

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Kopi Nako**

Kopi nako merupakan kafe yang terletak di jalan raya margonda depok. Menyediakan berbagai jenis minuman dan makanan dengan harga yang terjangkau. Dengan fasilitas yang diberikan kopi nako seperti free wifi, parkir serta adanya pilihan in door ataupun outdoor membuat kopi nako menjadi tempat sasaran dari berbagai kalangan dan usia.

Kopi Nako mulai beroperasi pada bulan maret 2018 di bawah nama CV Jendela Kuliner Nusantara, dan tergabung dalam naungan Kanma Group yang membawahi beberapa restoran dan café di Jakarta dan Bogor. Konsep dasar Nako adalah mengambil dari “warung nasi” atau “warteg” dan “warung kopi” yang memang sudah familiar di Indonesia penggabungan keduanya itu yang menjadikan warung nako dan kopi nako menjadi kesatuan konsep yang saling mengisi.

Kopi Nako buka setiap hari pukul 09.00 WIB sampai dengan 23.00 dapat digunakan untuk rapat, gathering, perayaan ulang tahun dan acara-acara lainnya. Target Kopi Nako adalah masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah namun tidak menutup kemungkinan bagi kalangan atas untuk melakukan pembelian di Kopi nako. Kopi nako juga memiliki segmentasi pasar dari orang muda hingga tua maka menu yang disajikan dengan harga yang bersahabat yaitu untuk harga minuman mulai dari 10.00 hingga 30.00 dan untuk makanan mulai dari harga 20.00 sampai dengan harga 50rb.

## **2.2 Lokasi**

Penentuan lokasi merupakan hal yang sangat penting yang dilakukan perusahaan yang bergerak di bidang fnd yang dimana merek menentukan lokasi yang ramai pengunjung. Pentingnya dalam memiliki lokasi yang strategis bagi bisnis fnb agar dapat memberikan keuntungan yang maksimal terhadap bisnis yang dikelola dan menjaga kedekatan dengan target pasar yang ditentukan. Maka dipilihlah lokasi Kopi Nako yang berada di Jalan Margonda no. Alasan mengapa memilih lokasi ini karena kawasan tersebut memiliki jumlah konsumen yang tinggi karena berada dipusat kota.

## **2.3 Visi dan misi perusahaan**

Visi dan misi perusahaan berperan penting untuk menentukan apa rancangan bisnis yang akan dilakukan dan dikembangkan demi tercapainya kemajuan perusahaan. Visi adalah gambaran dan tujuan perusahaan yang akan dilakukan dimasa depan sednagkan misi merupakan cara untuk mencapai tujuan yang akan dilakukan. Visi dan misi yang diharapkan yakni menyajikan ciri khas serta keunikan yang bisa mendorong berbagai stakeholder bergerak Bersama agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan, dengan memiliki visi dan misi yang baik maka perusahaan diharapkan mampu mendapatkanatkan keuntungan serta meminimalisir kesalahan pemimpin dalam membuat kebijakan dan focus dalam menjalankan tujuan agar mendapatkan hasil yang maksimal.

## **2.4 Visi Perusahaan**

Perusahaan perlu menentukan pencapaian jangka pendek dan jangka Panjang agar dapat menjalankan bisnisnya, visi sangat penting dalam suatu organisasi yakni untuk menjamin kesuksesan perusahaan dalam jangka Panjang dan menumbuhkan standar kerja yang prima. Visi kopi nako adalah menjadi coffeshop yang menawarkan suasana unik dan menarik yang berarti kopi nako bertujuan untuk menjadi coffeshop yang dapat dipilih oleh berbagai kalangan dengan mengedepankan kualitas produk dan kualitas pelayanannya dengan membuat konsep yang menarik sehingga dapat menarik minat konsumen.

## **2.5 Misi Perusahaan**

Untuk merealisasikan visi maka dirumuskan misi perusahaan yang baik. Dalam menentukan misi perusahaan yaknni dengan dasar perencanaan yang akan dikembangkan untuk mengambil keputusan yang akan dibuat sesuai dengan tujuan yang ditentukan perusahaan. Misi kopi nako menyajikan kopi yang berkualitas, menawarkan suasana yang nyaman dan menarik serta memberikan pelayanan yang baik dan ramah, sejalan dengan misinya maka kopi nako melakukan beberapa usaha yaitu menyediakan produk yang baik serta memberikan pelayanan terbaik dan menciptakan suasana yang unik dan nyaman dengan membuat konsep urban design dengan arsitektur tropis sebagai adaptasi dari bangunan warteg local Indonesia.

## 2.6 Logo Perusahaan

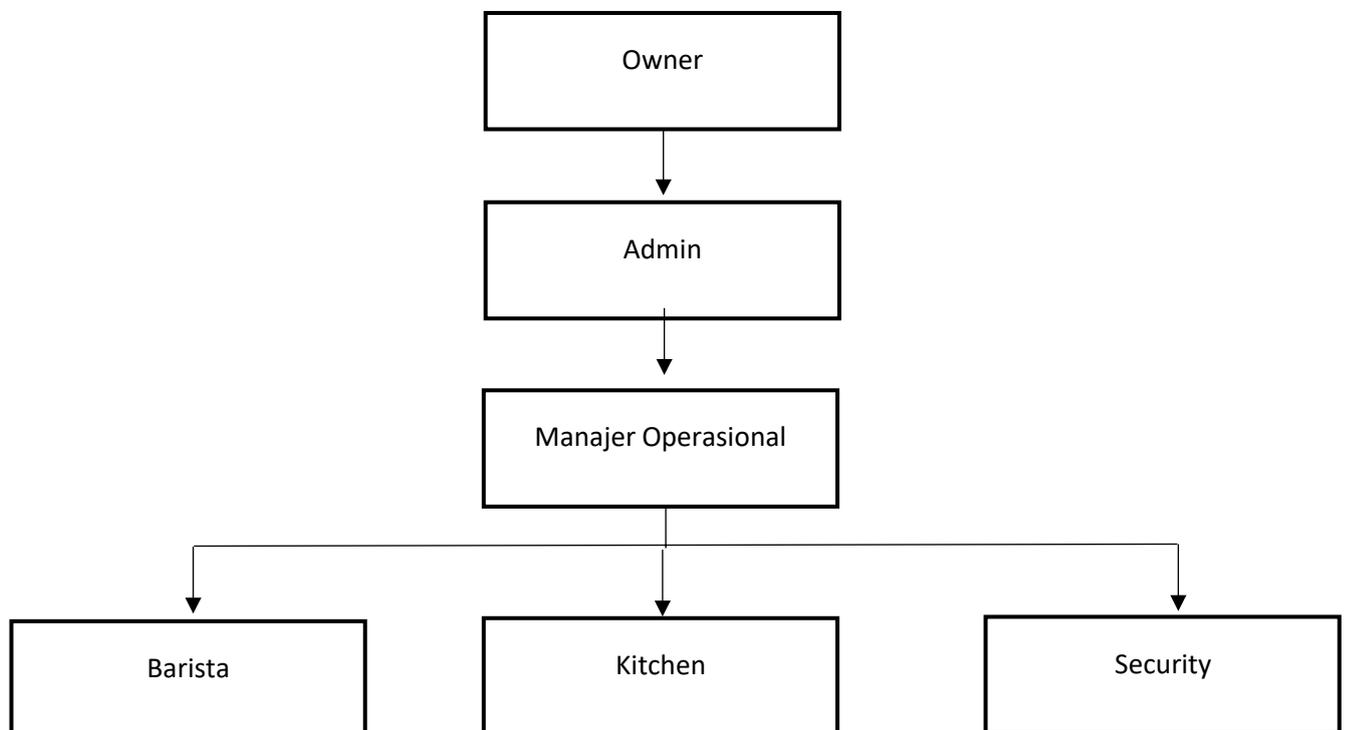
Dalam menjalankan suatu bisnis kuliner diperlukan logo dalam perusahaan untuk melakukan pencitraan dan filosofi perusahaan agar dikenal masyarakat dan dapat berjalan sesuai rencana. Logo adalah citra visual identitas perusahaan yang membedakan antara satu bisnis dengan bisnis lainnya. Logo yang diharapkan perusahaan dari perusahaan yakni logo yang unik dan bisa menarik minat konsumen. Dengan memiliki logo yang unik dan menarik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yaitu menentukan identitas perusahaan, mudah diingat oleh public, serta dapat menjadikan media branding, apabila logo dari perusahaan tidak menarik maka sulit bagi perusahaan untuk memperkenalkan identitas perusahaan kepada konsumen. Sehingga agar Kopi Nako memiliki identitas perusahaan serta mudah diingat dan dapat menarik minat konsumen maka dibuatlah logo Kopi Nako sebagai berikut:



**Gambar 2. 1 Logo Perusahaan**

## 2.7 Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan

Struktur organisasi diperlukan untuk memudahkan karyawan dalam menjalani tugas yang akan dijalankan. Struktur organisasi merupakan unit kerja dalam organisasi, struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi serta kegiatan yang berbeda-beda dilaksanakan. Dengan adanya struktur organisasi yang dibuat diharapkan mampu terjalinnya kerjasama yang baik dalam perusahaan. Struktur organisasi menunjukkan spesialisasi pekerjaan yang akan dilakukan, saluran perintah penyampaian laporan. Adapun bentuk struktur organisasi Kopi Nako bentuk lini yakni bentuk struktur organisasi yang susunan organisasinya masih kecil, struktur organisasi yang ditetapkan Kopi Nako yaitu:



Sumber: Kopi Nako, 2022

**Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan**

Berikut merupakan uraian dari masing-masing jabatan:

### **1. Pemilik**

Pemilik merupakan seseorang yang membuat modal perusahaan yang memiliki hak atas profit perusahaan atau dalam hal ini orang yang mempunyai sekaligus yang mendirikan perusahaan.

### **2. Admin**

Seorang admin merupakan orang yang diberikan kepercayaan untuk mengelola laporan keuangan dan administrasi. Berikut tugas admin:

- Membuat laporan keuangan dan memberikan laporan keuangannya kepada manager
- Mencatat pembukuan terkait aktivitas usaha

### **3. Manajer operasional**

Manajer operasional merupakan orang yang memberdayakan seluruh pekerja secara optimal untuk menghasilkan target yang ditentukan perusahaan. Manajer harus memberikan motivasi kepada bawahannya agar memiliki semangat kerja yang optimal sehingga pekerjaan bisa diselesaikan dengan optimal. Leader bertanggung jawab kepada owner sehingga harus bisa mengatur karyawannya dengan baik dan benar. Tugas leader yaitu:

- Membantu mengatur, mengendalikan mengawasi serta mengevaluasi kinerja karyawan dalam menjalankan aktivitas bisnis
- Memberikan keputusan terkait segala aktivitas bisnis di kedai kopi

#### 4. Barista dan kitchen

Barista bertanggung jawab dalam membuat dan menyajikan minuman kepada para pelanggan sedangkan koki dibagian kitchen bertanggung jawab menyajikan makanan kepada pelanggan. Berikut tanggung jawabnya:

- Memberikan makanan dan minuman yang sesuai dengan standar yang ditetapkan
- Cepat dalam menyajikan pesanan yang dipesan

#### 5. Satpam

Satpam bertanggung jawab dalam pengamanan dan pengawasan sekitar Kopi Nako yang berhubungan dengan pelanggan hukum, satpam bertugas mengatur dan mengawasi keamanan lingkungan Kopi Nako. Berikut tugas satpam:

- Mengatur dan mengawasi keamanan lingkungan di Kopi nako
- Mencegah hal yang mengganggu kenyamanan pelanggan

#### b. Ketenagakerjaan

Dalam menjalankan bisnis sangat penting untuk memperhatikan ketenagakerjaan karyawan dikarenakan terdapat undang-undang yang menjadi kewajiban untuk memperhatikan orang lain terutama pemilik bisnis terhadap karyawannya yang berkontribusi untuk kemajuan bisnis yang dijalankan. Kopi Nako menerapkan system kerja sebaik mungkin agar dapat menjaga produktivitas kinerja karyawan:

##### 1. Jam Kerja Karyawan

Adapun jam kerja yang diterapkan Kopi Nako yaitu:

Hari kerja : Senin-Minggu

Jam Kerja : 08.00-23.00 WIB

## 2. Sistem dan Prosedur Penggajian Karyawan

Karyawan memiliki peran penting dalam menjalankan kegiatan baik operasional ataupun administrative. Kontribusi karyawan dalam perusahaan hendaknya mendapat balas jasa yang sesuai dengan kinerja yang diberikan sesuai dengan perjanjian antara perusahaan dengan karyawan.

## 2.8 Kegiatan Usaha

### a. Kegiatan produksi

Kopi nako beroperasi setiap hari Senin-Minggu. Kopi Nako mulai beroperasi jam 09:00-23:00 WIB sehingga dapat memenuhi kebutuhan makan siang dan makan malam pelanggan. Kegiatan produksi yang dilakukan Kopi Nako dimulai dari pengadaan bahan baku yang dibeli dari pemasok, untuk itu Kopi nako akan menentukan jenis barang yang dibutuhkan lalu membuat daftar pesanan kemudian pemasok akan menyiapkan bahan baku dan memberikan tagihan pesanan barang, lalu setelah tagihan dibayar maka bahan baku akan dikirimkan ke Kopi Nako. Setelah itu bahan baku yang sudah ada akan diolah menjadi berbagai macam makanan dan minuman sesuai dengan pesanan konsumen yang membeli dengan berbagai macam pilihan menu yang telah disediakan. Untuk pengelolaan makanan dan minuman dilakukan oleh chef dan barista Kopi Nako juga menyediakan berbagai fasilitas yaitu:

- 1 Tempat parkir
- 2 Suasana yang nyaman dengan konsep modern minimalis
- 3 Musik sebagai hiburan
- 4 Toilet
- 5 Wifi
- 6 Dapat digunakan untuk gathering, rapat, ulang tahun dan lain-lain.

## 2.9 Produk Kopi Nako

Kopi Nako menawarkan berbagai kategori untuk konsumennya pada daftar menunya:

**Tabel 2. 1 Menu Kopi Nako**

Menu Minuman Kopi Nako	
Menu Minuman Kopi Nako	
Espresso	Latte
Cappucino	Americano
Bukan Kopi Biasa	
Es Kopi Nako	Es Kopi Sayang
Es Kopi Se-Trong	Es Kopi Nusantara
Kahlua Coffee	Nakopresso
Chocopresso	Affogato
Bukan Kopi	
Coklat	Love Potion

Menu Minuman Kopi Nako	
Taro Latte	Mango Lassie
Matcha Latte	Banana Mint Oreo
Casujo	Rosberi
Family pack	
Es Kopi Nako	
Ekstra	
Topping Jelly	
Eskrim Matcha Nako	
Seri The	
The Dona	The Violet
The Ella	Ini The Susu
Seri Rumah Sangrai	
Asam Kaktus	Wedang Masa Lalu
SU-MA-JA	

## 2.10 Karakteristik Responden

Data mengenai identitas responden dimaksudkan untuk mengetahui data-data yang berkaitan erat dengan objek yang diteliti. Responden yang diambil dalam penyusunan skripsi ini adalah konsumen Kopi nako. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang berasal dari latar belakang yang berbeda-beda baik dari pendidikan, usia ataupun pekerjaan responden. Data yang didapatkan digunakan untuk arahan dalam menganalisis data berikutnya. Data mengenai identitas responden yang penulis sajikan dalam penelitian ini meliputi data tentang

jenis kelamin, usia, status nikah, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penghasilan responden.

### 2.10.1 Usia Responden

Responden yang diambil dalam penelitian ini merupakan bagian dari populasi, maka dari ciri yang dimiliki populasi dan kesamaan dengan ciri respondennya. Usia mempengaruhi kematangan seseorang dalam menanggapi dan meluapkan suatu perasaan, kepuasan suatu produk. Kopi Nako didirikan untuk melayani konsumen umum dari semua kelompok usia. Usia disertakan dalam identitas responden pada penelitian ini, karena pengguna jasa tidak hanya dari kelompok usia tertentu saja, tetapi berasal dari semua kelompok usia.

Informasi tentang usia bertujuan untuk mengetahui rata-rata usia responden.

Adapun kelompok umur responden yang membeli produk Kopi nako yaitu:

**Tabel 2. 2 Usia responden**

No	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	<21	28	28%
2	21-25	67	67%
3	26-30	5	5%
4	31-40	-	-
5	40>	-	-
Jumlah		100	100

Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan table 2.2 mayoritas konsumen kopi nako berumur 21-25 Tahun yaitu 67% kemudian pada usia <21 tahun sebanyak 28 responden 28% dan responden usia 26-30 sebanyak berjumlah 5 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen dari Kopi nako dalam penelitian ini berada dalam rentang usia 21-25 Tahun yaitu sebesar 67% disebabkan karena pada rentang usia tersebut

pada umumnya orang-orang suka untuk berkumpul bersama teman-teman di coffeshop seperti Kopi nako.

### 2.10.2 Jenis kelamin responden

Kopi nako merupakan tempat yang dapat dikunjungi oleh semua kalangan. Dalam penelitian ini sampel dari konsumen kopi nako memiliki latar belakang yang berbeda, termasuk tentang jenis kelamin. Target pasar Kopi Nako yaitu masyarakat umum, yakni masyarakat umum terdiri dari laki-laki dan perempuan, maka sampel dari penelitian ini terdiri dari laki-laki dan perempuan. Dalam table berikut dapat dilihat persebaran banyaknya konsumen laki-laki dan perempuan yang berkunjung ke Kopi Nako:

**Tabel 2. 3 Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Presentase
1	Laki-laki	58	58
2	Perempuan	42	42
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan table 2.3 diketahui bahwa dari 100 responden, sebanyak 42 Konsumen Kopi Nako berjenis kelamin perempuan dan sisanya ada 58 berjenis pria. Hal ini disebabkan karena laki-laki memiliki hobi untuk berkumpul bersama teman-temannya di café, Kopi Nako merupakan coffeshop yang berkonsep minimalis modern yang bisa digunakan sebagai tempat berkumpul. Sehingga disimpulkan bahwa tren di Kopi nako terjadi pada kalangan yang mayoritas laki-laki.

### 2.10.3 Status Marital Responden

Dari hasil yang didapat usia responden yang berbeda ini, dimana usia paling muda 15 tahun dan paling tua 46 tahun, maka akan menyebabkan status marital yang berbeda, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui jumlah responden berdasarkan status marital yaitu:

**Tabel 2. 4 Status Marital Responden**

No	Status Marital	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
1	Menikah	8	8%
2	Belum Menikah	91	91%
3	Pernah Menikah	1	1%
Jumlah		100	100

Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan table 2.4 menjelaskan mayoritas konsumen Kopi nako yaitu berstatus belum menikah sebanyak 91% dikarenakan mayoritas pengunjung Kopi nako berada di usia 21-25 tahun yang biasanya pada umur tersebut banyak yang belum menikah dan masih berstatus sebagai mahasiswa yang memiliki waktu senggang dan memiliki kegiatan di luar.

### 2.10.4 Pendidikan Terakhir Responden

Dalam penelitian ini konsumen kopi nako memiliki latar belakang yang berbeda seperti tingkat Pendidikan. Dalam penelitian ini konsumen yang menjadi sampel yaitu konsumen yang memiliki umur minimal 17 tahun sehingga menyebabkan tingkat pendidikan dari responden yang berbeda-beda. Berikut table tingkat pendidikan responden:

**Tabel 2. 5 Pendidikan Terakhir Responden**

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	Tamat SD	-	-
2	Tamat SMP	-	-
3	Tamat SMA/SMK	77	77%
4	Tamat D3/S1	22	22%
5	Tamat S2/S3	1	1%
	Jumlah	100	100

Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan table 2.5 tingkat Pendidikan responden Kopi Nako didominasi konsumen dengan tingkat pendidikan tamat SMA sebanyak 77% dan S1 22% Hal ini dikarenakan jenjang usia yang datang ke Kopi Nako kebanyakan berusia 17-25 Sehingga kebanyakan memiliki Pendidikan terakhir di bangku SMA dan saat ini sedang berstatus sebagai mahasiswa, hal ini juga sesuai dengan target pasar Kopi Nako yaitu mahasiswa karena lokasinya yang dekat dengan kampus, perkantoran serta perbelanjaan.

### 2.10.5 Jenis Pekerjaan Responden

Pekerjaan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk menghasilkan imbalan uang ataupun lainnya. Apabila tingkat Pendidikan berbeda, maka status pekerjaan tentu akan berbeda. Dengan mengetahui pekerjaan responden akan diperoleh gambaran mengenai status kehidupan sosial responden. Pekerjaan dapat menjadi acuan tingkat aktivitas yang harus dilakukan untuk menghasilkan pendapatan dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berikut merupakan pekerjaan responden yang dijelaskan dalam table yaitu:

**Tabel 2. 6 Jenis Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	PNS	2	2%
2	Pegawai Swasta	30	30%
3	Wiraswasta	5	5%
4	Mahasiswa/Pelajar	62	62%
5	Lainnya	1	1%
	Jumlah	100	100

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan table 2.6 konsumen Kopi Nako merupakan mahasiswa dan pelajar 62%, Pegawai swasta 30% dapat disimpulkan bahwa jenis pekerjaan responden dalam penelitian ini sebagai pelajar yaitu 62% hal ini menunjukkan bahwa responden Kopi nako tidak hanya didominasi kalangan tertentu saja akan tetapi dari semua jenis pekerjaan namun lebih banyak dikunjungi oleh konsumen yang masih berstatus pelajar ataupun mahasiswa.

### 2.10.5 Penghasilan Setiap Bulan Responden

Penghasilan responden termasuk dalam karakteristik penelitian ini karena penghasilan yang didapatkan responden berpengaruh pada daya beli responden.

Berikut data penghasilan responden setiap bulan:

**Tabel 2. 7 Penghasilan Setiap Bulan Responden**

No	Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	≤ Rp 1.000.000	39	39%
2	> Rp1.000.000 – Rp2.500.000	23	23%
3	> Rp2.500.000 – Rp4.000.000	9	9%
4	> Rp4.000.000	38	38%
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan table 2.7 diketahui mayoritas responden pada penelitian ini dengan penghasilan kurang dari Rp. 1.000.000 sebanyak 39% selanjutnya responden dengan pengeluaran perbulan >Rp.4.000.000 sebanyak 38%, lalu responden dengan penghasilan perbulan >Rp1.000.000-Rp2.500.000 sebanyak 23%, dan responden dengan pendapatan perbulan >Rp2.500.000-Rp4.000.000 sebanyak 9%.