

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Sejarah dan Gambaran Umum Perusahaan

Selaras Cafe merupakan *coffee shop* yang berada di Jl. Bhakti No. 11, Kecamatan Kota Kabupaten Kudus. Lokasi ini dipilih karena berada di area strategis yang berada di tengah kota Kudus, sehingga mudah dijangkau oleh seluruh masyarakat kota Kudus. Selaras cafe beroperasi setiap hari dari pukul 09.00 – 23.00 WIB, menawarkan berbagai varian kopi dan makanan dengan cita rasa lezat dan harga terjangkau. Selain itu, Selaras Cafe juga memberikan berbagai fasilitas seperti, *free wifi*, ruangan *outdoor*, *indoor* dan *smoking room* ber ac yang membuat Selaras Cafe dijadikan sebagai sasaran tempat untuk berbagai kalangan usia.

Selaras Cafe didirikan pada awal tahun 2022, berawal dari keresahan awal sekelompok pria yang merasa sulit menemukan tempat berkumpul yang menyediakan fasilitas ruangan rokok dengan AC di wilayah kudus. Selain itu, salah satu pendiri dari Selaras Cafe memiliki pengalaman dalam mengelola laporan keuangan sebuah *coffee shop*, dimana ia melihat potensi bisnis yang menjanjikan dalam industri ini. Tingginya omset yang diperoleh dengan bahan baku yang relatif rendah memperkuat keyakinan untuk mendirikan *coffee shop*. Namun, karena keterbatasan modal *coffee shop* ini didirikan secara bersama oleh Saddam, Bintang, dan Sendy yang merancang Selaras Cafe dengan konsep *working space*. Harapannya, kehadiran Selaras Cafe dapat menarik konsumen yang membutuhkan tempat yang nyaman terutama Selaras Cafe menyediakan *smoking room* ber ac.

2.2 Visi dan Misi

Dalam menjalankan sebuah usaha, visi dan misi memiliki peran penting sebagai landasan dalam menentukan arah dan tujuan bisnis. Visi menggambarkan cita-cita jangka panjang yang ingin dicapai oleh *coffee shop*, sementara misi berisi langkah-langkah strategis yang dilakukan untuk mewujudkan visi tersebut. Dalam industri kopi yang semakin kompetitif, perumusan visi dan misi yang tepat dapat membantu sebuah *coffee shop* membangun identitas merek yang kuat, menarik pelanggan, serta memastikan keberlanjutan usaha. Berdasarkan hasil wawancara owner Selaras Cafe, Sendy (2025), visi Selaras Cafe yaitu: "Menjadi coffee shop yang menghadirkan kelezatan kopi dengan sepenuh hati dan menciptakan pengalaman yang membahagiakan pelanggan."

Sedangkan misi yang dijalankan oleh Selaras Cafe untuk dapat mencapai visi yang ditetapkan, yaitu: menyajikan kopi berkualitas menggunakan biji kopi pilihan serta mengutamakan keramahan serta ketulusan dalam interaksi dengan pelanggan dan menciptakan suasana nyaman.

2.3 Logo Selaras *Coffee shop*

Logo memiliki peran yang sangat penting karena berfungsi sebagai identitas perusahaan yang membedakannya dari pesaing. Keberadaan logo membantu perusahaan untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas. Logo dapat divisualisasikan melalui gambar, sketsa, atau tulisan yang mengandung makna dan filosofi tertentu yang merepresentasikan identitas sebuah merek. Selain itu, logo juga berperan sebagai elemen penting dalam menunjukkan komitmen perusahaan terhadap produk, serta mempermudah konsumen dalam mengenali dan memahami produk

yang ditawarkan. Berikut merupakan logo Selaras Cafe:



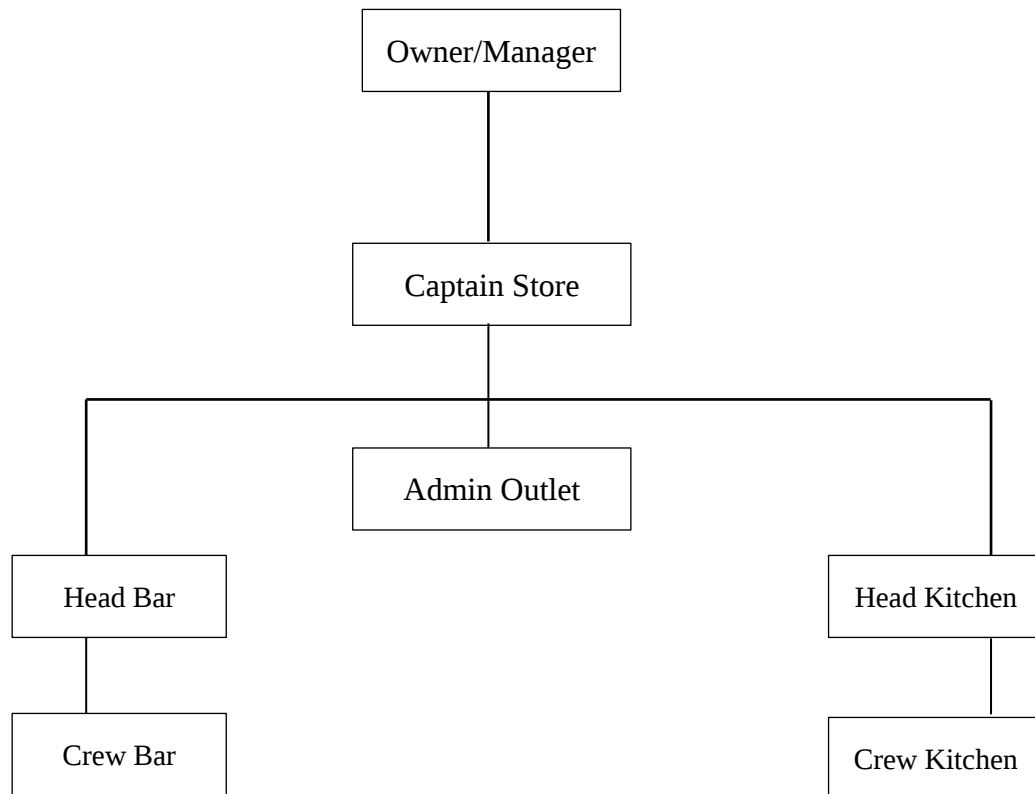
Gambar 2.1 Logo Selaras Cafe

Sumber: Data Internal Selaras Cafe (2024)

Logo Selaras Cafe menggunakan warna hijau karena ingin menampilkan kesan untuk menciptakan kenyamanan dan kesegaran. Pemilihan font huruf yang sederhana namun terlihat jelas ditujukan untuk memudahkan pelanggan untuk membaca. Huruf E pada kata “SELARAS” diganti dengan simbol tangan dan gelas mengartikan bahwa Selaras menyuguhkan minuman dan hidangan pada pelanggan dengan sepenuh hati dan ikhlas.

2.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan elemen penting dalam suatu organisasi atau perusahaan untuk mencerminkan pembagian tugas, tanggung jawab, dan alur koordinasi antar bagian atau individu. Selain itu, struktur organisasi juga dikembangkan untuk menetapkan bagaimana organisasi atau perusahaan beroperasi untuk melaksanakan tujuannya. Berikut merupakan struktur organisasi yang dimiliki oleh Selaras Cafe Kudus:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Selaras Cafe Kudus

Sumber: Data Internal Selaras Cafe (2024)

2.5 Job Description Selaras Coffee shop

1. Owner

Pada struktur organisasi Selaras Cafe owner atau pemilik kedai kopi bertugas untuk memimpin, mengelola dan bertanggung jawab atas keberjalanan organisasi.

2. Manager/Captain Store

- 1) Memastikan semua kegiatan operasional kedai berjalan dengan standar yang ditetapkan.
- 2) Merekrut, melatih, dan memotivasi karyawan agar bekerja secara efektif.
- 3) Membuat jadwal pembagian kerja dan memberikan evaluasi kepada tim.

- 4) Menyusun target penjualan dan memastikan pencapaian target tersebut.
 - 5) Memastikan kepuasan pelanggan dalam menjaga kebersihan dan pelayanan kepada pelanggan.
3. Admin Outlet
- 1) Mencatat dan mengelola transaksi penjualan harian.
 - 2) Menyusun laporan keuangan harian, mingguan, dan bulanan.
 - 3) Melakukan diskusi dengan manajer terkait anggaran rencana yang dikeluarkan untuk kegiatan operasional.
 - 4) Memberikan informasi terkait promosi atau menu kepada pelanggan.
4. Head Bar
- 1) Memastikan semua peralatan bar (mesin kopi, grinder, blender, dll) berfungsi dengan baik.
 - 2) Memastikan stok bahan baku selalu tersedia.
 - 3) Menciptakan menu baru dan melakukan uji coba agar sesuai dengan selera pasar.
 - 4) Melatih dan membimbing barista dalam teknik pembuatan minuman dan mengawasi standar penyajian.
 - 5) Mengusulkan penambahan dan pengurangan *crew barista*.
5. Head Kitchen
- 1) Mengawasi dan mengelola seluruh kegiatan operasional dapur.
 - 2) Memastikan ketersediaan bahan baku di dapur dengan memantau stok secara rutin.
 - 3) Memastikan seluruh tim dapur menerapkan SOP yang berlaku.

- 4) Memastikan semua masakan dan makanan yang disajikan sesuai dengan standar kualitas, rasa, dan presentasi yang ditentukan.

6. Crew Bar

- 1) Melakukan persiapan bahan baku sebelum kedai buka.
- 2) Menyiapkan dan menyajikan menu *beverage* yang dipesan.
- 3) Melayani pelanggan dengan ramah dan profesional.

7. Crew Kitchen

- 1) Menyiapkan bahan makanan (memotong, mencuci, meracik) bahan sesuai resep.
- 2) Memasak dan menyajikan makanan yang dipesan oleh pelanggan.
- 3) Membersihkan area dan peralatan dapur serta memastikan dapur dalam keadaan bersih dan higienis.

2.6 Ketenagakerjaan

Dalam operasional sebuah *coffee shop*, sumber daya manusia memegang peran penting dalam menciptakan pengalaman yang berkualitas bagi pelanggan. Sebagai bisnis yang bergerak di sektor jasa, keberhasilan operasional *coffee shop* sangat bergantung pada kompetensi, produktivitas, dan kualitas pelayanan dari tenaga kerja yang dimiliki. Dengan struktur organisasi yang jelas dan pembagian tugas yang efektif, serta berusaha untuk menciptakan lingkungan kerja yang kondusif sehingga setiap karyawan dapat memberikan kontribusi terbaik demi mencapai visi dan misi perusahaan. Selaras Cafe telah menerapkan sistem ketenagakerjaan sebaik dan semaksimal mungkin dalam hal pembagian kerja yang adil seperti:

1) Jam Kerja Karyawan

Jam kerja yang diberlakukan pada Selaras Cafe adalah sebagai berikut:

a. Owner

- Jumlah: 3 orang
- Jam Kerja: Tidak terikat waktu

b. Manajer/Captain Store

- Jumlah: 1 orang
- Jam Kerja: Tidak terikat waktu

c. Staff

- Jumlah: 15 orang (1 Head bar, 1 Admin Outlet, 1 Head Kitchen, 6 Crew Bar, 6 Crew Kitchen)
- Jam Kerja:

Tabel 2.1 Jam Kerja

Shift	Jam Kerja
1	08.00-16.00
2	15.00-23.00

Sumber: Data Internal Selaras Cafe (2024)

2.7 Produk dan Layanan Selaras *Coffee shop*

Selaras *Cafe* merupakan sebuah bisnis yang bergerak pada bidang *food and beverage*. Meskipun berkonsep “*coffee shop*” Selaras tidak hanya menjual olahan kopi namun juga menawarkan minuman non kopi, *snack* hingga makanan berat.

Target sasaran Selaras Cafe adalah kalangan menengah ke atas.

Berikut merupakan produk yang ditawarkan pada Selaras Cafe:

a. *Milk & Frappe*

- | | |
|----------------------|-------------------|
| 1. Regal Rumble | 6. Chocolate |
| 2. Caramel Machiatto | 7. Hazelnut Choco |
| 3. Strawberry Silk | 8. Taro |
| 4. Monochrome | 9. Redvelvet |
| 5. Matcha | |

b. *Signature*

- | | |
|----------------------|-----------------|
| 1. Daily Cream Latte | 4. Kampina |
| 2. Butterscot Latte | 5. Choco Breeze |
| 3. Berry Bomb | |

c. *Coffee Mocktail*

- | | |
|------------------------|-------------------|
| 1. Strawberry Mocktail | 4. Sandy Shores |
| 2. Joker | 5. Sparkling Lady |
| 3. Coffee Mocktail | |

d. *Snack*

- | | |
|---------------------|------------------|
| 1. Three Ways Bread | 5. Onion Ring |
| 2. French Fries | 6. Pisang Goreng |
| 3. Mix Platter | 7. Churros |
| 4. Mendoan | 8. French Toast |

e. *Rice Bowl*

- | | |
|-----------------------|--------------------|
| 1. Sweet Sour Chicken | 4. Beef Blackpaper |
| 2. Salted Egg Chicken | 5. Beef Yakiniku |
| 3. Spicy Chicken | 6. Beef Teriyaki |

f. Western Food

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. Fish & Chips | 5. Mac n. Cheese |
| 2. Chicken Cordonblue | 6. Ogllo e Olio |
| 3. Chicken Snitzel | 7. Carbonara |
| 4. Chicken Strip | |

g. Indonesian

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| 1. Dory Sambal Matah | 4. Bakmi Selaras |
| 2. Ayam Sambal Matah | 5. Mie Laksa |
| 3. Nasi Goreng Selaras | 6. Nasi Goreng Hongkong |

h. Manual Brew

1. V60/Filter

i. Coffee Based

- | | |
|---------------|----------------|
| 1. Espresso | 5. Moccacino |
| 2. Americano | 6. Caffè Latte |
| 3. Affogato | 7. Picollo |
| 4. Cappuccino | |

j. Kopi Susu

- | | |
|------------------------|---------------------|
| 1. Kopi Susu Gula Aren | 4. Kopi Susu Pandan |
| 2. Kopi Susu Regal | 5. Sulastri |
| 3. Kopi Susu Selaras | |

k. Tea Based

- | | |
|----------------|-------------------|
| 1. Classic Tea | 3. Strawberry Tea |
| 2. Lemon Tea | 4. Lychee Tea |

2.8 Identitas Responden

Identitas responden merupakan gambaran mengenai karakteristik individu yang menjadi subjek penelitian. Responden pada penelitian ini akan dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, tempat tinggal/domisili, usia, pekerjaan serta penghasilan rata-rata per bulan. Terdapat sebanyak 100 responden dalam penelitian ini yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Selaras Cafe lebih dari tiga kali dalam enam bulan terakhir yang berdomisili di Kota Kudus dan berusia minimal 17 tahun serta aktif menggunakan media sosial instagram.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung pada pelanggan Selaras Cafe Kudus. Proses pengumpulan data responden dilakukan selama satu minggu pada bulan Februari 2025. Berdasarkan data yang telah diisi oleh responden, diperoleh identitas responden terkait jenis kelamin, tempat tinggal/domisili, usia, pekerjaan serta penghasilan rata-rata per bulan, berikut penjelasannya:

2.8.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Selaras Cafe memiliki sasaran konsumen yaitu masyarakat kota Kudus yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Berikut merupakan tabel perbandingan antara responden laki-laki dan perempuan yang telah melakukan pembelian pada Selaras Cafe selama enam bulan terakhir:

Tabel 2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase(%)
1	Laki-laki	40	40
2	Perempuan	60	60
Total		100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah (2025)

Tabel 2.2 di atas merupakan hasil pengumpulan data responden yang menyatakan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan merupakan responden yang mendominasi yaitu sebanyak 60 orang (60%) dan responden laki-laki berjumlah 40 orang (40%).

2.8.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal/Domisili

Responden pada penelitian ini yaitu orang yang telah melakukan pembelian pada Selaras Cafe yang bertempat tinggal di Kota Kudus. Berikut merupakan pembagian responden pada 9 kecamatan di Kota Kudus:

Tabel 2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

No	Kecamatan di Kota Kudus	Frekuensi	Presentase (%)
1	Bae	26	26
2	Dawe	5	5
3	Gebog	6	6
4	Jati	12	12
5	Jekulo	14	14
6	Kaliwungu	10	10
7	Kota Kudus	17	17
8	Mejobo	5	5
9	Undaan	5	5
Total		100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah (2025)

Data pada tabel 2.3 di atas menerangkan bahwa 100 responden dalam penelitian ini berasal dari 9 kecamatan yang ada di Kabupaten Kudus. Kecamatan Bae menempati jumlah tertinggi yaitu sebanyak 26 orang (26%), kemudian pada urutan kedua yaitu kecamatan Kota Kudus sebanyak 17 orang (17%), hal ini dikarenakan lokasi Selaras Cafe yang berada di dekat kecamatan Bae dan kecamatan Kota Kudus. Pada kecamatan Jekulo sebanyak 14 orang (14%), kecamatan Jati 12 orang (12%), kecamatan Kaliwungu 10 orang (10%), kecamatan

Gebog 6 orang (6%). Jumlah terendah ada di kecamatan Dawe, Mejobo dan Undaan masing-masing terdapat 5 orang (5%).

2.8.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Konsumen Selaras Cafe umumnya memiliki rentang usia yang bervariasi. Usia responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah responden yang berusia minimal 17 tahun. Berikut merupakan tabel kelompok usia responden yang dikelompokkan dalam beberapa usia:

Tabel 2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1	17-19 tahun	14	14
2	20-22 tahun	57	57
3	23-25 tahun	15	15
4	26-28 tahun	11	11
5	>28tahun	3	3
Total		100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah (2025)

Pada tabel 2.4 diatas menerangkan bahwa rentang usia responden Selaras Cafe sangat beragam, diketahui bahwa usia responden yang paling banyak melakukan pembelian yaitu pada rentang usia 20-22 tahun yaitu sebanyak 57 (57%) responden dan jumlah responden paling rendah yaitu berada pada usia >28 tahun yaitu hanya sebanyak 3 (3%) responden.

2.8.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan responden dengan total 100 orang, berikut merupakan hasil dari pengumpulan kuesioner berdasarkan pada jenis pekerjaan pada konsumen Selaras Cafe Kudus:

Tabel 2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	66	66
2	Karyawan Swasta	25	24
3	TNI/POLRI/PNS	6	6
4	Wirausaha	3	3
Total		100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.5 di atas, diketahui bahwa pengunjung Selaras Cafe didominasi oleh pelajar/mahasiswa dengan jumlah responden 66 (66%), karyawan swasta sebanyak 25 responden (25%), TNI?POLRI/PNS sebanyak 6 responden (6%) dan jumlah terendah adalah wirausaha dengan jumlah 3 responden (3 orang).

2.8.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Rata-Rata Per Bulan

Berdasarkan responden dengan total 100 orang, berikut merupakan hasil dari pengumpulan kuesioner berdasarkan pada pendapatan rata-rata perbulan konsumen Selaras Cafe Kudus.

Tabel 2.6 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan rata-rata per bulan

No	Pendapatan rata-rata	Frekuensi	Presentase (%)
1	≤ Rp 1.000.000	27	27
2	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	41	41
3	> Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	18	18
4	> Rp 5.000.000	14	14
Total		100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.6 diketahui bahwa pengunjung Selaras Cafe didominasi oleh pengunjung dengan penghasilan tiap bulan >Rp1.000.000 - Rp3.000.000 dengan total responden sebanyak 41 (41%).