

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PROFIL RESPONDEN

2.1 Sejarah Punkalan Coffee

Punkalan *Coffee* yang kini dikenal juga sebagai Punk's House *Coffee*, berawal dari sebuah tempat yang menjual atau menyediakan minuman kopi saset dan kopi olahan pada tahun 2019. Tempat ini didirikan dengan tujuan utama menyediakan ruang bagi teman-teman kuliah pemilik Punkalan *Coffee* terutama untuk Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) yang diikuti oleh pemilik untuk melakukan rapat dan berkembang bersama. Kemudian berkembang menjadi suatu *Coffee shop* atau kedai kecil dari 2019 dan berkembang hingga saat ini. Sebelum menjadi *coffee shop* atau kedai kopi, sejak tahun 2006 lokasi ini juga dikenal sebagai tempat rental *playstation* dan band yang dimiliki oleh kerabat dari pemilik Punkalan *Coffee* sehingga menjadi pusat aktivitas kreatif dan hiburan di lingkungan lokal. Hingga pada tahun 2022 rental *playstation* sudah tidak beroperasi dan rental band masih beroperasi hingga saat ini dan dikelola oleh pemilik Punkalan *Coffee*.

Usaha ini merupakan UMKM berskala lokal yang fokus bergerak di industri kopi, namun tetap terbuka untuk inovasi produk lain. Seiring berjalannya waktu, Punkalan *Coffee* berkembang menjadi kedai kopi kecil yang tidak hanya menyajikan kopi, tetapi juga menjadi tempat berkumpul berbagai komunitas. Punkalan *Coffee* memiliki visi membuka peluang kerja, terutama untuk anak-anak muda, serta memajukan industri kopi lokal agar semakin hidup dan berkembang. Sedangkan misi mengembangkan industri kopi dari lokal ke tingkat global, membuka cabang di berbagai tempat, serta memperluas relasi dan jaringan. Langkah awal yang dilakukan adalah memperkuat tim internal sebelum melakukan ekspansi eksternal. ragam produk dan layanan Punkalan *Coffee* tidak hanya menawarkan kopi, tetapi juga minuman non-kopi seperti mocktail dari buah

dan bahan herbal, serta aneka makanan dan snack. Produk unggulan Punkalan *Coffee* antara lain kopi susu Monstera Caramel dan Agglonema (base kopi susu) yang mulai dikenal sejak 2020, serta makanan homemade seperti risol mayo dan sosis solo. Fasilitas tambahan yang di sajikan Punkalan *Coffee* seperti Wi-Fi, ruang ber-AC, stop kontak, toilet, dan rental band atau studio musik disediakan untuk kenyamanan pelanggan.

Berlokasi di tengah kota Purwokerto (PWT), Punkalan *Coffee* menyasar masyarakat lokal secara umum. Punkalan *Coffee* tidak membatasi target pasar hanya pada anak muda, mahasiswa, atau keluarga, melainkan mencakup semua segmen pasar yang ingin menikmati suasana nyaman dan produk berkualitas. Punkalan *Coffee* menjalankan Struktur organisasi secara simpleks dengan tingkatan mulai dari owner sebagai manajer, Barista, front liner, kasir dan kitchen staf. Strategi pemasaran lebih mengandalkan event kolektif, serta kolaborasi dengan komunitas lokal seperti *Standup Comedy*, lokal band, pop-up market, dan juga komunitas sport seperti banyumas runner, BMX dan skate. Promo yang diberikan sangat terbatas, hanya ada promo *golden hours* setiap hari pukul 15.00-17.00 khusus *cappucino* dan *Coffee latte*.

Keunggulan Punkalan *Coffee* terletak pada lokasinya yang strategis namun tetap tenang karena berada di dalam gang, suasana rindang dengan banyak tanaman serta harga yang relatif terjangkau. Faktor internal seperti kedisiplinan tim dan SOP operasional menjadi kekuatan utama, sementara tantangan eksternal muncul dari banyaknya *Coffee shop* besar yang mulai masuk ke Purwokerto. Selama empat tahun terakhir Punkalan *Coffee* aktif bermitra dengan vendor dan menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kegiatan sosial yang dilakukan antara lain mendukung konsumsi untuk kerja bakti RT, kontribusi dana sosial keamanan dan kebersihan, serta menyediakan buka puasa bersama untuk masjid terdekat saat Ramadhan.

2.2 Profil Responden

Profil responden disajikan untuk mengetahui kondisi serta latar belakang partisipan sebagai sampel dalam penelitian. Data diri partisipan akan diuraikan dengan cara dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia responden, jenis pekerjaan, dan pengeluaran rutin bulanan. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 96 responden. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, diperoleh profil diri responden sebagai berikut:

2.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Jumlah kunjungan menunjukkan seberapa sering pelanggan datang atau berkunjung ke suatu lokasi bisnis, seperti toko fisik, outlet, atau tempat layanan lainnya dalam periode waktu tertentu. Berdasarkan total responden, kategori jumlah kunjungan (2 kali dalam 3 bulan terakhir) terbagi menjadi seperti tabel 2.1.

Tabel 2.1 Jumlah Kunjungan

No	Jumlah Kunjungan	Frekuensi	Persentase
1	2 kali	5	5.2
2	3 kali	31	32.3
3	4 kali	23	24.0
4	5 kali	25	26.0
5	6 kali	10	10.4
6	7 kali	2	2.1
Total		96	100.00

Sumber: Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.1 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan di Punkalan *Coffee* terbanyak berada pada jumlah kunjungan 5 kali. Hal ini menunjukkan bahwa responden cukup sering berkunjung ke Punkalan *Coffee*.

2.2.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan adalah kategori atau klasifikasi pekerjaan yang dimiliki oleh individu yang menjadi responden dalam penelitian. Kategori ini digunakan untuk mendeskripsikan latar belakang pekerjaan responden sebagai bagian dari profil demografis.

Berdasarkan total responden, kategori jenis pekerjaan responden terbagi menjadi seperti tabel 2.2.

Tabel 2.2 Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajaran/Mahasiswa	30	31.0
2	Wiraswasta/Pengusaha	14	14.6
3	PNS	7	7.3
4	Karyawan Swasta	42	43.8
5	Lainnya	3	3.1
Total		96	100.00

Sumber: Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.2 dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan di Punkalan *Coffee* terbanyak berada pada kategori karyawan swasta dengan frekuensi 42. Hal ini menunjukkan bahwa responden mayoritas pengunjung yang datang ke Punkalan *Coffee* adalah individu yang bekerja sebagai karyawan di sektor swasta.

2.2.3 Profil Responden Berdasarkan Usia Responden

Usia responden dalam penelitian adalah variabel demografis yang menunjukkan rentang umur. Usia ini digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik kelompok umur responden. Berdasarkan total responden, kategori usia responden terbagi menjadi seperti tabel 2.3.

Tabel 2.3 Usia Responden

No	Usia Responden	Usia menurut BPS	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	>17 tahun – 25 tahun	15th-19th	Remaja	70	72.9
2	> 25 tahun	>20	Dewasa	26	27.1
3					
Total				96	100.00

Sumber: Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.3 dapat dilihat bahwa usia responden di Punkalan *Coffee* terbanyak berada pada kategori >17 tahun sampai 25 tahun dengan frekuensi 70. Hal ini menunjukkan bahwa

responden mayoritas kelompok usia muda yang datang ke Punkalan *Coffee*.

2.2.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah salah satu variabel demografis dasar yang digunakan dalam profil responden penelitian untuk mengidentifikasi kategori laki-laki dan perempuan. Berdasarkan total responden, kategori jenis kelamin terbagi menjadi seperti tabel 2.4.

Tabel 2.4 Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	42	43.8
2	Perempuan	54	56.3
Total		96	100.00

Sumber: Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.4 dapat dilihat bahwa kategori perempuan mayoritas berkunjung di Punkalan *Coffee* dengan frekuensi 54. Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan yang sering datang ke Punkalan *Coffee*.

2.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Rutin Bulanan

Pengeluaran rutin bulanan jumlah atau besaran biaya yang secara konsisten dikeluarkan oleh individu untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dalam jangka waktu tertentu, biasanya setiap bulan. Berdasarkan total responden, kategori pengeluaran rutin bulanan terbagi menjadi seperti tabel 2.5

Tabel 2.5 Pengeluaran Rutin Bulanan

No	Pengeluaran Rutin	Pendapatan menurut BPS	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	<1juta	<1,5juta	Rendah	17	17.7
2	>1juta - 2juta	1,5juta-2,5juta	Sedang	49	51.0
3	>2juta - 3juta	2,5juta-3,5juta	Tinggi	19	19.8
4	>3juta	>3,5juta	Sangat Tinggi	11	11.5
Total				96	100.00

Sumber: Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.5 dapat dilihat bahwa pengeluaran rutin bulanan terbanyak berada pada kategori pengeluaran >1 juta sampai 2 juta dengan frekuensi 49.