakan rasa manis namun rasa kopinya tidak hilang.	



Gambar II.7 Takaran Kopi dan Susu di Kedai Kopi Susu Waddaddah
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain menu kopi yang disajikan oleh kedai kopi susu Waddaddah, kedai ini pun menyediakan menu lain sebagai pendamping, yaitu:

Tabel II.2 Menu di Kedai Kopi Susu Waddaddah
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Menu	**Harga**
Mendoan	Rp. 13.000,00
French Fries	Rp. 16.000,00
Martabak Mie	Rp. 15.000,00
Sosis Goreng	Rp. 15.000,00
Telur Gulung	Rp. 15.000,00
Otak-otak goreng	Rp. 14.000,00
Tahu Crispy	Rp. 15.000,00
Mie Instant	Rp. 12.000,00 – 20.000,00
Pisang Bakar	Rp. 13.000,00 – 15.000,00
Roti Bakar	Rp. 13.000,00 – 15.000,00

Tabel II.3 Menu Varian Minuman di Kedai Kopi Susu Waddaddah
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Menu	Harga
Teh Susu	Rp. 14.000,00
Coklat Panas/Dingin	Rp. 16.000,00
White Fresh	Rp. 16.000,00
Lychee Tea	Rp. 17.000,00

II.4.1 Fasilitas Kedai Kopi Susu Waddaddah

Konsep yang ditawarkan kepada pelanggan tentu berbeda-beda disetiap kedai kopi, masing masing menunjukkan keunikannya untuk menari para pelanggan. Hal tersebut tentunya harus disertai dengan fasilitas-fasilitas yang juga membuat para pelanggan betah dan nyaman ketika berkunjung.

Adapun fasilitas yang disediakan oleh kedai kopi waddaddah adalah

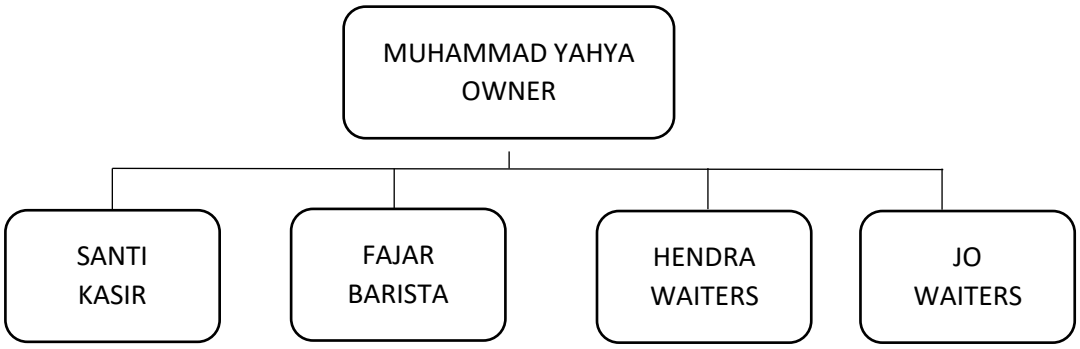
- Wi-fi
- TV Cable dengan channel berbayar
- Toilet
- Steker/Terminal listrik



Gambar II.8 Interior Kedai Kopi Susu Waddaddah
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

II.4.2 Struktur Kepengelolaan Kedai Kopi Susu Waddaddah

Dalam sistem kepengelolaan kedai kopi susu Waddaddah, pemilik membawahi semua karyawan yang ada dibawahnya. Kedai Waddaddah ini memiliki 4 karyawan yang terdiri dari 1 orang kasir, 1 orang barista, dan 2 orang *waiters*.



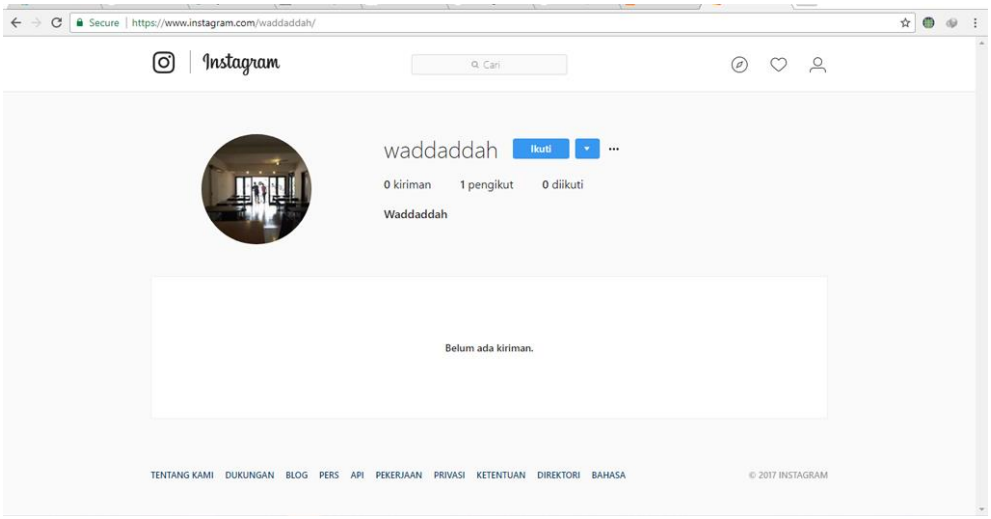
Gambar II.9 Struktur Kepengelolaan Kedai Kopi Susu Waddaddah
Sumber : Dokumentasi Pribadi

II.4.3 Review Promosi Yang Dilakukan Kedai Kopi Susu Waddaddah

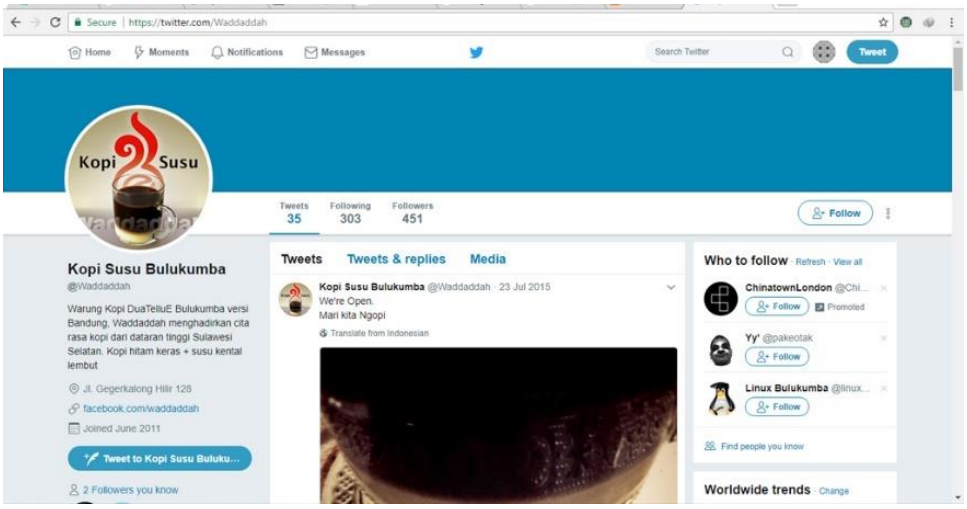
Berdasarkan hasil dari penelitian berupa wawancara secara langsung kepada pemilik dan pengunjung kedai kopi susu Waddaddah, dari pihak pengelola tidak pernah melakukan promosi secara langsung terhadap masyarakat. Pengunjung sendiri mengetahui keberadaan dari kedai Waddaddah melalui ajakan dari kerabat dan mengakibatkan pelanggan yang datang hanya itu itu saja. Peranan media sosial dalam hal mempromosikan atau mendekatkan kepada konsumen sangatlah penting, namun hal ini tidak dilakukan oleh pihak pengelola kedai Waddaddah. Karena tidak adanya interaksi pendekatan dari pengelola terhadap masyarakat, maka terjadi kesenjangan antara kedai kopi Waddaddah dengan masyarakat.

Berdasarkan dari hasil pengamatan di akun media sosial kedai kopi susu Waddaddah berupa Twitter dan Instagram, bisa dilihat bahwa tidak adanya pengelolaan lagi dari pihak kedai Waddaddah. Dan menyebabkan kurangnya kedekatan antara pihak kedai Waddaddah dengan masyarakat.

Berikut ini bisa dilihat beberapa *screenshoot* dari media sosial yang dimiliki oleh kedai Waddaddah.



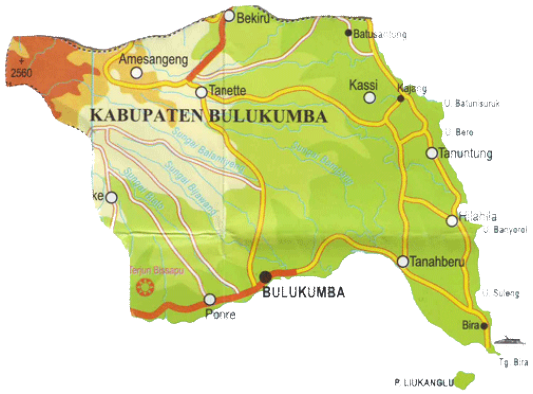
Gambar II.10 *Review* Akun Media Sosial Kedai Waddaddah (Instagram)
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)



Gambar II.11 *Review* Akun Media Sosial Kedai Waddaddah (Twitter)
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

II.5 Budaya Minum Kopi Masyarakat Bulukumba Secara Singkat

Kabupaten Bulukumba merupakan daerah di provinsi Sulawesi Selatan, berjarak 153 Km dari kota Makassar. Secara historis daerah ini memang daerah koloni yang merupakan salah satu penghasil kopi yang baik.



Gambar II.12 Peta Kabupaten Bulukumba
Sumber:(http://1.bp.blogspot.com/-xAz3DzhAoxE/Txi-CRnEISI/AAAAAAAAAME/POFyz7eKi0Q/s1600/Bulukumba.gif)

Hasil perkebunan yang dihasilkan adalah kelapa dalam, kelapa hibrida, kopi robusta, kopi arabik, cengkeh, cacao, jambu mente, lada, vanili, kapas, kemisi, kapuk pala dan karet. Untuk kopi, di website *regionalivesment.bpkm.go.id* menyebutkan bahwa daerah Bulukumba menghasilkan sekitar 4.748 ton per tahun dengan luas lahan sekitar 4.561 Ha. (sumber data: Sulawesi Selatan Dalam Angka 2013, Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan). Sementara itu budaya meminum kopi di daerah Bulukumba sudah menjadi kebiasaan walaupun hanya dinikmati di depan rumah dan warung kopi.

II.6 Analisa SWOT Kedai Kopi Susu Waddaddah

Analisa SWOT berperan penting dalam suatu manajemen perusahaan untuk membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka pendek.

Tabel II.4 Analisa SWOT Kedai Kopi Susu Waddaddah
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Faktor Internal / **Faktor Eksternal**	***Strength* (Kekuatan)**	***Weakness* (Kelemahan)**
	- Mempunyai cita rasa yang khas. - Lokasi berada di pinggir jalan. - Mempunyai akses internet untuk pengunjung.	- Minimnya promosi yang dilakukan pengelola kedai Waddaddah. - Harga di kedai Waddaddah masih terlalu tinggi bagi sebagian pelanggan.

***Opportunity* (Peluang)**	**S + O**	**W + O**
- Masih jarangnya kedai kopi yang menyajikan kopi susu khas Bulukumba. - Mulai banyaknya pecinta kopi.	- Masih jarangnya kedai kopi yang menyajikan kopi susu khas Bulukumba, menjadikan nilai plus bagi kedai Waddaddah. - Dengan keberadaannya yang berada di pinggir jalan, memudahkan bagi konsumen baru.	- Merancang promosi yang lebih efektif dengan memfokuskan pada kopi susu khas Bulukumba. - Dengan memperbaiki konsep yang sudah berjalan, agar konsumen tidak merasa rugi ketika berkunjung ke kedai Waddaddah.
***Threat* (Ancaman)**	**S + T**	**W + T**
- Banyaknya kedai kopi yang lebih terkonsep. - Tingkat kriminalitas di daerah tersebut masih tinggi.	- Dengan adanya menu yang khas di kedai Waddaddah seperti kopi susu Bulukumba, menjadi pembeda dengan kedai kopi yang lainnya.	- Minimnya promosi yang dilakukan oleh pengelola menjadi ancaman ketika mulai banyaknya kedai kopi lain yang lebih menarik.