

BAB II

GAMBARAN UMUM PORTOBELLO CAFÉ SUMURBOTO, SEMARANG

2.1. Sejarah Portobello

Portobello Cafe Semarang adalah café pasta yang bergerak di bidang *F&B* yang menyediakan pizza & pasta dan berbagai macam makanan khas Italia dan western lainnya. Resto ini didirikan di Semarang tanggal 11 Juni 2013 sebagai variasi pilihan makanan konsumen yang ingin merasakan jenis makanan *western*. Portobello Café menyediakan makanan dan minuman yang higienis, berkualitas dan citra rasa yang baik dengan beragam menu seperti Pizza, Pasta, Stromboli, Steaks, Rice and Desserts. Tidak hanya makanan *western* Portobello juga menyediakan makanan khas lokal untuk konsumen agar dapat menjangkau seluruh pasar yang ada.

Lokasi Portobello Café ini terletak di Jl. Setia Budi No.82, Sumurboto, Kec. Banyumanik tepatnya masih dalam daerah kampus Universitas Diponegoro sehingga sangat mudah dijangkau oleh mahasiswa dan masyarakat sekitar walau tetapi dari tengah kota Semarang lumayan jauh. Mahasiswa/i Universitas Diponegoro banyak melakukan aktivitas di resto seperti rapat, berkumpul dan membuat acara bahkan tidak hanya anak muda tetapi resto Portobello menjadi favorit untuk kalangan orang tua reservasi acara dan makan bersama-sama. Portobello Café mempunyai 2 cabang yang hanya berada di Semarang yaitu di Jl. Sumurboto dan di Jl. Halmahera dengan konsep restoran yang sama.

Portobello Café Semarang ini memiliki konsep minimalis modern yang memberikan kenyamanan tempat makan dengan ruangan indoor AC dan terdapat outdoor yang dapat memanjakan pengunjung melihat pandangan langsung ke luar

pada saat menyantap hidangan. Suasana yang nyaman dan tenang memberikan pengalaman lebih untuk para konsumen yang datang kesana terlebih dengan fasilitas lengkap yang diberikan oleh Portobello seperti kursi yang empuk, tersedianya wifi, toilet bersih dan tempat parkir yang luas.

2.2. Visi, Misi dan Logo

Visi dan misi memiliki peranan penting dalam organisasi untuk mencapai target utama perusahaan dengan sebagai landasan dasar perusahaan dalam melakukan tindakan yang sesuai tujuan perusahaan. Visi dan misi merupakan syarat wajib yang harus dilaksanakan bagi sebuah perusahaan atau organisasi. Setiap perusahaan memiliki visi dan misi yang berbeda tergantung sektor dan kepentingan perusahaan tersebut.

2.2.1. Visi Perusahaan

Visi adalah rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Visi dari Portobello Cafe Semarang adalah “Menjadi restoran yang menyajikan makanan yang lezat, fresh yang dapat merangkul semua golongan”

2.2.2. Misi Perusahaan

Misi adalah sebagai landasan perencanaan bisnis agar dieksekusi untuk dapat mencapai visi perusahaan. Adapun misi dari Portobello Café Semarang adalah:

1. Membangun organisasi dan sistem manajemen serta sumber daya manusia yang berdedikasi dan profesional.
2. Membangun usaha dengan lebih mendekatkan diri dengan konsumen
3. Memberikan kepuasan terhadap pelanggan, pemilik, pemegang saham, dan karyawan.

4. Mengembangkan inovasi demi kelangsungan perusahaan.
5. Mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan dengan mitra usaha dan para pemasok.

2.3. Logo Perusahaan

Gambar 2. 1
Logo Perusahaan

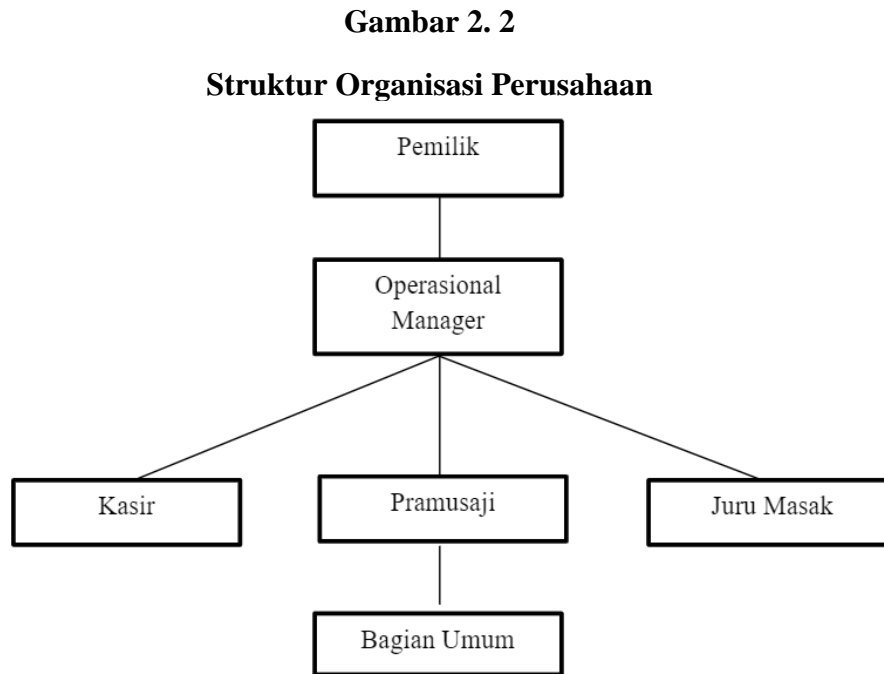


Sumber: Google 2020

Logo adalah elemen grafis yang memiliki bentuk ideogram, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah brand. Logo adalah atribut utama brand yang terlihat secara fisik dan logo yang baik juga harus dapat menampilkan semua atribut nonfisik yang merupakan jiwa dari brand (visi misi, nilai, budaya) (Oscario, 2013). Setiap merek yang berlogo memiliki makna dan arti yang mencerminkan identitas sebuah perusahaan. Logo pun dibuat sedemikian simpel agar mudah diingat dan dapat menjadi *brand positioning* yang kuat oleh konsumen. Logo Portobello Café terinspirasi dari sebuah jamur berwarna merah yang berbentuk besar dan bulat sehingga membuat nama café menjadi unik dan berbeda dari yang lain. Warna pada logo sesuai dengan interior restaurannya yang dimana terdapat aksen berwarna merah pada kursi, meja dan sekalipun dindingnya.

Gambar jamur yang terdapat di logo pun dapat ditemui didalam restoran seperti berbentuk boneka ataupun pajangan.

2.4. Struktur Organisasi



Sumber: Portobello,2020

2.4.1. Pemilik

Pemilik adalah seseorang yang mengeluarkan modal untuk perusahaan dan memiliki hak atas profit perusahaan. Adapun tugas dari pemilik adalah sebagai berikut:

1. Memimpin dan mengatur jalannya perusahaan.
2. Mengatur dan mengendalikan karyawan.
3. Memegang kendali penuh atas hubungan perusahaan dengan pihak luar yang menjalin kerja sama dengan Portobello Cafe.
4. Melaksanakan keputusan untuk mencapai perencanaan yang sudah ditentukan perusahaan.

2.4.2. Manager

Manager adalah seseorang yang diberi kewenangan oleh pemilik perusahaan untuk mengelola perusahaan. Manager bertugas mengawasi dan membawahi 3 bidang, yaitu administrasi keuangan, pramusaji, dan juru masak.

Tugas dari seorang manager adalah:

1. Mengawasi jalannya proses operasional Portobello Cafe
2. Mengkoordinasi bahan-bahan operasional Portobello Cafe.
3. Mengkoordinasi staff yang sedang bertugas.
4. Mengkoordinasi segala kebutuhan Portobello Cafe.
5. Bertanggung jawab terhadap proses produksi operasional Portobello Cafe.
6. Mempunyai inovasi atau ide unik untuk perkembangan Portobello Cafe.

2.4.3. Juru Masak

Juru masak adalah seseorang yang bertugas untuk memasak dan mengolah makanan untuk konsumen. Tugas dari juru masak adalah:

1. Menerima menu pesanan dari tamu kemudian menyiapkannya.
2. Bertanggung jawab terhadap proses produksi operasional Portobello Cafe.
3. Membantu pramusaji.
4. Menjaga kebersihan dapur.

2.4.4. Pramusaji

Pramusaji/*waiter* adalah seseorang yang bertugas untuk menyambut kedatangan konsumen dan memberikan menu makanan dan minuman, serta mengantarkan makanan dan minuman yang dipesan konsumen. Tugas-tugas pramusaji yaitu:

1. Melayani, menerima pesanan, dan memastikan pesanan sudah sesuai dengan membacakan ulang kepada konsumen.
2. Mengetahui produk yang dijual.
3. Melaporkan pesanan dengan memberikan menu pesanan kepada Juru Masak.
4. Memperhatikan kebutuhan konsumen.
5. Mengantarkan menu pesanan yang sudah dibuat oleh Juru Masak.
6. Memastikan semua pesanan telah diterima konsumen dan memastikan diantar pada meja yang benar.
7. Menyerahkan menu pesanan konsumen kepada kasir.
8. Mengantarkan alat-alat dan sisa makanan yang telah dipakai konsumen ke bagian umum untuk segera dibersihkan.

2.4.5. Kasir

Kasir adalah seseorang yang bertanggung jawab mengurus segala urusan keluar masuknya uang dan melayani segala pembayaran yang dilakukan oleh konsumen.

Tugas dari kasir adalah:

1. Menginput dan mengecek ulang pesanan konsumen.
2. Menerima pembayaran yang dilakukan oleh konsumen.
3. Menerima segala bentuk titipan atau pesan yang ditujukan kepada pimpinan.
4. Memberikan laporan pada pemilik.
5. Mencatat semua pembukuan yang menyangkut pada kegiatan Portobello Café.
6. Melakukan pembayaran kepada pemasok bahan baku.
7. Mengelola keuangan Portobello Cafe.
8. Menyimpan dokumen yang menyangkut keuangan.

2.4.6. Bagian Umum

1. Membersihkan area Portobello Cafe agar selalu bersih dan rapi.
2. Membersihkan toilet, tempat cuci tangan, serta membersihkan peralatan makan.

2.4.7 Kegiatan Usaha

Portobello beroperasi setiap hari (Senin-Minggu) mulai jam 10.00-22.00 setiap harinya. Berdasarkan Google *SEO*, puncak ramainya restoran berada di hari minggu karena di akhir pekan orang memiliki waktu luang dan sekaligus *refreshing* ke restoran yang bagus dan *peak times* di jam 13.00 dan jam 19.00 karena waktu makan siang dan malam. Untuk hari-hari besar juga buka untuk tetap melayani para konsumen yang ingin menikmati di waktu yang tepat.

Dari segi fasilitas, Portobello menyediakan fasilitas yang baik agar konsumen merasakan nyaman, bersih, aman dan komplit. Portobello Café Semarang menyediakan fasilitas seperti ruang indoor yang ber-AC dan outdoor, sofa yang nyaman, tempat parkir, toilet, tempat cuci tangan yang bersih dan nyaman dan wifi.

2.5. Identitas Responden

Jenis produk yang ditawarkan oleh Portobello sudah diterima luas bagi kalangan muda-mudi bahkan orangtua sekalipun. Maka itu, pasar yang dijangkau sangat beragam sehingga karakteristik responden yang ditemukan juga berbeda-beda. Identitas responden merupakan deskripsi tentang karakteristik responden yang disajikan dengan data primer meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan pelanggan Portobello Café Semarang. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Portobello Café Semarang yang pernah membeli dan melihat ulasan di sosial media tentang Portobello. Jumlah responden dalam

penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden. Jumlah responden tersebut memiliki latar belakang yang berbeda-beda ditinjau dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan, alasan utama berkunjung, informasi mengenai Portobello, produk yang sering dibeli dan frekuensi berkunjung. Data diperoleh dengan menggunakan alat penelitian yaitu berupa kuesioner yang secara langsung diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini. Data ini diperlukan sebagai data pendukung dalam penelitian dan ditujukan untuk mengetahui latar belakang pelanggan membeli produk Portobello Café Sumurboto, Semarang.

2.5.1. Jenis Kelamin Responden

Dalam penelitian ini, jenis kelamin responden dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu laki – laki dan perempuan. Terdapat 100 orang yang dijadikan sampel dalam penelitian. Dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut:

Tabel 2. 1
Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	43	43
Perempuan	57	57
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel 2.1 maka dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki – laki sebanyak 43 orang (43%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 57 orang (57%).

2.5.2. Usia Responden

Usia menjadi salah satu karakteristik yang menunjukkan identitas responden. Gambaran mengenai usia responden yang diteliti dapat dilihat pada tabel 2.2 berikut:

Tabel 2. 2
Identitas Responden Menurut Usia

Rentang Usia	Jumlah	Persentase
≤ 20 tahun	18	18
21-30 tahun	76	76
31-40 tahun	4	4
≥ 41 tahun	2	2
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah umur 21-30 tahun dengan jumlah 76 orang (76%). Hal ini karena faktor lokasi yang berada di daerah mahasiswa yang usianya mayoritas 18-22 tahun dan restoran ini memiliki keunikan dan perbedaan dengan makanan yang *instagramable* untuk anak-anak muda karena usia 21-30 adalah usia yang sangat aktif di media sosial sehingga mereka sering *update* foto makanan, kenyamanan tempat, bahkan sekedar nongkrong dan mengerjakan tugas.

2.5.3. Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan yang dimaksud dalam penelitian ialah pendidikan formal terakhir yang sudah diselesaikan oleh responden. Data mengenai pendidikan terakhir responden dapat ditunjukkan dalam tabel 2.3 berikut:

Tabel 2. 3
Identitas Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	1	1
SMP	-	-
SMA	73	73
Akademi	5	5
Sarjana	19	19
Pasca Sarjana	2	2
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Dari tabel 2.3 terlihat sebanyak 73 responden (73%) berlatar belakang pendidikan terakhir SMA. Setelahnya, pendidikan terakhir sarjana sebanyak 19 responden (19%) dan pendidikan terakhir akademi sebanyak 5 responden (5%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang berkunjung ke Portobello adalah responden yang berlatar belakang pendidikan SMA. Hal ini dapat dihubungkan dengan tabel 2.2. dikarenakan faktor lokasi yang berada di daerah mahasiswa yang mayoritas berusia 18-22 tahun.

2.5.4. Jenis Pekerjaan Responden

Jenis pekerjaan merupakan karakteristik yang dimiliki oleh responden. Jenis pekerjaan responden dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui variasi pekerjaan dari masing – masing responden. Data mengenai jenis pekerjaan responden ditunjukkan di tabel 2.4 berikut:

Tabel 2. 4
Identitas Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	80	80
TNI/POLRI/PNS	3	3
Pegawai Swasta	14	14
Ibu Rumah Tangga	1	1
Lainnya	2	2
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.4, maka dapat diketahui bahwa pekerjaan responden terbesar adalah Pelajar/Mahasiswa dengan jumlah 80 orang (80%). Hal ini sesuai data usia yang hasilnya 21-30 tahun yang berarti masih kuliah ataupun kerja dan pendidikan terakhir SMA yang berarti mayoritas masih di bangku kuliah. Setelah itu, yang terbesar kedua adalah pegawai swasta yang berjumlah 14 orang (14%) dan yang terbesar ketiga adalah TNI/POLRI/PNS sebesar 3 orang (3%) dan responden yang terkecil adalah ibu rumah tangga sebesar 1 orang (1%).

2.5.5. Identitas Responden Menurut Penghasilan per Bulan

Penghasilan per bulan menjadi hal yang dapat dikaitkan dengan berapa banyak jumlah uang yang dapat dikeluarkan oleh responden dalam kurun waktu satu bulan. Data mengenai kisaran jumlah penghasilan responden per bulan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 5
Identitas Responden Menurut Penghasilan per Bulan

Kisaran Pengeluaran	Jumlah	Persentase
$\leq 1.000.000$	6	6
1.000.001 – 2.000.000	25	25
2.00.01 – 3.000.000	37	37
$>3.000.000$	32	32
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.5, responden dengan penghasilan antara 2.000.001 – 3.000.000 merupakan responden terbanyak sebanyak 37 orang atau (37%).

2.5.6. Identitas Responden Menurut Alasan Utama Berkunjung

Alasan utama dalam mengunjungi restoran dapat menjadi sebuah pemicu mayoritas konsume dalam berkunjung ke restoran. Data mengenai alasan utama responden berkunjung dapat dilihat pada tabel 2.6 berikut:

Tabel 2. 6
Identitas Responden Menurut Alasan Utama Berkunjung

Alasan Utama Berkunjung	Jumlah	Persentase
Rekomendasi Orang lain	50	50
Variasi Menu	30	30
Pelayanan yang baik	4	4
Lainnya	16	16
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.6, responden yang dipengaruhi oleh rekomendasi orang lain dapat melalui langsung dan tidak langsung. Dengan peran digital di era modern ini, bentuk rekomendasi yang terdapat di media sosial (*e-WOM*) dan komunikasi dua arah ataupun lebih melalui chat online memberikan pengaruh yang besar. Pengaruh rekomendasi orang lain memiliki jumlah terbanyak sebesar 50 orang (50%) dan yang paling besar kedua dipengaruhi oleh variasi menu sebanyak 30 orang (30%). Sisanya dipengaruhi oleh lainnya 16 orang (16%) dan pelayanan yang baik 4 orang (4%). Lainnya mencakup beberapa faktor seperti lokasi yang dekat & tempat yang nyaman.

2.5.7. Identitas Responden Menurut Jenis Produk Yang Sering dibeli

Produk dapat menjadi faktor utama untuk konsumen berkunjung. Produk yang berkualitas dapat meningkatkan permintaan dan konsumen selalu membeli produk yang disukai. Data mengenai Jenis Produk Yang Sering dibeli dapat dilihat pada tabel 2.7 berikut:

Tabel 2. 7
Identitas Responden Menurut Jenis Produk Yang Sering dibeli

Jenis Produk Yang Sering dibeli berdasarkan jenis	Jumlah	Persentase
Pasta	37	37
Pizza	36	36
Steak	5	5
Chicken	9	9
Lainnya	7	7
Dessert	6	6
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.7, kategori jenis produk yang sering dibeli oleh konsumen terbanyak adalah pasta sebesar 37 orang (37%) dengan spesifik menunya adalah spaghetti, fettucine atau lasagna. Menu ini disukai karena makanan yang unik dan citra rasa yang berbeda serta ini pilihan menu khas barat yang umum dikonsumsi anak muda. Setelahnya, yang terbanyak dibeli oleh konsumen adalah jenis produk pizza sebesar 36 orang (36%) dengan spesifik menu yang sering dibeli adalah pizza meatlover.

2.5.8. Identitas Responden Menurut Frekuensi berkunjung

Frekuensi berkunjung menjadi salah satu elemen perusahaan dalam mengetahui kepuasan konsumen. Data mengenai Identitas Responden Menurut frekuensi berkunjung dapat dilihat pada tabel 2.8 berikut:

Tabel 2. 8
Identitas Responden Menurut Frekuensi berkunjung

Frekuensi berkunjung	Jumlah	Persentase
Sangat Sering	7	7
Kadang-Kadang	27	27
Jarang	41	41
Sangat tidak sering	25	25
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.8, frekuensi berkunjung responden terbanyak adalah jarang (2-3 bulan sekali) sebesar 41 orang (41%) dan yang terbanyak kedua adalah kadang-kadang (1 bulan sekali) dengan jumlah 27 orang (27%).