

BAB II

GAMBARAN UMUM NYCTOPHILY COFFE SEMARANG

2.1 Gambaran Umum Nyctophily Coffee Semarang

Nama “*Nyctophily*” berasal dari bahasa Yunani “*Nyctophile*” yang berarti menyukai kegelapan, dan dalam konteks ini sesuatu gelap tersebut diartikan sebagai kopi. Dengan makna mendalam di balik namanya, Nyctophily Coffee menjamin pengalaman, tidak sekadar menyajikan kopi. *Coffee shop* ini berlokasi di Jalan Tembalang Selatan IV No. 2, Kelurahan Pedalangan, Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang. Awalnya Nyctophily beroperasi sebagai layanan kopi dengan pemesanan online, tetapi pada 23 Januari 2019, mereka membuka dalam tampilan *coffee shop*. Metode ini menunjukkan komitmen terhadap pelayanan berkualitas tinggi dan keberanian untuk mengikuti perubahan tren konsumen.

Konsep yang mereka usung, yakni “*Be a Neighborhood Workspace Coffee shop*” memungkinkan pelanggan menikmati kopi premium dan menciptakan lingkungan di mana dapat belajar dan bekerja sembari menikmati secangkir kopi. Nyctophily Coffee Semarang menunjukkan dengan jelas bagaimana mereka berusaha menjadi lebih dari sekadar *coffee shop*, melainkan suatu komunitas tempat orang berkumpul untuk hobi dan pekerjaan mereka. Dengan suasana yang hangat dan mengundang, konsep ini bertujuan memberikan pengalaman kopi yang tak terlupakan.

2.2 Visi dan Misi Nyctophily Coffee Semarang

2.2.1 Visi Nyctophily Coffee Semarang

Visi mempunyai peran krusial bagi suatu perusahaan untuk meraih tujuan yang ingin dicapai. Begitupula Nyctophily memiliki visi untuk mencapai tujuannya. Adapun visi dari Nyctophily Coffee Semarang adalah :

Be a Neighborhood Coffee shop atau yang dapat diartikan menjadi tujuan utama bagi berbagai komunitas yang menginginkan pengalaman kopi yang informatif dengan suasana yang ramah dan menyenangkan..

2.2.2 Misi Nyctophily Coffee Semarang

Tak hanya visi, diperlukan pula misi bagi perusahaan yang menjadi alat untuk mencapai apa yang menjadi visi bagi perusahaan tersebut. Berikut merupakan misi dari Nyctophily Coffee Semarang :

1. Memberikan informasi yang berkelanjutan mengenai kopi
2. Menciptakan suasana yang hangat dan menyenangkan kepada pelanggan agar terasa seperti di rumah
3. Menjadi pusat komunitas atau organisasi lokal

2.3 Nilai-Nilai Nyctophily Coffe Semarang

Nilai perusahaan menjadi keyakinan prinsip, dan standar yang menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Nilai-nilai ini mencerminkan budaya kerja, perilaku, dan tujuan perusahaan, serta memberikan panduan bagi karyawan dalam bertindak dan membuat keputusan. Nyctophily Coffee Semarang turut menerapkan nilai-nilai dalam menjalankan operasionalnya, seperti :

1. *Honesty, Humility & Empathy*

Honestly atau kejujuran bermaksud pada Nyctophily Coffee bertindak jujur dalam semua komunikasinya, termasuk pelanggan, mitra bisnis, dan karyawan. Humility atau kerendahan hati menjadikan Nyctophily Coffee berusaha sikap rendah hati di mana semua orang terbuka untuk belajar, menerima kritik, dan mengakui apa yang telah mereka lakukan. Sedangkan, empathy menjadikan Nyctophily Coffee untuk memahami perspektif dan kebutuhan pelanggan, karyawan, atau komunitas, sehingga keputusan yang diambil mencerminkan kepedulian.

2. *Contribute Positively*

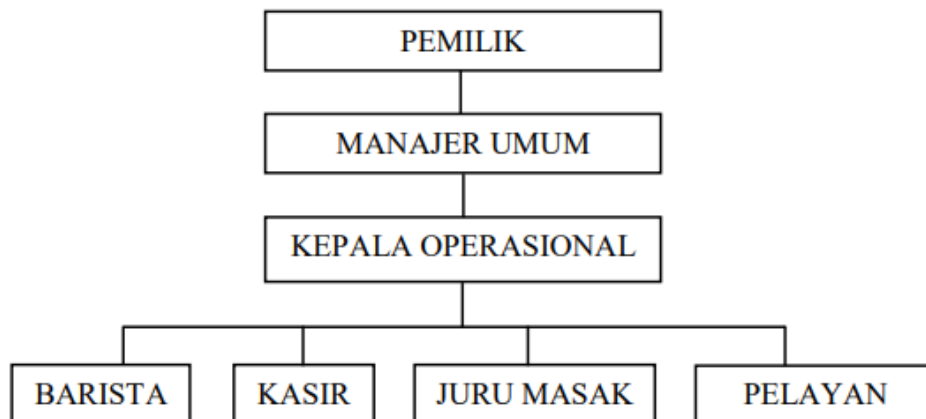
Nyctophily Coffee berfokus memberi kontribusi yang menguntungkan bagi masyarakat, komunitas, lingkungan, dan semua orang yang terlibat dalam bisnis. Karyawan didorong dengan perspektif ini untuk tidak hanya bekerja untuk kesuksesan bisnis tetapi juga mempertimbangkan bagaimana tindakan mereka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. *Everyone Deserves Good Coffee*

Nyctophily fokus pada menyediakan kopi yang terjangkau, berkualitas tinggi, dan diproduksi secara beretika untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan, berdasarkan filosofi inklusivitas, di mana perusahaan percaya bahwa setiap orang layak menikmati kopi berkualitas, tanpa memandang latar belakang atau status ekonomi.

2.4 Struktur Organisasi Nyctophily Coffee Semarang

Struktur organisasi merupakan representasi grafis dari distribusi tugas dan peran karyawan sesuai dengan posisinya. Struktur organisasi perusahaan umumnya direpresentasikan dalam bentuk bagan organisasi atau garis hirarki.



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Nyctophily Coffee Semarang

Sumber : Nyctophily Coffee Semarang

Berdasarkan bagan dalam Gambar 2.1 setiap peran mencakup serangkaian tugas dan tanggung jawab berbeda. Berikut uraian deskripsi tugas dalam Nyctophily Coffee:

1. Pemilik

Pemilik Nyctophily Coffee Semarang bertugas dan bertanggungjawab dalam keberjalanan bisnisnya, seperti penentuan visi, misi, dan strategi bisnis. Selain itu, pemilik juga bertanggungjawab untuk membuat keputusan terkait pemasaran dan operasional , menjaga hubungan baik dengan pemasok, mitra bisnis, dan pelanggan, serta memastikan Nyctophily Coffee beroperasi sesuai dengan nilai-nilai yang diterapkan sehingga bisa meghasilkan keberlanjutan usaha.

2. Manajer umum

Manajer umum bertugas mengawasi kegiatan operasional Nyctophily Coffee Semarang dalam kesehariannya, termasuk dalam mengelola tim kerja yang terdiri dari barista, kasir, juru masak, dan pelayan, serta memastikan kualitas produk dan layanan yang diberikan sehingga kepuasan pelanggan bisa terjamin. Manajer umum juga bertugas untuk menyusun laporan kinerja Nyctophily untuk dapat dilaporkan kepada pemilik.

3. Kepala operasional

Kepala operasional memiliki tugas mengelola logistik dan stok bahan baku, termasuk melakukan inventarisasi secara berkala. Selain itu, kepala operasional bertugas untuk mengatur jadwal kerja dan shift bagi barista, kasir, juru masak, dan pelayan agar operasional dapat berjalan lancar.

4. Barista

Barista Nyctophily Coffee Semarang bertugas untuk menyajikan minuman yang dipesan oleh pelanggan sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Tak hanya itu, barista bertanggungjawab pula untuk melayani pelanggan dengan ramah dengan menjelaskan menu dan memberikan rekomendasi.

5. Kasir

Tugas utama dari kasir Nyctophily Coffee Semarang adalah menerima pesanan dan pembayaran dari pelanggan dengan mengoperasikan mesin kasir secara akurat agar tidak terjadi kesalahan pemesanan, pun jika terjadi maka kasir yang bertanggungjawab atas keluhan tersebut. Mencatat transaksi harian juga turut menjadi tugas dari kasir yang nantinya laporan keuangan tersebut akan diberikan kepada manajer.

6. Juru masak

Juru masak bertugas untuk menyiapkan makanan sesuai dengan pesanan pelanggan sesuai dengan standar yang ditetapkan,. Juru masak perlu berkerja sama dengan kasir dan pelayan untuk memastikan pesanan disajikan secara akurat dan tepat waktu.

7. Pelayan

Dalam hal ini, pelayan memiliki tugas untuk melayani pelanggan dengan mengantar pesanan ke meja pelanggan dengan mengedepankan keramahan. Setelahnya, pelayan bertugas membersihkan meja setelah pelanggan selesai, sehingga tetap terjaga kebersihannya. Pelayan-pun turut membantu kasir ketikan keadaan Nyctophily Cofee sedang ramai.

2.5 Menu Nyctophily Coffee Semarang

Nyctophily Coffee Semarang memiliki berbagai variasi menu menu mulai dari coffee, non-coffee, hingga snack untuk melengkapi hidangan. Adapun menu yang disediakan Nyctophily Coffee Semarang dikategorikan sebagai berikut :

a. Classic

Menu classic ini menyediakan minuman dengan berbahan dasar kopi seperti layaknya menu kopi pada biasanya. Kopi dengan kategori classic ini meliputi:

1. Espresso
2. Americano
4. Cappuccino
5. Latte
6. Flavoured Latte
7. Magic

8. Mocha
9. Vietnam Drip
10. Affogato

b. Filter Coffee

Pada pilihan filter coffee ini, Nyctophily Coffee menyediakan pilihan kopi dengan biji-biji kopi tertentu. Adapun menu pada kategori filter coffee ini adalah :

1. Beans 1
2. Beans 2
3. Beans 3
4. Special Beans

c. By Nycto

Menu by nycto merupakan menu pilihan khas yang menjadi signature dari Nyctophily Coffee. Menu-menu ini menjadi andalan karena menggunakan resep tersendiri dari Nyctophily Coffe. Menu by nycto tersebut,diantaranya :

1. Es kopi susu Nycto
2. Es Kopi Susu Aren
3. Es Kopi Caramel
4. Spanish Latte
5. Biscoff Latte

d. Non Coffee

Selain menghadirkan menu-menu dengan berbahan dasar kopi, Nyctophily Coffee juga menghadirkan alternative pilihan menu bagi pelanggan yang tidak menyukai kopi. Menu Non Cofffee tersebut adalah :

1. Chocolate
2. Matcha
3. Sakura Matcha
4. Matcha Espresso
5. Red Velvet
6. Babychinno
7. Regalized
8. Lemon Squash
9. Artisan Tea (Black / Lemon/ Earl Grey /Peppermint / Chamomile)
10. Mineral Water

e. Mocktail

Nyctophily Coffee turut menghadirkan pilihan mocktail pada menunya untuk pelanggan yang lebih menyukai minuman berbahan dasar soda untuk menciptakan rasa yang segar. Pilihan mocktail yang tersedia diantaranya :

1. Mango Yakult
2. Sweet Sunrise
3. Melon Mojito
4. Spro J
5. Lychee Aerocano

f. Snack

Nyctophily Coffee menyediakan pilihan snack untuk menemani pelanggan dalam menikmati kopinya selama di Nyctophily Coffee. Terdapat beraneka ragam pilihan snack, seperti :

1. French Fries
2. Nycto's Platter
3. Cheesy Cassava
4. Banana Fritter
5. Mendoan
6. Chicken Popcorn

2.6 Fasilitas Nyctophily Coffee Semarang

Fasilitas merujuk pada seluruh perlengkapan fisik yang disediakan oleh perusahaan untuk mendukung kenyamanan pelanggan. Nyctophily Coffee Semarang memberikan fasilitas yang baik guna menciptakan kesan baik sehingga tercipta pula kepuasan bagi para pelanggannya. Adapun beberapa fasilitas yang disediakan oleh Nyctophily Coffee Semarang adalah :

1. Area Tempat Duduk yang Nyaman : Nyctophily Coffee Semarang menyediakan beragam tempat duduk bagi pelanggannya mulai dari indoor sampai outdoor dan terjaga kebersihannya.
2. Wi-Fi : Nyctophily menyediakan 3 wifi yang dapat digunakan oleh pelanggannya untuk keperluan belajar dan bekerja dengan akses internet.
3. Stop Kontak : stop kontak menjadi salah satu hal krusial yang dibutuhkan oleh pelanggan yang datang dengan tujuan untuk belajar dan bekerja. Nyctophily menyediakan stop kontak di setiap meja, bahkan untuk area outdoor sekalipun.
4. Musik : Nyctophily Coffee menyediakan musik dengan volume yang sesuai untuk menciptakan suasana santai dan mendukung kenyamanan dengan *playlist* kegemaran anak muda.

5. Toilet : Nyctophily menyediakan toilet bagi keperluan pelanggannya dengan terus mengutamakan kebersihan.
6. Mushola : Mushola disediakan bagi pelanggan yang beragama Islam untuk dapat menunaikan sholat ketika mereka masih berada di Nyctophily Coffee
7. Ruang Meeting : Nyctophily Coffee menyediakan ruangan VIP yang diperuntukan bagi pelanggan yang ingin melakukan diskusi dan rapat khusus.
8. Parkir : terdapat beberapa spot parkir yang disediakan oleh Nyctophily bagi para pelanggan yang mengendari mobil atau motor.

2.7 Identitas Responden

Identitas responden digunakan untuk memahami informasi terkait latar belakang dari responden pada penelitian ini. Identitas tersebut dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, dan frekuensi kunjungan. Adapun responden pada penelitian ini adalah individu dengan usia 17 tahun ke atas yang pernah melakukan pembelian secara langsung di Nyctophily Coffee Semarang dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 96 responden untuk menjadi sampel dalam penelitian.

2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Informasi data responden berlandaskan jenis kelamin ini digunakan untuk mengetahui rasio pengunjung laki-laki dan perempuan di Nyctophily Coffee Semarang. Perbandingan responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 2. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-Laki	39 orang	40,63%
2.	Perempuan	57 orang	59,38%
	Total	96 orang	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan data pada Tabel 2.1, diketahui responden yang melakukan pembelian secara offline pada Nyctophily Coffee Semarang sebanyak 39 orang atau 40,63% berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 57 orang atau setara dengan 59,38% berjenis kelamin perempuan.

2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Faktor usia memiliki keterkaitan dengan tingkat kesiapan seseorang untuk menjawab pertanyaan kuesioner. Data responden berdasarkan rentang usia ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 2. 2 Identitas Responden Berdasarkan Rentang Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	17-19 tahun	36 orang	37,50%
2.	20-22 tahun	47 orang	48,96%
3.	23-25 tahun	13 orang	13,54%
	Total	96 orang	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan informasi yang terdapat pada Tabel 2.2, responden yang melakukan pembelian pada Nyctophily Coffee Semarang berada pada rentang usia 20-22 tahun sebanyak 47 orang (48,96%). Selanjutnya terdapat responden dengan rentang usia 17-19 tahun sebanyak 36 orang (37,50%), dan rentang usia 23-25 tahun hanya terdapat 13 orang (13,54%).

2.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan yang diterima seseorang dapat memengaruhi cara mereka berpikir dan membuat pilihan, yang dapat memberikan gambaran atau perspektif

secara tidak langsung tentang sikap dan perilaku mereka. Berikut uraian identitas responden berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh :

Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	SMP	8 orang	8,33%
2.	SMA / SMK	76 orang	79,17%
3.	Diploma	1 orang	1,04%
4.	S1	11 orang	11,46%
	Total	96 orang	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Tabel 2.3 menampilkan hasil mengenai identitas responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, dimana responden telah menempuh SMA dengan komposisi sebanyak 76 orang (79,17%). Data tersebut disusul dengan tingkat S1 sebanyak 11 orang (11,46%), SMP sebanyak 8 orang (8,33%), dan hanya 1 orang (1,04%) responden yang telah menempuh pendidikan diploma.

2.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan seseorang dapat berdampak pada banyak hal, seperti gaya hidup dan kondisi finansial. Tujuan mengumpulkan data pekerjaan responden mengetahui pengaruhnya pada keputusan mereka untuk melakukan pembelian pada *coffee shop* tertentu. Komposisi jenis pekerjaan responden pada penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	Pelajar / Mahasiswa	84 orang	87,50%
2.	Pegawai Swasta / BUMN	5 orang	5,21%
3.	Wiraswasta	6 orang	6,25%
4.	Lainnya	1 orang	1,04%
	Total	96 orang	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Tabel 2.4 menampilkan hasil mengenai identitas responden berdasarkan jenis pekerjaannya. Dapat dilihat bahwa sebanyak 87,50% responden merupakan pelajar / mahasiswa. Di sisi lain, hanya terdapat 6,25% bekerja sebagai wiraswasta, 5,21% sebagai karyawan swasta / BUMN, dan 1% memiliki jenis pekerjaan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pasar dari Nyctophily Coffee Semarang adalah bagi para pelajar, mahasiswa, dan pekerja untuk mengerjakan tugas, rapat, mengerjakan pekerjaan, atau hanya sebatas berkumpul biasa.

2.7.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

Identitas responden sesuai pendapatan per bulan adalah data yang dikumpulkan berdasarkan tingkat pendapatan orang yang bekerja dan jumlah uang saku yang diterima oleh pelajar / mahasiswa. Besarnya jumlah pendapatan dapat mempengaruhi kondisi ekonomi serta gaya hidup yang mereka terapkan.

Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< Rp 500.000	24 orang	25,00%
2.	Rp 500.000 - < Rp 1.000.000	27 orang	28,13%
3.	Rp 1.000.000 - <Rp 3.000.000	28 orang	29,17%
4.	Rp 3.000.000 - < Rp 5.000.000	14 orang	14,58%
5.	≥ Rp 5.000.000	3 orang	3,13%
Total		96 orang	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.5, terlihat terdapat 28 orang (29,17%) memiliki penghasilan sebesar Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000, disusul dengan selisih 1 orang, penghasilan sebesar Rp 500.000 – Rp 1.000.000 diperoleh oleh 27 orang. Selanjutnya, sebanyak 24 orang berpenghasilan < Rp 500.000, 14 orang berpenghasilan RP 3.000.000 - ,Rp 5.000.000, dan hanya terdapat 3 orang yang berpenghasilan ≥ Rp 5.000.000.