

BAB II

GAMBARAN UMUM *CAFE* LEVURE BAKEHOUSE PANDANARAN

2.1 Gambaran Umum

Levure Bakehouse merupakan usaha di bidang kuliner yang bergerak sebagai *bakery cafe* yang berlokasi di Jl. Pandanaran 2 No.2A, Kota Semarang, dengan posisi yang strategis karena berada di kawasan GOR Tri Lomba Juang. Lokasi tersebut merupakan salah satu area dengan aktivitas masyarakat yang cukup tinggi, sehingga mendukung visibilitas dan aksesibilitas konsumen terhadap Levure Bakehouse Pandanaran Semarang.

Levure Bakehouse didirikan dan dikelola oleh Bernardia Monica Santoso, B.Com., yang mulai beroperasi pertama kali pada April 2021. Menariknya, pemilik Levure Bakehouse ini tidak memiliki latar belakang pendidikan formal di bidang kuliner sama sekali, melainkan seorang lulusan sarjana akuntansi. Berawal dari kegiatan *homebaking*, di mana pemilik mempelajari teknik pembuatan *pastry* secara otodidak melalui buku resep dan praktik langsung kemudian mulai memasarkan produk *pastry* yang ia produksi sendiri melalui sistem *pre-order* kepada orang-orang di lingkungan sekitarnya. Seiring dengan terus meningkatnya minat dan permintaan pasar, usaha tersebut berkembang dan membentuk identitas merek dengan nama Levure Bakehouse yang beroperasi secara komersial sebagai *bakery cafe* di pusat Kota Semarang.

Dalam operasionalnya, Levure Bakehouse memposisikan diri sebagai *cafe* yang menyajikan beragam produk *pastry* dengan fokus utama pada *croissant*, *cromboloni*, dan produk *bakery* lain yang mengadopsi gaya *pastry* Eropa. Selain

aspek produk, Levure Bakehouse juga memperhatikan konsep ruang dan kenyamanan pengunjung. Bangunan *cafe* Levure Bakehouse dirancang dengan konsep fasad yang sederhana namun *modern*, dengan perpaduan elemen desain yang bersih dan penggunaan warna-warna hangat. Konsep pencahayaan yang sederhana digunakan untuk menonjolkan elemen desain dan menciptakan suasana yang nyaman.

Dengan karakteristik yang telah diuraikan, Levure Bakehouse tidak hanya berfungsi sebagai tempat menjual produk *pastry*, tetapi juga sebagai ruang konsumsi dan interaksi sosial. Perjalanan usaha yang dimulai dari skala rumahan hingga berkembang menjadi *brand bakery cafe* menjadikan Levure Bakehouse relevan sebagai objek penelitian, khususnya dalam kajian perilaku konsumen pada sektor usaha *cafe*.

2.2 Visi dan Misi Levure Bakehouse

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Levure Bakehouse memiliki arah dan tujuan yang menjadi landasan dalam pengelolaan usaha serta pengambilan keputusan operasional. Arah dan tujuan tersebut tercermin dalam visi dan misi usaha yang berfungsi sebagai pedoman untuk menjaga konsistensi kualitas produk, pelayanan, serta pengalaman yang diberikan kepada konsumen.

Visi

Menjadi *bakery café* yang dikenal melalui penyajian produk berkualitas dengan cita rasa yang konsisten serta menghadirkan pengalaman konsumsi yang nyaman bagi konsumen.

Misi

1. Menyajikan beragam produk *pastry* dan *bakery* dengan memperhatikan kualitas bahan serta proses pengolahan secara konsisten.
2. Mengembangkan produk *pastry* dan *bakery* yang memiliki ciri khas dan mampu memenuhi preferensi konsumen.
3. Menciptakan suasana *cafe* yang nyaman melalui penataan ruang dan desain interior yang mendukung pengalaman konsumsi yang nyaman.
4. Mengelola usaha secara berkelanjutan dengan mengutamakan pembelajaran, inovasi, dan selalu beradaptasi terhadap kebutuhan pasar.

2.3 Logo Levure Bakehouse

Logo merupakan elemen visual yang digunakan sebagai identitas suatu usaha untuk merepresentasikan citra dan karakter yang dimiliki. Melalui logo, sebuah *brand* dapat mengomunikasikan nilai, konsep, serta keunikan yang membedakannya dari usaha lain yang sejenis. Oleh karena itu, logo memiliki peran penting dalam membantu konsumen mengenal serta membentuk persepsi terhadap usaha tersebut.



Gambar 2.1 Logo Levure Bakehouse

Sumber : Instagram resmi Levure Bakehouse (@levure.bakehouse), 2021

Logo Levure Bakehouse menggunakan bentuk *logotype* dengan nama merek Levure sebagai unsur visual utama. Nama Levure berasal dari bahasa Prancis yang berarti ragi, yaitu salah satu bahan pokok dalam pembuatan roti dan *pastry*. Pemilihan nama tersebut mencerminkan dasar dari kegiatan usaha Levure Bakehouse yang berfokus pada proses pengolahan produk *bakery*, serta menekankan pentingnya ketelitian dan konsistensi dalam menghasilkan produk.

Dari segi visual, logo Levure Bakehouse menggunakan tipografi bergaya tulisan tangan yang mengalir dan saling terhubung. Penggunaan tipografi ini bertujuan untuk memberikan kesan personal dan hangat, sekaligus merepresentasikan karakter *handmade* yang selaras dengan latar belakang usaha Levure Bakehouse yang berawal dari *homebaking*. Selain itu warna keemasan yang digunakan pada logo memberikan kesan elegan dan hangat, serta merepresentasikan warna alami produk *bakery* dari hasil proses pemanggangan.

Secara keseluruhan, logo Levure Bakehouse dirancang untuk menggambarkan identitas usaha yang mengutamakan kualitas produk, ketelitian dalam proses pembuatan, serta penciptaan pengalaman konsumsi yang nyaman bagi konsumen. Logo tersebut berperan penting dalam membangun citra merek dan memperkuat pengenalan merek Levure Bakehouse di benak konsumen.

2.4 Produk Levure Bakehouse

Levure Bakehouse menawarkan berbagai jenis produk makanan dan minuman yang disajikan dalam konsep *bakery and cafe*. Meskipun demikian, produk utama yang ditawarkan dan menjadi fokus Levure Bakehouse adalah *pastry*, yang menjadi identitas sekaligus daya tarik utama mereka. Selain *pastry*, Levure Bakehouse juga

menawarkan menu makanan berat (*main course*) serta minuman sebagai pelengkap untuk mendukung pengalaman konsumsi pelanggan mereka. Berikut merupakan produk yang ditawarkan oleh Levure Bakehouse :

a. *Bakery & Pastry*

- *Kouign amann*
- *Pain au Chocolat*
- *Almond Croissant*
- *Butter Croissant*
- *Piscok Croissant*
- *Strawberry Danish*
- *Croissant Bread Pudding*
- *Pain Suisse*
- *Triple Cheese Croissant*
- *Sausage Boat Croissant*
- *Chicken Floss Croissant*
- *Creme Brulee*
- *Cranberry Cheese Sourdough*
- *Double Choco Sourdough*

b. *Main Course*

- *Pasta Carbonara*
- *Pasta Aglio Olio*
- *Cheese Spinach Chicken Roll*
- *Salmon Beurreblanc*
- *Balinese Fried Rice*
- *Javanese Fried Rice*
- *Tuna Blanket*
- *Chicken Pollo Pesto*

c. *Beveages*

- *Es Kopi Susu*
- *Cafe Latte*
- *Mont Blanc*
- *Butterscotch coffee*
- *Ice Lemon Tea*
- *Ice Lychee Tea*
- *Matcha Yuzu*
- *Not so Matcha*

2.5 Identitas Responden

Identitas responden merupakan gambaran karakteristik individu yang menjadi subjek dalam penelitian. Responden pada penelitian ini akan dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan pendapatan rata-rata per bulan. Penelitian ini melibatkan sebanyak 100 responden yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di *cafe* Levure Bakehouse Pandanaran minimal satu kali, berusia minimal 17 tahun, dan sering melihat ulasan *online* di Google Review, Instagram, dan TikTok.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form* secara langsung kepada konsumen *cafe* Levure Bakehouse Pandanaran. Proses pengumpulan data dilakukan selama dua minggu pada bulan Februari 2026. Berdasarkan data yang telah diperoleh dari responden, berikut adalah penjelasan lebih lanjut.

2.5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu karakteristik demografis yang digunakan untuk menggambarkan profil konsumen dalam penelitian ini. Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin dilakukan untuk mengetahui distribusi konsumen Levure Bakehouse Pandanaran antara perempuan dan laki-laki, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai segmen konsumen yang mendominasi. Berikut data identitas responden konsumen di *cafe* Levure Bakehouse Pandanaran berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Perempuan	82	82
2.	Laki-laki	18	18
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 100 responden, diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 82 orang (82%). Sementara itu, responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 18 orang (18%).

2.5.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan salah satu karakteristik demografis yang penting dalam menggambarkan profil konsumen karena dapat mempengaruhi preferensi, pola konsumsi, serta keputusan pembelian. Usia responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah responden dengan usia minimal 17 tahun. Pengelompokan responden berdasarkan usia dilakukan untuk mengetahui rentang usia konsumen yang mendominasi di Levure Bakehouse Pandanaran.

Tabel 2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	17 - 20 tahun	13	13
2.	21 - 25 tahun	79	79
3.	26 - 30 tahun	5	5
4.	> 30 tahun	3	3
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 100 responden, mayoritas responden berada pada rentang usia 21-25 tahun, yaitu sebanyak 79 orang (79%). Selanjutnya responden berusia 17-20 tahun berjumlah 13 orang (13%). Responden dengan rentang usia 26-30 tahun tercatat sebanyak 5 orang (5%), sedangkan responden dengan usia di atas 30 tahun berjumlah 3 orang (3%).

2.5.3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

Domisili responden merupakan salah satu karakteristik yang digunakan untuk mengetahui sebaran wilayah tempat tinggal konsumen Levure Bakehouse Pandanaran. Informasi mengenai domisili penting untuk menggambarkan jangkauan pasar serta mengetahui apakah konsumen didominasi oleh masyarakat sekitar lokasi usaha atau berasal dari wilayah lain.

Tabel 2.3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

No.	Domisili	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Semarang Utara	9	9
2.	Semarang Selatan	28	28
3.	Semarang Tengah	11	11
4.	Semarang Barat	21	21
5.	Semarang Timur	15	15
6.	Luar Kota Semarang	16	16
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 100 responden, sebagian besar responden berdomisili di Semarang Selatan yaitu sebanyak 28 orang (28%). Selanjutnya, responden yang berdomisili di Semarang Barat berjumlah 21 orang (21%), diikuti oleh responden dari luar Kota Semarang sebanyak 16 orang (16%). Responden yang berdomisili di Semarang Timur tercatat sebanyak 15 orang (15%),

Semarang Tengah sebanyak 11 orang (11%), dan bagian Semarang Utara sebanyak 9 orang (9%).

2.5.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu karakteristik demografis yang memberikan gambaran terkait latar belakang sosial dan ekonomi responden. Pengelompokan berdasarkan pekerjaan dilakukan untuk mengetahui segmen pekerjaan yang mendominasi konsumen di Levure Bakehouse Pandanaran.

Tabel 2.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	74	74
2.	Karyawan Swasta	21	21
3.	Wirausaha	4	4
4.	Lainnya	1	1
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 100 responden, mayoritas responden berstatus sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 74 orang (74%). Selanjutnya, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta berjumlah 21 orang (21%). Responden yang berprofesi sebagai wirausaha tercatat sebanyak 4 orang (4%), sedangkan yang terendah adalah responden yang memiliki pekerjaan lainnya yaitu sebagai *job seeker* yang berjumlah 1 orang (1%).

2.5.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir merupakan salah satu indikator yang bisa menggambarkan latar belakang akademik responden serta tingkat pemahaman dalam menilai suatu produk dan layanan. Pengelompokan responden berdasarkan

pendidikan terakhir dilakukan untuk mengetahui dominasi tingkat pendidikan konsumen Levure Bakehouse Pandanaran.

Tabel 2.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SMA/SMK/MA	69	69
2.	Diploma	4	4
3.	Sarjana	26	26
4.	Pascasarjana	1	1
Total		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 100 responden, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK/MA yaitu sebanyak 69 orang (69%). Responden dengan tingkat pendidikan Sarjana berjumlah 26 orang (26%). Selanjutnya, responden dengan pendidikan Diploma tercatat sebanyak 4 orang (4%), sedangkan responden dengan pendidikan terakhir Pascasarjana berjumlah 1 orang (1%).

2.5.6 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan rata-rata per bulan merupakan karakteristik ekonomi yang memberikan gambaran mengenai daya beli responden. Pengelompokan berdasarkan tingkat pendapatan dilakukan untuk mengetahui kemampuan finansial konsumen dalam melakukan pembelian produk di Levure Bakehouse Pandanaran.

Tabel 2.6 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	\leq Rp 2.000.000	60	60
2.	$>$ Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	19	19
3.	$>$ Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000	13	13
4.	$>$ Rp 6.000.000	8	8
Total		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data, sebagian besar responden memiliki pendapatan rata-rata per bulan di rentang \leq Rp 2.000.000 yaitu sebanyak 60 orang (60%). Responden dengan pendapatan $>$ Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000 berjumlah 19 orang (19%), sedangkan responden dengan pendapatan $>$ Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000 tercatat sebanyak 13 orang (13%). Adapun responden dengan pendapatan di atas Rp 6.000.000 berjumlah 8 orang (8%).