

BAB II

GAMBARAN UMUM NO.8 COFFEE

2.1 Sejarah Singkat No.8 Coffee

Coffee shop yang berdiri sejak tahun 2015 ini didirikan oleh Imam Kurniawan. Berawal kegemarannya dengan kopi pada saat di bangku kuliah dan seringnya berkunjung di coffee shop yang membuatnya tertarik menekuni pada bidang kopi. Hingga akhirnya pada saat lulus kuliah ia ingin mencoba untuk membuat bisnis *coffee shop* sendiri di Kabupaten Kudus. Awalnya ia hanya berpikiran untuk menyajikan minuman kopi saja, namun dengan seiring berkembangnya pasar *coffee shop* dan adanya kritikan dan saran dari konsumen yang membuat ia berpikir bahwa lebih baik juga menjual makanan ringan seperti cake dan menambahkan varian lain pada minuman. Namun, hingga saat ini menu yang ditawarkan sudah cukup beragam, selain olahan kopi No.8 Coffee juga menawarkan varian olahan susu, teh, makanan ringan dan menu signature pada No.8 Coffee.

Bahan dasar kopi yang digunakan merupakan produk biji kopi lokal dari Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Sulawesi, namun juga menggunakan produk biji kopi impor dari Brazil, Etiopia, dan Colombia. *Coffee shop* ini menyajikan jenis kopi arabika dan robusta. Sehingga tidak heran jika hasil dari olahan kopi tersebut memiliki kualitas rasa yang enak. Sedangkan untuk makanan pelengkap seperti cookies, brownies, cake, dan pie diproduksi oleh No.8 Coffee dengan standarisasi yang sudah ditentukan.

Dari segi target pembeli, awalnya *coffee shop* tersebut menargetkan pembeli mereka adalah anak-anak sekolah namun ternyata pembeli yang berdatangan tidak hanya dari kalangan anak-anak sekolah saja tetapi ada juga dari kalangan pekerja. Alhasil, mereka mengubah target pembeli mereka menjadi kalangan pelajar dan pekerja.

Kemudian dari segi fasilitas yang diberikan *coffee shop* yang beroperasi dari pukul 08.00 WIB sampai pukul 22.00 WIB ini diantaranya yaitu menyediakan free wifi dengan berbagai pilihan ruangan baik yang indoor ataupun outdoor. Selain itu, untuk menciptakan konsep “Selayaknya Rumah” seperti tag line pada No.8 Coffee yang membuat suasana *coffee shop* senyaman mungkin seakan berada didalam rumah ditambah dengan lagu-lagu klasik yang diputarkan.

2.2 Lokasi No.8 Coffee



Gambar 2. 1 No. 8 Coffee

Sumber : No.8 Coffee, 2022

Lokasi No.8 Coffee di Kabupaten Kudus tepatnya di Jalan Menur No.8 A, Nganguk, Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus. Penempatan lokasi ini berdasarkan dengan pusat keramaian masyarakat Kabupaten Kudus dan ramai anak muda yang

berada dikawasan tersebut. No.8 Coffee memilih tempat yang strategis ini karena berada dekat dengan sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas. Dengan pemilihan tempat ini dipertimbangkan agar para konsumen bisa mudah dalam menemukan No.8 Coffee dan dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk No.8 Coffee.

2.3 Logo No.8 Coffee

Dalam menjalankan sebuah bisnis, diperlukan logo dalam suatu perusahaan, yaitu sebagai bagian dari pencitraan serta filosofi sebuah brand agar bisnis dikenali publik dan dapat berjalan dengan baik. Logo merupakan citra visual sebagai identitas perusahaan yang membedakan antara satu bisnis dan bisnis yang lainnya. Pentingnya logo selain sebagai identitas juga tertanam cita-cita dan arti yang disampaikan oleh perusahaan untuk kesuksesan usaha tersebut. Logo yang dimiliki No.8 Coffee terdapat desain yang simple dengan tulisan nama *coffee shop* tersebut.



Gambar 2. 2 Logo No. 8 Coffee

Sumber : No.8 Coffee, 2022

2.4 Visi dan Misi No.8 Coffee

Penting bagi suatu usaha untuk memiliki visi dan misi karena dapat sebagai penentu strategi bisnis yang akan digunakan dan membantu usaha tersebut untuk selalu beradaptasi dengan lingkungan yang serba berubah karena pemilik usaha sudah memiliki pandangan untuk jangka waktu yang panjang, serta mampu menjadi dasar atau sumber untuk pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan agar dialokasikan secara efektif dan efisien.

Visi merupakan suatu gambaran secara umum tujuan apa yang hendak dicapai perusahaan. Sedangkan misi merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mencapai suatu visi. Adapun visi dan misi dari No.8 Coffee diantaranya adalah:

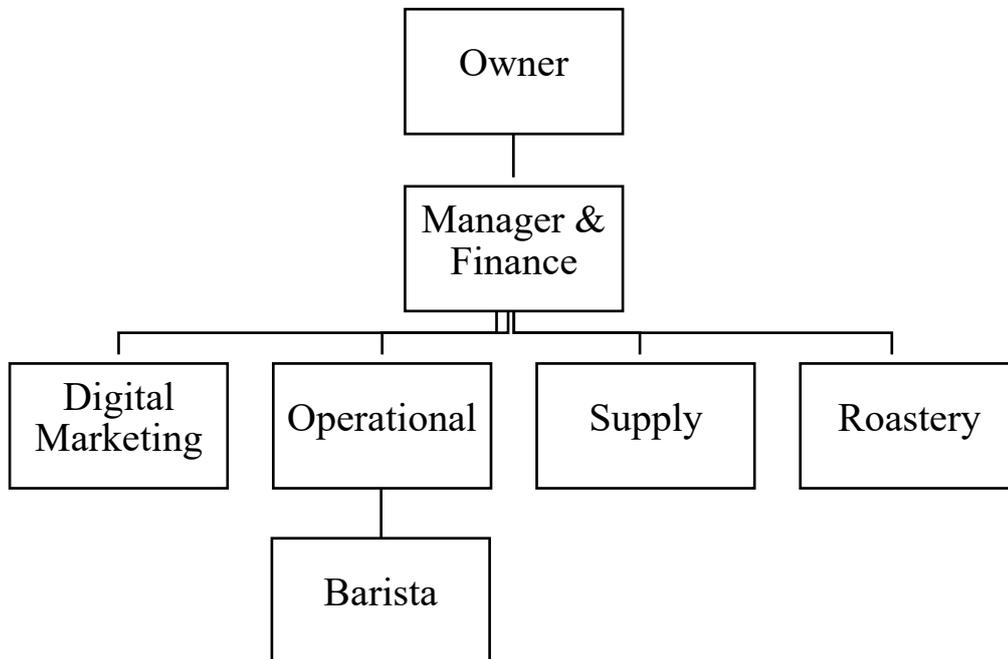
2.4.1 Visi

Visi No.8 Coffee adalah menjadi coffee shop terkemuka di Indonesia dengan konsep classic serta produk kopi yang dapat dinikmati dan di sukai oleh masyarakat dan No.8 Coffee ingin memperkenalkan dunia kopi kepada masyarakat agar mereka tahu tentang dunia kopi.

2.4.2 Misi

- a. Memberikan kualitas kopi yang terbaik dengan kepuasan konsumen yang utama
- b. Memberikan pelayanan yang baik dan memprioritaskan keinginan konsumen
- c. Menawarkan suasana coffee shop yang hangat selayaknya rumah

2.5 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan No.8 Coffee



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi No.8 Coffee Kudus

Sumber : No.8 Coffee, 2022

Berikut merupakan tugas dari masing-masing jabatan:

1. Owner atau pemilik

Pemilik atau owner merupakan seorang yang mendirikan usaha dengan memberikan modal penuh dalam suatu usaha. Sehingga keuntungan atas usaha tersebut juga merupakan hak sang pemilik usaha. Adapun tugas dari seorang owner yaitu:

- a) Memimpin, mengelola, dan bertanggung jawab atas segala perizinan
- b) Menjalin hubungan baik dengan stakeholder
- c) Membuat rencana strategi usaha baik untuk jangka pendek maupun jangka Panjang
- d) Menerima laporan dan pertanggungjawaban dari manajer

- e) Mengarahkan, mempengaruhi, sekaligus memotivasi seluruh anggota usaha guna mencapai tujuan bersama

2. Manager & Finance

- a) Melakukan evaluasi kerja
- b) Membangun tim agar lebih berkembang
- c) Mengatur dan mengawasi
- d) Menyusun anggaran pendapatan dan pengeluaran tahunan perusahaan dimasa yang akan datang
- e) Memeriksa tiap pembelian barang apakah sudah sesuai dengan anggarannya

3. Digital Marketing

- a) Mendefinisikan dan mengelola *brand*
- b) Melakukan manajemen kampanye pemasaran
- c) Memproduksi materi pemasaran dan promosi
- d) Memantau dan mengelola sosial media
- e) Melakukan riset pasar

4. Supply

- a) Melaksanakan pembelian
- b) Merawat peralatan
- c) Menerima dan melayani pesanan/penjualan
- d) Mengupdate perkembangan kopi baik dunia maupun lingkungan sekitar
- e) Mengembangkan pasar

5. Roastery

- a) Melaksanakan produksi
- b) Merawat peralatan
- c) Menjaga kebersihan area kerja
- d) Mengelola pelanggan
- e) Mengembangkan pasar

6. Operational

- a) Mengawasi jalannya proses operasional
- b) Bertanggung jawab atas jalannya operasional
- c) Mengetahui hasil dari operasional
- d) Mengkoordinasi pegawai yang sedang bertugas
- e) Menentukan jumlah kebutuhan operasional

7. Barista

- a) Mempersiapkan pesanan dari customer
- b) Menerima dan melayani pesanan
- c) Menjaga kebersihan kedai
- d) Merawat peralatan
- e) Mengembangkan pengetahuan tentang kebersihan

2.6 Ketenagakerjaan

Sebuah Coffee shop pastinya membutuhkan sumber daya manusia yang digunakan untuk menjalankan proses bisnisnya agar berjalan dengan lancar sesuai rencana awal yang sudah disusun. Berikut ini adalah data mengenai jumlah tenaga kerja maupun karyawan di setiap bidang pada No.8 Coffee sebagai berikut.

Tabel 2. 1
Bidang pekerjaan dan Karyawan di No.8 Coffee

No	Bidang Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	<i>Manager&Finance</i>	1	7,14
2	<i>Digital marketing</i>	1	7,14
3	<i>Supply</i>	1	7,14
4	<i>Roastery</i>	2	14,3
5	<i>Operational</i>	1	7,14
6	<i>Barista</i>	8	57,14
Total		14	100

Sumber : No.8 Coffee, 2022

Berdasarkan Tabel 2.1 di atas, jumlah tenaga kerja terbesar ada pada bidang barista hal ini dikarenakan peran barista dalam sebuah usaha coffee shop sangat penting dikarenakan cita rasa kopi yang berkualitas ditentukan oleh keahlian, kreativitas, dan kejelian seorang dalam mengelola kopi tersebut. Oleh sebab itulah, peran barista seringkali dikatakan sebagai kunci utama dalam menentukan keberhasilan sebuah *coffee shop*.

Tabel 2. 2
Jenis Kelamin SDM No.8 Coffee

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	11	78,6
2	Perempuan	3	21,4
Total		14	100

Sumber : No.8 Coffee, 2022

Dari Tabel 2.2 di atas, jenis kelamin SDM No.8 Coffee diatas bisa dijelaskan bahwa mayoritas tenaga kerja laki-laki lebih banyak daripada perempuan dikarenakan operational No.8 Coffee lebih memilih tenaga kerja yang paham lebih tentang kopi dan lebih minat mengetahui lebih lanjut tentang dunia kopi.

Tabel 2. 3
Rentang Usia SDM No.8 Coffee

No	Usia (tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	18 – 24	8	57,1
2	25 – 30	6	42,9
3	31 – 35	0	0
Total		14	100

Sumber : No.8 Coffee,2022

Berdasarkan Tabel 2.3 di atas, menunjukkan bahwa usia yang paling dominan sumber daya No.8 Coffee pada rentang 18-24 tahun yang sebanyak 8 orang hal ini disebabkan mereka merupakan freelance dan juga ada mahasiswa yang mengambil part time untuk mencari pengalaman didunia kerja.

Tabel 2. 4
Karakteristik Karyawan No.8 Coffee berdasarkan Kategori Pendidikan

No	Usia (tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	SMA Sederajat	9	64,3
2	D4/D3	2	14,3
3	Sarjana (S1)	3	21,4
Total		14	100

Sumber : No.8 Coffee,2022

Pada Tabel 2.4 di atas, menunjukkan bahwa karyawan atau tenaga kerja yang ada di No.8 Coffee berdasarkan kategori Pendidikan, diketahui terdapat 3 karyawan dengan riwayat pendidikan sarjana (S1), sebanyak 2 karyawan dengan riwayat pendidikan diploma (D4/D3), dan sebagian besar karyawan sebanyak 9 orang memiliki riwayat pendidikan terakhir yaitu SMA sederajat yang dimana merupakan beberapa barista yang masih di bangku kuliah. Maka dari itu karyawan dengan pendidikan SMA sederajat adalah karyawan yang paling dominan pada No.8 Coffee.

2.7 Jam Kerja dan Sistem Penggajian Karyawan

2.7.1 Jadwal Operasional No.8 Coffee

a. Manajer Operasional

Hari kerja : Senin - Sabtu

Jam kerja : 12.00 - 19.00

b. Staff

Hari kerja : Setiap hari

Jam kerja : Shift pagi 07.30 – 15.00

Shift sore 15.00 – 22.30

2.7.2 Sistem Penggajian Karyawan

Keberhasilan sebuah usaha tak lepas dari peran penting seorang staff dalam membuat, menyajikan dan mengolah coffee shop selama manajer dan owner tidak berada di coffee shop. Sehingga perlu adanya balas jasa yang sesuai berupa pemberian kompensasi dalam bentuk gaji. Tujuan adanya pemberian gaji tersebut sebagai ucapan terimakasih dari pihak pemilik usaha kepada para staf yang sudah bekerja dengan keras setiap hari nya. Dalam coffee shop No.8 Coffee sendiri gaji diberikan pada tanggal 1 setiap bulannya oleh Manager Finance kepada para staf. Terdapat dua prosedur penggajian yang berlaku di No.8 Coffe sebagai berikut.

1. Seorang Manager Finance akan diberi gaji langsung oleh sang owner pada setiap bulannya tanpa melalui perantara
2. Sedangkan staf akan diberi gaji oleh Manager&Finance melalui perintah dan persetujuan owner

2.8 Jenis-jenis produk No.8 Coffee

No.8 Coffee merupakan jenis produk yang menjual lebih banyak produk minuman dan beberapa produk makanan ringan. Produk yang ditawarkan ini bisa dibidang sangat terjangkau dan cocok untuk semua kalangan. Berikut daftar tabel harga No.8 Coffee.

Tabel 2. 5
Daftar Harga No.8 Coffee

Coffee	Daftar Harga
Kopi Wolu	Rp 18.000
Kopi Djawi	Rp 18.000
Kopi Karoseri	Rp 18.000
Coffee Filter Hot	Rp 20.000
Coffee Filter Japanese	Rp 20.000
Espresso	Rp 15.000
Cappuccino	Rp 18.000
Coffee Latte	Rp 18.000
Hazelnut Latte	Rp 18.000
Vanilla Latte	Rp 18.000
ButterScotch Latte	Rp 20.000
Caramel Latte	Rp 18.000
Bloody Fox	Rp 20.000
Pink Poison	Rp 20.000
Mellow Mint	Rp 20.000
Naughty Girl	Rp 20.000
Non Coffee	Daftar Harga
Taro	Rp 18.000
Matcha	Rp 18.000
Charcoal	Rp 18.000
Chocolate	Rp 18.000
Red Velvet	Rp 18.000
Butterscotch	Rp 18.000
Papilio Berry Tea	Rp 15.000
Earl grey Tea	Rp 15.000
Lychee Tea	Rp 13.000
Peach Tea	Rp 13.000
Strawberry Tea	Rp 13.000
Makanan	Daftar Harga
Bolu Pisang	Rp 8.000
Cookies	Rp 8.000
Brownies	Rp 8.000
Cake Chocolate	Rp 8.000
Donut	Rp 10.000
Pie Chocolate	Rp 8.000

Makanan	Daftar Harga
Pie Oreo	Rp 8.000
Pie Strawberry	Rp 8.000

Sumber : No.8 Coffee,2022

Pada Tabel 2.5 di atas, No.8 Coffee memiliki beberapa produk yang di kelompokkan dalam beberapa kategori. Adapun beberapa kategori menu yang sering diminati oleh pelanggan yaitu dari kategori menu kopi ada kopi wolu, kopi djawi dan *coffee latte*. Selain berbagai olahan kopi, No.8 Coffee juga menyediakan alternatif varian menu lain yang berbahan dasar susu dan the yang masuk kedalam *Non coffee*. Pada menu *Non coffee* terdapat menu yang sering dipesan dan diminati pelanggan yaitu Matcha, Charcoal, Butterscotch, dan Lychee Tea dan pada menu makanan ringan yang sering dipesan yaitu ada Bolu pisang dan Donut.

2.9 Identitas Responden

2.9.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Konsumen No.8 Coffee yang membeli produk baik minuman maupun makanan memiliki kriteria yang berbeda, yaitu dari jenis kelamin. No.8 Coffee ingin mendapatkan target khususnya masyarakat yang berasal dari Kabupaten Kudus 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. 6
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	61	61
2.	Perempuan	39	39
	Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2.6 di atas, dapat diketahui bahwa Sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 61%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 39%. Dari data tersebut terlihat bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan, hal ini mungkin disebabkan oleh laki-laki yang lebih cenderung menyukai minuman kopi dibandingkan dengan perempuan.

2.9.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

No.8 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. 7
Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Umur (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	≤ 19	0	0
2	20-24	95	95
3	25-29	4	4
4	30-34	1	1
5	35-39	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2.7 di atas, dapat diketahui bahwa responden pada penelitian ini memiliki umur yang berbeda-beda, rentang umur terbanyak berdasarkan kelompok umur 20-24 tahun yaitu sebanyak 95% dan responden kelompok umur terkecil yaitu kelompok umur 30-34 tahun yakni hanya 1%. Hal ini menunjukkan bahwa Sebagian besar responden berada pada umur 20-24 tahun.

2.9.3 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 didata untuk dilihat Pendidikan terakhir yang ditempuh dan selesai dari responden tersebut. Berikut data responden dari Pendidikan terakhir.

Tabel 2. 8
Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	SMP/Sederajat	0	0
2	SMA/Sederajat	61	61
3	D4/S1	38	38
4	S2/S3	1	1
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2.8 di atas diketahui bahwa responden memiliki Pendidikan terakhir yang berbeda, pada jenjang SMP/Sederajat sebanyak 0%, pada jenjang S2/S3 sebanyak 1%, pada jenjang D4/S1 sebanyak 39%, dan pada jenjang SMA/Sederajat sebanyak 61%.

2.9.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

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

Tabel 2. 9
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	PNS/ASN	2	2
2	Wiraswasta	3	3
3	Pegawai Swasta	6	6
4	TNI/Polri	1	1
5	Pelajar/Mahasiswa	80	80
6	Lainnya	8	8
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2.9 di atas ini memperlihatkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah Pelajar/Mahasiswa sebanyak 80%, dan jumlah terkecil adalah TNI/Polri sebanyak 1%, selanjutnya PNS/ASN sebanyak 2%, Wiraswasta 3%, Pegawai Swasta 6%, serta 8% yang terdiri dari freelance, guru honorer, dan Bumh

2.9.5 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan / Uang Saku

Tabel 2. 10
Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Tiap Bulan

No	Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	≤ Rp 1.000.000	56	56
2	>Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	25	25
3	>Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	13	13
4	>Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	4	4
5	>Rp 4.000.000	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Pada penelitian ini data pendapatan yang diterima responden tentu berbeda-beda, baik dari penghasilan yang diperoleh mahasiswa dan pekerja lain tiap bulannya. Berdasarkan Tabel 2.10 di atas, memperlihatkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan kurang dari Rp 1.000.000 Sebanyak 56% yang didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa, kemudian untuk kategori pendapatan Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 25%, selanjutnya kategori pendapatan Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 13%, kemudian untuk kategori pendapatan Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 sebanyak 4%, dan yang terakhir kategori pendapatan lebih dari Rp 4.000.000 yang dapat digolongkan sebagai kategori dengan nilai pendapatan tinggi sebanyak 2%