

BAB II

GAMBARAN UMUM USAHA

2.1 Profil Folkafe: Coffe & Stories Semarang

Folkafe Semarang merupakan salah satu kafe populer yang ada di Semarang yang berlokasi di Jl. Dr. Setiabudi no 79 RT 002/009 Kec. Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah. Folkafe Semarang memiliki lokasi yang strategis dekat dengan universitas diponegoro, sehingga lokasinya mudah dijangkau oleh mahasiswa dan masyarakat umum.

Kafe ini mengusung konsep tropis yang unik serta memiliki bangunan yang minimalis, dan memberikan nuansa seperti di Bali. Dengan suasana tenang dan nyaman, kafe ini cocok untuk mahasiswa yang ingin nongkrong dan mengerjakan tugas. Kafe ini juga dilengkapi dengan fasilitas yang mendukung kenyamanan pengunjung, seperti stop kontak sehingga tidak perlu khawatir ketika mengerjakan tugas, free wifi, area duduk lesehan yang nyaman, toilet yang bersih, area *smoking outdoor* yang nyaman, area *indoor* dengan AC, area parkir yang memadai serta terdapat mushola. Suasana yang nyaman dan tenang dapat memberikan pengalaman yang lebih untuk setiap pengunjung.

Folkafe Semarang juga menawarkan berbagai pilihan menu makanan dan minuman yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Folkafe Semarang menyediakan makanan dengan harga yang bervariasi dari aneka *western food*, *Indonesian food*, *Italian food*, *Japanese food* dan aneka cemilan seperti kentang goreng, chicken strip, mendoan, deasert dll, serta terdapat juga berbagai varian minuman kopi susu

Folka seperti kosuka banana, kosuka rhum, dll, *classic coffe* dan *non coffee* seperti jus dan jamu.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi salah satu kafe terbaik yang menghadirkan pengalaman bersantai bagi pecinta kopi dan menawarkan cita rasa kopi terbaik, pelayanan terbaik dan suasana yang nyaman bagi setiap pelanggan.

2.2.2 Misi Perusahaan

- a) Menyediakan produk yang berkualitas tinggi dengan bahan baku terbaik
- b) Memberikan pelayanan yang baik, cepat, ramah, dan menciptakan suasana yang nyaman bagi setiap pelanggan.
- c) Selalu melakukan perbaikan sistem, produk, pelayanan, tim dan teknologi secara terus menerus mengikuti *lifestyle*.
- d) Menyediakan tempat yang bisa digunakan untuk bekerja, berkumpul, dan bersantai untuk para pelanggan.

2.3 Logo Perusahaan

Logo merupakan identitas visual yang melambangkan atau berfungsi sebagai identitas suatu bisnis atau merek. Logo perusahaan juga dapat berfungsi sebagai simbol untuk membedakan perusahaan dari pesaingnya, serta mencerminkan visi, misi, dan nilai-nilai yang dianut. Berikut merupakan logo dari Folkafe: *Coffee & Stories* Semarang:



Gambar 2. 1 Logo Folkafe: Coffee & Stories Semarang

Sumber: Folkafe: Coffee & Stories Semarang

2.4 Menu dan Harga Folkafe: Coffee & Stories Semarang

Tabel 2. 1 Menu dan Harga

MENU	HARGA
Light Meal	
French Fries/Wedges	31.818,-
Chicken Strips	34.545,-
Mix Platter	45.454,-
Mac and Cheese	31.818,-
Folka Spring Roll	31.818,-
Chick n Chop	31.818,-
Indonesian Selection	
Pisang Goreng	27.272,-
Pisang Goreng Madu	29.090,-
Mendoan	22.727,-
Tahu Cabe Garam	22.727,-
Counter Top Bakery	
Donut	13.636,-
Croissant Choco	30.000,-
Croissant Butter	25.454,-
Croissant Cheese Truffle	30.000,-
Croissant Cokie	30.000,-
Folkadot Choco Bread	25.454,-
Folkadot Cheese Bread	27.272,-
Choco Bun Double Choco	20.000,-
Choco Bun Choco Cheese	21.818
Salad	
Thai (Beef) Salad	31.818,-
Chicken & Egg	29.090,-
Croque Monsieur	47.272,-
Butter Garlic French Toast	40.909,-

Chicken Truffle Sando	45.454,-
Smoke BBQ Sando	45.454,-
Beef Sharing Sandwich	63.636,-
Chicken Sharing Sandwich	47.272,-
Western Food	
Folka Sharing Sandwich	40.909,-
Seared Beef Steak	109.090,-
Miso Butter Bliss Chicken	45.454,-
Fish & Chips	40.909,-
Chicken Cordon Bleu	36.364,-
Chicken Steak	45.454,-
Japanese Food	
Miso Ramen	43.636,-
Hakata Ramen	43.636,-
Katsu Curry Udon	40.909,-
Baitan Ramen	49.090,-
Rice In Peace	
Saboro Don	31.818,-
Canggu Chicken	31.818,-
Beef/Chicken Katsu Curry	43.636/34.545,-
Chicken Mentai Rice	36.363,-
Chicken/Dory Salted Egg	34.545,-
Chicken Chashu	43.636,-
Rice in sane	49.090,-
Soup for the soul	
Sup Iga	63.636,-
Mushroom Soup	27.272,-
Chicken Soup	29.090,-
Fried Rice	
Homemade Fried Rice	31.818,-
Butter Rice	34.545,-
Seafood Fried Rice	36.363,-
Beef Fried Rice	36.363,-
Iga Bakar Fried Rice	59.090,-
Sumatra Fried Rice	31.818,-
Pasta & Noodle	
Carbonara	36.363,-
Aglia Olio	36.363,-
Chicken Wok Noodle	31.818,-
Beef Wok Noodle	38.181,-
Seafood Wok Noodle	34.545,-
Homemade Chicken Salad	24.545,-
Thai Beef Salad	25.455,-
Dessert	

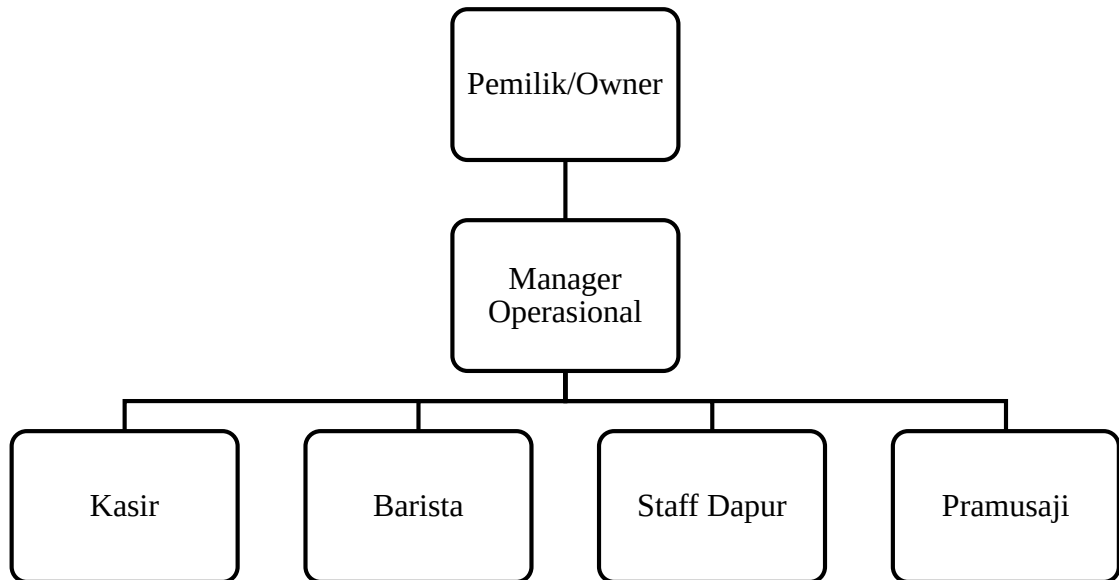
Burnt Cheesecake	29.090-34.545,-
The Cheesecake	33.636,-
Kosuka	
Kosuka Original	22.727,-
Kosuka Banana	27.273,-
Kosuka Rhum	27.273,-
Kosuka Oreo	27.273,-
Kosuka Honey	27.273,-
Kosuka Pandan	27.273,-
Kosuka Cinnamon	22.727,-
Kosuka Bold (Can)	22.727,-
Kosuka Oatside (Can)	27.273,-
Kosuka Plus Alpenliebe	34.545,-
Kosuka Plus Jasmine Blossom	34.545,-
Kosuka Plus Tiramisu	34.545,-
Kosuka Plus Cheesuka	34.545,-
Kosuka Sweet n Cream (Can)	34.545,-
Signature	
Butterbeer	29.091,-
Sweet Apple Sunrise	29.091,-
Mesmerised	29.091,-
Pumpkin Spiced Latte	31.818,-
Sunkist Treasure	31.818,-
Shot In The Dark	29.091,-
Fizzy Lychee/Tamarind	31.818,-
Cold White (Cheese,Roasted Barley, Pistachio)	31.818,-
Ice Coffe	
Ice Black Coffe	29.090,-
Ice Cafe Latte	30.909,-
Iced Mochaccino	34.545,-
Hot Coffee	
Espresso Boster	18.181,-
Dark Lemonade	29.090,-
Black Coffee	29.090,-
Cappucino	29.090,-
Cafe Latte	29.090,-
Piccolo	29.090,-
Mochaccino	30.909,-
Split	34.545,-
Black Condensed	24.545,-
Manual Brew	
Indonesian Tubruk	18.182,-

Seasonal Beans	Ask our barista
Beyond the Beans	
Rel Velvet/Cheesy Velvet	29.091/31.818,-
Matcha (Cheesy, Pistachio, Strawberry)	29.091/31.818,-
Chocolate (Pistachio, Banana, Folka)	29.090-31.818,-
Suwe Ora Jamu	
Asam Jawa	25.455,-
Susu Jahe	25.455,-
Susu Jahe Chocolate	21.818,-
Beras Kencur	25.455,-
Feelin Healthy	
Pinacle Juice	29.090,-
Rabbitos Juice	29.090,-
Dravocado	29.090,-
Slushy Berry	29.090,-
Dragonana	29.090,-
Dairy Creation	
Cookies n Cream	29.091,-
Cheesy Strawberry Milk	29.091,-
Cheesy Bluberry Milk	29.091,-
Tea	
Classic tea (hot/ice)	18.181,-
Lemon Tea (hot/ice)	25.454,-
Ice Strawberry Tea	25.454,-
Ice Lychee Tea	25.454,-
Ice Blueberry Tea	25.454,-

Sumber: Folkafe: Coffee&Stories Semarang 2025

2.5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi Folkafe Semarang terdiri 6 divisi yang saling bekerjasama dan memiliki tugas dan tanggungjawab masing-masing. Berikut merupakan struktur organisasi Folkafe :*Coffee&Stories* Semarang:



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi

Sumber: Folkafe:Coffee&Stories Semarang 2025

1. Pemilik

Adapun tugas dan tanggung jawab pemilik/owner adalah sebagai berikut:

- a. Membuat perencanaan dan strategi bisnis, seperti menentukan visi dan misi serta tujuan perusahaan,
- b. Membuat strategi jangka panjang dan jangka pendek untuk pertumbuhan usaha
- c. Mengawasi dan mengatur jalannya perusahaan
- d. Mengawasi anggaran dan mengatur investasi bisnis
- e. Melakukan inovasi serta mengembangkan konsep unik untuk perusahaan agar lebih menarik pelanggan

2. Manager Operasional

Adapun tugas dan tanggungjawab manager operasional di Folkafe Semarang adalah sebagai berikut:

- a. Mengelola operasional harian, seperti mengawasi seluruh aktivitas kafe, termasuk layanan pelanggan dan persiapan makanan dan minuman
- b. Manajemen staf seperti merekrut, melatih, dan mengawasi kinerja staf untuk memastikan mereka bekerja sesuai dengan standar yang berlaku
- c. Mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran serta promosi untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan
- d. Mengkoordinasi kebutuhan operasional Folkafe Semarang
- e. Membuat dan menerapkan *Standar Operating Procedure* (SOP) untuk memastikan konsistensi dalam operasional kafe

3. Kasir

Adapun tugas dan tanggungjawab kasir di Folkafe Semarang adalah sebagai berikut:

- a. Melayani proses transaksi dan mengelola pembayaran dari pelanggan dengan berbagai metode seperti tunai, kartu debit atau Qris
- b. Memberikan informasi kepada pelanggan mengenai menu, harga, atau promosi yang sedang berlangsung
- c. Menginput setiap transaksi penjualan untuk laporan penjualan harian sesuai dengan transaksi yang terjadi
- d. Menyusun laporan harian dan laporan bulanan Folkafe Semarang

4. Barista

Adapun tugas dan tanggungjawab barista di Folkafe Semarang adalah sebagai berikut:

- a. Mempersiapkan dan mengelola persediaan stok bahan baku minuman
- b. Memepersiapkan pesanan minuman untuk pelanggan
- c. Membersihkan dan merawat mesin kopi serta peralatan lain secara rutin untuk memastikan fungsionalitas dan kebersihannya

5. Staff Dapur

Adapun tugas dan tanggungjawab staf dapur di Folkafe Semarang adalah sebagai berikut

- a. Mempersiapkan dan mengelola persediaan stok bahan baku makanan
- b. Menyiapkan bahan makanan seperti memotong, mencuci, dan mengolah bahan makanan sesuai dengan standar kafe
- c. Memasak makanan sesuai dengan resep dan standar kafe
- d. Menyajikan hidangan dengan tampilan yang menarik dan sesuai pesanan pelanggan
- e. Membersihkan area dapur sebelum, selama, dan setelah operasional

6. Pramusaji

Adapun tugas dan tanggungjawab pramusaji Folkafe Semarang adalah sebagai berikut:

- a. Menyapa pelanggan dengan sopan dan ramah saat mereka datang
- b. Memastikan makanan dan minuman yang disajikan sudah sesuai dengan pesanan pelanggan
- c. Mengantarkan pesanan yang telah disajikan oleh staf dapur

- d. Menangani keluhan dan masukan pelanggan dan mencari solusi terbaik
- e. Memastikan area kafe tetap rapi an bersih agar pelanggan merasa nyaman
- f. Membersihkan alat-alat makan dan sisa makanan pelanggan yang ada setelah pelanggan pergi.

2.6 Gambaran Umum Identitas Responden

Gambaran umum responden merupakan penjelasan mengenai responden dengan deskripsi data primer yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, menu yang sering di beli, serta varian produk yang sering dibeli. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Folkafe: Coffee & Stories Semarang yang berjumlah 100 orang dengan kriteria sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian dan sudah mengonsumsi makanan dan minuman di Folkafe: *Coffe&Stories* Semarang.

Berdasarkan definisi konsep dan definisi operasional yang tertera pada bab sebelumnya, variabel kualitas produk diukur dengan 4 indikator, dan variabel kualitas pelayanan diukur dengan 5 indikator, serta variabel keputusan pembelian diukur dengan 4 indikator. Kemudian hasil yang diperoleh akan di deskripsikan menggunakan tabel frekuensi.

2.6.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengumpulan data responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui perbandingan antara laki-laki dan perempuan yang telah melakukan keputusan pembelian di Folkafe Semarang. Jumlah pengunjung bervariasi berdasarkan jenis kelamin, seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	37	37
Laki-laki	63	63
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menjelaskan distribusi frekuensi konsumen berdasarkan jenis kelamin, diketahui bahwa jumlah responden terbanyak adalah responden laki-laki yaitu sebesar 63 orang atau 63% responden. Sedangkan responden terkecil adalah responden perempuan yang hanya berjumlah 37 orang atau 37% responden. Dapat diasumsikan bahwa sebagian besar konsumen yang melakukan keputusan pembelian di *Folkafe:Coffee&Stories* Semarang dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin laki-laki. Laki-laki lebih suka menghabiskan waktu untuk sekedar nongkrong, ataupun mengerjakan tugas dan pekerjaan.

2.6.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Dalam penelitian ini mengklasifikasikan usia responden bertujuan untuk memberikan informasi mengenai gambaran demografis dari responden. Berikut merupakan data mengenai jumlah responden berdasarkan usia yang telah melakukan keputusan pembelian di *Folkafe:Coffee&Stories* Semarang:

Tabel 2. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	15-19	3	3
2	20-24	65	65
3	25-29	10	10
4	30-34	10	10
5	35-39	5	5
6	40-44	6	6
7	45-49	1	1
Total		100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menjelaskan distribusi frekuensi responden berdasarkan usia. Responden yang terbanyak mengunjungi Folkafe Semarang adalah responden pada rentang usia 20-24 tahun yaitu sebanyak 65 orang atau 65% responden. Sedangkan responden terkecil adalah rentang usia 45-49 tahun sejumlah 1 orang atau 1% responden. Jika dilihat dari persentase terbesar yaitu berada pada usia 20-24 yang mengunjungi Folkafe Semarang, dikarenakan mayoritas pelanggan kafe yaitu para remaja dan mahasiswa serta lokasi Folkafe Semarang yang dekat dengan universitas. Para mahasiswa sering mengunjungi kafe untuk mengerjakan tugas atau sekedar hanya nongkrong bersama teman-teman.

2.6.3 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Data pendidikan dalam penelitian ini merupakan pendidikan formal terakhir yang di tempuh oleh responden. Data pendidikan responden ditampilkan untuk mengetahui distribusi tingkat pendidikan pelanggan Folkafe Semarang. Data pendidikan responden ditunjukkan dibawah ini:

Tabel 2. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	Tamat Diploma	8	8
2	Tamat Sarjana/S1	25	25
3	Tamat Sarjana/Sederajat	2	2
4	Tamat SMA/Sederajat	60	60
5	Tamat SMP/Sederajat	5	5
Total		100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Dilihat melalui hasil diatas menunjukkan responden dengan jumlah terbanyak adalah responden dengan Pendidikan SMA/Sederajat dengan jumlah sebanyak 60 orang atau 60% responden. Sedangkan responden terkecil adalah Sarjana/Sederajat berjumlah 2 orang. Target pasar Folkafe Semarang merupakan para remaja dan mahasiswa yang ingin nongkrong atau mengerjakan tugas di kafe, sehingga mayoritas pengunjung Folkafe Semarang memiliki pendidikan terakhir SMA/Sederajat atau yang saat ini sedang berstatus mahasiswa dan lokasi Folkafe Semarang ini sangat strategis dekat dengan universitas.

2.6.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan kegiatan aktif yang dilakukan seseorang dan mendapatkan suatu imbalan jasa berupa uang atau lainnya. Berikut merupakan data responden berdasarkan jenis pekerjaan yang sudah melakukan keputusan pembelian di Folkafe: *Coffee&Stories* Semarang:

Tabel 2. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Mahasiswa/Pelajar	57	57
2	PNS	1	1
3	Wirausaha	5	5
4	Karyawan Swasta	35	35
5	Ibu Rumah Tangga	1	1
6	Pegawai Bank	1	1
Total		100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2.5 diatas dapat diketahui bahwa tingkat pekerjaan reponden terbanyak adalah mahasiswa/pelajar yaitu berjumlah 57 orang atau sebesar 57% responden. Sedangkan responden terkecil adalah responden dengan pekerjaan PNS, ibu rumah tangga, dan pegawai bank yaitu berjumlah masing-masing 1 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa kebanyakan konsumen yang melakukan keputusan pembelian di Folkafe Semarang adalah Mahasiswa/ Pelajar. Hal ini sesuai dengan data usia yaitu 20-24 tahun dan pendidikan terakhir SMA/Sederajat yang berarti saat ini masih menempuh bangku perkuliahan. Para pelajar/mahasiswa cenderung lebih suka berkumpul dan mengerjakan tugas di kafe.

2.6.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan pendapatan yang diterima oleh seseorang sebagai timbal balik dari pekerjaan yang telah dilakukan dalam kurun waktu tertentu, termasuk uang saku terutama bagi pelajar atau mahasiswa yang belum berpenghasilan dan ibu rumah tangga yang pendapatannya berasal dari suaminya. Berikut merupakan data mengenai jumlah

responden berdasarkan rata-rata penghasilan perbulan yang telah melakukan keputusan pembelian di Folkafe Semarang:

Tabel 2. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	5	5
2	Rp 1.000.001 – Rp 2.500.000	37	37
3	Rp 2.500.001 – Rp 4.000.000	52	52
4	Rp 4.000.001 – Rp 5.000.000	4	4
5	>Rp 5.000.000	2	2
Total		100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.6 dapat disimpulkan bahwa rata-rata jumlah pendapatan responden paling banyak yaitu sebesar Rp 2.500.001 – Rp 4.000.000 dengan jumlah 52 orang. Sedangkan jumlah pendapatan paling sedikit yaitu responden yang memiliki pendapatan >Rp 5.000.000 sebesar 2 orang. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata pendapatan pelanggan yang melakukan keputusan pembelian di Folkafe Semarang sebesar Rp 2.500.000 – Rp 4.000.000. berdasarkan data 2.5 mayoritas pengunjung Folkafe Semarang merupakan para pelajar/Mahasiswa sehingga pendapatan tersebut dihitung dari uang saku yang diberikan setiap bulannya.

2.6.6 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi Folkafe

Data yang dikumpulkan dari responden menunjukkan seberapa sering mereka membeli produk pada Folkafe: *Coffee&Stories* Semarang di bawah ini:

Tabel 2. 7 Frekuensi Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung

No	Intensitas Berkunjung	Frekuensi	Persentase
1	1-2 kali per bulan	33	33
2	3-4 kali per bulan	51	51
3	5-6 kali per bulan	10	10
4	Lebih dari 6 kali per bulan	6	6
Total		100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi mengunjungi *Folkafe:Coffee &Stories* Semarang yang paling banyak yaitu 3-4 kali per bulan yaitu sebesar 51 orang atau 51% responden. Sedangkan frekuensi paling sedikit yaitu lebih dari 6 kali per bulan yaitu sebesar 6 orang.

2.6.7 Identitas Responden berdasarkan Varian Produk yang Sering Dibeli

Produk merupakan salah satu faktor untuk konsumen berkunjung. Jika produk memiliki kualitas yang baik maka dapat meningkatkan jumlah permintaan dan konsumen akan melakukan pembelian lagi di waktu berikutnya. Data yang dikumpulkan dari responden menunjukkan varian produk yang sering dibeli pada *Folkafe* Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 8 Deskripsi Responden Berdasarkan Varian Produk yang Sering Dibeli

No	Varian Produk	Frekuensi	Persentase
1	Kosuka Original	20	20
2	Kosuka Rhum	9	9
3	Kosuka Honey	3	3
4	Kosuka Oreo	2	2
5	Kosuka Banana	3	3
6	Kosuka Sweet N Cream	4	4
7	Kosuka Outside	3	3
8	Espresso Booster	7	7
9	Dark Lemonade	3	3
10	Lemon Tea	4	4
11	Ice Lychee Tea	4	4
12	Folka French Toast	3	3
13	Fish And Chips	8	8
14	Sumatra Fried Rice	3	3
15	Homemade Fried Rice	6	6
16	Chicken Cordon Blue	3	3
17	Katsu Curry Udon	4	4
18	French Fries	8	8
19	Folka Sharing Sandwich	3	3
Total		100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari beberapa varian produk yang dibeli, 3 varian kopi yang sering dibeli oleh pelanggan Folkafe Semarang yaitu kosuka original sebesar 20 orang, kosuka rhum sebesar 9 orang, dan espresso booster sebesar 7 orang. Sedangkan 3 varian makanan yang sering dibeai oleh pelanggan Folkafe Semarang adalah French Fries sebesar 8 orang, Fish N Chips sebesar 8 orang, dan Homemade Fried Rice sebesar 6 orang.