

BAB II IDENTIFIKASI DATA

A. Sejarah Perusahaan

Ikio Coffee adalah sebuah kedai kopi asal kota Madiun, Jawa Timur. Ikio Coffe menjual minuman kopi panas dan dingin, coklat dan variam lainnya serta menjual berbagai macam camilan.

Ikio Coffee dibuka pada 19 september 2017 di Madiun, Jawa Timur oleh seorang bernama Ronald. Waktu itu dimadiun belum banyak yang membuka kedai kopi atau khususnya yang menu utamanya kopi, dan berinisiatif untuk membuka kedai kopi. Ronald mulai belajar dan mulai bertanya kepada temannya yang di luar kota yang kota tersebut sudah banyak yang membuka kedai kopi. Ilmu sudah didapat mulailah Ronald membuka kedai kopi di madiun.

B. Profil

Ikio Coffee memiliki dua tempat didalam satu ruangan, yang pertama di belakang rumah yang berkonsep semi outdoor dan yang kedua adalah indoor. Ikio Coffe pertama dibuka dengan konsep outdoornya yang dimana pelanggan bisa menikmati pesanan dengan duduk di luar atau didalam ruangan. Ruang outdoornya sangat indah dengan adanya mural yang menghiasi tembok serta kursi yang dipakai sangat nyaman dibuat nongkrong.

Ciri khas di Ikio Coffee adalah adanya kolam ikan koi serta bunga bunga yang mengelilingi tempat hingga para pelangga bias menikmati kopi sambil melihat bunga dan ikan koi.

Tempat indoornya juga tak kalah keren dengan yang semi outdoor. Ruang indoor didesain sangat menarik dengan furniture yang ada dan lampu yang sedikit redup menambah kesan romantic untuk nongkrong bersama orang terkasih.

Nama Ikio sendiri sebenarnya bermakana Iki lo kopi yang dalam Bahasa Indonesia berarti ini lo kopi. Namun Ikio sendiri juga dalam bahasa Jepang

memiliki arti “pergi” yang dimaksud pergi sendiri adalah pergi untuk membeli kopi.

C. Visi dan Misi

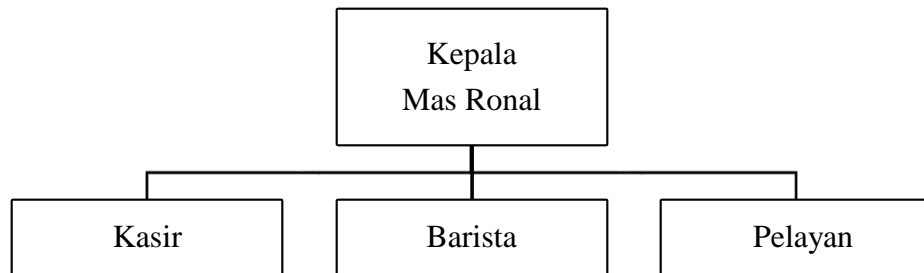
1. Visi

Menjadikan kedai kopi sederhana ini mencapai eksistensi puncak sebagai rumah kedua yang membuat konsumen tertarik untuk kembali lagi melepas penat

2. Misi

- a. Menyediakan kopi yang berkualitas
- b. Menyediakan tempat yang nyaman untuk berkumpul dan bersantai
- c. Menempatkan pelanggan sebagai prioritas
- d. Memberikan pelayanan yang unggul dalam penyajian
- e. Memotivasi karyawan dalam meraih mimpi

D. Struktur Organisasi



Tabel 2. 1 Susunan Organisasi
(Sumber : Manajemen Ikio Coffe)

1. Kepala, pemilik dari Ikio Coffee bertanggung jawab penuh atas segala sesuatu yang ada di kedai. Karena Ikio Coffee adalah milik perorangan maka pemilik berperan langsung memberikan arahan kepada karyawan-karyawannya.
2. Kasir, karyawan yang bertugas mengelola pembayaran

3. Barista, karyawan yang bertugas untuk menyajikan pesanan para konsumen Iki Coffe.
4. Pelayan, karyawan yang bertugas mengantarkan makanan.

E. Logo



Gambar 2. 1 Logo Kedai Iki Coffee

Sumber : Pemilik kedai Iki Coffee

1. Warna



	RBG
R	55
G	44
B	43



	CMYK
C	0
M	0
Y	0
K	100

2. Grid Sistem



Gambar 2. 2 Grid Logo kedai Ikio Coffee
Sumber : Pemilik kedai Ikio Coffee

3. Anatomi

Logo kedai Ikio Coffee berjenis logogram. Logogram adalah simbol yang digunakan untuk mewakili identitas perusahaan atau organisasi. Logogram sendiri dapat diartikan sebagai logo yang terbentuk dalam sebuah gambar untuk mempromosikan produk atau jasa dari perusahaan.

F. Produksi

Produk kedai Ikio Coffee terdiri dari berbagai jenis hidangan makanan dan minuman dengan varian rasa yang berbeda, adapun berbagai jenis cara penyajian kopi dari ekstrak biji kopi yang berkualitas terbaik, dan tentunya bahan produk yang masih segar. Berbagai macam varian menu yang terdapat di kedai Ikio Coffee yang dikategorikan, mulai dari manual brew, tubruk, espresso based, signature, non coffee, premium tea, alternative, dan snack.

Berikut daftar menu yang ditawarkan kedai Ikio Coffee, antara lain :

1. Manual Brew

V60	15k
Vietnam Drip	15k

2. Tubruk

Robusta	8k
Arabica	8k

3. Espresso Based

Espresso	10k
Americano	13k
Café Latte	15k
Cappuccino	15k
Mochacino	18k
Vanilla Latte	18k
Caramel Latte	18k
Hazelnut Latte	18k

4. Signature

Iki kopi susu	15k
Iki kopi susu aren	15k
Tropical Forest	18k
(kiwi, jeruk, lemon, soda)	
Summer Blast	18k
(Americano, jeruk, lemon)	
Rum Coffee Latte	18k
Cotton Candy	18k
Mango	18k

5. Non Coffee

Green Tea	15k
Taro	15k
Redvelvet	15k
Chocolate	15k
Strawberry	18k

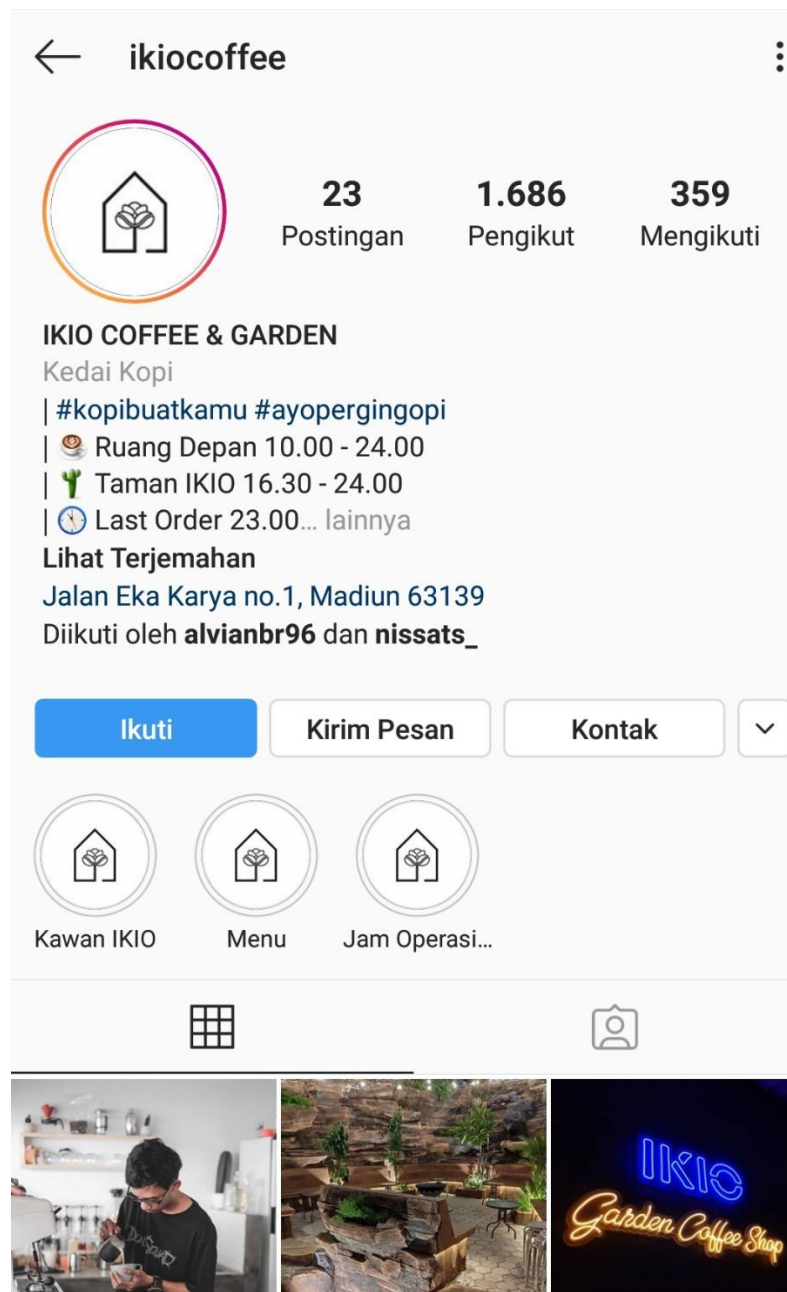
Choco Vanilla	18k
Choco Caramel	18k
Choco Hezelnut	18k
6. Premium Tea	
Nalesha Peach	15k
Amira Lychee	15k
Berry Biscous	15k
Susvada Mango	15k
Banda Neira	15k
7. Alternative	
Lemon Tea	10k
Strawberry Squash	10k
Lychee Mojito	13k
8. Snack	
Donat Original	4k
Cireng	10k
French Fries	13k

G. Promosi

Sekitar 2 tahun berdirinya kedai Ikio Coffee, usaha kafe ini sudah melakukan promosi khususnya online menggunakan alternatif media above the line(media lini atas) yaitu dengan menggunakan media sosial, pada saat ini manusia modern sering sekali menggunakan media sosial sebagai media interaksis esama manusia lain bahkan dikehidupan sehari-hari, setiap menit, waktu manusia modern sering terbuang percuma,nkarena mengakses media sosial di dunia maya.

Menjamurnya sponsor dan iklan di media digital menjadikan celah bagi perusahaan untuk melakukan ajang promosi dengan media digital, mudahnya mengakses internet sekarang ini menjadi dorongan perusahaan-perusahaan lain untuk merancang strategi merebut hati masyarakat calon konsumen

Hal inilah yang membuat kedai Ikio Coffee mencetuskan sebuah gagasan ide, untuk melakukan promosi dengan menggunakan media sosial digital yang mudah di akses melalui komputer/ laptop dan device handphone/ tablet komputer oleh masyarakat. Media sosial yang digunakan kedai Ikio Coffee sebagai sarana berpromosi adalah instagram,



Gambar 2. 3 Feed Instagram Ikio Coffee
Sumber : Instagram Ikio Coffee

H. Analisa SWOT

SWOT	Logo Kedai Ikio Coffee
Strength	Dual meaning Simple Mudah diingat
Weakness	Tidak dapat diketahui bahwa logo tersebut mempunyai makna sebagai coffee shop Gambar terlalu kecil
Opportunities	Menimbulkan rasa penasaran akan logo yang dimiliki oleh Ikio Coffee sehingga banyaknya konsumen yang datang untuk mengetahui rasa dan aroma yang disajikan Ikio Coffee oleh karena itu Ikio Coffee memiliki peluang yang besar untuk bersaing di pasaran/bisnis serupa
Threat	Karena menjamurnya coffee shop di Indonesia logo mudah diplagiasi yang dapat memperketat daya saing bisnis serupa

Tabel 2. 2 Analisa SWOT