

BAB II

GAMBARAN UMUM ABIRAMANARA COFFEE BEKASI

2.1 Sejarah Abiramanara Coffee Shop

Abiramanara Coffee merupakan sebuah kedai kopi yang menawarkan berbagai varian rasa dari menu kopi yang dijual kepada konsumen. Kedai kopi ini telah berdiri sejak tanggal 15 Maret 2017 berawal dari menjual secara PO (*Pre Order*) hingga akhirnya membuka kedai di daerah Bekasi Timur dan tempat ini cukup terkenal di kalangan masyarakat Kota Bekasi. Usaha kopi ini awalnya merupakan usaha sampingan dari pemilik kopi, namun karena keseriusan yang dilakukan oleh pemilik kopi ini Abiramanara menjadi berkembang cukup pesat.

Abiramanara Coffee ini beroperasi mulai pukul 11.00 wib hingga pukul 02.00 WIB menawarkan fasilitas yang cukup memadai, nyaman dan strategis membuat konsumen mudah dalam mengakses dan menemukan lokasi Abiramanara Coffee. Fasilitas yang ditawarkan biasanya berupa *Dine-in* atau bisa juga makan di tempat dan *takeaway* dimana membeli untuk dibawa pulang, selain itu Abiramanara Coffee juga bisa dipesan melalui Gojek dan Grab. Fasilitas berupa fisik yang ditawarkan Abiramanara Coffee yaitu konsep *coffee shop* yang layaknya halaman belakang rumah dimana terdapat tempat *outdoor* dengan meja dan kursi serta *indoor* yang difasilitasi sofa yang empuk dan terdapat juga wifi untuk mengerjakan tugas atau kegiatan lainnya sehingga membuat para konsumen bisa lebih betah dan nyaman baik saat minum ditempat maupun menunggu pesanan yang datang.

2.2 Lokasi Abiramanara Coffee

Lokasi Abiramanara Coffee ini berada di Kota Bekasi tepatnya di Jl.Pondok Timur Indah No.82, Kelurahan Mustikasari, Kecamatan Mustikajaya, Bekasi Timur. Penempatan lokasi ini berdasarkan dengan pusat keramaian masyarakat Kota Bekasi serta pusat kota dan ramai anak muda yang berada di kawasan tersebut. Abiramanara Coffee memilih tempat yang strategis ini karena berada dekat dengan pusat perbelanjaan Mall Metropolitan Bekasi dan Summarecon Mall Bekasi. Dengan pemilihan tempat ini dipertimbangkan agar para konsumen bisa mudah dalam menemukan Abiramanara Coffee dan daerah ini merupakan pusat ekonomi dan perbelanjaan masyarakat Bekasi sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk Abiramanara Coffee yang berada di Kota Bekasi.

2.3 Logo Abiramanara Coffee

Perusahaan atau badan usaha kecil dalam menjalankan bisnisnya tentu memerlukan suatu identitas diri untuk dapat bersaing yang berwujud logo. Memahami logo adalah alat untuk menggambarkan harga diri, dan semua nilainya dapat menciptakan citra yang baik dan dapat dipercaya. Logo akan memungkinkan orang untuk mengingat dan mengenali bentuk entitas tanpa harus membaca deskripsi atau penjelasan tentang entitas tersebut. Pentingnya logo selain sebagai identitas juga tertanam cita-cita dan arti yang disampaikan oleh perusahaan untuk kesuksesan usaha tersebut. Logo yang dimiliki Abiramanara Coffee terdapat desain yang simple dengan satu gambar dan tulisan nama *coffee shop* tersebut.

Gambar 2. 1 Logo Abiramanara Coffe



2.4 Visi dan Misi Abiramanara Coffee

Visi sendiri merupakan suatu kata yang memiliki tujuan, cita-cita keinginan sebuah perusahaan atau organisasi terhadap pandangan di masa depan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan misi suatu pernyataan untuk dikerjakan dan diwujudkan dari visi yang telah dibuat. Adapun Visi dan Misi dari Abiramanara Coffee diantaranya adalah:

1. Visi

Dalam segi visi hal yang ingin dicapai Abiramanara Coffee adalah menjadi *Coffee brand style* yang terkenal di Indonesia dimana menawarkan suasana dan tempat serta menu yang menarik bagi para konsumen.

2. Misi

- a. Menyajikan kopi yang berkualitas
- b. Menawarkan suasana kedai yang nyaman dan estetik
- c. Memberikan pelayanan yang baik dan ramah
- d. Memprioritaskan pelanggan dalam hal apapun

2.5 Jenis-jenis produk Abiramanara Coffee

Abiramanara Coffee merupakan jenis produk yang menjual lebih banyak produk minuman dan beberapa produk makanan ringan dan memberikan tempat yang terbuka yaitu halaman rumput dan juga *semi indoor*. Produk yang ditawarkan ini bisa dibilang sangat terjangkau dan cocok untuk semua kalangan, karena pasar yang dicari oleh Abiramanara Coffee ini semua kalangan dan tentunya harga dan tempat yang menarik menjadi kunci untuk menawarkan produk ini. Harga yang ditawarkan untuk produk minuman berkisar Rp 10.000 hingga Rp 20.000 dan untuk produk makanan harga yang ditawarkan sama berkisar Rp 10.000 hingga Rp 20.000.

Tabel 2. 1
Daftar Harga Abiramanara Coffee

Coffee	Daftar Harga
Kopi Larasati	Rp 20.000
Kopi Laras	Rp 18.000
Coffee Latte	Rp 16.000
Cappucino	Rp 18.000
Coffee Caramel	Rp 20.000
Coffee Vanilla	Rp 20.000
Coffee Hazelnut	Rp 20.000
Coffee Pandan	Rp 20.000
Espresso Tonic	Rp 15.000
Moccacino	Rp 20.000
V60	Rp 15.000
Vietnam Drip	Rp 15.000
Americano	Rp 15.000
Non Coffee	Daftar Harga
Chocolatte	Rp 18.000
Red Velvet	Rp 16.000
Matcha	Rp 18.000
Taro	Rp 18.000
Choco Caramel	Rp 20.000
Choco Banana	Rp 20.000
Choco Hazelnut	Rp 20.000
Choco Vanilla	Rp 20.000

Non Coffee	Daftar Harga
Banana Cookies	Rp 20.000
Freshmilk hazelnut	Rp 18.000
Freshmilk Vanilla	Rp 18.000
Freshmilk Caramel	Rp 18.000
Makanan	Daftar Harga
Kentang Goreng	Rp 10.000
Otak – otak	Rp 10.000
Chicken Wings (4 pcs)	Rp 20.000
Dumpling (4 pcs)	Rp 10.000
Sosis	Rp 12.000
Indomie (rebus/goreng)	Rp 10.000
Nasi goreng	Rp 15.000

Gambar 2. 2 Desain Kemasan Abiramanara Coffee



2.6 Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan

a. Struktur Organisasi

Dalam sebuah organisasi pasti memiliki struktur organisasi yang merupakan susunan perintah dalam bentuk gambar bagan untuk mempermudah dalam menjalankan fungsi dalam sebuah organisasi yang didalamnya terdapat tanggung jawab pekerjaan, rentang kendali, dan hubungan pekerjaan, yang bisa membantu mempermudah komunikasi sebuah organisasi. Diharapkan Abiramanara Coffee Bekasi mempunyai struktur organisasi yang baik.

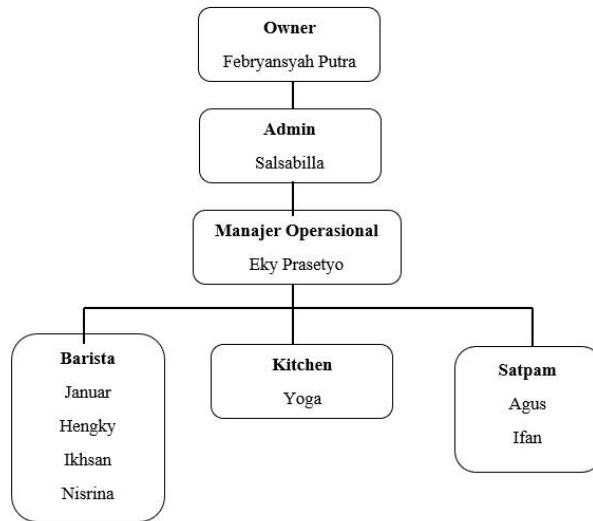
Dikatakan baik sebuah organisasi jika struktur yang dijalankan mudah dipahami orang lain. Selanjutnya, dalam struktur organisasi bisa mencakup semua keseluruhan stakeholder di dalam organisasi yang mempermudah orang untuk mengetahui perannya masing – masing dalam melihat visual struktur organisasi yang digunakan. Mudahnya komunikasi dan pengawasan dalam organisasi tentu dapat mencapai tujuan yang diinginkan bersama.

Sebaliknya, jika organisasi tidak mempunyai struktur yang jelas dan tidak bisa dipahami peran dari masing – masing stakeholder, maka akan mempersulit jalannya komunikasi dan pekerjaan sehingga bisa menghambat untuk mencapai tujuan organisasi.

Pentingnya struktur organisasi tersebut, Abiramanara Coffee membuat struktur organisasi agar mudah dalam pembagian kerja, dan membantu mengetahui spesialisasi pekerjaan, perintah, dan memberikan laporan. Berikut

adalah struktur organisasi yang digunakan oleh Abiramanara Coffee yang bisa menjelaskan dari susunan koordinasi dan penyampaian komunikasi *stakeholder* Abiramanara Coffee dari pemilik sampai para pegawainya.

Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Abiramanara Coffee



Sumber: Abiramanara Coffee, 2022

Berikut ini adalah penjelasan mengenai masing – masing jabatan:

1. *Owner* atau pemilik

Merupakan seseorang yang membuat usaha dimana memberikan modal dalam membuat usaha yang dijalankan. Berikut adalah tugas dari *owner* itu sendiri yaitu :

- a. Sebagai pemimpin serta bertanggung jawab segala kebutuhan dan izin perusahaan
- b. *Owner* harus bisa membuat strategi dalam menjalankan bisnisnya dalam jangka pendek dan panjang

- c. Mengawasi kegiatan dalam usaha
- d. Menerima laporan dan hasil kegiatan dari admin untuk merevisi dan memotivasi karyawan

2. Admin

Seorang admin merupakan orang yang diberikan kepercayaan oleh *owner* untuk mengendalikan laporan keuangan dan administrasi kedai kopi. Berikut ini tanggung jawab admin ialah:

- a. Memberikan laporan keuangan kepada *owner*
- b. Merangkap semua kegiatan usaha dalam pembukuan
- c. Membuat dan menyimpan dokumen penting usaha
- d. Selalu koordinasi dengan *owner* terkait anggaran yang dibutuhkan dalam kegiatan operasional kedai kopi

3. Manajer operasional

Seseorang yang memiliki tanggung jawab untuk mengarahkan, koordinasi serta mengawasi karyawan ketika bekerja di kedai. Adapun tanggung jawab seorang manajer operasional adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai pengganti *owner* jika tidak hadir di tempat
- b. Mengatur, mengawasi, evaluasi, karyawan dalam bekerja
- c. Mengembangkan sumber daya yang ada di perusahaan
- d. Sebagai pengambil keputusan atas apapun yang berhubungan dengan operasional bisnis

4. Barista dan *Kitchen*

Seorang barista bertanggung jawab dalam membuat dan menyajikan minuman dan kopi kepada konsumen. Koki atau *kitchen* bertanggung jawab menyajikan makanan kepada konsumen. Berikut tanggung jawab dari keduanya ialah:

- a. Bertanggung jawab terhadap kualitas dan kuantitas bahan baku dari makanan dan minuman yang disajikan kepada konsumen
- b. Memberikan makanan dan minuman yang sesuai dengan standar yang ditetapkan
- c. Cepat dalam menyajikan makanan dan minuman yang sudah dipesan

5. Satpam atau penjaga keamanan

Satpam bertanggung jawab dalam pengamanan dan pengawasan sekitar Abiramanara Coffee yang berhubungan dengan pelanggaran hukum. Tugas dari satpam sebagai berikut :

- a. Mengatur dan mengawasi keamanan lingkungan Abiramanara Coffee
- b. Mencegah keributan dan hal yang mengganggu kenyamanan konsumen
- c. Menertibkan konsumen yang menimbulkan keributan

b. Ketenagakerjaan

Dalam menjalankan usaha penting untuk memperhatikan ketenagakerjaan dari karyawan karena sudah ditetapkan dalam Undang – Undang dimana menjadi suatu kewajiban untuk memperhatikan orang lain terutama para pemilik usaha terhadap karyawannya yang berkontribusi dalam kemajuan usaha.

Dikatakan baik suatu ketenagakerjaan jika pemilik usaha bisa memberdayakan tenaga kerjanya secara optimal dan manusiawi. Baiknya sistem ketenagakerjaan dapat berdampak terhadap kenyamanan karyawan ketika bekerja sehingga bisa meningkatkan produktivitas kerja seorang karyawan.

Sebaliknya, jika ketenagakerjaan kurang baik artinya pemilik usaha tidak mampu atau kurang dalam memberdayakan tenaga kerja mereka secara optimal dan manusiawi. Alhasil kurangnya pemberdayaan tersebut memicu hubungan yang kurang enak antar karyawan dan pemilik usaha dan bisa merusak produktivitas kerja karyawan dan parahnya bisa membuat karyawan mengundurkan diri dari tempat tersebut.

Abiramanara Coffee sudah menerapkan sistem kerja yang sebaik mungkin, dimulai saat pembagian kerja hingga pemberian gaji atau kompensasi, berikut ini penjelasannya:

1. Jam kerja Karyawan

Berikut adalah jam kerja Abiramanara Coffee:

a. Manajer Operasional

Hari kerja : Senin – Sabtu

Jam kerja : 11.00 – 02.00

b. Staff

Hari kerja : Setiap hari

Shift	Jam kerja
1	11.00 – 18.00
2	18.00 – 02.00

2. Jumlah staff

Staff adalah orang yang bertanggung jawab dalam keberjalanan aktivitas operasional usaha sehari – hari. Adapun pembagian jumlah dari staff Abiramanara Coffee yaitu:

- Barista berjumlah 4 orang terdiri dari 3 orang pria dan satu perempuan
- *Kitchen* sebanyak satu orang
- Satpam berjumlah dua orang

3. Sistem penggajian Karyawan

Berhasilnya suatu usaha tidak luput dari peran staff dalam menyajikan makanan dan minuman yang berkualitas untuk kedai dan mengelola kedai ketikan manajer dan *owner* tidak berada di lokasi.

Perlu adanya balas jasa yang sesuai dengan kinerja karyawan berupa kompensasi atau gaji. Tujuannya agar para karyawan tetap bekerja dengan baik dan profesional dan sebagai tanda terimakasih dari *owner* terhadap karyawan atas kerja kerasnya setiap hari. Dalam Abiramanara Coffee gaji yang diberikan kepada karyawan dan manajer setiap tanggal 1 tiap bulannya.

- a. Manajer operasional diberikan gaji langsung oleh owner tiap bulannya tanpa perantara
- b. Staff Abiramanara Coffee diberikan gajinya oleh manajer operasional atas perintah dan izin dari *owner*.

Tabel 2. 2
Jenis kelamin SDM Abiramanara Coffee

No	Jenis kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Laki – laki	8	80
2	Perempuan	2	20
	Jumlah	10	100

Sumber : Abiramanara Coffee, 2022

Dari tabel jenis kelamin SDM Abiramanara Coffee diatas bisa dijelaskan bahwa mayoritas tenaga kerja laki – laki lebih banyak daripada perempuan dikarenakan operasional Abiramanara Coffee perlu tenaga kerja yang lebih paham mengenai kopi dan pemilihan biji kopi yang berkualitas dibidangnya.

Tabel 2. 3
Rentang usia SDM Abiramanara Coffee

No	Usia (tahun)	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	18 – 24	4	40
2	25 – 30	2	20
3	31 – 35	1	10
4	< 36	3	30
	Jumlah	10	100

Sumber : Abiramanara Coffee, 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan usia paling dominan sumber daya Abiramanara Coffee pada rentang 18 – 24 tahun yaitu sebanyak 4 orang hal ini disebabkan mereka merupakan *freelance* dan juga ada mahasiswa yang mengambil *part time* untuk mencari pengalaman di dunia kerja.

Tabel 2. 4
Pendidikan terakhir SDM Abiramanara Coffee

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	SMA Sederajat	4	40
2	D1/D2/D3	3	30
3	S1/S2/S3	3	30
	Jumlah	10	100

Sumber : Abiramanara Coffee, 2022

Bisa dilihat bahwa pendidikan terakhir tenaga kerja di Abiramanara Coffee didominasi oleh SMA sederajat yang dimana merupakan beberapa barista yang masih kuliah dan satpam yang berjaga di lingkungan tersebut. Selain itu pada jenjang D1 dan S1 merupakan *owner* dan staff yang lainnya.

2.7 Segmentasi Abiramanara Coffee

Segmentasi adalah proses yang dijalankan oleh perusahaan dan strategi yang digunakan dengan melakukan perencanaan target konsumen ke dalam beberapa hal untuk mencapai kepuasan pelanggan. Berikut adalah bagaimana upaya Abiramanara

Coffee dalam menjaga kualitas produk, menetapkan harga, dan menjaga kepuasan pelanggan.

a. Kualitas Produk

Dengan menjaga kualitas pada Abiramanara Coffee, sebelum operasional kerja dilakukan proses “kalibrasi lidah” dimana barista merasakan kopi yang dibuat dan menentukan standar untuk rasa kopi tersebut. Proses kalibrasi digunakan untuk menentukan biji kopi berkualitas sesuai standar yang ditentukan. Selanjutnya, barista harus mempersiapkan *grinder* (mesin kopi) untuk menjaga stabilitas kualitas rasa ketika disajikan kepada konsumen. Dalam menjaga kualitas produk khususnya kopi hal yang terpenting adalah barista yang berpengalaman dalam bidangnya, artinya seorang barista harus bisa menjaga standar rasa dan kualitas yang disajikan, membantu pemilihan biji kopi yang terbaik, memahami selera yang diinginkan konsumen.

b. Menetapkan harga

Dalam menentukan harga jual pada tiap menu yang disajikan Abiramanara coffee sang owner membuat HPP (Harga Pokok Penjualan). Sebelum menghitung HPP harus tahu mengenai *Food Cost*, artinya keseluruhan biaya untuk menetapkan menu kopi dengan resep yang ditentukan berupa bahan, pengolahan, sampai dengan menu kopi yang siap jual. Faktor penting dalam menentukan HPP sang *owner* mempertimbangkan biaya langsung yang berupa gaji karyawan dan bahan baku yang digunakan dan biaya operasional yang berpengaruh pada harga jual, seperti biaya penjualan dan administrasi.

Terakhir, menentukan harga jual dari HPP kopi per *cup* sang *owner* menginginkan keuntungan sebesar 50% dengan perhitungan sebagai berikut:

- HPP per *cup* Abiramanara Coffee Rp 12.000
- Keuntungan yang diinginkan 50%
- Harga jual per *cup* : $\text{Rp } 12.000 + 50\% = \text{Rp } 18.000$

c. Kepuasan pelanggan

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sang *owner* Abiramanara Coffee terus menjaga standar barista yang handal, kualitas rasa konsisten tiap penyajiannya dan bahan baku kopi yang terbaik, memberikan fasilitas berupa wifi gratis, area *indoor* dan *outdoor* yang nyaman sehingga konsumen merasa puas dan akan berkunjung kembali menikmati kopi di Abiramanara Coffee.

2.8 Identitas Responden

2.8.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Konsumen Abiramanara Coffee yang membeli produk baik minuman maupun makanan memiliki kriteria yang berbeda yaitu dari jenis kelamin. Abiramanara Coffee ingin mendapatkan target khususnya masyarakat yang berasal dari kota Bekasi yang terdiri dari laki – laki dan Perempuan. Dengan ini responden dari segi jenis kelamin diperlukan untuk penelitian ini yaitu laki – laki dan perempuan. Berikut data responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2. 5
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Laki = laki	54	54
2	Perempuan	46	46
	Jumlah	100	100

Sumber : data primer diolah, 2022

Tabel tersebut menunjukkan bahwa frekuensi responden yang berimbang dalam penelitian ini penting karena konsumen Abiramanara Coffe tidak spesifik untuk laki – laki maupun perempuan. Abiramanara Coffee merupakan salah satu usaha produk minuman yang banyak diminati oleh semua kalangan baik laki – laki maupun perempuan.

2.8.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Abiramanara Coffee memiliki konsumen yang berasal dari masyarakat umum dan usia yang berbeda-beda yaitu minimal usia 17 tahun, oleh karena itu dengan usia responden yang berbeda-beda perlu data yang akurat dalam penelitian. Berikut data responden berdasarkan usia:

Tabel 2. 6
Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	< 20	6	6
2	20 – 24	80	80
3	25 – 29	13	13
4	30 – 34	1	1
	Jumlah	100	100

Sumber : data primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil dari tabel 2.6 menunjukkan bahwa responden Abiramanara Coffee memiliki perbedaan rentang usia, dimana usia responden paling banyak yaitu kelompok usia 20 – 24 sebanyak 80% . Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan

dari Abiramanara Coffee kebanyakan didominasi oleh kalangan anak muda yang merupakan usia yang masih aktif dan produktif.

2.8.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir menjadi kategori yang dicantumkan dalam pengisian data dalam kuesioner. Latar belakang pendidikan yang berbeda – beda dari responden perlu di data untuk dilihat pendidikan terakhir yang ditempuh dan selesai dari responden tersebut. Berikut data responden dari pendidikan terakhir:

Tabel 2. 7
Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	SMP/Sederajat	-	-
2	SMA/Sederajat	62	62
3	D1/D2/D3/D4	5	5
4	S1/S2/S3	33	33
	Jumlah	100	100

Sumber : data primer diolah, 2022

Bisa dilihat dari hasil tabel diatas diketahui bahwa pendidikan terakhir tiap responden berbeda – beda. Kebanyakan responden yang berkunjung ke Abiramanara Coffee berlatar belakang pendidikan SMA/Sederajat dimana merupakan usia yang masih suka bersosialisasi dengan yang lain sambil minum kopi dan bisa mengerjakan tugas, *meeting* di kedai kopi.

2.8.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan responden untuk penelitian ini sangatlah beragam. Berikut adalah latar belakang pekerjaan responden sebagai berikut:

Tabel 2. 8
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	PNS/ASN	4	4
2	Wiraswasta	5	5
3	Swasta	21	21
4	TNI/POLRI	1	1
5	Pelajar/Mahasiswa	63	63
6	Lainnya	6	6
	Jumlah	100	100

Sumber : data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2.8 bisa diketahui responden dengan jumlah terbanyak adalah kategori pelajar/mahasiswa karena masih sering digunakan untuk berkumpul, mengerjakan tugas di *coffee shop* serta pegawai swasta yang biasanya sering mengunjungi *coffee shop* sebagai tempat untuk meeting dan melepas penat pekerjaan.

2.8.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Pada penelitian ini data pendapatan yang diterima responden tentu berbeda – beda, baik dari penghasilan yang diperoleh mahasiswa dan pekerja lain tiap bulannya.

Berikut data pendapatan per bulan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 9
Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

No	Pendapatan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	< Rp 1.000.000	35	35
2	> Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	22	22
3	> Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	6	6
4	> Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	9	9
5	> Rp 4.000.000	28	28
	Jumlah	100	100

Sumber : data primer diolah, 2022

Hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa konsumen yang membeli produk Abiramanara Coffee paling banyak berpenghasilan < Rp 1.000.000. Hal ini bisa

dikatakan terjangkau untuk kalangan manapun dan pas baik untuk kantong pelajar dan murah untuk kalangan pekerja yang ingin menikmati kopi tersebut. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki rentang pendapatan < Rp 1.000.000.