

BAB II

GAMBARAN UMUM GERBANG COFFEE & CULTURE SEMARANG DAN IDENTITAS RESPONDEN

Pada bagian ini dibahas mengenai gambaran umum perusahaan, dimulai dari sejarah, visi dan misi, logo perusahaan, struktur organisasi, serta deskripsi pekerjaan. Selain itu pada bagian ini juga dibahas mengenai karakteristik responden untuk mengetahui latar belakang responden dalam beberapa kategori.

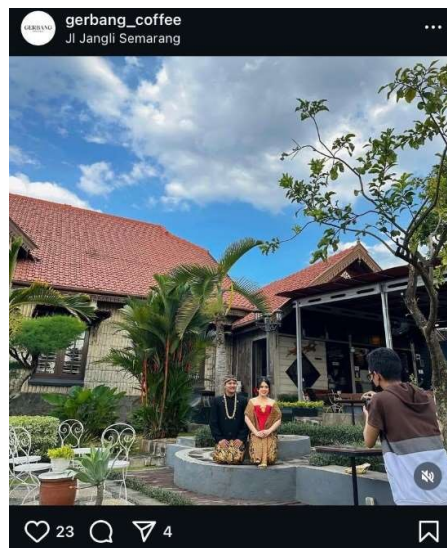
2.1 Sejarah Gerbang Coffee & Culture Semarang

Gerbang Coffee & Culture Semarang adalah sebuah kafe yang mengusung konsep perpaduan antara budaya dan gaya hidup modern, didirikan sebagai tempat bagi para pecinta kopi dan seni budaya untuk berkumpul dan berinteraksi. Berdiri pada tahun 2021, Gerbang Coffee & Culture didirikan oleh Laurencia Aurelia pengusaha muda lokal yang ingin menciptakan sebuah ruang yang tidak hanya menyajikan kopi berkualitas, tetapi juga menjadi wadah bagi komunitas kreatif di Semarang.

Awal mula berdirinya Gerbang Coffee & Culture berangkat dari keresahan pendirinya terhadap kurangnya tempat di Semarang yang menggabungkan konsep kafe dengan ruang seni dan budaya. Ia melihat peluang untuk menciptakan sebuah tempat yang bisa menjadi destinasi para seniman, musisi, dan komunitas budaya untuk berkumpul dan berbagi kreativitas mereka, sekaligus sebagai tempat nongkrong yang nyaman bagi anak muda. Sejak awal berdiri, Gerbang Coffee & Culture berfokus pada penyajian kopi berkualitas tinggi dengan menggunakan biji kopi lokal dari berbagai daerah di Indonesia,

khususnya dari Jawa Tengah. Hal ini dilakukan sebagai bentuk dukungan terhadap para petani kopi lokal dan untuk memperkenalkan kekayaan cita rasa kopi Nusantara kepada masyarakat luas.

Gerbang Coffee & Culture berlokasi di Jl. Jangli Raya No.20-24, Jatingaleh, Kec. Candisari, Kota Semarang, memanfaatkan bangunan dengan desain arsitektur Belanda kuno yang dipadukan dengan unsur tradisional Jawa dengan sentuhan modern. Nama “Gerbang” dipilih sebagai simbol bahwa tempat ini menjadi pintu gerbang menuju pengalaman budaya yang unik, di mana pengunjung bisa menikmati kopi sambil menikmati berbagai acara seni, pameran, dan diskusi budaya.



Gambar 2.1 Kegiatan Seni Fotografi

Sumber: *Instagram*, 2024

Selain menyajikan beragam menu kopi lokal dan internasional, Gerbang Coffee & Culture juga aktif menggelar berbagai acara seperti pameran seni seperti fotografi dan pertunjukan musik akustik. Dengan konsep yang unik ini,

Gerbang Coffee & Culture berhasil menarik perhatian para pecinta kopi dan komunitas seni di Semarang dan sekitarnya, serta menjadikan kafe ini sebagai salah satu ikon tempat nongkrong di kota Semarang.

2.2 Visi dan Misi

2.2.1 Visi Gerbang Coffee & Culture Semarang

Menjadi destinasi utama di Semarang yang tidak hanya terkenal karena cita rasa kopi berkualitas tinggi, tetapi juga sebagai pusat pengalaman budaya yang autentik. Gerbang Coffee & Culture bertujuan untuk menghubungkan masyarakat dengan kekayaan warisan budaya lokal melalui seni, musik, dan kuliner. Gerbang Coffee & Culture Semarang ingin menciptakan ruang yang inklusif di mana pelanggan dapat menikmati kopi yang disajikan dengan penuh keahlian, sekaligus merasakan kehangatan budaya Nusantara yang kaya dan beragam.

2.2.2 Misi Gerbang Coffee & Culture Semarang:

1. Menyajikan Produk Berkualitas: berkomitmen untuk menyajikan kopi dan makanan berkualitas tinggi dengan menggunakan bahan-bahan lokal yang segar dan pilihan.
2. Dukungan kepada Petani Kopi Lokal: Gerbang Coffee & Culture bertekad untuk mendukung pertumbuhan ekonomi para petani kopi lokal. Gerbang Coffee & Culture mengutamakan penggunaan biji kopi dari sumber yang etis, yang secara langsung memberikan dampak positif bagi komunitas pertanian kopi di Indonesia.

3. Menciptakan Suasana Nyaman dan Ramah: Kami berusaha menciptakan suasana yang nyaman, hangat, dan ramah bagi semua pelanggan. Dengan desain interior yang menarik dan pelayanan yang profesional,
4. Pusat Kegiatan Seni dan Budaya: Gerbang Coffee & Culture ingin menjadi pusat kegiatan seni dan budaya di Semarang. Rutin mengadakan acara seperti pertunjukan musik, dan diskusi budaya yang melibatkan komunitas lokal.
5. Pelayanan Pelanggan yang Unggul: Gerbang Coffee & Culture berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan responsif kepada setiap pelanggan. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, berupaya menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, serta membangun hubungan jangka panjang yang positif dengan komunitas.

2.3 Logo Perusahaan



Gambar 2.2 Logo Hero Coffee

Sumber: *Google*, 2024

Logo Gerbang Coffee & Culture mencerminkan identitas yang kuat dan unik dari kedai kopi tersebut. Desainnya yang sederhana, dengan bentuk rumah, menggambarkan suasana yang hangat dan akrab, seolah mengajak pengunjung untuk merasa seperti di rumah sendiri. Pintu gerbang yang digambarkan di tengah logo melambangkan akses dan penyambutan bagi setiap pengunjung, sekaligus menjadi simbol pembuka bagi pengalaman baru dalam menikmati kopi dan budaya yang ditawarkan. Warna hitam yang dominan menunjukkan kesan elegan dan modern. Secara keseluruhan, logo ini tidak hanya berfungsi sebagai tanda pengenal, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai kehangatan, kebersamaan, dan eksplorasi budaya yang ingin disampaikan oleh Gerbang Coffee & Culture.

2.4 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Gerbang Coffee & Culture Semarang

Sumber: Gerbang Coffee & Culture Semarang, 2024

2.5 Deskripsi Pekerjaan

1. Owner

Tugas *Owner* :

1. Pengelolaan Umum: Mengawasi keseluruhan operasional kopi shop, termasuk manajemen keuangan, pemasaran, dan pengembangan bisnis.

2. Strategi Bisnis: Menetapkan visi, misi, dan tujuan jangka panjang bisnis, serta merumuskan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.
3. Keuangan: Mengelola anggaran, laporan keuangan, dan pengeluaran. Mengawasi profitabilitas dan mencari cara untuk meningkatkan pendapatan.

2. *Head Bar*

Tugas *Head Bar* :

1. Pengawasan Operasional: Memimpin tim barista dan memastikan operasional harian kopi shop berjalan lancar.
2. Pelayanan Pelanggan: Menjaga standar pelayanan dan memastikan pelanggan mendapatkan pengalaman yang memuaskan.
3. Kualitas Produk: Mengawasi proses penyajian kopi dan minuman lainnya, serta menjaga kualitas dan konsistensi produk.
4. Pelatihan: Melatih barista baru dalam teknik penyajian, pembuatan kopi, dan pelayanan pelanggan.
5. Manajemen Stok: Mengelola persediaan bahan baku dan perlengkapan, serta melakukan pemesanan saat diperlukan. Barista

3. Tugas *Barista* :

1. Penyajian Kopi: Mempersiapkan dan menyajikan berbagai jenis kopi dan minuman lainnya sesuai standar yang ditetapkan.
2. Pelayanan Pelanggan: Menyambut pelanggan dengan ramah, menjelaskan menu, dan memberikan rekomendasi sesuai kebutuhan pelanggan.
3. Kebersihan: Menjaga kebersihan area kerja, peralatan, dan tempat duduk pelanggan.

4. Pengelolaan Alat: Mengoperasikan dan merawat mesin kopi dan alat-alat lainnya, serta memastikan semua peralatan berfungsi dengan baik.
5. Pembayaran: Mengelola transaksi pembayaran dan memberikan kembali uang kepada pelanggan dengan tepat.

2.6 Ketenagakerjaan

Suatu perusahaan pasti memiliki tenaga kerja yang penting untuk diperhatikan. Pada saat melakukan perekrutan tenaga kerja, seorang pengusaha dan pekerja memiliki keterikatan satu sama lain melalui perjanjian yang tertulis maupun tidak tertulis serta mengikuti peraturan undang-undang ketenagakerjaan. Gerbang Coffee & Culture Semarang telah menerapkan sistem ketenagakerjaan yang sebaik dan semaksimal mungkin, termasuk dalam hal pembagian jam kerja yang adil seperti:

A. Jam Kerja Karyawan

Jam kerja yang ditetapkan oleh Gerbang Coffee & Culture Semarang sebagai berikut:

1. Head Bar

- Hari kerja: Setiap hari
- Jam operasional: 10.30 – 18.30

2. Barista

- Hari kerja: Setiap hari
- Jam kerja:

Tabel 2.2 Jam Kerja

Shift	Jam
1	07.30 – 16.30
2	15.30 – 23.30

Sumber: Gerbang *Coffee & Culture* Semarang (2024)

B. Jumlah Staff

Karyawan adalah seseorang yang bertanggungjawab atas semua jalannya aktivitas operasional yang ada. Untuk mencapai tujuan perusahaan perlu adanya kerjasama antar karyawan. Gerbang *Coffee & Culture* Semarang memiliki total 6 karyawan, berikut rinciannya :

- a. *Head Bar* sebanyak 1 orang
- b. *Barista* sebanyak 5 orang

2.7 Produk dan Pelayanan

Gerbang *Coffee & Culture* Semarang merupakan sebuah bisnis pada sektor *food and beverage* yang dikhususkan pada pengolahan kopi. Gerbang *Coffee & Culture* Semarang tidak hanya menjual olahan kopi saja namun juga menawarkan minuman non kopi dan berbagai makanan ringan maupun berat.

Dalam menjalankan bisnis di sektor *food and beverage* akan bergantung pada pemasok bahan baku. Setiap malamnya barista akan melakukan pengecekan bahan-bahan baku yang tersisa untuk mengantisipasi kekurangan bahan baku. Jika bahan baku habis, barista yang berada di *shift* 2 akan melaporkan kepada Head Bar untuk memesan bahan baku kepada *supplier*

yang kemudian bahan baku yang sudah habis tersebut akan diterima di pagi hari oleh karyawan yang berada di *shift* 1.

Berikut adalah produk yang ditawarkan Gerbang Coffee & Culture Semarang :

a. Coffee Based

1. Espresso
2. Cappucino
3. Latte
4. Americano
5. Ice Coffee Gerbang
6. Matcha Presso
7. Caramel Machiato
8. Dolce
9. Affogato

b. Sparkling

1. Hide Away
2. Red Razz
3. Huff Presso
4. Rose Bloom

c. Others

1. Extra Shoot
2. Mineral Water
3. Radler

4. Crystal

d. Snack

1. Chicken Skin
2. Chicken Wing
3. French Fries
4. Mix Platter
5. Bruschetta
6. Garlic Bread
7. Grill (Maltine/Cheese/Nutella/Red Berry)
8. Grill Choco Cheese
9. Croissant
10. Kebab
11. Tahu Walik / Tahu Bakso
12. Risol Mayo
13. Onde-Onde
14. Macaroni Schootel
15. Spagheti Brulee
16. Pastel Tutup

e. *Milk Based*

1. Matcha
2. Velvet
3. Choco Milo
4. Tropical Summer

5. Dark Choco
 6. Strawberry Milkshake
- f. Tea
1. Fruit Tea
 2. Lemon Tea
 3. Tea
 4. Peppermint Tea
 5. Milk Tea Ice
 6. Thai Tea Ice
 7. Lychee Tea
 8. Strawberry Tea
- g. *Main Course*
1. Katsu
 2. Katsu Noodle
 3. Chicken Skin Ori
 4. Chicken Wings
 5. Beef Blackpepper / BBQ
 6. Chicken Pok Pok
 7. Fried Rice
- h. *Additional*
1. Rice
 2. Noodle
 3. Katsu

4. Chicken Pok
5. Egg
6. Matah

2.8 Kegiatan Promosi Gerbang Coffee & Culture Semarang

Kegiatan promosi yang telah dilakukan gerbang coffe & culture semarang yaitu dengan menggunakan dua metode yaitu secara *offline* dan *online*. Promosi dengan metode *offline* gerbang coffe & culture semarang dengan mendesain tempat semenarik dan menyenangkan untuk para pelanggan, selain itu gerbang coffe juga memberikan tester untuk produk baru untuk beberapa pelanggan, gerbang coffe juga membuat event sertamenediakan livemusik untuk menarik pelanggan.

Promosi menggunakan metode online gerbang coffe menggandeng beberapa *food vlogger* dan *food blogger* untuk mengambil foto makanan atau minuman yang dijual di Gerbang Coffe agar foto yang akan di posting di media sosial instagram Gerbang Coffe lebih menarik serta menggunakan ads instagram untuk membagikan hasil foto tersebut.

2.9 Identitas Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengidentifikasi dan memahami latar belakang responden dalam penelitian ini. dalam penelitian ini, responden akan diklasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, domisili, jenis pekerjaan, pendidikan terakhir,. Pada penelitian ini, responden yang diperlukan sebanyak 100 orang yang pernah melakukan transaksi dan pembelian.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung pada pelanggan Gerbang Coffe Semarang. Berdasarkan data yang telah terkumpul, berikut penjelasannya:

1. Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gerbang Coffee & Culture Semarang memiliki sasaran konsumen yaitu masyarakat kota Semarang baik laki-laki maupun perempuan. Berikut merupakan tabel perbandingan antara responden laki-laki dan perempuan yang telah melakukan transaksi pada Gerbang Coffee & Culture Semarang

Tabel 2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki – Laki	52	52%
Perempuan	48	48%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui dari 100 responden 52% atau 52 responden berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 48 responden atau 48% dari total responden berjenis kelamin perempuan, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan dari GerbangCoffee Semarang terbanyak berjenis kelamin laki-laki.

2. Komposisi Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal

Responden pada penelitian ini yaitu orang yang telah melakukan pembelian pada Gerbang Cofee yang bertempat tinggal di Kota Semarang. Berikut merupakan pembagian responden pada 16 kecamatan di Kota Semarang:

Tabel 2.3 Komposisi Responden Berdasarkan Domisili

No	Kecamatan di Kota Semarang	Frekuensi	Persentase (%)
1	Semarang Tengah	9	9
2	Semarang Utara	8	8
3	Pedurungan	8	8
4	Genuk	8	8
5	Semarang Timur	7	7
6	Semarang Selatan	7	7
7	Gajahmungkur	7	7
8	Gayamsari	6	6
9	Candisari	6	6
10	Banyumanik	6	5
11	Tembalang	6	5
12	Semarang Barat	6	5
13	Tugu	4	4
14	Gunung Pati	4	4
15	Mijen	4	4
16	Ngaliyan	4	4
TOTAL		100	100,00

Sumber: Data Primer yang telah diolah (2025)

Pada tabel diatas menerangkan bahwa 100 responden tersebar dalam 16 kecamatan yang ada di Kota Semarang, dengan responden yang berdomisili pada kecamatan Semarang Tengah yang mendominasi yaitu sebanyak 9 (9%) responden. Berdasarkan hasil kuesioner, hal tersebut dikarenakan letak lokasi Gerbang Coffe yang tidak terlalu jauh dan mudah diakses oleh responden yang berdomisili Semarang Tengah. Pada urutan kedua tertinggi ditempati oleh kecamatan Semarang Utara, Pedurungan dan Genuk dengan total responden masing-masing sebesar 8 (8%) responden. Kemudian pada kecamatan Semarang Timur, Semarang Selatan, dan Gajahmungkur sebanyak 7 (7%) responden. Pada kecamatan Gayamsari, Banyumanik, Tembalang, Semarang Barat dan Candisari memiliki total responden sebanyak 6 (6%) responden. Selanjutnya pada kecamatan Banyumanik, Tembalang, dan Semarang Barat

sebanyak 5 (5,15%) responden. kecamatan Tugu, Gunung Pati, Mijen, dan Ngaliyan dengan total responden masing-masing sebesar 4 (4%) responden.

3. Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Konsumen Gerbang Coffee umumnya memiliki rentan usia yang berbeda. Berikut merupakan tabel kelompok usia responden yang dikelompokkan dalam beberapa usia:

Tabel 2.4 karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Presentase
17-25 Tahun	71	71%
26-30 Tahun	25	25%
31-35 Tahun	4	4%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Karakteristik responden berdasarkan usia diketahui bahwa usia responden yang paling banyak melakukan pembelian yaitu pada rentan usia 17 - 25 tahun yaitu sebanyak 71 (71%) responden dan jumlah responden paling rendah yaitu berada pada rentan usia 31 - 35 tahun sebanyak 4 (4%) responden. Dapat dikatakan mayoritas konsumen Gerbang Coffee berada di umur 17 - 25 tahun karena berdasarkan hasil kuesioner usia tersebut biasanya mereka lebih sering berkumpul untuk berbincang dan mengerjakan tugas disuatu tempat yang dirasa nyaman untuk melakukan perkumpulan.

4. Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pengumpulan kuesioner yang telah dilakukan pada 100 responden dengan berdasarkan tingkat pendidikan terakhir responden konsumen Gerbang *Coffee* memiliki hasil seperti berikut:

Tabel 2.5 karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMA	36	36%
Diploma	5	5%
S-1	47	47%
S-2	2	2%
Lainya	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa pengunjung Gerbang *Coffee* didominasi dengan tingkat pendidikan terakhir S-1 dengan jumlah responden 47 (47%) responden dan jumlah terendah berdasarkan pendidikan akhir yaitu pada tingkat S-2 sebanyak 2 (2%) responden. Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diartikan bahwa mayoritas konsumen Gerbang *Coffee* adalah berpendidikan S-1.

5. Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan pengumpulan kuesioner yang telah dilakukan pada 100 responden dengan berdasarkan jenis pekerjaan responden konsumen Gerbang *Coffee* memiliki hasil seperti berikut

Tabel 2.6 Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar	8	8%
Mahasiswa	56	56%
PNS	5	5%
Pegawai Swasta	26	26%
Wiraswasta	5	5%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa pengunjung Gerbang *Coffee* didominasi oleh /mahasiswa dengan jumlah responden 56 (50%) responden dan jumlah terendah pada konsumen dengan jenis pekerjaan PNS dan wiraswasta masing - masing sebanyak 5 (5%) responden. Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diartikan bahwa mayoritas konsumen Gerbang *Coffee* adalah mahasiswa karena selain lokasi yang dekat dengan beberapa kampus juga banyaknya pelajar/mahasiswa yang sering mencari suasana baru untuk melakukan pertemuan sosial.