

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM GETUK ECO DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN**

Berikut ini uraian mengenai gambaran secara umum Getuk ECO yang di dalamnya terdiri dari sejarah perusahaan, visi serta misi, lokasi perusahaan, logo perusahaan, struktur organisasi perusahaan, *job description*, produk yang dijual, dan karakteristik narasumber yang akan digunakan sebagai sampel.

#### **2.1 Sejarah dan Perkembangan Getuk ECO**

Getuk ECO adalah perusahaan yang bergerak pada industri makanan. Getuk ECO pertama kali didirikan pada tahun 1978 oleh Ridwan Purnomo. Sebelum mendirikan Getuk ECO, Ridwan Purnomo merupakan seorang karyawan dari suatu pabrik pengolahan cengkeh. Beliau melihat peluang bahwa usaha getuklah yang jauh lebih menjanjikan, sehingga Ridwan Purnomo akhirnya memutuskan untuk berhenti dari pekerjaannya dan membuka usaha sendiri.

Awalnya Ridwan Purnomo menitipkan getuk yang ia buat dan berkeliling ke sejumlah toko sekitar dua tahun bersama Istrinya yaitu Susi Inawati. Pada tahun 1980 Ridwan Purnomo kemudian bekerja sama dengan temannya yang memiliki usaha dibidang travel. Beliau menyediakan getuk tersebut menjadi makanan ringan bagi para pengguna jasa milik temannya tersebut.

Saat usahanya mulai berkembang, Ridwan Purnomo mencari nama yang cocok untuk getuk buatannya, akhirnya dalam benaknya muncul kata ECO yang sampai sekarang digunakan sebagai merek produk geruknya tersebut. ECO adalah istilah dalam bahasa Jawa yang memiliki arti enak. Kemduaian, ECO akronim dari

kata enak dan cocok. Dipilihnya nama merek tersebut agar getuk buatannya menjadi makanan ringan yang enak dan cocok sebagai oleh-oleh.

Sekarang ini Getuk ECO diteruskan oleh anaknya yakni Andreas Kurniawan Purnomo. Andreas Kurniawan Purnomo mengatakan jika sejak awal di produksi yaitu tahun 1978 hingga sekarang, Getuk ECO selalu berusaha mempertahankan keawetan produk getuknya, cita rasa, dan aroma. Proses pembuatan Getuk ECO mempergunakan teknologi yang canggih, yang meminimalisir kontak tangan ketika sedang memproduksinya, jadi kualitas produk dan mutu dapat selalu terjaga.

## **2.2 Visi dan Misi Getuk ECO**

### **2.2.1 Visi**

Menurut Adhitya (2010), visi adalah sebuah persepsi mengenai perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan serta apapun yang harus dilaksanakan supaya tercapainya tujuan di waktu mendatang. Menurut Wibisono (2006), visi adalah serangkaian kalimat yang menggambarkan impian maupun cita-cita suatu perusahaan atau organisasi yang diharap tercapai pada periode mendatang.

Berikut adalah visi dari Getuk ECO Kota Magelang :

- **Menjadikan Getuk ECO sebagai makanan khas Kota Magelang.**
- **Menjadikan Getuk sebagai ikon wisata kuliner khas Kota Magelang.**

Berdasarkan visi yang digunakan oleh Getuk ECO dapat diartikan bahwa adanya pandangan untuk menjadikan Getuk ECO sebagai makanan serta ikon khas Kota Magelang yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan dari luar Magelang.

### 2.2.2 Misi

Pendapat dari Wibisono (2006) misi adalah penentu sasaran ataupun tujuan perusahaan berjangka pendek. Sehingga dapat diartikan bahwa misi adalah kalimat yang menyebutkan tujuan ataupun alasan keberadaan perusahaan yang berisikan perusahaan untuk rakyat baik berupa produk maupun jasa.

Berikut ini merupakan misi dari Getuk ECO Kota Magelang :

- **Membuat Getuk yang digemari oleh semua kalangan masyarakat.**
- **Membuat Getuk yang bermutu dan berkualitas.**

Misi tersebut diartikan bahwa Getuk ECO berupaya untuk membuat getuk yang dapat disukai oleh semua kalangan masyarakat. Selain itu, Getuk ECO pun berupaya untuk menghasilkan produk yang bermutu dan mempunyai kualitas produk yang baik sehingga konsumennya akan merasa puas dengan produk yang disajikan Getuk ECO.

### 2.3 Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan merupakan hal utama yang perlu menjadi pertimbangan. Letak lokasi perusahaan yang strategis menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha yang dilakukan.

Lokasi penjualan Getuk ECO di Jalan DI Panjaitan No. 5, Cacaban, Kecamatan Magelang Tengah, Kota Magelang, Provinsi Jateng 56121.

## 2.4 Logo Perusahaan

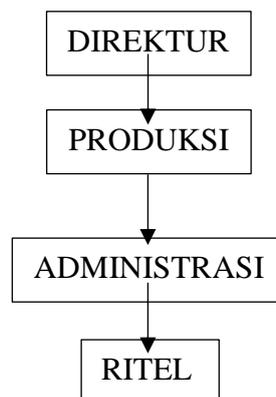


**Gambar 2.1 Logo Getuk ECO**

## 2.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi adalah sebuah hal yang melambangkan jenis organisasi, status, tipe wewenang, aspek, garis perintah, dan tanggung jawab. Dengan adanya struktur organisasi, setiap pekerjaan bisa tergambarkan dengan jelas sesuai dengan tanggung jawabnya masing-masing.

Berikut ini merupakan struktur organisasi Getuk ECO :



**Gambar 2.2 Struktur Organisasi Getuk ECO**

## 2.6 Job Description

### 2.6.1 Direktur

- Mengelola, mengontrol, dan memelihara aset perusahaan.

- Mengelola, memimpin, dan mengarahkan perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan serta selalu meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan.
- Membuat rencana kerja tahunan berupa anggaran dasar tahunan perusahaan.

### **2.6.2 Produksi**

- Bertanggungjawab dan memonitor proses produksi, mulai dari bahan baku awal sampai menjadi barang jadi.
- Bertanggungjawab atas perawatan mesin-mesin produksi.
- Menawasi dan menjaga agar kualitas bahan baku dalam proses dan kualitas barang jadi sesuai dengan standar yang sudah ditentukan.
- Membuat laporan tentang mekanisme dan hasil produksi secara periodik.
- Konsistensi dalam menerapkan keselamatan dan metode kerja.
- Mampu berkoordinasi dengan bagian lain yang berhubungan dengan kelangsungan produksi.

### **2.6.3 Administrasi**

- Melakukan aktivitas pembukuan dasar.
- Merencanakan serta mengatur jalannya rapat.
- Menjaga dokumen perusahaan baik yang berbentuk digital maupun fisik.
- Menyediakan serta mengatur berbagai dokumen yang dibutuhkan oleh perusahaan.

- Mencari solusi dan menyelesaikannya jika mengalami permasalahan administrasi, menyusun laporan, dan menganalisis data.
- Menata serta memelihara perlengkapan kantor.
- Memastikan ketersediaan alat tulis kantor di perusahaan.

#### 2.6.4 Ritel

- Membangun produksi dan fokus pada pengembangan lokal.
- Mempelajari pasar secara utuh sebelum bersaing.
- Menyediakan produk lokal.
- Membentuk persepsi harga rendah dengan banyaknya melakukan promosi serta harga produk yang di display seakan-akan rendah.
- Memiliki ciri khas sendiri dan berbeda dengan sejumlah inovasi yang baru.

#### 2.7 Produk yang dijual



**Gambar 2. 3 Getuk ECO**

Purnomo (2015) menyatakan jika sejak tahun berdirinya Getuk ECO yaitu di tahun 1978 hingga sekarang, Getuk ECO hanya memproduksi satu jenis produk

getuk yaitu getuk tri warna. Bentuk fisik dari Getuk ECO berbeda dengan getuk tri warna lainnya. Pada umumnya, bentuk fisik getuk tri warna dipotong pendek-pendek secara garis horizontal kemudian ditumpuk empat lapis pada tiga warna yang berbeda. Getuk ECO ini berbeda dengan getuk lainnya karena bentuk fisiknya memanjang secara vertikal dengan tiga lapis warna yang berbeda. Dipandang dari aspek rasa hanya konsumen yang dapat menilai mengingat hal tersebut sifatnya subjektif, namun beberapa konsumen mengungkapkan jika dari segi rasa, Getuk ECO singkongnya masih terasa. Inilah salah satu faktor yang menjadi kelebihan Getuk ECO dibandingkan dengan getuk tri warna lainnya.



**Gambar 2. 4 Getuk ECO**

Dahulu Getuk ECO pernah mencoba berinovasi dengan menjual getuk dalam beberapa variasi kemasan kotak yang variatif seperti biru, hijau, dan merah. Hal tersebut membuat getuk yang sangat laku atau paling laku yaitu getuk dengan kemasan warna merah, sementara itu getuk dengan dua variasi kota kemasan lain

yakni biru dan hijau sering tidak laku. Pada akhirnya hingga sekarang hanya kemasan kotak yang berwarna merah saja yang diproduksi oleh Getuk ECO.

Awalnya Getuk ECO hanya mempergunakan plastik pembungkus dengan gambar karakter *Mickey Mouse* dibagian atas namun setelah Getuk ECO terkenal, Getuk ECO disarankan oleh pihak Kantor Hak Paten supaya merubah karakter yang digunakan tersebut. Melalui bantuan yang diberikan temannya yang bekerja di percetakan, akhirnya tercipta karakter original dari Getuk ECO yang berupa singkong yang hingga sekarang dipergunakan perusahaan dalam label plastik pembungkus serta kemasan kotaknya.

## **2.8 Karakteristik Responden**

Karakteristik responden disajikan agar teridentifikasi data informasi terkait responden yang diteliti dalam penelitian ini. Setiap datanya berwujud tabel yang mendefinisikan karakteristik respondennya berdasarkan jawaban yang telah disediakan. Responden yang diambil pada penyusunan skripsinya yaitu konsumen Getuk ECO yang berasal dari luar Kota Magelang karena Getuk ECO merupakan makanan oleh-oleh, dengan jumlah responden yang digunakan sebanyak 100 responden. Berikut karakteristik konsumen Getuk ECO :

### **2.8.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia adalah rentang kehidupan yang dapat diukur menggunakan tahun. Menurut penelitian yang sudah dilaksanakan, akan dikelompok usia responden dalam tabel berikut:

**Tabel 2. 1 Usia Responden**

No	Umur	Frekuensi	Persentase
1	< 20 Tahun	28	28
2	21 – 30 Tahun	69	69
3	31 – 40 Tahun	3	3
	Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Tabel di atas memperlihatkan jika mayoritas konsumen Getuk ECO Kota Magelang bertepatan di usia 21 hingga 30 tahun yakni sebanyak 69% konsumen. Sedangkan responden terkecil bertepatan di rentang usia 31 hingga 40 tahun yaitu sebanyak 3% konsumen. Tabel di atas memperlihatkan jika Getuk ECO yang berlokasi di Kota Magelang memiliki konsumen terbanyak dalam kategori generasi Z dan pekerja awal.

### **2.8.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan terakhir seseorang memperlihatkan tingkat pendidikan yang sudah terselesaikan. Berikut merupakan data tentang pendidikan terakhir responden di Getuk ECO Kota Magelang:

**Tabel 2. 2 Pendidikan Terakhir Responden**

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SMA/SMK	68	68
2	S1	28	28
3	Lainnya	4	4
	Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Tabel di atas memperlihatkan jiaik kebanyakan pendidikan terakhir dari responden Getuk ECO Kota Magelang yaitu SMA/SMK yang memiliki jumlah sebanyak 68%. Jumlah paling sedikit yaitu responden Lainnya, sebanyak 4%. S1 atau Sarjana merupakan responden dengan jumlah 28 orang (28%).

### **2.8.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan**

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang didapat seseorang yang berguna untuk membeli atau memenuhi keinginan maupun kebutuhannya. Jenis pekerjaan responden yang berbeda-beda dapat mempengaruhi tingkat pendapatan seseorang. Penyajian data pada tabel berikut merupakan banyaknya jumlah uang dari pekerjaan responden atau uang saku responden bagi yang belum memiliki pekerjaan. Di bawah ini merupakan data pendapatan dari responden yang mengkonsumsi Getuk ECO di Kota Magelang :

**Tabel 2. 3 Pendapatan Responden**

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1	≤ Rp 1.000.000	43	43
2	> Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	16	16
3	> Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	22	22
4	≥ Rp 4.000.000	19	19
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

#### 2.8.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Mata pencaharian atau pekerjaan memiliki pengaruh yang besar dengan kegiatan orang pada sehari-harinya. Pekerjaan dilakukan oleh banyak orang untuk memperoleh penghasilan atau pendapatan. Berikut ini merupakan data mengenai pekerjaan responden :

**Tabel 2. 4 Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Mahasiswa	48	48
2	Swasta	17	17
3	PNS	4	4
4	Lainnya	31	31
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Tabel di atas memperlihatkan jika bidang pekerjaan yang mendominasi responden Getuk ECO yaitu Mahasiswa atau Pelajar yang sebanyak 48 orang (48%). Sementara pekerjaan paling sedikit yaitu PNS yang berjumlah 4 orang (4%). Swasta memiliki jumlah sebanyak 17 orang (17%) dan lainnya sebanyak 31 orang (31%).