

BAB II

GAMBARAN UMUM TOMBO COFFE

2.1 Gambaran Umum Kabupaten Batang

Kabupaten Batang yaitu salah satu wilayah di Jawa Tengah dengan titik koordinat 6° 51' 46" - 7° 11' 47" LS dan 109° 40' 19" - 110° 03' 06" BT. Kabupaten Batang terletak disisi pantai utara pulau Jawa dan dilewati oleh jalur pantura dan jalan tol trans jawa, dengan luas 78.884 Ha berbatasan langsung disebelah utara dengan laut jawa, sisi timur dengan Kab. Kendal, sisi selatan dengan Kab. Wonosobo dan Kab. Banjarnegara, serta sisi barat dengan Kota Pekalongan.

Posisi yang strategi tersebut menepatkan Kabupaten Batang dengan beragam keuntungan yang dapat dimanfaatkan, arus mobilitas perdagangan yang tinggi dengan didukung dua hal yakni PLTU dan Toll Trans Jawa mengundang investor untuk menanamkan modalnya di Kabupaten Batang sehingga pertumbuhan perekonomian mampu tumbuh dengan lebih cepat.

Bentang alam Kabupaten Batang sangat beragam mulai dari pantai hingga pegunungan. Terdapat 5 gunung yang berada didalam wilayah administrasi Kabupaten Batang, yaitu :

- Gunung Prau : 2.565 mdpl
- Gunung Sipandu : 2.241 mdpl
- Gunung Gajah Mungkur : 2.101 mdpl
- Gunung Alak : 2.239 mdpl

- Gunung Butak : 2.222 mdpl

Bentang alam yang cukup variatif memberikan Kabupaten Batang potensi yang sangat besar dalam melakukan pengembangan agroindustri, agrowisata, dan agrobisnis. Terlebih pada daerah-daerah tertentu penghasil tanaman perkebunannya seperti kopi, coklat, teh, dan sayuran.

Jarak Kabupaten Batang dengan daerah lain :

- Pekalongan : 9 Km
- Pematang : 43 Km
- Tegal : 72 Km
- Cirebon : 144 Km
- Jakarta : 392 Km
- Kendal : 64 Km
- Semarang : 93 Km
- Surabaya : 480 Km

2.2 Profil Tombo Coffe

Tombo Coffe berada di Desa Tombo Kabupaten Batang, berawal dari program kerja yang dimiliki kelompok wirausaha warga setempat bernama ARC atau “Assalwa Resource Center” yang diketuai oleh Bapak Kholidin. ARC kemudian menyusun program pemberdayaan warga desa, salah satunya adalah usaha meningkatkan produktifitas petani kopi Desa Tombo. Sebagian besar para petani kopi di Desa Tombo kurang memahami hal teknis yang dapat meningkatkan mutu biji kopi seperti cara tanam, perawatan, pemetikan biji kopi, dan tidak adanya proses pengolahan biji kopi lebih lanjut. Sebelum adanya program pemberdayaan

ini, para petani kopi akan menjual semua hasil panen pada tengkulak dengan harga ekonomis, dikarenakan memiliki mutu biji kopi yang kurang baik. Oleh sebab itu, dengan dibentuknya program bagi petani kopi, dimaksudkan agar mampu memberikan edukasi kepada para petani kopi dan dapat menyerap sebagian hasil panen petani kopi yang baik untuk diolah lebih lanjut.

Program pemberdayaan petani kopi ini didirikan ARC dengan beranggotakan 3 orang untuk bertanggung jawab yakni Bapak Tarmujo, Bapak Ahmad Syahreki, dan Bapak Nur Hudin yang mana program ini kemudian berubah menjadi bisnis mandiri dan diberi nama Tombo Coffe. Tombo Coffe didirikan pada tahun 2013 dengan menggunakan nama Tombo sebagai nama identitas usaha menyesuaikan dengan nama desa dimana usaha ini dibentuk. Awal berdirinya, Tombo Coffe hanya melakukan proses pengolahan biji kopi dari petani-petani kopi di Desa Tombo yang memiliki kualitas terbaik untuk diolah menjadi kopi bubuk dalam kemasan. Proses ini diawali dengan memilih biji-biji kopi, kemudian penjemuran, lalu *roasting* biji kopi dalam mesin khusus, kemudian digiling untuk menjadi kopi bubuk, dan dikemas dalam berbagai ukuran. Proses pemasaran produk dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan beberapa pemilik toko oleh-oleh yang ada di daerah Pekalongan - Batang, menjualnya secara langsung melalui media sosial, dan menawarkan kepada teman komunitas barista. Kegiatan pengolahan dan pemasaran ini berlangsung hingga tahun 2018.

Tahun 2016 Tombo Coffe mulai semakin dikenal dan mendapatkan perhatian dari konsumennya, kunjungan demi kunjungan konsumen ke lokasi pengolahan kopi semakin ramai walau lokasi pengolahan Tombo Coffe ini belum layak untuk

dijadikan kedai yang menerima konsumen dengan layak. Pengelola Tombo Coffe akhirnya melihat peluang bisnis ini lalu membuka kedai kopi yang nyaman untuk dikunjungi. Tahun 2016, lokasi pengolahan kopi kemudian direnovasi menjadi kedai kopi dengan menambahkan meja dan kursi. Kunjungan semakin ramai dan proses peningkatan dan perbaikan turut dilakukan untuk tetap terus memberikan yang terbaik bagi konsumennya.

1.2.1 Lokasi Tombo Coffe

Tombo Coffe berada di desa Tombo dengan ketinggian 700-1500 mdpl sehingga memiliki suasana yang sejuk dan dingin karena memiliki suhu 18°C - 24°C. Jarak desa dengan pusat kecamatan sejauh 7 km dan dengan pusat kabupaten 27 km, karena jauhnya dengan pusat kota menyebabkan akses menuju desa kurang mendapatkan perhatian seperti lebar jalan yang kurang karena ketika ada dua mobil berpapasan akan kesusahan, ada lubang-lubang jalan yang mengganggu, dan minimnya penerangan jalan.

Tombo Coffe beralamat di Jalan Puncak No. Km 5. Desa Tombo, Kecamatan Bandar, Kabupaten Pekalongan, 51254.

1.2.2 Visi, Misi, & Budaya Tombo Coffe

Dalam menjalankan sebuah bisnis agar terus berkembang dan mencapai target, dibutuhkan sebuah visi dan misi sebagai kristalisasi target jangka panjang dan pendek yang hendak dicapai perusahaan. Berikut visi dan misi kedai Tombo Coffe:

a) Visi Perusahaan

Menjadi kedai kopi yang memberikan pengabdian maksimal kepada petani dan memberikan pelayanan maksimal ke konsumen dengan berorientasi keuntungan ekonomi.

b) Misi Perusahaan

- Menjadi mitra petani kopi di Desa Tombo dan Desa Pacet Kabupaten Batang.
- Menyajikan kopi terbaik untuk pelanggan.

c) Budaya Perusahaan

Budaya yang diimplementasikan dalam keseharian kedai adalah kekeluargaan dan profesional. Budaya ini diterapkan didasarkan pada orang-orang yang terlibat dalam Tombo Coffe sebagian masih memiliki hubungan kekeluargaan dan secara umum adalah warga desa Tombo. Sehingga dengan budaya kekeluargaan yang terbangun setiap orang yang terlibat dapat saling membantu ketika pekerjaan pokoknya telah selesai karena masing-masing individu telah memiliki *job desk* tersendiri sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

1.2.3 Logo Tombo Coffe

Logo adalah suatu simbol yang berarti atau bermakna yang mewakili pesan yang ingin disampaikan oleh pemilik logo baik itu perusahaan, organisasi, negara, dan lain lain dengan pesan yang singkat dan mudah untuk diingat pelanggan, logo dapat digunakan sebagai pengganti nama sebenarnya untuk keperluan kemudahan diingat. Logo yang dimiliki Tombo Coffe sebagai berikut :

Logo adalah suatu gambar atau sketsa yang memiliki arti/makna tertentu dan mewakili suatu arti dari sebuah perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan lain-lain yang membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai ganti dari nama yang sebenarnya. Berikut adalah logo yang dimiliki oleh Tombo Coffe :

Gambar 2.1 Logo Tombo Coffe



Sumber : www.instagram.com/tombocoffee/

1.2.4 Jam Operasional

Kedai Tombo Coffe buka hari Selasa – Minggu pukul 10.00 - 22.00 wib.

1.2.5 Produk Tombo Coffe

Semakin ketatnya persaingan industri kedai kopi terutama di daerah Pekalongan-Batang menuntut Tombo Coffe sebagai salah *incumbent* agar terus bisa menyesuaikan produk-produk yang disajikan agar sesuai dengan minat konsumen terkini. Oleh sebab itu, Tombo Coffe telah beberapa kali melakukan penyesuaian dengan menambahkan dan mengurangi menu. Berikut adalah produk-produk yang disajikan oleh Tombo Coffe sesuai dengan kategorinya :

- a) Makanan Ringan

Makanan ringan disajikan dengan tujuan agar konsumen dapat memiliki lebih banyak pilihan produk sesuai dengan kebutuhannya. Terdapat beberapa pilihan dalam kategori ini yakni :

- Pisang Goreng
- Singkong Goreng
- Kentang Goreng
- Tahu Bakso
- Mendoan
- Mie Goreng
- Mie Double

b) *Espresso Based*

Espresso based adalah produk yang sudah ada sejak Tombo Coffe berdiri dan terus dipertahankan hingga saat ini. Tombo Coffe mengandalkan kopi lokal dari petani kopi yang menjadi mitranya, yakni kopi Tombo dan kopi Pacet. Kopi lokal ini memiliki cita rasa khas yang tidak dapat ditemukan pada kopi lain. Berikut menu dalam kategori ini :

- Espresso
- Americano
- Cappucino
- Latte

c) *Manual Brew*

Manual brew adalah salah satu menu yang juga telah ada sejak Tombo Coffe berdiri. Proses manualnya membutuhkan *skill* dan pengetahuan yang mumpuni dari sang barista untuk bisa menghasilkan secangkir kopi yang nikmat dengan cita rasa serta karakter yang maksimal dari biji kopi. Produk dari Manual Brew memiliki jumlah pembelian yang kecil karena tidak semua orang menyukai dan mengerti mengenai kopi secara mendalam. Berikut adalah sajian *Manual Brew* yang disajikan oleh Tombo Coffe :

- Kopi Tubruk
- V – 60
- Vietnam Drip
- Delter
- Frenspresh

d) Pasti Es

Kategori baru yang disajikan oleh Tombo Coffe sejak Januari 2021, merupakan percampuran antara kopi, susu, dan bahan campuran lainnya yang mana menjadikan minuman ini cukup diminati oleh konsumen secara umum. Sebab rasa yang dominan manis dan tidak pahit, dapat diterima oleh lebih banyak konsumen. Berikut adalah menu dalam kategori Pasti Es yang disajikan oleh Tombo Coffe :

- Es Kopi Susu
- Es Kopi Pukat
- Es Kopi Tropis

e) Lain Kopi

Kategori minuman yang dihadirkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tidak menyukai kopi sama sekali. Berikut minuman yang disajikan dalam kategori lain kopi oleh Tombo Coffe yakni :

- Coklat
- Teh Hijau
- Teh Hitam
- Teh Putih
- Squash

f) Kopi Bubuk dan Teh

Dalam kategori ini Tombo Coffe berusaha memenuhi keinginan konsumen yang menyukai produk kopi Tombo Coffe dan ingin membawanya pulang untuk diseduh mandiri di rumah. Dijual dalam kemasan *standing pouch* khusus untuk kopi sehingga memiliki tampilan yang menarik dengan masa simpan yang cukup lama. Berikut adalah produk kopi bubuk dan teh yang disajikan oleh Tombo Coffe:

- Robusta Tombo 100gr
- Arabika Pacet 100 gr
- Teh Hijau 100gr

2.3 Identitas Responden

Identitas dari responden akan dijelaskan secara deskriptif berdasarkan data primer yang dihimpun mencakup usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, serta penghasilan.

Penelitian ini menggunakan kriteria tertentu dalam memilih sampel diantara anggota populasi yang tersedia, Jumlah responden yang dihimpun sebanyak 100 orang dengan kriteria yang ditentukan adalah konsumen yang telah melakukan pembelian sebelumnya minimal dua kali dalam satu tahun terakhir dan bersedia mengisi kuesioner.

2.3.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keputusan pembelian seseorang dapat dipengaruhi oleh jenis kelamin, terjadinya hal demikian karena perbedaan pola dan preferensi konsumsi antara laki-laki dan perempuan. Setelah dilaksanakan pengambilan data 100 responden, didapati profil responden penelitian:

Tabel 2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	71	71%
2	Perempuan	29	29%
Total		100	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Melihat hasil pengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel diatas didapati mayoritas konsumen Tombo Coffe adalah laki-laki dengan persentase sebesar 71%. Memiliki lokasi dengan aksesibilitas cukup jauh dan tidak

mudah telah mempengaruhi keputusan pembelian dengan laki-laki yang tidak melihat akses sebagai penghambat yang berarti.

2.3.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh usia serta siklus hidup seseorang, sehingga akan membentuk pola konsumsi yang berbeda sesuai dengan kelompok usianya. Berikut data mengenai usia responden :

Tabel 2.2. Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	17-19 tahun	15	15%
2	20-22 tahun	39	39%
3	23-25 tahun	26	26%
4	26-28 tahun	6	6%
5	29-31 tahun	9	9%
6	32-34 tahun	3	3%
7	35-37 tahun	1	1%
8	38-40 tahun	0	0%
9	41-43 tahun	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Informasi yang termuat menunjukkan bahwa mayoritas responden berada di rentang usia remaja awal yakni 20-22 tahun sebesar 39% dan 23-25 tahun sebesar 26%. Hal ini dapat terjadi karena umumnya kedai-kedai kopi cukup digemari oleh para remaja sebagai tempat berkumpul.

2.3.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Identitas responden berdasarkan pendidikan terakhir dikategorikan untuk melihat mengelompokkan responden berdasarkan latar belakang pendidikannya. Berikut data primer yang terhimpun :

Tabel 2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD	1	1%
2	SMP	2	2%
3	SMA	69	69%
4	Akademi	1	1%
5	Sarjana	27	27%
Total		100	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Tabel diatas menginformasikan terdapat 69% responden berlatar belakang SMA, dan 27% responden berlatar belakang pendidikan sarjana. Hal ini menginformasikan bahwa responden dalam penelitian ini telah menyenangi pendidikan formal dengan baik sehingga mampu dan sadar dalam menentukan pilihan yang sesuai dengan kondisi yang dialaminya kedalam kuesioner.

2.3.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan untuk melihat latar belakang responden berdasarkan pekerjaan yang sedang dilakukan, karena pekerjaan dapat mempengaruhi seseorang untuk bertindak dalam pembelian dengan menyesuaikan penghasilan yang didapatkan.

Tabel 2.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Mahasiswa	30	30%
2	Karyawan Swasta	23	23%
3	Wiraswasta	16	16%
4	TNI/Polri/PNS	5	5%
5	Karyawan BUMN	1	1%
6	Pelajar	5	5%
7	Lain-lain	20	20%
Total		100	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Melihat hasil pengelompokan pekerjaan responden pada tabel 2.4, 30% responden berstatus mahasiswa, 23% sebagai karyawan swasta, dan 16% sebagai wiraswasta. Responden yang didominasi oleh mahasiswa dapat terjadi karena lingkungan sosial dan kelompok acuan mahasiswa gemar untuk berkumpul, terkhusus ke kedai kopi dan salah satunya adalah Tombo Coffe.

2.3.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan

Identitas responden yang dikategorikan berdasarkan penghasilan digunakan untuk melihat kemampuan ekonomi yang dimiliki oleh responden dalam penelitian ini. Penghasilan menjadi sangat penting sebab dapat mendukung dan menunjang aktivitas kehidupan sehari-hari atau untuk mempersiapkan kehidupan dimasa mendatang. Berikut data tabel penghasilan responden :

Tabel 2.5. Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan per Bulan	Jumlah	Persentase
1	≤ Rp 1.000.000	38	38%
2	> Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	22	22%
3	> Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	26	26%
4	≥ Rp 3.000.000	14	14%
Total		100	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Tabel 2.5 menginformasikan terdapat 38% berpenghasilan per bulan ≤ Rp 1.000.000, 26% responden berpenghasilan > Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000, dan 22% responden berpenghasilan > Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000. Hal ini dapat terjadi karena mayoritas konsumen dari Tombo Coffe berlatar belakang sebagai mahasiswa sehingga belum memiliki penghasilan namun mendapatkan uang saku bulanan dari orang tuanya.