

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM J.CO DONUTS & COFFEE JAVA SUPERMALL DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN**

Pada uraian bab II berikut ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum J.Co Donuts & Coffee Java Supermall yang meliputi sejarah singkat berdirinya perusahaan, visi dan misi perusahaan, budaya perusahaan, logo perusahaan, struktur organisasi perusahaan, *job description*, bidang usaha, serta karakteristik responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini.

#### **2.1 Sejarah Singkat J.Co Donuts & Coffee**

J.Co Donuts & Coffee adalah perusahaan kuliner yang bergerak di bidang camilan dengan mengkhususkan diri pada penjualan donat, *frozen yogurt*, dan minuman kopi. Perusahaan ini didirikan sekaligus dimiliki oleh salah seorang pengusaha salon asli Indonesia yaitu Johnny Andean Group pada tahun 2005.

Berdirinya J.Co Donuts & Coffee ini terinspirasi dari donat di Amerika Serikat ketika Johnny melakukan perjalanan bisnis ke sana. Ketika sedang melakukan perjalanan bisnisnya, pada suatu waktu Johnny berkesempatan untuk menikmati berbagai jenis donat dengan rasa dan keunikan yang berbeda-beda. Pada awalnya Johnny berkeinginan membeli *franchise* donat AS, namun dia menemukan beberapa kelemahan produk sehingga mengurungkan niatnya, yaitu pada bahan dasar dan proses produksi yang kurang dalam hal *quality control*. Johnny yang terinspirasi ini akhirnya memutuskan untuk mengembangkan donat sendiri tanpa mendapatkan kerjasama dari donat waralaba AS ketika kembali ke Indonesia. Dia memilih untuk menghasilkan bentuk dan rasa donat yang sempurna, dengan fokus khusus pada kualitas bahan dasar dan proses produksi yang kemudian diberi merek J.Co.

Johnny mengembangkan sebuah toko donat dengan konsep, bentuk, dan rasa yang serupa dengan toko donat di Amerika Serikat. Johnny melihat sejauh ini tidak ada toko donat di Indonesia yang memiliki konsep dapur terbuka, sehingga dia mencoba memulai konsep tersebut pada J.Co dengan tujuan agar konsumen tertarik dan dapat melihat proses produksi yang bersih, aman, dan menarik dengan berbagai atraksi pembuatan donat secara langsung dari mencampur bahan sampai dengan donat siap untuk dijual.

Donat J.Co sebagian besar diproduksi menggunakan mesin-mesin, baik dari mencampurkan bahan-bahan, memasak, hingga menaburkan topping pada setiap donat. Satu-satunya tenaga manusia yang dilibatkan hanya pada saat pencetakan donat, itu pun dengan menggunakan alat bantu cetakan. Semua mesin yang digunakan sepenuhnya diimpor dari USA. Begitu juga dengan bahan-bahan dasar, lebih dari 50% diimpor dari luar negeri. Seperti minuman yang menggunakan cokelat dan susu, diimpor dari Belgia dan Selandia Baru. Sebagian kopi bubuk diimpor dari Italia dan Costa Rica. Berdasarkan semua itu, J.Co diposisikan sebagai produk bermutu premium di pasaran donat Indonesia dengan brand lokal.

Johnny membutuhkan tiga tahun untuk mempersiapkan standard an prosedur produksi, pemilihan bahan baku, memperbaiki mutu dan proses produksi, serta operasional bisnis sebelum meluncurkan J.Co Donuts & Coffee ke pasar Indonesia. J.Co Donuts & Coffee untuk pertama kalinya hadir di pasar Indonesia pada tanggal 26 Juni 2005 di Supermall Karawaci Tangerang sebagai *outlet* pertamanya. J.Co Donuts & Coffee di Indonesia dikendalikan dan dimiliki semua oleh Johnny sendiri, sedangkan toko-toko di luar negeri diwaralabakan di beberapa negara seperti Malaysia, Singapura, Filipina, Hongkong, dan Dubai.

## 2.2 Visi, Misi, dan Logo J.Co Donuts & Coffee

### 2.2.1 Visi

1. Membentuk J.Co Donuts & Coffee sebagai Internasional Premium *Donuts & Coffee Brand* terkemuka.
2. Menjadi *trend-setting lifestyle* dalam *donuts and coffee brand*.
3. Menjadi perusahaan yang tepat bagi orang-orang yang tepat dalam meraih cita-cita mereka.

### 2.2.2 Misi

1. Menyediakan kualitas premium donat dan kopi.
2. Menempatkan pelanggan sebagai prioritas.
3. Berkomitmen memberikan pelayanan terbaik dengan sungguh-sungguh.
4. Menyediakan tempat yang sempurna untuk bersantai.
5. Memperlakukan setiap orang dengan hormat dan bermanfaat.

### 2.2.3 Logo

Gambar 2.1 Logo J.Co Donuts & Coffee



Sumber : Google

Logo J.Co Donuts & Coffee menggunakan simbol burung merak pada logo mereka. Merak ini melambangkan keindahan, elegan, kelembutan, dan keabadian. Keindahan dan kelembutan tercermin dari rasa dan bentuk donat. Sementara keabadian dapat dilihat dari loyalitas konsumen yang bersedia berdiri dengan antrian panjang di toko-toko untuk mendapatkan donat dan produk J.Co Donuts & Coffee favorit mereka lainnya.

## **2.3 Skala Usaha, Perkembangan Usaha, Sistem Manajemen, dan Strategi Secara Umum**

### **2.3.1 Skala Usaha**

J.Co Donuts & Coffee menempatkan produknya sebagai produk internasional yang memiliki nilai lebih pada kualitas produknya. Menjadi salah satu leader di industri makanan adalah misi manajemen perusahaan J.Co Donuts & Coffee. Tak pelak momen puncak kejayaan J.Co Donuts & Coffee setelah lima tahun dengan melakukan ekspansi ke pasar ekspor, menjadikan perusahaan ini sebagai panutan perusahaan lain khususnya perusahaan di bidang sejenis. Hingga saat ini J.Co Donuts & Coffee sudah mempunyai 265 gerai di Indonesia, dan 15 gerai lainnya tersebar di Singapura, Malaysia, dan China.

### **2.3.2 Perkembangan Usaha**

Sejak masuk pasar pada pertengahan 2005, J.Co Donuts & Coffee langsung menjadi buah bibir masyarakat penikmat kuliner, dan mengalahkan popularitas pesaing perusahaan donat yang kuat seperti Dunkin Donuts dan membukukan pertumbuhan penjualan yang tinggi, juga mendominasi pasar industry makanan kelas premium.

Setelah melewati tahun ke lima, perusahaan melakukan banyak terobosan, hal ini dilampirkan oleh Indriana Listia, selaku Brand Manager J.Co Donuts & Coffee. Hampir setiap bulan, J.Co Donuts & Coffee menciptakan inovasi baru dengan mengeluarkan varian produk baru

yang diberi nama-nama yang menarik. Hingga saat ini, produk J.Co Donuts & Coffee diantaranya adalah J.Co Donuts, J.Coffee, J.Cool Yogurt, J.Club, J.Cronut, J.Pop, dan J.Tart, serta berbagai beverage seperti sandwich dan cookies. Semua bahan dalam produk J.Co Donuts & Coffee menggunakan bahan-bahan berkualitas premium guna menghasilkan produk terbaik untuk konsumennya.

### **2.3.3 Sistem Manajemen**

Sistem manajemen mutu yang diterapkan oleh J.Co Donuts & Coffee adalah sistem *Kaizen*, yaitu dengan peningkatan yang terus menerus dalam hal kualitas prooduk serta teknik pelayanannya dan diaplikasikan dengan meluncurkan produk baru minimal tiga bulan sekali. Penerapan sistem manajemen ini dimaksudkan agar persaingan dalam bisnis usaha ini dapat bertahan dan sekaligus menunjukkan kemampuan J.Co Donuts & Coffee secara konsisten dalam menghasilkan produk donat dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga tercapai “*customer satisfaction*”.

Sistem manajemen ini salah satunya dapat ditunjukkan dari kreativitas J.Co Donuts & Coffee dalam pemberian bentuk dan nama-nama donat dan minumannya sehingga lebih mudah diingat, serta diberi keterangan penjelasan pendek yang memberikan suatu pandangan terhadap pelanggan.

### **2.3.4 Strategi Secara Umum**

Strategi operasi perusahaan J.Co Donuts & Coffee berpendirian pada filosofi sederhana yang dibuat oleh Johnny Andrian sebagai pemilik perusahaan, yaitu apapun yang dilakukan berfokus selalu kepada pelanggan. Untuk senantiasa mengeksplorasi kebutuhan pelanggan dan mendengar respon pelanggan merupakan suatu hal yang terpenting bagi perusahaan.

Strategi yang dilakukan J.Co Donuts & Coffee untuk dapat menembus pasar dan menyaingi kompetitornya adalah dengan menggunakan bahan-bahan kelas premium yang berkualitas, dan memasukkan unsur *lifestyle modern* yang didukung berbagai inovasi yang menarik. Cara tersebut berhasil menarik gaya hidup baru kepada pelanggannya. Konsumen yang disasar sebagai segmen pasar J.Co Donuts & Coffee adalah konsumen menengah ke atas dengan gaya hidup dinamis, muda, dan *modern*.

Untuk menarik perhatian segmen pasar ini, J.Co Donuts & Coffee membuat donut yang tidak padat agar konsumen tidak cepat merasa kenyang, lebih tipis dengan tekstur yang lembut, dan dapat dikonsumsi kapan saja juga di mana saja. Berbeda dengan donat di pasaran sebelumnya, yaitu donat yang dibuat dengan porsi yang cenderung lebih besar dan mengenyangkan. Oleh karena itu, J.Co Donuts & Coffee menempatkan usaha donut ini sebagai camilan atau makanan selingan pengantar makanan berat. Satu-satunya strategi yang berbeda yang diciptakan J.Co Donuts & Coffee yaitu konsep *Open Kitchen* dimana konsumen dapat melihat semua aktivitas produksi donat, kopi, dan produk J.Co Donuts & Coffee lainnya secara langsung atau biasa disebut dengan *fresh from the oven* yang berhasil mencuri perhatian konsumen.

#### **2.4 Produk J.Co Donuts & Coffee**

J.Co Donuts & Coffee menjual berbagai produk yaitu J.Co Donuts, J.Coffee, J.Cool Yogurt, J.Club, J.Cronut, J.Pop, dan J.Tart. Semua dijual dengan macam-macam variasi rasa, ukuran, dan *topping*. Donat J.Co memiliki berbagai macam nama yang unik dan juga menarik. Nama yang melekat pada donat pun ada hubungannya dengan cita rasa dan *topping*. Contohnya pada donat Tira *Miss U*, yaitu donat dengan *topping* rasa tiramisu. Harga pada donat pun bervariasi mulai dari Rp 7.000/donat, Rp 86.000/lusin, hingga Rp 129.000 untuk paket JPops + 1 lusin donat. Untuk

minumannya sendiri dimulai dari Rp 25.000 – Rp 45.000/menu tentunya dengan beda variasi ukuran gelas. J.Cool Yogurt adalah nama dari yogurt beku yang kaya manfaat dan *fresh* dihidangkan dengan bentuk es krim dan juga ditaburi *topping* macam-macam buah, biscuit yang dihancurkan, dan lainnya yang memiliki kisaran harga Rp 35.000 hingga Rp 55.000. Ada juga J.Club yaitu produk J.Co Donuts & Coffee berupa *sandwich* dengan berbagai macam isi. J.Pops yaitu produk J.Co Donuts & Coffee berupa donat-donat kecil yang dijual dalam satu box berisi 24 buah dengan harga Rp 50.000. Lalu ada J.Cronut yaitu produk terbaru yang dikeluarkan oleh J.Co Donuts & Coffee berupa *croissant donut*. Lalu yang terakhir ada J.Tart (*Japanese Cheese Tart*) yang juga merupakan produk keluaran terbaru J.Co Donuts & Coffee yaitu kue tart dengan rasa dan isi keju yang dibuat dengan gaya Jepang.

**Gambar 2.2 Produk J.Co Donuts & Coffee**



*Sumber : [www.jcodonuts.com](http://www.jcodonuts.com)*

## **2.5 Lokasi dan Kontak Perusahaan**

### **2.5.1 Lokasi Perusahaan**

Lantai Dasar Java Supermall Semarang

Jl. MT. Haryono No.992-994, Lamper Kidul

Kec. Semarang Sel., Kota Semarang, Jawa Tengah

50249



### **2.5.2 Kontak Perusahaan**

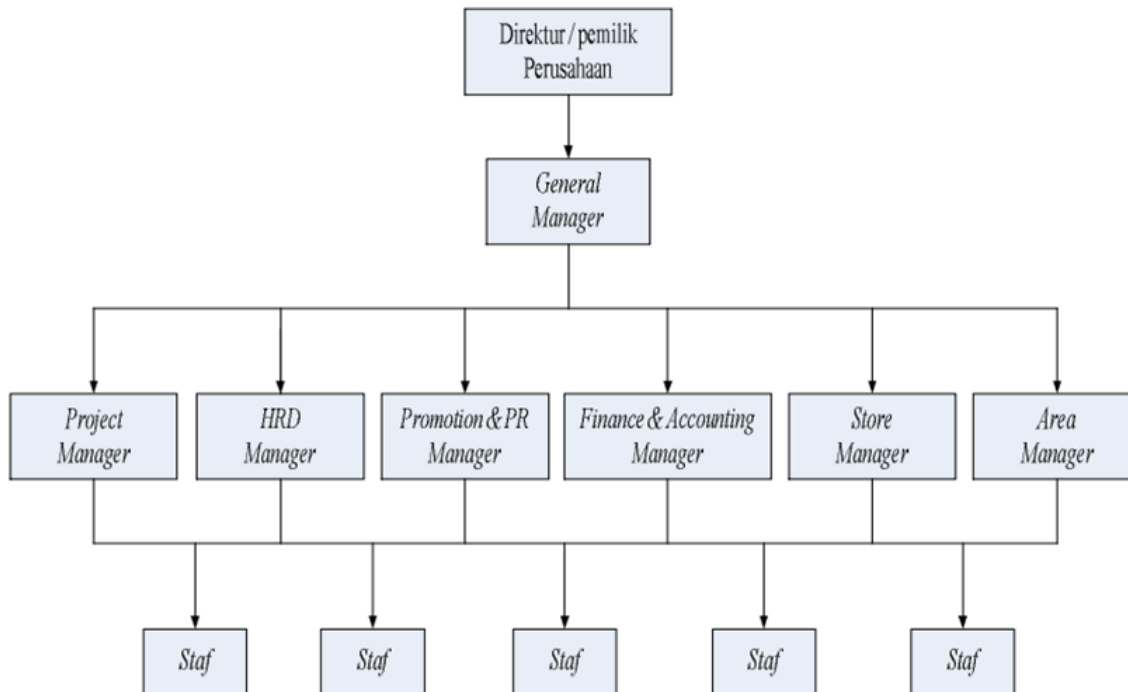
No Telp. (024) 8410620

### **2.6 Struktur Organisasi J.Co Donuts & Coffee Java Supermall**

Struktur organisasi J.Co *Corporation* berbentuk organisasi garis (*line organization*), yaitu pelaksanaan instruksi / perintah berjalan secara vertikal mengikuti garis instruksi dari atas ke bawah. Secara umum, organisasi garis dapat diartikan sebagai suatu bentuk organisasi dimana wewenang dan perintah dari atasan langsung ke bawahan dan sebaliknya tanggung jawab bawahan langsung kepada atasan hingga ke puncak pimpinan J.Co.

Struktur organisasi perusahaan ini termasuk sederhana karena perusahaan ini bergerak di bidang jasa. Berikut ini merupakan struktur organisasi J.Co Corporation :

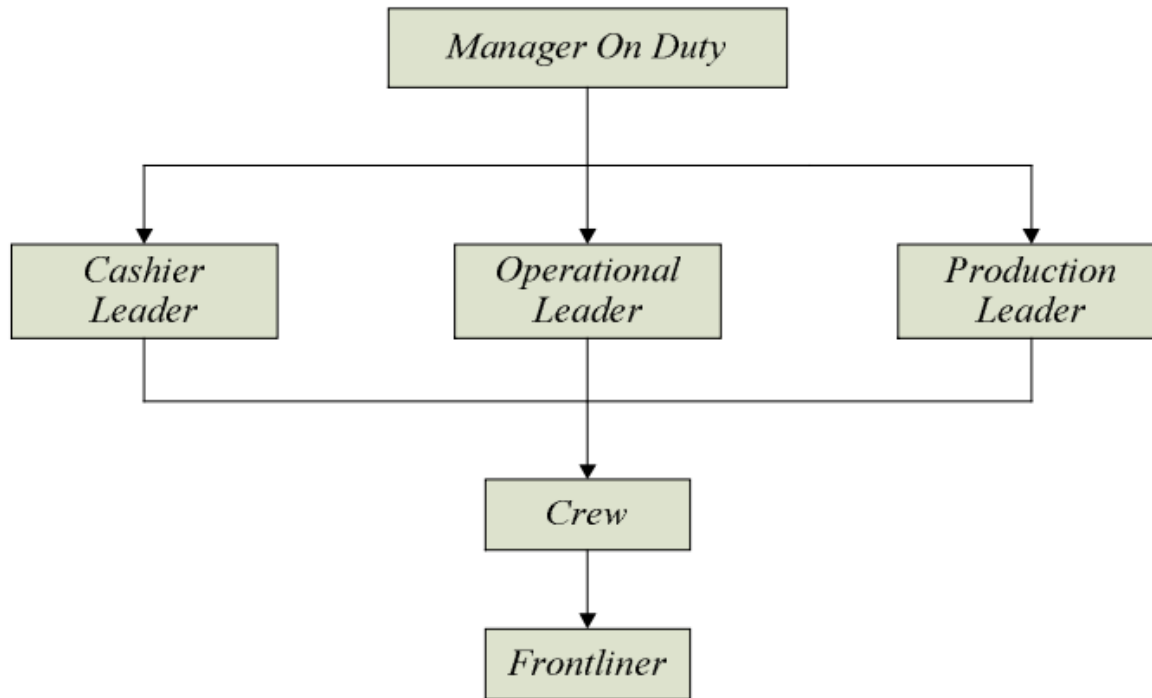
**Gambar 2.3 Struktur Organisasi J.Co Donuts & Coffee Corporation**



*Sumber : J.Co Donut & Coffee Corporation*

Di dalam menangani *franchise-franchise* yang banyak dan terdapat di luar kota, perusahaan juga membentuk suatu struktur organisasi di masing-masing *franchise* sehingga lebih mudah dalam mengkoordinir. Berikut struktur organisasi di masing-masing *franchise* termasuk J.Co Donuts & Coffee Java Supermall :

**Gambar 2.4 Struktur Organisasi J.Co Donuts & Coffee Corporation**



*Sumber : J.Co Donuts & Coffee Corporation, 2020*

## 2.7 Job Description J.Co Donuts & Coffee Java Supermall

Berikut ini merupakan deskripsi wewenang dan tanggung jawab (*job description*) dari masing-masing jabatan dari struktur organisasi J.Co Donuts & Coffee Corporation (●) dan pada setiap *franchisenya* termasuk J.Co Donuts & Coffee Java Supermall (○) :

- **Direktur**

1. Melakukan koordinasi atas perencanaan strategis.
2. Memprakarsai dan memimpin rapat tinjauan manajemen secara berkala tentang sistem manajemen mutu, sehingga dapat memastikan tercapainya kesesuaian dan efektifitas secara berkesinambungan.
3. Bertanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan semua keadaan dan maju mundurnya perusahaan.
4. Memelihara hubungan baik dengan pihak eksternal seperti pemerintah, perusahaan lain, dan masyarakat.
5. Melakukan validasi produk baru yang didesain internal perusahaan.

- **General Manager**

1. Mengontrol pelaksanaan, efektifitas dan efisiensi sistem perusahaan.
2. Menyusun agenda tinjauan manajemen.
3. Melaporkan tindakan koreksi dan pencegahan, sasaran mutu dan masalah internal pada tinjauan manajemen kepada Direktur.
4. Mengesahkan daftar induk dokumen

- **Project Manager**

1. Mengatur penanganan proyek *franchise* yang sedang berjalan maupun yang sedang direncanakan.
2. Menganalisa lapangan usaha yang bagus untuk tempat pemasaran.
3. Melaporkan hasil proyek yang sedang berjalan setiap bulannya.

- **HRD Manager**

1. Melakukan *re-check* absensi karyawan.

2. Mengetahui permohonan gaji karyawan secara bulanan.
3. Meningkatkan kualitas SDM bagi karyawan baru dan lama.
4. Menerima atau menampung usulan dari karyawan dan mendiskusikan dengan Direktur.
5. Memilih dan menyeleksi karyawan sesuai dengan standar dan kebutuhan perusahaan.

- ***Promotion & PR Manager***

1. Mengkoordinir semua pekerjaan yang ada di bagian Pemasaran dan Promosi.
2. Melakukan promosi penjualan produk ke pasar.
3. Membuat jaringan distribusi dan menentukan target penjualan.
4. Menyusun prediksi kebutuhan barang jadi selama 3 bulan ke depan.
5. Merencanakan, melaksanakan, dan memantau tindak lanjut atas program peningkatan berkesinambungan.

- ***Finance & Accounting Manager***

1. Mengkoordinasi tugas dan wewenang staf keuangan dan akuntansi.
2. Menentukan dan menghitung jumlah anggaran yang telah atau akan digunakan perusahaan.
3. Memeriksa ulang laporan keuangan tiap bulan.
4. Menyerahkan laporan keuangan kepada Direktur.
5. Memonitor pengeluaran-pengeluaran kas perusahaan.

- ***Store Manager***

1. Merencanakan kapasitas persediaan yang dibutuhkan untuk 3 bulan ke depan.
2. Membuat jadwal prediksi mingguan.

3. Memastikan bahwa produksi donat sesuai dengan rencana yang penggunaan banyaknya bahan baku.
4. Mengoreksi laporan staf perencanaan persediaan bahan penolong dan bahan baku.
5. Menyediakan bahan yang akan digunakan untuk produksi.

- *Area Manager*

1. Bertanggung jawab atas daerah yang sedang ditangani.
2. Mengatur kegiatan operasional dari masing-masing daerah, dan melaporkan masalah-masalah yang ada kepada *general manager*.

- *Staf*

1. Membantu masing-masing bagian departemen yang ada dalam mengerjakan laporan-laporan setiap departemen.
2. Melaporkan setiap permasalahan yang ada kepada manajer.

- ***Manager On Duty***

1. Bertanggung jawab atas segala permasalahan yang terjadi di *franchise* dan melaporkan ke bagian pusat.
2. Memimpin rapat setiap pulang kerja untuk memantau laporan yang terjadi setiap hari.
3. Memotivasi karyawan untuk lebih meningkatkan kinerjanya dan memberikan yang terbaik bagi *customer*.
4. Melakukan improvisasi jika diperlukan untuk meningkatkan penjualan di masing-masing *franchise*.

- ***Cashier Leader***

1. Memeriksa laporan transaksi keuangan yang terjadi setiap hari.
2. Memantau kerja para stafnya dan melaporkan pembukuan ke manajer di *franchise*.

- ***Operational Leader***

1. Memantau segala operasional usaha di *franchise*, yang menyangkut sarana dan prasarana di *franchise*.

- ***Production Manager***

1. Mengatur segala permasalahan yang menyangkut produksi dalam pengolahan donat.

- ***Crew & Frontliner***

1. *Crew* merupakan pelayan-pelayan (*server*) yang bertugas dalam melayani pelanggan dan yang membantu keperluan pelanggan.

2. *Frontliner* bertugas dalam menawarkan produk-produk dari J.Co Donuts & Coffee kepada pelanggan yang di luar secara gratis, dan menarik pelanggan dengan berkomunikasi dengan sopan.

## **2.8 Ketenagakerjaan**

### **2.8.1 Status Karyawan**

Dikutip dari Hasibuan (2009), karyawan adalah setiap orang yang bekerja dengan menjual tenaganya (fisik dan pikiran) kepada suatu perusahaan dan memperoleh balas jasa yang sesuai dengan perjanjian, demi memenuhi kebutuhan sehari-harinya. J.Co Donuts & Coffee Java Supermall sendiri memiliki total 18 karyawan. Berikut adalah jumlah karyawan J.Co Donuts & Coffee Java Supermall pada masing-masing jabatan :

- |                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| a. Manager on Duty              | = 2 orang |
| b. Operational & Cashier Leader | = 1 orang |
| c. Production Leader            | = 1 orang |
| d. Crew                         | = 7 orang |
| e. Frontliner                   | = 7 orang |

### **2.8.2 Jam Kerja Karyawan**

Jam kerja karyawan 8 jam per hari per karyawan, namun dibagi ke dalam 2 *shift*, Senin – Minggu. Berikut jadwal *shift*nya :

- Shift 1 : 06.00 WIB – 15.00 WIB
- Shift 2 : 15.00 WIB – 23.00 WIB

### **2.8.3 Jabatan & Masa Kerja Karyawan**

Untuk mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan yang telah ditetapkan, J.Co Donuts & Coffee Java Supermall menggolongkan karyawan sesuai jabatan dan masa kerjanya.



**Tabel 2.1 Jabatan, Usia, dan Masa Kerja Karyawan***Sumber : Data Primer Wawancara***2.8.4 Sistem Penggajian & Kesejahteraan Karyawan**

Sistem penggajian karyawan J.Co Donuts &amp; Coffee Java Supermall dibedakan sesuai

No	Nama Karyawan	Jabatan	Usia	Pendidikan	Lama Kerja
1.	Wahyudi	<i>Store Manager</i>	33 th	D3	15 th
2.	M.Abdul Aziz	<i>Store Manager</i>	32 th	D3	12 th
3.	Ukireza Pratama	<i>Operational &amp; Cashier Leader</i>	26 th	SMA	7 th
4.	Dedi Setiawan	<i>Production Leader</i>	25 th	SMA	6 th
5.	M. Rifky	<i>Baker</i>	24 th	SMA	4 th
6.	Ahmad Maulana	<i>Baker</i>	24 th	SMA	4 th
7.	M. Putra Setianto	<i>Baker</i>	24 th	SMA	4 th
8.	Erwin Purnadi	<i>Baker</i>	22 th	SMA	4 th
9.	Ronaldo Ibrahim	<i>Baker</i>	23 th	SMA	4 th
10.	M. Anggara Putra	<i>Baker</i>	24 th	SMA	4 th
11.	M. Sugeng Purwanto	<i>Baker</i>	24 th	SMA	4 th
12.	Rachmad Aziz	<i>Baker</i>	24 th	SMA	4 th
13.	Satria Budi	<i>Crew/Frontliner</i>	22 th	SMA	4 th
14.	Mutia Azizah	<i>Crew/Frontline</i>	23 th	SMA	3 th
15.	Hasanah Putri N.	<i>Crew/Frontliner</i>	22 th	SMA	2 th
16.	Mufidah Annisa R.	<i>Crew/Frontliner</i>	23 th	SMA	2 th
17.	Septi Ajeng	<i>Crew/Frontliner</i>	23 th	SMA	2 th
18.	Winda Putri	<i>Crew/Frontliner</i>	19 th	SMA	8 bulan

dengan status jabatan yang diemban oleh masing-masing karyawan. Semakin tinggi jabatan yang diemban, akan semakin besar pula gaji yang diberikan. Karyawan J.Co Donuts & Coffee Java Supermall menerima gaji secara rutin yang diberikan di antara tanggal 28-30 setiap bulannya. Untuk mempertahankan keberadaan karyawan dan sebagai salah satu sarana untuk mensejahterakan karyawannya, J.Co Donuts & Coffee Java Supermall juga memberikan tunjangan.

Namun tunjangan ini hanya diberikan kepada Leader dan Manager on Duty yang berupa tunjangan tanggung jawab sebagai pemimpin dan tunjangan hari raya. Untuk Crew dan Frontliner hanya berupa tunjangan hari raya.

### 2.8.5 Proses Rekrutmen & Seleksi Karyawan

Lowongan pekerjaan biasanya diumumkan lewat jejaring media sosial dengan kriteria sebagai berikut :

1. Minimal berusia 22 – 24 tahun.
2. Tinggi badan laki-laki minimal 160 cm dan perempuan minimal 155 cm.
3. Berpenampilan menarik.
4. Pendidikan sederajat.

Setelah menutup lowongan rekrutmen lewat media sosial, proses rekrutmen dan seleksi untuk menjadi karyawan pada J.Co Donuts & Coffee Java Supermall memiliki 4 tahap, yaitu :

1. *Interview* dengan calon pekerja

Calon karyawan yang sudah lulus tahap seleksi, mengikuti interview.

2. *Trial* 2 hari

Calon karyawan yang lulus tahap interview akan mengikuti masa *trial* selama 2 hari.

Masa *trial* ini adalah masa percobaan sebelum memasuki masa training. Masa *trial* berisi pengenalan seputar *store* dan dapur.

3. *Training* 6 hari

Calon karyawan yang sudah mengikut masa *trial* 2 hari dan dirasa berkemampuan bagus, selanjutnya mengikuti masa *training* selama 6 hari. Masa *training* 6 hari ini berisi tata cara kerja dan calon karyawan dapat diuji kemampuannya dalam masa training ini.

#### 4. Kontrak 2 tahun

Calon karyawan yang lulus masa *training* 6 hari dapat menerima kontrak kerja selama 2 tahun. Periode kerja masing-masing karyawan tentunya berbeda-beda. Jika karyawan senang bekerja pada bidang *Foods & Beverages* maka bisa saja menambah masa kerja lebih dari yang sudah disepakati.

## 2.9 Identitas Responden

Identitas responden pada sub bab ini merupakan informasi mengenai karakteristik responden yang diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh konsumen J.Co Donuts & Coffee Java Supermall yang menjadi responden dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian ini berjumlah 86 orang. Data-data mengenai identitas responden yang disajikan oleh peneliti meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, jumlah penghasilan, dan jumlah pembelian produk dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.

### 2.9.1 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis kelamin yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 kategori, yaitu laki-laki dan perempuan yang bertotal 86 orang.

**Tabel 2.2 Jenis Kelamin Responden**

Nomor	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Perempuan	56	65,1%
2.	Laki-laki	30	34,9%
<b>Total</b>		86	100%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan tabel 2.2 dapat diketahui bahwa responden perempuan berjumlah 56 orang (65,1%) dan responden laki-laki berjumlah 30 orang (34,9%).

### 2.9.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan rentang kehidupan yang diukur dengan tahun yang dapat menggambarkan tingkat kedewasaan seseorang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kelompok usia responden dapat dilihat pada tabel 2.3 berikut ini :

**Tabel 2. 3 Usia Responden**

Nomor	Usia Responden	Jumlah	Persentase
1.	< 20 tahun	20	23,3%
2.	20 – 24 tahun	66	76,7%
3.	25 – 29 tahun	0	0%
4.	30 – 34 tahun	0	0%
5.	35 – 39 tahun	0	0%
6.	40 – 44 tahun	0	0%
7.	45 – 49 tahun	0	0%
8.	≥ 50 tahun	0	0%
<b>Total</b>		86	100%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2.3 di atas dapat diketahui bahwa responden terbanyak berada pada rentang usia 21-30 tahun yang berjumlah 66 orang (76,7%). Sisanya yaitu responden dengan rentang usia kurang dari sama dengan 20 tahun yang berjumlah 20 orang (23,3%). Dapat dikatakan bahwa peminat J.Co Donuts & Coffee Java Supermall yang paling tinggi adalah usia 21-30 tahun.

### 2.9.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data pendidikan terakhir yang ada dalam penelitian ini merupakan pendidikan formal terakhir yang sudah ditempuh oleh responden. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kelompok tingkat pendidikan terakhir responden dapat dilihat pada tabel 2.4 berikut ini :

**Tabel 2. 4 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden**

Nomor	Tingkat Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	Tamat SD	0	0%
2	Tamat SMP	0	0%

3	Tamat SMA/SMK	71	82,6%
4	Tamat Sarjana / Diploma	15	17,4%
5	Tamat Pasca Sarjana	0	0%
6	Tamat Akademi	0	0%
<b>Jumlah</b>		86	100%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2.4 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan terakhir responden dari konsumen J.Co Donuts & Coffee Java Supermall terbanyak berasal dari lulusan SMA / SMK yang berjumlah 71 orang (82,6%). Diikuti dengan lulusan sarjana atau diploma sebanyak 15 orang (17,4%).

#### **2.9.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Pekerjaan adalah suatu kegiatan yang wajib dilakukan oleh setiap orang demi kelangsungan hidupnya atau untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan hidupnya Pekerjaan akan mempengaruhi aktivitas seseorang. Dengan mengetahui jenis pekerjaan responden maka akan diperoleh gambaran mengenai kehidupan sosial dan ekonomi responden tersebut. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, jenis pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel 2.5 berikut ini :

**Tabel 2.5 Jenis Pekerjaan Responden**

<b>Nomor</b>	<b>Jenis Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Pelajar/Mahasiswa	80	93%
2	Pegawai Swasta	5	5,8%
3	TNI / POLRI / PNS	1	1,2%
4	Ibu Rumah tangga / lainnya	0	0%
<b>Jumlah</b>		86	100%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2.5 dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden terbanyak adalah pelajar / mahasiswa yang berjumlah 80 orang (93%). Disusul oleh profesi sebagai pegawai swasta

yang berjumlah 5 orang (5,8%) dan profesi sebagai TNI / POLRI / PNS yang berjumlah 1 orang (1,2%).

### 2.9.5 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

Tingkat penghasilan bertujuan untuk mengetahui besarnya penghasilan per bulan dari responden yang dapat mempengaruhi gaya hidup dan daya beli responden dalam membeli produk J.Co Donuts & Coffee. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, jumlah penghasilan per bulan responden dapat dilihat pada tabel 2.6 berikut ini :

**Tabel 2.6 Penghasilan Responden**

Nomor	Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1	< Rp 1.000.000	28	32,6%
2	> Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000	38	44,2%
3	> Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000	13	15,1%
4	> Rp 3.000.001 – Rp 4.000.000	1	1,2 %
5	> Rp 4.000.001	6	7 %
<b>Jumlah</b>		<b>86</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2.6 di atas, reponden dengan pendapatan > Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000 menjadi responden dominan dalam penelitian ini yang berjumlah sebanyak 38 orang (44,2%). Disusul dengan responden dengan pendapatan < Rp 1.000.000 sebanyak 28 orang (32,6%). Responden dengan pendapatan > Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000 sebanyak 13 orang (15,1%). Responden dengan pendapatan > Rp 3.000.001 – Rp 4.000.000 yang hanya 1 (1,2%) orang. Kemudian yang terakhir adalah responden dengan jumlah penghasilan terbanyak berkisar > Rp 4.000.001 yang berjumlah 6 orang (7%).

### 2.9.6 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian dalam 6 Bulan

Data jumlah intensitas responden membeli ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa sering responden membeli produk J.Co Donuts & Coffee dalam 6 bulan terakhir. Berdasarkan

penelitian yang telah dilakukan, intensitas pembelian responden dalam 6 bulan terakhir dapat dilihat pada tabel 2.7 berikut ini:

**Tabel 2.7 Intensitas Responden Membeli dalam 6 bulan**

Nomor	Intensitas	Frekuensi	Persentase
1	2 - 3 kali	65 orang	75,6%
2	4 - 5 kali	19 orang	22,1%
3	6 - 7 kali	2 orang	2,3%
4	8 - 9 kali	0	0%
5	> 10 kali	0	0%
<b>Jumlah</b>		86 orang	100%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2.7 dapat diketahui bahwa banyaknya responden yang membeli dalam 6 bulan terakhir sebanyak 2-3 kali menjadi responden mayoritas, yakni sebanyak 65 orang atau sebesar 75,6%. Diikuti dengan responden yang membeli sebanyak 4-5 kali dalam 6 bulan terakhir yakni sebanyak 19 orang (22,1%) dan responden yang membeli sebanyak 6-7 kali dalam 6 bulan terakhir yang berjumlah 2 orang (2,3%).