

BAB II

GAMBARAN UMUM BANCHEESE SALATIGA

2.1. Sejarah dan Perkembangan Banchese Salatiga

Banchese Salatiga atau dapat disebut juga Banana Cheese Salatiga adalah sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner di kota Salatiga, Jawa Tengah. Awal mula berdirinya Banchese ini dimulai dari hobi keluarga *owner* yaitu ‘kulineran’. Kulineran dalam hal ini maksudnya adalah orang yang senang mencari atau mencoba berbagai jenis makanan ketika sedang berpergian. Selama berpergian ke beberapa daerah, karena *owner* pada dasarnya sudah menyukai buah pisang, yang dicari jika berpergian tidak jauh dari yang namanya ‘gorengan’, khususnya pisang goreng. Berdasar dari kegemarannya, *owner* dapat mengetahui pisang goreng yang enak dan yang tidak itu bagaimana, kemudian, *owner* berpikiran untuk mencoba membuat produk olahan pisang yang enak dan menjualnya. Berangkat dari pikiran tersebut, *owner* mulai merencanakan untuk berjualan pisang goreng, namun kali ini yang menjadi pembeda dari pisang goreng lainnya yaitu pisang goreng ini dibalur dengan gula palem dan keju serta saos yang terdiri dari beberapa varian rasa. Setelah melakukan percobaan dan menanyakan ulasan dari beberapa orang, *owner* membulatkan tekadnya untuk menjual pisang keju ini dan mendirikan Banchese pada tahun 2016.

Di awal berdiri, Banchese belum memiliki lokasi distribusi yang menetap. Banchese dijual hanya melalui media sosial yaitu Whatsapp, Instagram dan Facebook. Dahulu sistem penjualan Banchese *made by order*, artinya produk hanya dibuat jika terdapat permintaan atau pesanan. Jika terdapat pesanan, produk

dibuat terlebih dahulu di rumah *owner* kemudian diantarkan kepada pembeli. Selain itu, Banchese juga melakukan distribusi penjualan dengan mengikuti bazar acara-acara di sekitar Salatiga dan Solo. Seiring berjalannya waktu, masyarakat mulai mengenal Banchese dan semakin banyaknya pesanan, *owner* memberanikan diri untuk menyewa *outlet* di Alfamidi Pattimura Salatiga. Walaupun sudah memiliki *outlet* tetap, penjualan Banchese masih bisa melalui *delivery order* namun terdapat syarat minimal pembelian agar dapat diantar ke lokasi pembeli.

Banchese berdiri sejak tahun 2016, kurang lebih sudah 8 tahun UMKM ini berjualan di Salatiga. Sesuai dengan namanya, Banchese atau singkatan dari Banana Cheese, apabila diartikan ke dalam bahasa Indonesia berarti pisang keju, menandakan bahwa pisang dan keju menjadi bahan utama dari produk UMKM ini. Pisang yang digunakan Banchese merupakan jenis pisang khusus karena tidak semua pisang dapat digoreng menjadi pisang goreng yang enak. Selain pisangnya, keju yang digunakan juga keju tertentu karena tidak semua keju memiliki rasa yang pas jika dipadukan dengan pisang goreng. Lalu yang menjadi pembeda dibandingkan dengan pisang goreng lain adalah tepungnya. Tepung yang digunakan Banchese adalah tepung yang telah diracik secara khusus dengan beberapa komposisi sehingga ketika digoreng dengan pisang akan menghasilkan pisang goreng yang gurih dan memiliki aroma yang khas.

Berkat antusiasme dari konsumen dan ketekunan dari *owner*, selain *outlet* Alfamidi Pattimura Salatiga, pada tahun 2017 hingga awal 2019, Banchese membuka beberapa *outlet* yang tersebar di beberapa lokasi di kota Salatiga yaitu di Kembang Arum, Ada Baru, Karang Balong, Seruni dan Selasar Kartini. Dengan

adanya beberapa *outlet* ini, *owner* Bancheese sudah tidak melayani *delivery order* sendiri, namun Bancheese memanfaatkan adanya pembeli tetap bisa memesan Bancheese melalui aplikasi Gojek, Grab, Shopee Food, atau ojek lokal lain. Selain itu, Bancheese juga melayani pesanan-pesanan dalam jumlah besar seperti acara rapat, pertemuan, dan masih banyak lagi.

Layaknya bisnis-bisnis lain, Bancheese juga mengalami naik-turunnya usaha. Pada tahun 2019 dapat dikatakan menjadi titik tertinggi Bancheese sejak berdiri sejak tahun 2016, memiliki banyak outlet dan minat dari konsumen tergolong sangat tinggi. Namun, sejak awal tahun 2020, ketika Pandemi Covid-19 mulai masuk ke Indonesia, Bancheese tidak terlepas dari imbasnya. Pandemi Covid-19 membatasi aktivitas masyarakat, hampir semua aktivitas diupayakan untuk dilakukan di rumah, termasuk juga salah satu pangsa pasar utama Bancheese yaitu mahasiswa juga ikut melakukan aktivitas belajarnya melalui jarak jauh sehingga banyak mahasiswa yang memilih untuk kembali ke asalnya masing-masing. Oleh karena semakin rendahnya penjualan Bancheese, *owner* terpaksa menutup beberapa *outlet* sehingga hanya tersisa 2 *outlet* yaitu *outlet* Alfamidi Pattimura dan Ada Baru. Walaupun hanya memiliki 2 *outlet*, Bancheese masih bisa bertahan selama pandemi dan bahkan hingga saat ini.

2.2. Logo Bancheeese Salatiga

Gambar 2. 1 Logo Bancheeese Salatiga



Sumber: Data Internal Bancheeese

Logo Bancheeese di atas adalah logo yang digunakan sejak awal berdiri hingga saat ini. Dalam logo tersebut, terdapat 3 unsur utama yaitu pisang, tulisan “Bancheeese” dan “Banana Cheese”, serta “*est 2016*”. Pisang dalam logo ini menunjukkan bahwa pisang menjadi bahan baku utama dari produk usaha ini. Kemudian tulisan “Bancheeese” dan “Banana Cheese” bertujuan untuk memberikan identitas agar dapat dikenali konsumen dan memberikan gambaran bagi orang yang melihat terkait produk apa yang dijual Bancheeese. Lalu unsur terakhir yaitu “*est 2016*”, memiliki makna untuk memberikan informasi kepada konsumen bahwa usaha ini telah berdiri sejak tahun 2016.

2.3. Profil Bancheeese Salatiga

Nama Usaha	: Bancheeese (Banana Cheese)
Produk	: Pisang goreng keju dengan berbagai varian saus
Lokasi	: 1) Alfamidi Pattimura Salatiga 2) Ada Baru Salatiga

Kontak : 085225932808

Bancheese atau Banana Cheese Salatiga, UMKM yang bergerak di bidang kuliner dengan produk yang dijual adalah pisang goreng keju. Pada dasarnya cara menggoreng pisang di Bancheese sebenarnya sama dengan menggoreng pisang lainnya, yang menjadi pembeda adalah tepung yang digunakan. Setelah matang, pisang yang sudah digoreng dibalur dengan gula palem dan diberi keju serta *topping* saus rasa tertentu jika diinginkan. Bancheese menyediakan beberapa pilihan *topping*, yaitu Oreo, Milo, meses, coklat, *strawberry*, *blueberry*, Ovomaltine, tiramisu, Nutella, caramel, *greentea* dan *cappucino*. Selain didistribusikan melalui *outlet*, Bancheese juga sering mengikuti bazar kuliner yang ada di Salatiga. Dengan adanya *outlet*, Bancheese memiliki karyawan yang saat ini berjumlah 4 orang. Karyawan ini saling bergantian, biasanya dibagi menjadi 2 *shift*, yaitu *shift* pagi dan sore.

2.4. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen UMKM Bancheese Salatiga. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden yaitu pernah melakukan pembelian Bancheese dalam jangka waktu 6-12 bulan, berusia 15 hingga 40 tahun dan bersedia menjadi responden. Jumlah responden yang dibutuhkan adalah 100 orang.

2.4.1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengumpulan data responden mengenai jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui perbandingan antara jumlah responden pria dengan jumlah responden

wanita. Berikut ini adalah data responden konsumen Banchese berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 2. 1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	35	35%
Wanita	65	65%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 2.1 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, 35% adalah responden yang berjenis kelamin pria, sedangkan sisanya yaitu 65% merupakan responden berjenis kelamin wanita. Hal ini menandakan bahwa mayoritas konsumen Banchese berjenis kelamin wanita.

2.4.2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Pengumpulan data responden mengenai usia bertujuan untuk mengetahui berapakah usia konsumen Banchese. Dengan adanya data ini, Banchese juga dapat mengetahui apakah produk ini telah sesuai target pasar atau belum. Berikut ini adalah data responden konsumen Banchese berdasarkan usia :

Tabel 2. 2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 15 tahun	0	0%
15-40 tahun	100	100%
> 40 tahun	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 2.2 dapat diketahui bahwa dari 3 rentang usia yang disediakan, hanya ada 1 rentang usia yang sesuai dengan data responden, yaitu rentang usia 15 hingga 40 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden

berusia 15 hingga 40 tahun dan telah sesuai dengan target pasar Bancheese yang juga memiliki rentang usia yang sama.