

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS RESPONDEN**

Sektor, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia/KBBI adalah lingkungan suatu usaha dan Industri adalah bentuk kegiatan ekonomi yang dimana mengolah bahan baku dan maupun memanfaatkan sumber daya – sumber daya yang ada sehingga dapat menghasilkan suatu barang ataupun jasa yang memiliki manfaat lebih tinggi maupun nilai tambah menurut Undang – Undang No.3 Tahun 2014. Maka dapat disimpulkan bahwa sektor industri adalah lingkungan usaha yang memanfaatkan sumber daya yang menghasilkan suatu barang ataupun jasa yang memiliki nilai tambah.

Sektor Kuliner atau Makanan adalah salah satu sektor industri yang ada, dimana biasanya lebih dikenal dengan food & beverages (F&B). Menurut Kementerian Pariwisata dan Kreatif, sektor kuliner telah memberikan kontribusi yang cukup besar dan mempunyai potensi kuat untuk berkembang. Tetapi dengan adanya pandemi Covid – 19 yang sudah melanda sejak tahun 2019 ini membuat semua hal berbeda dan sangat berdampak besar bagi kehidupan manusia, termasuk sektor kuliner. Sektor kuliner merupakan sektor yang berdampak paling besar atas ‘guncangan’ dari sektor industri ini.

#### **2.1 Gambaran Umum Hello Taichan**

Hello Taichan merupakan salah satu jenis usaha bisnis yang bergerak di bidang kuliner dengan menawarkan produk berupa makanan. Hello Taichan ini sudah ada

sejak tahun 2015 tepatnya di Kota Solo, Jawa Tengah yang didirikan oleh seorang sarjana hukum, Anggita.

Hello Taichan menjadi pelopor di dunia usaha sate taichan di kota Solo, menjadi yang pertama menjual sate taichan adalah sebuah peluang yang tidak bisa dilewatkan oleh Anggita. Sate taichan merupakan sate ayam yang berbeda daripada sate – sate yang biasa dilihat, walaupun sate taichan ini sama – sama dibakar tetapi sate taichan ini tidak memakai kecap maupun saus kacang. sate taichan pertama kali di temukan di Senayan, Kota Jakarta, Jawa Barat. Sate taichan ini telah mendapatkan popularitas yang tinggi, dibuktikan dengan banyaknya peminat dari sate jenis ini.

Hello Taichan ini didirikan karena alasan yang cukup unik. Alasan ini diawali dengan rasa penasaran Anggita, sang pemilik Hello Taichan, terhadap sate taichan itu sendiri karena pada saat itu sate taichan sangatlah populer di ibukota, kota Jakarta dan menjadi perbincangan semua orang. Rasa penasaran tersebut membuat Anggita mencari tahu lebih tentang sate taichan itu sendiri baik dari teman – temannya yang berada di Jakarta maupun mencari tahu melalui internet. Dari pencarian tersebut akhirnya Anggita mencoba untuk membuat sate taichan tersebut yang hanya dibekali pencarian dari internet dan teman – temannya mengenai rasa dari sate taichan itu sendiri. Anggita pun sempat mengalami kegagalan ketika membuatnya, karena rasa dan bentuknya yang tidak mirip dengan sate taichan yang ia lihat di internet dan akhirnya ia terus mencobanya.

Setelah lama mencoba mencari cara dan resep yang baik dan berhasil, Anggita meminta temannya untuk mencobanya dan memberikannya saran dan hasilnya pun memuaskan. Dengan adanya informasi dari mulut ke mulut dan digital, banyak dari

teman Anggita lainnya yang ingin ikut mencicipi dan mencoba sate taichan buatannya. Karena banyaknya permintaan, akhirnya Anggita pun membuat atau membuka Pre-Order melalui sosial mediana yang ia miliki seperti instagram dan Whatsaap baik melalui status ataupun dari satu grup ke grup lainnya.

Semakin banyaknya permintaan melalui pre – order membuat Anggita semakin percaya diri akan usaha kulinernya tersebut. Maka dari itu ia pun mulai berani untuk mengikuti beberapa pameran di berbagai macam tempat dibantu dengan teman – temannya dan keluarga. Dari situ pun Anggita mulai mengumpulkan uang untuk dijadikannya sebuah modal untuk mendirikan toko pertamanya.

Untuk pertama kalinya, akhirnya Hello Taichan pun mempunyai toko pertamanya yaitu di daerah Manahan, kota Solo tepatnya di samping Serabi Notosuman, lokasi tersebut adalah tergolong strategis karena daerah dengan lalu lintas yang cukup ramai. Dengan dibukanya toko Hello Taichan konsumen pun mulai bertambah banyak setiap harinya. Tidak lama kemudian Hello Taichan pun membuka cabang pertamanya di Mall Solo Paragon, dan langsung dipenuhi pelanggan. Di tahun yang sama Hello Taichan pun membuka cabang keduanya di Solo Paragon Mall. Sang pemilik, Anggita, memilih membuka cabang di mall karena mall adalah tempat yang strategis untuk membuka usaha terutama di bidang kuliner, para pengunjung mall secara tidak langsung dan tidak dapat dipungkiri akan membeli makanan untuk mengisi perut mereka entah untuk dibawa pulang atau menikmatinya di sana. Hal ini berkaitan dengan target pembelinya yaitu semua kalangan, karena jenis makanan yaitu ayam yang sudah cukup familiar bagi konsumen.

Lingkungan fisik yang diberikan adalah ruangan semi -outdoor yang memiliki konsep layaknya penjual sate taichan yang ada di ibukota, dengan tata ruang yang cukup, dan fasilitas yang layak untuk digunakan, walaupun terkadang ketika sedang ramai mengharuskan beberapa untuk menunggu antri sebentar. Lain halnya dengan cabang yang berada di mall, yang memakai ruangan indoor dan lebih mengikuti aturan yang ditetapkan oleh mall tersebut. Tata ruang yang tidak terlalu besar juga tidak terlalu kecil dan lebih mengutamakan kenyamanan para konsumen yang datang, dan diiringi dengan lagu sebagai nilai tambah bagi konsumen.

Bahan dasar yang digunakan Hello Taichan adalah tentunya ayam fillet segar dan baru serta bumbu juga rempah lainnya dengan kualitas yang baik dan terjamin kebersihannya. Sang pemilik juga manager membeli bahan – bahan dapur tersebut melalui supplier terpercaya mereka yang berada di Surakarta, tidak jauh dari tempat tinggal sang pemilik. Dengan kualitas yang baik dan layak serta tempat yang terbilang cukup nyaman juga hal lainnya yang mendukung ini memberikan penilaian sendiri bagi konsumen Hello Taichan dan rasa puas atas apa yang didapatkannya yang mengakibatkan adanya pembelian ulang di Hello Taichan.

Selain aktif di toko secara offline, Hello Taichan selalu memperbarui sosial media untuk menyebarkan informasi – informasi terbaru tentangnya seperti jam operasional toko, menu, harga, dan lainnya.

**Tabel 2.1**  
**Daftar Alamat Hello Taichan**

Cabang	Alamat
Hello Taichan	Shelter Manahan, Jl. Tubun Manahan, Solo
Hello Taichan Cabang I	Solo Square Mall Jl. Slamet Riyadi, Solo 57126
Hello Taichan Cabang II	Solo Paragon Mall Jl. Yosodipuro No 133 Mangkubumen, Solo, 57139

*Sumber : Hello Taichan 2020*

### 2.1.1 Produk Hello Taichan

Hello Taichan memiliki menu yang cukup variatif, berbagai macam jenis makanan dikemas menjadi bentuk sate yang menjadikan Hello Taichan memiliki daya tarik tersendiri. Selain makanan, Hello Taichan juga memiliki minuman yang diminati berbagai kalangan konsumen. Hal ini sesuai dengan tujuan sang pemilik yaitu mengembangkan dan menjadikan Hello Taichan makanan alternatif pertama yang memiliki menu yang diminati seluruh konsumen.

Sate taichan sendiri memiliki ciri khas tersendiri yang membuatnya berbeda dari sate – sate yang lainnya. Sate taichan yang tidak memakai bumbu kacang dan kecap tetapi memakai bumbu khusus yaitu bumbu sambal yang diolah dan dihaluskan juga dicampur dengan bahan khusus lainnya yang membuat sate taichan itu sendiri memberikan rasa yang berbeda.

Selain itu, Hello Taichan juga dikenal dengan ciri khas dari sambal yang disajikan bersama sate taichan itu sendiri. Sambal yang memiliki cita rasa sendiri yang membuat para konsumen penasaran, mencoba, dan kembali membeli. Berikut adalah daftar produk dan harga yang ditawarkan oleh Hello Taichan :

**Tabel 2.2**  
**Produk Hello Taichan**

No.	Makanan	Minuman
1	Sate Ayam Taichan	Ice/Hot Tea
2	Sate Usus Taichan	Ice/Hot Lemon Tea
3	Sate Kulit Taichan	Ice/Hot Orange
4	Sate Telur Puyuh Taichan	Ice/Hot Milo
5	Sate Cumi Taichan	Aneka Jus
6	Sate Udang Taichan	
7	Sate Kikil Taichan	
8	Paket Hello Taichan 1	
9	Paket Hello Taichan 2	
10	Paket Hello Taichan 3	
11	Paket Indomie Goreng Taichan	
12	Paket Samyang Taichan	
13	Paket Indomie Telur	

*Sumber : Hello Taichan 2020*

## **2.2 Visi dan Misi**

Sebuah usaha sangatlah penting dalam memiliki visi dan misi. Dengan adanya visi dan misi suatu usaha dapat menentukan strategi – strategi yang nantinya akan digunakan untuk bisnisnya dengan tujuan untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis seiring dengan berubahnya lingkungan. Visi dan misi berperan sebagai suatu dasar dari usaha bisnis dalam menentukan kebijakan juga aturan – aturan yang ada di dalam bisnis tersebut.

Visi adalah sebuah impian atau cita – cita dari suatu usaha, sedangkan misi sendiri adalah langkah – langkah yang akan diambil dan dilakukan untuk mencapai visi tersebut.

Dengan begitu visi dan misi yang baik diharapkan usaha tersebut bisa terus bergerak juga berkembang, bisa meminimalisir kesalahan serta fokus dalam mencapai tujuannya dengan hasil yang paling maksimal dengan strategi – strategi yang sudah ditentukan. Jika visi dan misi tidak baik maka akan sangat berpengaruh pada usaha menjadi buruk, banyaknya kesalahan, dan tidak adanya tujuan yang pasti akan usaha tersebut, hasilnya usaha tidak akan bergerak dan berkembang serta tidak meraih keuntungan. Usaha Hello Taichan berusaha menciptakan visi dan misi yang baik untuk menjaga keberlangsungan usahanya agar mencapai tujuan yang diinginkan dan terus bergerak juga berkembang mendapatkan keuntungan. Berikut adalah visi dan misi dari Hello Taichan :

### **2.2.1 Visi**

Visi adalah hal penting yang harus dimiliki suatu usaha, dengan adanya visi tersebut usaha akan tau kemana arah tujuan bisnisnya.

Visi Hello Taichan sendiri ialah menjadi tempat makan alternatif pertama yang lezat dan kekinian.

### **2.2.2 Misi**

Untuk mewujudkan visinya, Hello Taichan membuat misi yang bertujuan untuk memberikan arah usaha, memfokuskan langkah – langkah yang akan diambil serta menjadi pedoman bagi usaha untuk menyusun rencana bisnisnya. Misi Hello Taichan sendiri ialah :

1. Memperteguh Hello Taichan dengan strategi yang inovatif juga mengikuti zaman
2. Mengembangkan ide – ide yang inovatif dalam produk dan pelayanan
3. Menjunjung tinggi kualitas, makanan dan pelayanan
4. Mensejahterakan seluruh karyawan

### **2.3 Logo**

Di dalam suatu usaha membutuhkan logo untuk menjadi suatu gambaran identitas diri suatu usaha pada suatu entitas, kepemilikan, jaminan kualitas ataupun untuk menghindari adanya peniruan atau pembajakan. Logo adalah sebuah tulisan atau gambar yang mempunyai arti tertentu, yang bisa mewakili identitas atas suatu bentuk entitas.

Logo dalam suatu usaha baiknya adalah logo yang dapat menarik perhatian masyarakat dan orang banyak. Logo yang menarik tentunya akan memberikan keuntungan tersendiri bagi suatu usaha seperti mudah dikenal masyarakat, mudah diingat, mempermudah dalam branding usaha, serta bisa menjadi ciri khas tersendiri bagi usaha tersebut. Adapun logo dari Hello Taichan yaitu sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Logo Hello Taichan**



*Sumber : Hello Taichan, 2020*

Hello Taichan mempunyai logo yang diambil dari tusuk sate dan mangkok yang mewakili produknya yakni sate taichan. Logo tersebut membuat Hello Taichan mempunyai ciri khas tersendiri, ditambah dengan adanya kotak berwarna kuning yang membuat logo Hello Taichan menjadi lebih eye catching dan lebih mudah dilihat juga diingat banyak orang.

#### **2.4 Struktur Organisasi**

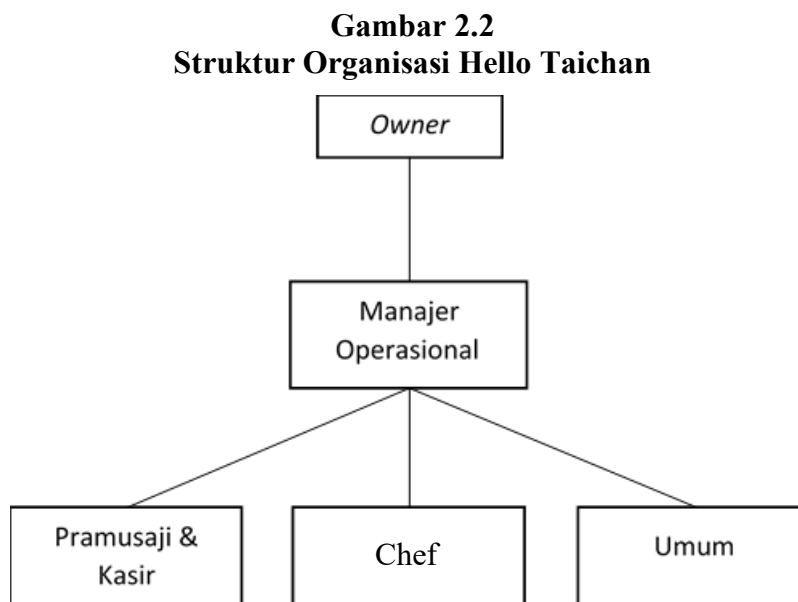
Organisasi adalah hubungan antara dua orang atau lebih yang membentuk sebuah perserikatan yang ingin mencapai tujuan yang sudah dibuat dan disepakati bersama melalui sebuah sistem aktivitas kerja sama dengan pengarahan dari seorang atasan. Menurut para ahli, organisasi adalah suatu sistem perserikatan secara formal dan terstruktur serta terkoordinasi dari sekelompok orang yang saling bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu (Hasibuan, 2013).



Sedangkan menurut Robbins dan Coulter (2007), struktur organisasi adalah kerangka formal organisasi yang dimana kerangka tersebut merupakan tugas dan kewajiban pekerjaan yang sudah dibagi, dikelompokkan serta dikoordinasikan.

Struktur organisasi yang dapat memudahkan dalam pembagian tugas, pekerjaan dan tanggung jawab membuatnya menjadi suatu hal yang penting karena dengan adanya struktur organisasi akan memudahkan setiap orang yang bekerja dalam memahami dan melakukan tugas dan peran masing – masing juga mempermudah mereka dalam berkomunikasi.

Hello Taichan menyusun struktur organisasi dengan tujuan untuk memudahkan dalam berkoordinasi dan berkomunikasi baik antar pekerja, pemilik, dan lainnya juga memudahkan dalam pembagian tanggung jawab serta pekerjaan. Struktur organisasi dari Hello Taichan tertera pada gambar berikut :



*Sumber : Hello Taichan, 2020*

Adapun uraian dari masing – masing posisi :

#### 1. Owner / Pemilik

Owner / pemilik adalah seseorang yang mendirikan, menjalankan dan mengeluarkan modal untuk bisnis. Tugas dari seorang owner adalah sebagai berikut :

1. Memimpin, mengatur, dan mengendalikan atas jalannya bisnis dan para karyawannya
2. Memegang kendali penuh atas kegiatan perizinan, keuangan, laporan, dan kegiatan keberlangsungan bisnis
3. Menentukan visi, misi, dan peraturan
4. Bertanggung jawab atas segala resiko yang diperoleh dari bisnisnya
5. Bertanggung jawab untuk mengembangkan strategi bisnisnya agar sesuai dengan tujuan visi dan misi yang sudah ditentukan sebelumnya.

#### 2. Manajer Operasional

Manajer Operasional adalah seseorang yang bertanggung jawab dan diberi kewenangan oleh pemilik atas pengelolaan bisnis selama berada di lapangan. Manajer operasional disini juga bertugas mengawasi keberjalanan bisnis dan 3 bidang lainnya yakni pramusaji dan kasir, juru masak serta bagian umum. Tugas dari seorang manajer operasional adalah sebagai berikut :

1. Mengawasi keberjalanan bisnis operasional
2. Berkoordinasi akan segala kebutuhan dan bahan – bahan operasional bisnis yang diperlukan
3. Mengawasi dan berkoordinasi dengan karyawan yang bertugas
4. Bertanggung jawab penuh terhadap proses produksi operasional bisnis

### 3. Chef

Chef atau koki adalah seseorang yang bertugas untuk mengolah, memasak dan menyajikan suatu hidangan yang lezat juga layak bagi konsumen. Tugas dari seorang juru masak adalah sebagai berikut :

1. Memeriksa dan berkoordinasi dengan manajer operasional terkait stok bahan masakan
2. Menentukan dan menakar bahan – bahan masakan
3. Bertanggung jawab atas proses pembuatan produk
4. Membuat pesanan dan menyiapkan untuk konsumen
5. Menjaga kebersihan dapur

### 4. Pramusaji & Kasir

Pramusaji dan kasir adalah seseorang yang memiliki tugas untuk melayani para konsumen untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum serta pembayaran. Tugas dari seorang pramusaji dan kasir adalah sebagai berikut :

1. Menyambut para pelanggan
2. Memberikan daftar menu sajian
3. Mengantarkan sajian makanan dan minuman kepada konsumen
4. Melayani proses transaksi
5. Memeriksa dan mencatat pesanan
6. Melayani packaging barang pelanggan

### 5. Umum

Bagian umum adalah seseorang yang bertanggung jawab atas kebersihan segala sudut ruangan tempat makan. Tugas dari seorang bagian umum adalah sebagai berikut :

1. Membersihkan kamar mandi dan ruangan keseluruhan
2. Membersihkan meja serta peralatan makan yang telah digunakan

## 2.5 Identitas Responden

### 2.5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada peneliti yang dilakukan, jenis kelamin dikategorikan menjadi dua yaitu laki – laki dan perempuan. Terdapat 100 orang yang dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini. Berikut adalah data responden menurut jenis kelamin :

**Tabel 2.3**  
**Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentase
1.	Laki – Laki	30	30%
2.	Perempuan	70	70%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer, 2022*

Berdasarkan tabel 2.3 diatas menjelaskan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 70 orang (70%) sedangkan minoritas responden berjenis kelamin laki – laki sebanyak 30 orang (30%) dari total responden sejumlah 100 orang (100%). Dapat disimpulkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden berjenis kelamin laki – laki.

### 2.5.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia menjadi salah satu karakteristik responden yang dimana diukur dengan tahun dan pastinya responden memiliki rentang usia yang berbeda – beda. Berikut merupakan data responden berdasarkan usia :

**Tabel 2.4**  
**Identitas Responden Menurut Usia**

<b>No.</b>	<b>Usia (Tahun)</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Presentase</b>
1.	17-24	70	70%
2.	25-32	23	23%
3.	33-40	1	1%
4.	41-48	1	1%
5.	>49	5	5%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer, 2022*

Berdasarkan data dari tabel 2.4 diatas dapat diketahui bahwa rentang usia terbanyak yaitu usia 17 – 24 tahun sebanyak 70% dan usia 25 – 32 sebanyak 23%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah berasal dari kalangan usia produktif.

### **2.5.3 Identitas Responden Berdasarakan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan adalah sebuah proses pengubahan sikap dan tata perilaku seseorang atau sekelompok orang dalam usaha untuk mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Didalam penelitian ini tingkat pendidikan responden berbeda - beda. Berikut adalah data responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhirnya :

**Tabel 2.5**  
**Identitas Responden Menurut Pendidikan Terakhir**

<b>No.</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Presentase</b>
1.	SMA/Sederajat	46	46%
2.	D1/D2/D3/D4	21	21%
3.	S1/S2/S3	33	33%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer, 2022*

Berdasarkan data dari tabel 2.5 diatas dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai tingkat pendidikan yang berbeda – beda / beragam. Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan terakhir di

SMA/Sederajat dengan jumlah 46 orang (46%) dan diikuti dengan S1/S2/S3 sebanyak 33 orang (33%).

#### 2.5.4 Identitas Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Beragam tingkat pendidikan yang ditempuh setiap orang nya menyebabkan berbagai jenis pekerjaan yang dilakukan responden. Dalam penelitian ini ada berbagai macam pekerjaan dari responden. Berikut merupakan data responden berdasarkan pekerjaan :

**Tabel 2.6**  
**Identitas Responden Menurut Status Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentase
1.	Pegawai Swasta	23	23%
2.	Pegawai Negeri	4	4%
3.	Wirausaha	11	11%
4.	Pelajar/Mahasiswa	55	55%
5.	Lainnya	7	7%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer, 2022*

Berdasarkan tabel 2.6 diatas dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 55 orang (55%), diikuti dengan pegawai swasta dengan jumlah sebanyak 23 orang (23%).

#### 2.5.5 Identitas Responden Berdasarkan Status Martial

Dengan beragamnya usia dari responden maka tidak dipungkiri berbeda pula status martial responden, tidak dapat dipungkiri ada beberapa responden yang mungkin sudah menika atau belum. Berikut data responden berdasarkan status martial nya :

**Tabel 2.7**  
**Identitass Responden Menurut Status Martial**

<b>No.</b>	<b>Status Martial</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Presentase</b>
1.	Menikah	18	18%
2.	Belum Menikah	81	81%
3.	Lainnya	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer, 2022*

Berdasarkan tabel 2.7 diketahui bahwa status martial di penelitian ini didominasi oleh responden yang belum menikah, sebanyak 81 orang (81%). Sedangkan responden yang sudah menikah sebanyak 18 orang (18%) dan diikuti oleh status martial lainnya yang hanya 1 orang (1%).

### **2.1 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan**

Beragam jenis pekerjaan yang dilakukan oleh responden menyebabkan beragam pula jumlah pendapatan responden. Hal ini menyebabkan adanya perbedaan jumlah pendapatan di dalam penelitian. Berikut data responden berdasarkan jumlah pendapatan per bulan :

**Tabel 2.8**  
**Identitass Responden Menurut Pendapatan Perbulan**

<b>No.</b>	<b>Pendapatan</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Presentase</b>
1.	$\leq$ Rp 1.000.000	48	48%
2.	>Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000	40	40%
3.	>Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	9	9%
4.	>Rp 10.000.000	3	3%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer, 2022*

Berdasarkan tabel 2.8 diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan  $\leq$  Rp 1.000.000 sebanyak 48 orang (48%) mengingat mayoritas pekerjaan yang dilakukan adalah sebagai seorang pelajar/mahasiswa.