

## BAB II

### PROFIL UMUM KOLING (KOPI KELILING)

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan dan menjabarkan beberapa hal – hal penting di dalam Koling (Kopi Keliling), peneliti akan menjelaskan profil perusahaan dari Koling (Kopi Keliling) mulai dari sejarah berdirinya Koling (Kopi Keliling) hingga struktur organisasi yang ada di dalam Koling (Kopi Keliling).

#### A. Sejarah

Dengan banyaknya tempat berjualan kopi di Yogyakarta seperti yang peneliti kutip pada bab sebelumnya maka untuk menarik pelanggannya untuk datang, tempat harus mempunyai keunikan masing – masing yang membuat berbeda dengan saingannya. Para pendiri kedai kopi sepakat menyebut *unique selling point* sebagai modal utama untuk memulai bisnis, disamping uang. Modal ini menjadi sangat penting ketika kedai kopi tumbuh menjamur di mana-mana. Ronald Prasanto, seorang *chef* yang belakangan menjajal bisnis kopi setelah membuka bisnis “*Dessert Molecular Gastronomy*” juga mengatakan *unique selling point* sebagai modal membuat kedai kopi agar mudah menggaet konsumen (Wahyuni, 2015).

Membuat sebuah tempat berjualan kopi yang sesuai dengan keunikan yang sesuai dengan konsep kita tentu juga membutuhkan suatu biaya khusus. Lalu bagaimana dengan orang – orang yang mempunyai modal tidak banyak, maka harus berusaha keras mencari modal.

Seperti yang dilakukan oleh pemilik Koling (Kopi Keliling) yaitu Nikolas Deni Firma pemilik dari Koling (Kopi Keliling). Pada tahun 2013 Nikolas Deni Firma ingin membuka suatu tempat untuk berjualan kopi, dengan pemikiran idealis harus membuka kedai. Beliau harus berusaha keras mencari modal untuk membuat tempat berjualan kopi yang di inginkan dengan melakukan berbagai pekerjaan, usahanya untuk mencari modal sudah dilakukan selama kurang lebih 2 tahun, setelah menghitung uang yang terkumpul ternyata uang yang dimiliki tidak cukup untuk membuka suatu kedai, karena harga sewa tempat dan alat – alat bisa mencapai 100 juta-an.

Tanpa pantang menyerah untuk berusaha berbisnis kopi, terpikirlah suatu ide yaitu berjualan secara keliling, karena pada saat itu belum ada yang menjual olahan biji – biji kopi dengan cara berkeliling. Setelah semua alat siap akhirnya pada tahun 2015 mulai lah berjualan keliling sendiri dengan di beri nama *Coffee Road 26*. Setelah berjualan sendiri beberapa minggu muncullah sang kakak yaitu Donatus Dayu Pratama yang ingin bergabung membantu karena salut melihat yang dilakukan oleh adiknya.

## **B. Sejarah Munculnya Nama “Koling (Kopi Keliling)”**

Pada tahun 2016 pemilik Koling (Kopi Keliling) ingin menjadikan usahanya sebagai CV yang bergerak di bidang kopi dan mendaftarkan ke hak paten. Tetapi nama *CoffeeRoad 26* tidak dapat menjadi hak paten karena terlalu banyak mengandung bahasa asing, dan harus berganti nama. Pada masa inilah muncul nama Koling (Kopi Keliling). Nama Koling (Kopi Keliling) itu sendiri

berawal dari orang – orang yang ingin menghubungi untuk suatu hal tetapi susah mencari karena tidak ada tempat khusus, akhirnya terjadilah telpon menelpon atau orang jawa lebih sering menyebut koling – kolongan (koling merupakan bahasa serapan dari bahasa inggris calling) dan ternyata nama Koling bisa sebagai singkatan dari kopi keliling.

Pada tahun 2016 ini lah dimulai kebangkitan Koling (Kopi Keliling), dimana Koling (Kopi Keliling) berada di bawah naungan CV. Kopi Keliling Nusantara yang juga menjual produk biji kopi mentah dan biji kopi setengah jadi. Pada tahun 2016 Koling mulai menambah armada dan karyawan dengan dibantu modal oleh investor, namun untuk saat ini Koling (Kopi Keliling) sudah menjadi hak milik penuh dari Nikolas Deni Firma dan Donatus Dayu Pratama karena sudah di *pay back*.

Terhitung pada tahun 2017 ini Koling (Kopi Keliling) sudah mempunyai 10 armada gerobak, yang dimana enam gerobak tersebar di wilayah – wilayah strategis di Yogyakarta di pagi antara *shift* siang – sore, dan *shift* sore – malam, dan sisanya 4 gerobak untuk kopi panggilan. Untuk cabang di luar kota, Koling (Kopi Keliling) sudah membuka di Kota Magelang sebanyak dua armada gerobak, dan di Kota Semarang sebanyak dua armada.

Untuk tahun 2018 – 2019 target yang sedang dikerjakan oleh Koling (Kopi Keliling) adalah proses membuka cabang di Jakarta, dan untuk saat ini sedang dalam tahap survei yang mendalam agar mengurangi permasalahan di kemudian hari, karena jarak Jakarta dan Yogyakarta yang cukup jauh.

Sementara untuk CV. Kopi Keliling Nusantara sedang mengurus ijin ke pihak – pihak terkait untuk melakukan ekspor kopi dari Indonesia ke negara – negara luar bersama penjual – penjual kopi di berbagai daerah.

### C. Suasana



Gambar 2.1 (Suasana Gerobak Koling) Dokumen Pribadi

Bentuk fisik dari suatu usaha adalah identitas sebuah usaha itu sendiri dan dapat membentuk citra yang di inginkan. identitas yang ingin digambarkan dari bentuk gerobak yang dipakai adalah Koling (Kopi Keliling) itu ramah lingkungan, dan tradisional. Bila kita lihat saja dari bentuk gerobaknya yang tanpa menggunakan mesin, menandakan bahwa Koling itu sendiri ramah terhadap lingkungan, lalu pada bahan gerobak yang dipakai menggunakan kayu – kayu dimana kayu bisa memperlihatkan suatu ke tradisional, selain bahan kayu yang dipakai di gerobak, baju yang dipakai oleh barista atau tenaga penjual menggunakan baju surjan yang bisa juga menandakan ke tradisional.

#### **D. Visi**

1. Dalam 20 tahun bisa memberdayakan 1000 Petani Kopi dengan pola pengembangan asset
2. Memperkenalkan Kopi Indonesia yang berkualitas keseluruh Dunia dengan Konsep Budaya

#### **E. Misi**

1. Meningkatkan kualitas Biji dengan standar yang sangat baik
2. Memberdayakan Petani dengan pola pengembangan aset
3. Menjunjung tinggi nilai budaya didukung dengan tampilan gerobak dan brewer

#### **F. Logo**



Gambar 2.2 (Logo Koling) Dokumen Koling

Makna yang terkandung di dalam logo Koling (Kopi Keliling) adalah

##### **1. Arti nama Koling**

Berawal dari orang – orang yang ingin menghubungi untuk suatu hal tetapi susah mencari karena tidak ada tempat khusus, akhirnya

terjadilah telpon menelpon atau orang Jawa lebih sering menyebut koling – kolongan (koling merupakan bahasa serapan dari bahasa Inggris *calling*).

## **2. Logo huruf “O”**

Logo huruf “O” diganti seperti logo “Pin” lokasi di Google atau Google Map, yang bermaksud yaitu dulu sebelum berganti nama menjadi Koling, sang pemilik selalu mencari nama Koling di Google maupun Google Maps, karena takut kalau sudah ada yang memakai namanya nanti akan kembar. Dan sekarang bila ingin melihat jadwal buka dan jadwal berjualan cukup melihatnya di Google Maps.

## **3. Gambar biji kopi di dalam Logo “Pin”**

Gambar biji kopi mewakili para petani kopi

## **G. Lokasi**

Ada beberapa lokasi untuk Koling (Kopi Keliling) berjualan, ada lokasi yang pasti digunakan untuk berjualan dan lokasi yang tidak pasti untuk berjualan atau kadang berjualan atau tidak melihat kondisi atau suasana memungkinkan untuk berjualan disana atau tidak

Untuk lokasi yang pasti untuk berjualan ada di :

1. Jalan Malioboro
2. Alun – Alun Kidul

Untuk Lokasi yang tidak pasti untuk berjalan ada di :

1. Tugu Yogyakarta
2. Jalana Mangkubumi

## H. Produk

Produk yang di jual oleh Koling sebenarnya hanya kopi pada awalnya, namun lama kelamaan mulai menambah menu non kopi karena lumayan bisa untuk menambah pemasukan sedikit – sedikit.



Gambar 2.3 (Menu Koling) Dokumen Pribadi

### 1. Untuk olahan Kopi, Koling menyediakan

#### a. Es Kopi Susu Petani

Es Kopi susu petani adalah sebenarnya kopi susu yang berbahan dasar tidak jauh berbeda dengan kopi susu pada umumnya, yang membedakan adalah biji kopi yang digunakan *mixing* antara biji kopi robusta dan biji kopi arabica. Di berinama petani pada akhiran namanya adalah untuk menghormati para petani kopi.



Gambar 2.4 (Proses pembuatan *latte art*) Dokumen Pribadi

**b. Kopi Susu Petani**

Kopi susu petani adalah sebenarnya sama saja dengan es kopi susu petani, dengan kopi susu yang berbahan dasar tidak jauh berbeda dengan kopi susu pada umumnya, yang membedakan adalah biji kopi yang digunakan *mixing* antara biji kopi robusta dan biji kopi arabica. Di beri nama juga petani pada akhiran namanya adalah sama makudnya dengan penjelasan produk es kopi susu petani untuk menghormati para petani kopi. Namun bedanya dengan es kopi susu petani adalah kopi ini disajikan dengan keadaan panas dan diberi hiasan *latte art*.

**c. Kopi Hitam**

Kopi hitam adalah kopi – kopi yang kebanyakan di jual pada umumnya. Biji kopi yang digunakan adalah biji kopi robusta, dan biji



kopi yang sering digunakan adalah biji kopi robusta dari Temanggung.



Gambar 2.5 (Proses pembuatan kopi dengan metode v60) Dokumen Pribadi

**d. V60 – Arabica**

V60 adalah salah satu nama dari metode pembuatan kopi, dan metode v60 ini biasanya digunakan untuk kopi – kopi berjenis arabica, karena metode ini lebih cocok untuk digunakan menyeduh kopi ber tekstur rasa cenderung ke asam.

## 2. Untuk olahan non kopi, Koling menyediakan



Gambar 2.6 (Proses pembuatan *Dark Choco GK*) Dokumen Pribadi

### a. *Dark Choco GK*

Dari semua menu non kopi, menu ini merupakan menu yang paling spesial, karena coklat yang dipakai untuk minuman ini bukan bubuk coklat yang biasa di jual di toko – toko atau yang dipakai biasanya, karena coklat yang dipakai di hasilkan langsung di daerah Gunung Kidul Yogyakarta, maka dari itu nama belakang di beri tambahan “GK” yang merupakan singkatan Gunung Kidul. Secara tidak langsung, Koling ingin mengangkat nama Gunung Kidul itu sendiri sebagai penghasil coklat.

### a. *Green Tea Latte*

*Green Tea Latte* adalah olahan minuman dari *green tea* yang di campur dengan susu, bila pesan *green tea latte* panas maka akan di beri hiasan tambahan latte art di atasnya. Minuman ini dijual di Koling karena cukup banyak juga peminat *green tea* untuk sekarang ini.

## **b. Teh Tarik *Special***

Teh tarik sebenarnya adalah olahan dari teh yang di campur susu, namun untuk saat ini lebih dikenal teh tarik, karena metode yang digunakan untuk mencampur antara susu dan teh tersebut tidak hanya langsung dipindahkan begitu saja, namun dengan cara memindahkan dari gelas satu ke gelas lainnya dengan jarak yang berjauhan, jadi ketika dilihat seperti tarik menarik.

Selain hanya produk – produk menu yang dijual, Koling (Kopi Keliling) juga mempunyai beberapa produk layanan penjualan yang dilakukan, seperti:

### **1. Kopi Panggil**

Layanan kopi panggil adalah layanan panggilan untuk event dengan minimal pemesanan 100 cup kopi. Bisa untuk event arisan, resepsi, manten, reuni, seminar, dan lain – lain.

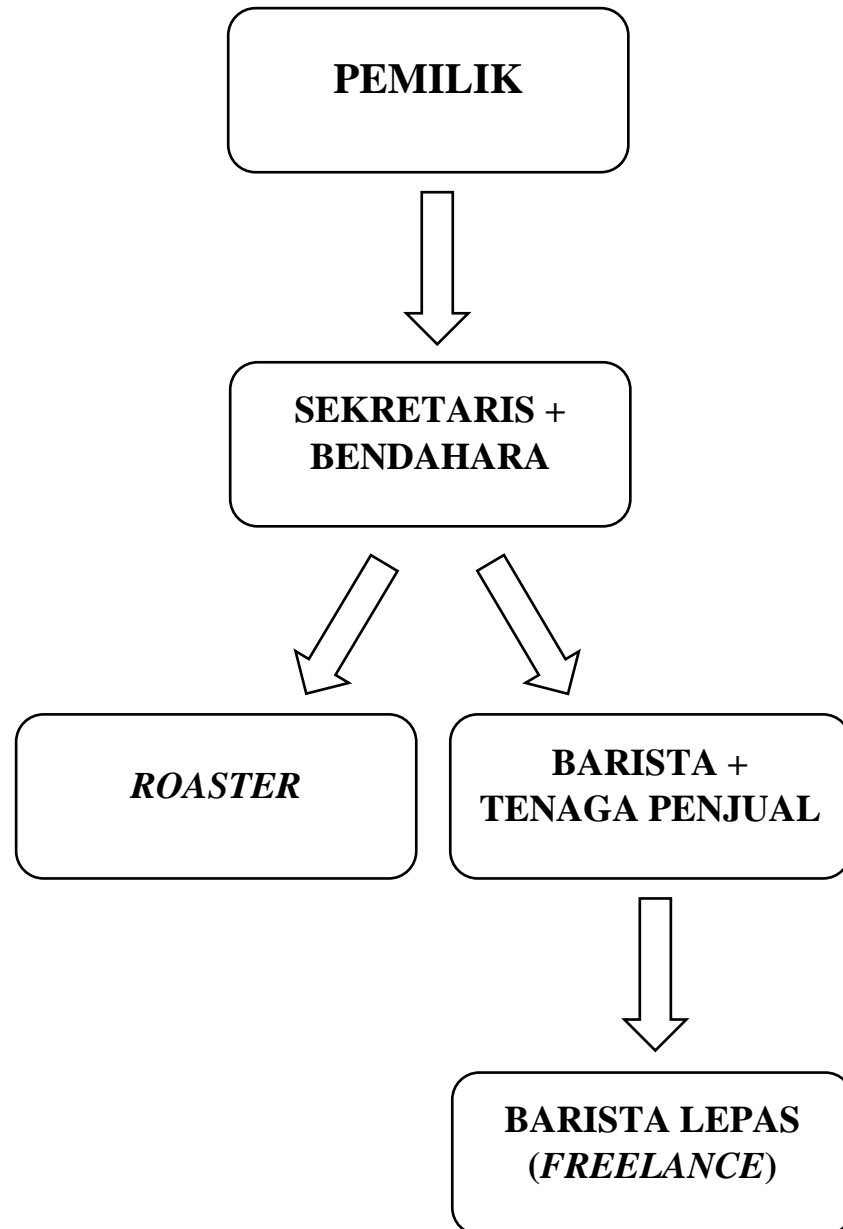
### **2. Kopi *Mobile***

Layanan *mobile* adalah layanan keliling yang menasar lokasi potensial seperti *event*, konser musik, pameran, pasar malam, dan lain – lain.

### **3. Kopi Mangkal**

Kopi mangkal adalah layanan Koling (Kopi Keliling) yang menetap di satu tempat, seperti tempat wisata, alun – alun, tempat keramaian, dan lain – lain.

## I. Struktur Organisasi



## **J. Deskripsi Pekerjaan**

### **1. Pemilik**

Pemilik di Koling (Kopi Keliling) selain bertugas sebagai pemilik, juga bertugas untuk mengontrol langsung semua karyawan. Terkadang juga pemilik ikut melakukan penjualan.

### **2. Sekretaris + Bendahara**

Pada bagian ini diberi dua pekerjaan sekaligus yaitu terkadang mengatur kegiatan – kegiatan yang berjalan di Koling (Kopi Keliling), bertugas juga mengecek semua data penjualan meliputi dana yang masuk dari hasil penjualan dan dana yang keluar untuk kepentingan penjualan

### **3. Roaster**

*Roaster* hanya bertugas untuk *me-roasting* biji – biji kopi yang akan di jual di Koling.

### **4. Barista + Tenaga Penjual**

Pada bagian pekerjaan ini memiliki dua pekerjaan yaitu selain berperan sebagai barista, juga berperan langsung melakukan kegiatan jual beli.

## **5. Barista Lepas (*Freelancer*)**

Pada bagian ini pekerjaannya hampir sama seperti pada poin ke empat, namun pada bagian ini hanya dipekerjakan pada saat hari – hari tertentu misalnya pada hari libur.