

BAB 2

GAMBARAN UMUM DU CAFE DAN RESPONDEN PENELITIAN

2.1. Sejarah Singkat Du Cafe

Du Cafe merupakan salah satu kafe yang terletak di jalan Durian Raya No. 21, Pedalangan, Serondol Wetan, Banyumanik, Kota Semarang. Menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau. Dengan fasilitas Du Cafe yang free wifi, parkir yang luas serta tersedianya pilihan tempat baik *in door* maupun *out Door* Membuat Du Cafe menjadi tempat sasaran dari berbagai kalangan dan usia.

Du Cafe berdiri sejak tahun 2016, awalnya bisnis kuliner ini hanya sebuah bisnis angkringan kopi galeri namun melihat gaya hidup masyarakat yang semakin mementingkan kenyamanan membuat Du Cafe mengubah konsep menjadi kafe restoran. Du Cafe didirikan oleh Andri Harianja dan Maria Carizza. Perubahan ini di konsep sedemikian rupa agar memiliki konsep yang unik pada lingkungan fisik kafe yaitu dengan memanfaatkan mobil-mobil klasik di dalam kafe sebagai pajangan, ide ini awalnya muncul karena ide dari pemilik kafe yang memiliki hobi mengkoleksi mobil klasik. Selain itu terdapat pula fasilitas penampilan musik akustik dari band lokal yang siap menghibur para pengunjung.

Du Cafe buka setiap hari dari pukul 12.00 sampai dengan pukul 23.00 Dapat digunakan untuk rapat, *gathering*, perayaan ulang tahun, dan juga acara-acara lainnya. Target Du Cafe adalah masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah namun tidak menutup kemungkinan bagi kalangan atas untuk melakukan pembelian di Du Cafe. Du Cafe juga memiliki segmentasi pasar dari orang muda hingga tua,

maka harga menu yang disajikan dengan harga yang bersahabat yaitu untuk harga minuman mulai dari Rp 5.000 hingga Rp 35.000 dan untuk makanan mulai dari harga Rp 10.000 sampai dengan harga Rp 38.000 Du Cafe menyajikan menu – menu makanan Indonesia hingga makanan Barat.

2.2. Lokasi, Visi dan Misi, Logo Perusahaan

a. Lokasi Perusahaan

Salah satu keputusan yang paling penting yang dibuat oleh perusahaan yang bergerak di bidang kuliner adalah dimana mereka akan menentukan lokasi strategis. Pentingnya memilih lokasi yang strategis bagi bisnis kuliner yakni agar dapat memberikan keuntungan maksimal terhadap perusahaan tersebut karena kedekatan dengan target pasar dan ketersediaan infrastruktur sehingga pendapatan yang diterima perusahaan semakin besar. Maka dipilihlah lokasi Du Cafe yang terletak di Jalan Durian Raya No. 21, Pedalangan, Serondol Wetan, Banyumanik, Kota Semarang. Alasan kenapa memilih lokasi tersebut adalah kawasan ini memiliki jumlah konsumen yang tinggi karena durian raya sendiri dekat dengan pusat perbelanjaan dan banyak dilalui orang.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi dalam suatu perusahaan sangat diperlukan yakni sebagai tonggak atau acuan untuk menentukan apa saja perencanaan bisnis yang akan dikembangkan demi kemajuan dari perusahaan. Visi merupakan gambaran dan tujuan perusahaan di masa depan sedangkan misi adalah cara untuk mencapai tujuan itu. Visi dan misi yang diharapkan adalah visi dan misi yang baik yakni menyajikan keunikan perusahaan, dan mendorong

berbagai stakeholder bergerak untuk mencapai tujuan bersama, dengan memiliki visi dan misi yang baik maka perusahaan akan memperoleh keuntungan yaitu dapat meminimalisir kesalahan pemimpin dalam membuat kebijakan, fokus dalam mencapai tujuan sehingga memperoleh hasil yang maksimal, dan memberikan tantangan bagi karyawan untuk berprestasi. Namun jika visi dan misi perusahaan tidak baik dapat menyebabkan kerugian seperti pengambilan keputusan yang buruk di semua tingkat kerja dan kepemimpinan perusahaan, tidak memiliki arah dan tujuan sehingga hasil yang diperoleh tidak maksimal. Untuk itu sebagai sebuah bisnis kuliner yang menginginkan sebuah kontinuitas pada bisnis yang dijalani, Du Cafe memiliki visi yang harus dicapai oleh kafe dan misi yang harus dilaksanakan agar tetap bisa bersaing dengan para kompetitornya dan menjadi kafe yang unggul dibidangnya. Adapun Visi dan Misi Du Cafe adalah sebagai berikut:

1. Visi Perusahaan

Dalam suatu perusahaan, memerlukan pencapaian jangka pendek untuk umur yang panjang, maka cita-cita hidup akan panjang. Visi dapat dikatakan sebagai sesuatu yang sangat penting dalam suatu organisasi, yaitu untuk menjamin kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang dan menumbuhkan standar kerja yang prima, komitmen dan semangat kerja karena karyawan memahami tujuannya bekerja. Visi Du Cafe adalah menjadi *coffee shop* terkemuka di Indonesia dengan konsep *classic* serta produk kopi dan makanan yang dinikmati oleh masyarakat. Yang berarti Du Cafe bertujuan untuk menjadi *coffee shop* terkemuka yang dipilih oleh

masyarakat Indonesia dengan mengedepankan kualitas produknya dengan konsep *classic*nya sehingga tidak kalah saing dengan *coffee shop* lainnya di Indonesia

2. Misi Perusahaan

Dalam mewujudkan visi tersebut, maka dirumuskan misi perusahaan. Pentingnya misi dalam suatu perusahaan yaitu sebagai landasan dasar perencanaan bisnis yang akan dikembangkan dalam mengambil keputusan yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Misi Du Cafe adalah “Memberikan produk dan pelayanan terbaik untuk setiap konsumennya” sejalan dengan misinya maka Du Cafe melakukan beberapa usaha yaitu menyediakan produk unggul dan memberikan pelayanan terbaik serta menciptakan suasana terbaik serta unik yakni dengan memadukan tiga konsep *classic* yaitu *American 50's*, *European Vintage*, dan Melayu Retro serta menghadirkan mobil classic sebagai fasilitas *photo booth* di area *American 50's*, konsep kayu bekas dan meja dengan kayu bekas asli kapal nelayan, dengan memberikan suguhan meja angkriangan dan mini bar di area *European vintage*, konsep meja model peranakan dengan marmer asli dan suguhan mini stage untuk *live accoustic* di area melayu retro. Sehingga dapat selalu memuaskan keinginan konsumen.

c. Logo Perusahaan

Dalam menjalankan sebuah bisnis kuliner, diperlukan logo dalam suatu perusahaan, yaitu sebagai bagian dari pencitraan serta filosofi sebuah brand agar bisnis dikenali publik dan dapat berjalan dengan baik. Logo merupakan citra visual sebagai identitas perusahaan yang membedakan antara satu

bisnis dan bisnis yang lainnya. Logo yang diharapkan dari perusahaan adalah logo yang menarik yakni logo yang selalu mengikuti perkembangan zaman yang dapat menarik lebih banyak konsumen. Dengan memiliki logo yang menarik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yakni akan lebih mudah untuk mempromosikan produk karena memiliki identitas diri, mudah dibedakan dengan pesaing, dapat dijadikan sebagai media branding, dan mampu menarik perhatian calon konsumen, sedangkan apabila logo dari suatu perusahaan tidak menarik maka sulit bagi perusahaan untuk memberitahu identitas perusahaan kepada konsumen, sulit dibedakan dengan pesaing, tidak dapat dijadikan media branding, dan sulit menarik perhatian calon konsumen. Sehingga agar Du Cafe memiliki identitas diri, dan mudah dibedakan dengan konsumen serta mampu menarik calon konsumen baru Maka dibuatlah logo Du Cafe sebagai berikut :

Gambar 2.1
Gambar Logo Du Cafe



Sumber: Du Cafe Semarang, 2019

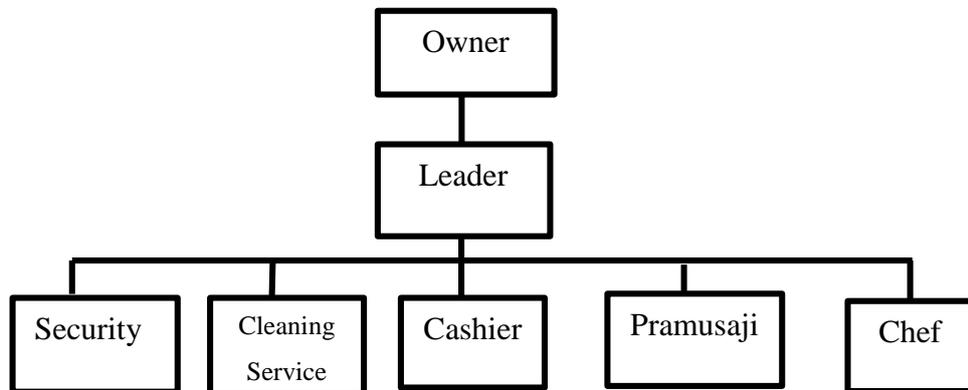
Pada logo Du Cafe terdapat kata DU CAFE dimana kata DU berarti Durian karena letak Du Cafe sendiri berada di jalan Durian raya dan di atas kata Du Cafe terdapat tulisan est.2016 yang menandakan bahwa Du Cafe di dirikan pada tahun 2016.

2.3. Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan

a. Struktur Organisasi

Struktur organisasi diperlukan untuk memudahkan seluruh karyawan membagi jobdesk dan pekerjaan. Struktur organisasi merupakan susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi, struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan yang berbeda-beda tersebut dikoordinasikan. Dengan adanya struktur organisasi diharapkan akan terjalin koordinasi yang baik dalam suatu perusahaan, namun apabila perusahaan tidak memiliki struktur organisasi maka tidak akan ada pembagian jobdesk atau pekerjaan yang jelas sehingga dalam bekerja tidak akan teratur. Oleh karena itu maka Du Cafe perlu menyusun struktur organisasi untuk memudahkan pembagian pekerjaan pada seluruh karyawan. Selain itu struktur organisasi juga menunjukkan spesialisasi-spesialisasi pekerjaan, saluran perintah dan penyampaian laporan. adapun bentuk struktur organisasi dari Du Cafe yaitu bentuk lini, yaitu bentuk struktur organisasi yang susunan organisasinya masih kecil. serta struktur organisasi yang di tetapkan oleh Du Cafe Semarang yakni sebagai berikut.

Gambar 2.2
Skema Struktur Organisasi Du Cafe



Sumber: Du Cafe, 2019

Berikut merupakan uraian dari masing-masing jabatan:

1. *Owner* atau Pemilik

Pemilik adalah seseorang yang menanamkan hartanya sebagai modal perusahaan dan memiliki hak atas profit perusahaan atau dalam hal ini orang yang mempunyai kafe sekaligus mendirikan kafe. Tugas pemilik meliputi:

- 1) Membuat strategi dan mengawasi jalannya kafe serta kerja para karyawan
- 2) Berwenang sebagai pengendali, menentukan standar prestasi, dan mengukur prestasi karyawan yang telah dicapai lalu melakukan evaluasi
- 3) Berwenang menerima pertanggungjawab-an dari masing-masing bagian.
- 4) Bertanggung jawab atas semua kelangsungan usaha
- 5) Memegang kendali penuh atas hubungan perusahaan dengan pihak-pihak luar yang menjalin kerja sama dengan Du Cafe.

2. *Leader*

Leader adalah orang yang memberdayakan seluruh kinerja toko secara optimal dalam menghasilkan target kafe. *Leader* berhak mengerahkan bawahannya. *Leader* harus dapat memberikan motivasi kepada bawahannya agar mereka mempunyai semangat kerja yang optimal sehingga pekerjaan bisa diselesaikan dengan cepat dan tuntas. *Leader* bertanggung jawab kepada owner, sehingga *leader* harus dapat mengontrol bawahannya untuk bekerja dengan baik dan professional. Tugas - tugas yang di emban *Leader* meliputi:

- 1) Menyampaikan strategi penjualan
- 2) Menyampaikan seluruh kebijakan penjualan kepada seluruh anggota
- 3) Mengawasi jalannya proses operasional Du Cafe
- 4) Mengkoordinasi bahan-bahan operasional Du Cafe.
- 5) Mengkoordinasi staff yang sedang bertugas.
- 6) Mengkoordinasi segala kebutuhan Du Cafe.
- 7) Bertanggung jawab terhadap proses produksi operasional Du Cafe.
- 8) Mempunyai inovasi atau ide unik untuk perkembangan Du Cafe.

3. *Cashier* atau **Kasir**

Kasir dalam suatu perusahaan bertujuan untuk mempertahankan layanan terhadap pelanggan, membantu perusahaan dalam melakukan proses penjualan secara cepat, akurat, efisien, dan mengelola arus kas serta menerima uang tunai maupun kredit. Kasir adalah staf keuangan yang memiliki tugas yang tidak kalah beratnya dengan *accounting*. Kasir bertanggung jawab kepada *leader*. Tugas kasir meliputi:

- 1) Menginput dan mengecek ulang pesanan konsumen.
- 2) Menerima pembayaran yang dilakukan oleh konsumen.
- 3) Menerima segala bentuk titipan atau pesan yang ditujukan kepada manajer atau pimpinan.
- 4) Memberikan laporan pada leader.
- 5) Mencatat semua pembukuan yang menyangkut pada kegiatan Du Cafe.
- 6) Melakukan pembayaran kepada pemasok bahan baku.
- 7) Mengelola keuangan Du Cafe.
- 8) Menyimpan dokumen yang menyangkut keuangan.

4. *Waitress* atau Pramusaji

Waitress adalah seorang pelayan atau pramusaji yang mengoperasikan pekerjaan se-efisien mungkin, untuk mempersingkat waktu agar bisa mengerjakan pekerjaan lainnya. Pramusaji bertanggung jawab kepada *leader*, maka pramusaji harus memberi kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Tugas pelayan meliputi:

- 1) Menerima pesanan makanan dan minuman yang diinginkan konsumen
- 2) Memberitahukan kepada koki mengenai pesanan yang diinginkan oleh konsumen
- 3) Mengantarkan pesanan yang telah siap kepada konsumen
- 4) Membersihkan meja setelah konsumen selesai
- 5) Membantu konsumen yang memerlukan informasi dan bantuan

5. *Chef* atau Koki

Koki atau juru masak adalah orang yang menyiapkan makanan untuk disantap. Koki langsung bertanggung jawab kepada leader. Hal mengenai

rasa dan penyajian makanan dan minuman merupakan tanggung jawab koki. Sehingga koki harus selalu menyajikan makanan dan minuman yang enak dan berkualitas. Tugas koki meliputi:

- 1) Koordinator terhadap seluruh kualitas dan kuantitas makanan yang disajikan
- 2) Mengawasi dan mengkoordinir makanan yang dimasak dan disajikan
- 3) Memberikan kreasi dan menu baru terhadap makanan dan minuman yang disajikan

6. *Cleaning Service*

Cleaning Service adalah orang yang memberikan pelayanan kebersihan, kerapihan dan higienisasi dari sebuah kafe baik *indoor* ataupun *outdoor* sehingga tercipta suasana yang *comfortable* dalam menunjang aktifitas kafe sehari-hari. *Cleaning service* bertanggung jawab kepada *leader*, maka kebersihan ruangan kafe harus tetap terjaga. Tugas *Cleaning Service* meliputi:

- 1) Mengkoordinasi dan mengawasi terhadap penataan, perawatan, kebersihan seluruh ruangan serta fasilitas usaha dan sebagainya
- 2) Bertanggung jawab terhadap kebersihan area usaha

7. *Security* atau *Satpam*

Satuan Pengamanan (*Satpam*) adalah orang yang melakukan segala usaha dan kegiatan untuk melindungi dan mengamankan lingkungan kerjanya dari setiap gangguan keamanan dan ketertiban serta pelanggaran hukum (umumnya preventif). *Satpam* bertanggung jawab kepada *leader*, sehingga semua keamanan harus selalu dikontrol. Tugas *satpam* meliputi:

- 1) Mengatur dan mengawasi jalannya operasi pengamanan secara fisik maupun non fisik
- 2) Mencegah kebisingan dan hal – hal yang membuat terganggunya para konsumen
- 3) Menjaga dan mengawasi seluruh keamanan cafe dan lingkungannya

b. Ketenagakerjaan

1. Jam Kerja Karyawan

Adapun jam kerja yang berlaku di Du Cafe yaitu sebagai berikut :

a. *Manager*

Hari Kerja : Senin - Sabtu

Jam Kerja : 07.00 – 16.00

b. *Staff*

Hari Kerja : Setiap Hari

Jam Kerja : *Shift* siang : 11.00 – 19.00

Shift sore : 15.00 – 23.00

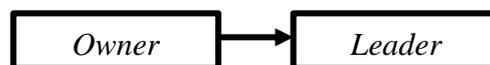
2. Sistem dan Prosedur Penggajian Karyawan

Karyawan memegang peran penting dalam menjalankan kegiatan baik operasional maupun administratif. Kontribusi karyawan dalam perusahaan hendaknya mendapat balas jasa yang sesuai dengan kinerja yang diberikan atau berdasarkan perjanjian antara perusahaan dengan karyawan. Balas jasa atau kompensasi dalam bentuk gaji atau upah merupakan penghargaan kepada karyawan atas kinerja yang diberikan kepada perusahaan selama satu hari, satu minggu, atau satu bulan. Tujuan dari pemberian gaji atau upah selain sebagai bentuk penghargaan perusahaan kepada karyawan juga untuk

mempertahankan karyawan yang kompeten agar tetap berada dalam perusahaan tersebut. Karyawan Du Cafe menerima gaji setiap bulannya yang diberikan pada tanggal 28 setiap bulannya secara rutin. Selain itu, Du Cafe memberikan berbagai macam tunjangan yang bertujuan untuk mempertahankan keberadaan karyawan serta lebih mensejahterakan kehidupan karyawannya seperti Tunjangan Hari Raya (THR), Tunjangan jabatan, Tunjangan kehadiran, dan Tunjangan Zakat Karyawan. Adapun prosedur penggajian yang berlaku di Du Cafe yaitu sebagai berikut:

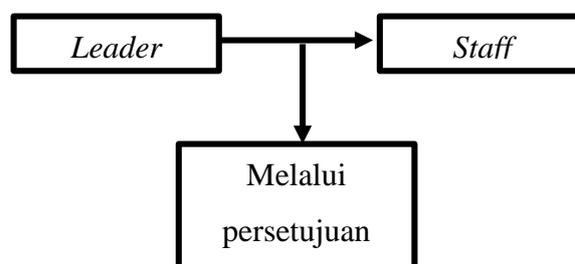
(1) *Leader*

Leader atau manager di Du Cafe di gaji langsung oleh owner Du Cafe adapun hasil penggajian diambil dari hasil penjualan makanan dan minuman di Du Cafe.



(2) *Staff*

Staff di Du Cafe yang terdiri dari *security/satpam*, *cleaning service*, *cashier*, pramusaji, dan *chef* digaji oleh *Leader* di Du Cafe melalui hasil penjualan makanan dan minuman, dan tentunya dengan persetujuan dan laporan yang diberikan *Leader* kepada *owner* Du Cafe



2.4. Kegiatan Usaha

a. Kegiatan Produksi

Du Cafe beroperasi setiap hari (Senin-Minggu). Du Cafe beroperasi mulai jam 12.00 WIB sampai dengan jam 23.00 WIB setiap harinya, sehingga dapat memenuhi kebutuhan makan siang dan malam konsumen. Hari Sabtu, Minggu atau hari-hari besar juga buka untuk tetap melayani para konsumen yang ingin menikmati makanan dan minuman di Du Cafe. Kegiatan produksi yang dilakukan di Du Cafe setiap hari dimulai dari pengadaan bahan baku yang dibeli dari pemasok, untuk itu Du Cafe terlebih dahulu akan menentukan jenis barang yang dibutuhkan kemudian membuat daftar pesanan kemudian pemasok akan menyiapkan bahan baku, dan memberikan tagihan pesanan barang, lalu setelah tagihan dibayar maka bahan baku akan di kirimkan ke Du Cafe. Setelah itu bahan baku yang sudah ada akan diolah menjadi berbagai macam makanan dan minuman sesuai dengan pesanan konsumen yang membeli dengan berbagai pilihan di daftar menu yang telah disediakan. Untuk pengelolaan makanan dan minuman dilakukan oleh Chef sebanyak 1 orang, *cook* 2 orang dan *helper* 1 orang. Du Cafe juga menyediakan fasilitas-fasilitas sebagai berikut:

1. Tempat parkir (dengan petugas parkir).
2. Suasana kafe yang nyaman dengan konsep klasik, serta pelayanan yang baik.
3. Musik, sebagai hiburan dan penambah rasa nyaman.
4. Toilet bersih dan nyaman.
5. Wi-fi.

6. Dapat digunakan untuk rapat, gathering, perayaan ulang tahun, dan acara lain-lain.

b. Kegiatan Pemasaran

Makanan dan minuman yang dijual oleh Du Cafe adalah makanan dan minuman yang sesuai dengan pesanan konsumen yang dapat dipilih oleh konsumen di daftar menu yang telah disediakan, selain dapat dikonsumsi langsung di tempat, Du Cafe juga melayani konsumen yang membeli untuk di *take away* atau di bawa pulang dan untuk pemasaran sendiri Du Cafe tersedia di Gojek dan Grab sehingga konsumen dapat dengan mudah jika ingin *delivery* makanan dan minuman tersebut, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Du Cafe adalah melalui media sosial, dan memberikan jasa *delivery order* melalui Gojek dan Grab. Karyawan Du Cafe dalam kegiatan pemasaran dilakukan sebanyak 4 orang. Adapun menu yang di tawarkan di Du Cafe adalah sebagai berikut :

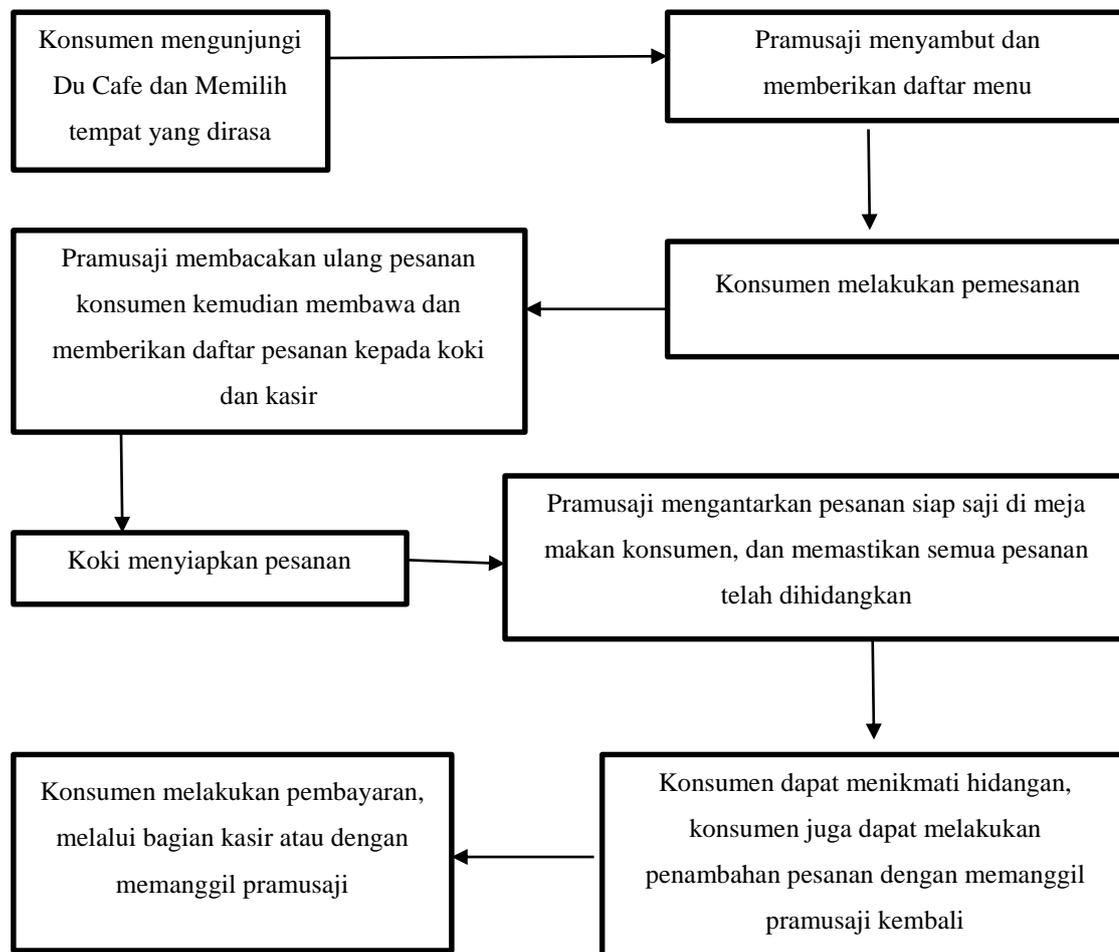
Du Cafe terdiri dari berbagai jenis makanan dan minuman. Suatu cafe pasti menawarkan beraneka ragam jenis makanan dan minuman, baik makanan dan minuman lokal maupun yang diadaptasi dari luar Indonesia. Du cafe menyediakan Chicken rice bowl dengan 8 varian sambal yang ditawarkan dengan harga Rp. 28.000, sego kendil Rp. 28.000, sego kendil ayam panggang Rp. 28.000, sego bakar Rp. 25.000, sego burjo Rp. 11.000, nasi goreng kampung dan 8 jenis nasi goreng lainnya dengan harga Rp. 23.000, ayam geprek sambal bawang ikan asin dan 12 menu geprek dengan berbagai varian sambal dengan harga Rp. 21.000, ayam penyet dan berbagai jenis penyetan lainnya dengan harga 18.000-26.000 nasi ayam bakar, dan 10 jenis nasi bakar lainnya mulai dari harga Rp. 26.000 sampai dengan 43.000, berbagai jenis bakmie dengan harga Rp. 23.000-Rp. 29.000 *soup chicken ginger*,

nasi capcay, nasi fuyunghai, mie ayam bakso (kuah/hot plate), mie ayam pangsit (kuah/hot plate), soup tom yam, *chicken crispy steak* dan 8 menu makanan crispy lainnya, dan berbagai jenis snack antara lain *french fries*, nugget, *onion rings* dengan harga dimulai Rp. 11.000- Rp. 30.000. selain itu tersedia pula berbagai jenis minuman dengan harga Rp. 5.000- Rp. 20.000 yaitu : *rock melting*, *pluto volcano*, *choco green cheese*, *waffle fries*, *Hawaiian tropical*, *mochaccino*, *black coffee aceh*, *ready to drink flores coffee*, *black coffee flores*, *espresso*, *latte*, *black coffee sumatra*, *black coffee java*, *cappuccino*, *black coffee bali*, *americano*, *milkshake chocolate*, *milkshake strawberry*, *milkshake vanilla*, vanilla hazelnut, es jeruk, jeruk nipis, *lime mojito*, *lychee mojito*, strawberry mojito, *chocolate float* dan 9 menu varian rasa float lainnya, *apple juice* dan 8 varian rasa jus lainnya, *lychee squash*, *lime squash*, *strawberry squash*, *shirley temple*, *ice tea squash*, dan 7 menu tea lainnya, susu coklat, susu segar, susu jahe, susu sirup, coklat, *chocolate classic*, *chocolate latte*, *chocolate dark*, milo, sekoteng, bajigur, wedang jahe, wedang jahe jeruk, wedang jahe jeruk nipis, teh jahe, kopi jahe, secang.

a) Skema Pelayanan dan Pemesanan Menu makan di tempat

Adapun skema pelayanan yang diberikan oleh Du Cafe, juga pelayanan dan pemesanan menu hingga transaksi yang dilakukan oleh konsumen adalah sebagai berikut:

Gambar 2.3
Skema Pelayanan dan Pemesanan Menu



Sumber: Du Cafe, 2019

2.5. Identitas Responden

Data mengenai identitas responden dimaksudkan untuk mengetahui data-data yang berkaitan erat dengan responden (objek) yang diteliti. Responden yang diambil dalam penyusunan skripsi ini adalah konsumen Du Cafe. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang berasal dari latar belakang yang berbeda-beda baik dari usia, tingkat pendidikan, maupun pekerjaan responden. Data tersebut kemudian dapat digunakan sebagai arahan dalam menganalisis data berikutnya. Data mengenai identitas responden yang

penulis sajikan dalam penelitian ini meliputi data tentang usia, jenis kelamin, status perkawinan, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan responden.

2.5.1 Usia Responden

Responden yang diambil dalam penelitian ini merupakan bagian dari populasi, maka ciri-ciri yang dimiliki populasi ada kesamaan dengan ciri-ciri respondennya. Umur mempengaruhi kematangan seseorang dalam menanggapi dan meluapkan suatu perasaan, kepuasan akan suatu produk. Du Cafe didirikan untuk melayani masyarakat umum dari semua kelompok usia. Usia responden 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 Du Cafe adalah sebagai berikut.

Tabel 2.1
Umur Responden

No	Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	15-19 tahun	10	10%
2	20-29 tahun	84	84%
3	30-39 tahun	5	5%
4	>40 tahun	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.1, mayoritas konsumen Du Cafe berumur 20-29 tahun yaitu 84 orang (84%), kemudian pada umur 15 – 19 tahun sebanyak 10 orang (10%), dan responden umur 30 – 39 tahun 5 orang (5%) dan sisanya > 40 tahun konsumen Du Cafe ada 1 orang (1%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen

dari Du Cafe dalam penelitian ini berada dalam rentang usia 20-29 tahun yaitu sebesar 84 orang (84%). Ini disebabkan karena pada rentang umur tersebut pada umumnya orang-orang suka untuk berkumpul bersama teman-teman di tempat makan, seperti di Du Cafe

2.5.2 Jenis Kelamin Responden

Du Cafe merupakan cafe yang dapat dikunjungi oleh segala lapisan masyarakat. Dalam penelitian ini sampel dari konsumen Du Cafe memiliki latar belakang yang berbeda, termasuk tentang jenis kelamin. Sasaran atau target pasar Du Cafe adalah masyarakat umum, dimana masyarakat umum tersebut terdiri dari laki-laki dan perempuan, maka dari itu pula sampel dalam penelitian ini terdiri dari laki-laki dan perempuan. Dalam tabel berikut dapat dilihat persebaran banyaknya konsumen laki-laki dan perempuan yang berkunjung ke Du Cafe:

Tabel 2.2
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pria	33	33%
Wanita	67	67%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.2 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, sebanyak 67 orang (67%) konsumen Du Cafe berjenis kelamin wanita dan sisanya ada 33 orang (33%) berjenis pria. Hal ini disebabkan karena perempuan memiliki hobi untuk berkumpul bersama dengan teman-temannya di cafe, Du Cafe merupakan cafe yang berkonsep unik yang dapat digunakan sebagai tempat berkumpul. Sehingga disimpulkan bahwa tren Du Cafe terjadi pada kalangan yang mayoritas adalah perempuan.

2.5.3 Status Perkawinan Responden

Usia responden yang berbeda ini, dimana usia paling muda dari responden adalah 15 tahun dan paling tua adalah 58 tahun, akan menyebabkan status marital dari responden ini akan berbeda. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui jumlah responden berdasarkan status marital ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 2.3
Status Marital Responden

No	Status Marital	Jumlah	Persentase (%)
1	Belum Menikah	93	93%
2	Menikah	7	7%
3	Janda	0	0%
4	Duda	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.3 menjelaskan mayoritas konsumen Du Cafe adalah berstatus belum menikah yaitu 93 orang (93%), hal ini disebabkan karena mayoritas konsumen berada di rentang usia 20-29 tahun dimana pada rentang usia tersebut pada umumnya banyak yang belum menikah dan masih berstatus sebagai mahasiswa sehingga memiliki waktu luang dan kegiatan diluar rumah yang lebih banyak.

2.5.4 Pendidikan Terakhir

Dalam penelitian ini konsumen Du Cafe memiliki latar belakang yang berbeda-beda salah satunya pada tingkat pendidikan. Dalam penelitian ini konsumen yang dapat menjadi sampel yaitu konsumen yang memiliki umur minimal 15 tahun sehingga menyebabkan tingkat pendidikan dari responden juga akan berbeda-beda. Berikut adalah tabel tingkat pendidikan dari responden:

Tabel 2.4
Tingkat Pendidikan Responden

NO	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	4	4%
2.	SMP	1	1%
3.	SMA	67	67%
4.	D1/D2/D3/D4	0	0%
5.	S1/S2/S3	28	28%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.4 tingkat pendidikan responden konsumen Du Cafe, didominasi konsumen dengan tingkat pendidikan SMA 67% dan S1/S2/S3 28%. Hal ini disebabkan juga akibat dari jenjang usia yang datang ke Du Cafe kebanyakan berusia 20-29 tahun sehingga kebanyakan memiliki pendidikan terakhir di bangku SMA dan saat ini sedang berstatus sebagai mahasiswa, hal ini juga sesuai dengan pangsa pasar Du cafe yaitu mahasiswa karena lokasi Du Cafe yang dekat dengan kampus dan pusat perbelanjaan.

2.5.4 Pekerjaan Responden

Pekerjaan adalah sebuah kegiatan aktif yang dilakukan oleh manusia yang menghasilkan suatu imbalan jasa berupa uang ataupun lainnya. Apabila tingkat pendidikan berbeda, maka status pekerjaannya pun berbeda pula. Dengan mengetahui jenis pekerjaan responden akan diperoleh gambaran mengenai status sosial dan kehidupan sosial dari responden. Pekerjaan dapat menjadi acuan tingkat aktivitas yang harus dilakukan oleh seseorang, sehingga dapat menghasilkan pendapatan untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berikut merupakan pekerjaan responden yang dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 2.5
Jenis Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	TNI/POLRI/PNS	0	0%
2	Wiraswasta	8	8%
3	Karyawan Swasta	23	23%
4	Pensiunan	0	0%
5	Pelajar/Mahasiswa	67	67%
6	Lain-lain	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.5 konsumen Du Cafe terbanyak adalah wiraswasta 8 orang (8%), karyawan swasta 23 orang (23%), pelajar / mahasiswa yaitu 67 orang (67%), dan sisanya dari pekerjaan lain-lain 2 orang (2%) yang meliputi ibu rumah tangga, dan pegawai BUMN. Dapat disimpulkan, jenis pekerjaan responden dalam penelitian ini sebagai Pelajar / Mahasiswa yaitu 67 orang (67%). Hal ini menunjukkan bahwa responden Du Cafe tidak hanya di dominasi oleh kalangan tertentu saja, akan tetapi dari semua jenis pekerjaan namun lebih banyak dikunjungi oleh konsumen yang masih berstatus pelajar maupun mahasiswa yakni sesuai dengan target pasarnya Du Cafe.

2.5.6 Penghasilan Responden

Jenis pekerjaan reponden yang berbeda-beda juga akan berpengaruh kepada tingkat pendapatan yang berbeda. Data pendapatan responden konsumen Du cafe adalah sebagai berikut:

Tabel 2.6
Pendapatan Responden

NO	Pendapatan atau uang saku per bulan (dalam rupiah)	Jumlah (Orang)	Persentase
1.	< 2.500.000	54	54%
2.	2.500.000 - 5.000.000	40	40%
3.	> 5.000.000 - 10.000.000	6	6%
4.	> 10.000.000	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.6 pendapatan konsumen Du Cafe mayoritas berpendapatan < Rp. 2.500.000 sebesar 54 orang (54%), kemudian berpendapatan Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000 40 orang (40%), berpendapatan Rp. >5.000.000 – 10.000.000 sebesar 6 orang (6%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen yang paling sering datang ke Du Cafe memiliki pendapatan di angka < Rp. 2.500.000. dan 40% pada pendapatan Rp. 2.500.000- Rp. 5.000.000. Hal ini disebabkan karena responden dalam penelitian ini paling banyak berstatus pelajar atau mahasiswa.

2.5.7 Alasan Melakukan Kunjungan Ke Du Cafe

Dengan berbagai ragamnya lapisan masyarakat yang mengunjungi Du Cafe yakni dengan berbagai usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, status perkawinan, pekerjaan, dan penghasilan maka alasan konsumen yang datang mengunjungi Du Cafe akan beragam juga. Data tentang alasan responden konsumen Du cafe melakukan kunjungan ke Du Cafe adalah sebagai berikut:

Tabel 2.7
Alasan Melakukan Kunjungan Ke Du Cafe

No	Alasan Melakukan Kunjungan Ke Du Cafe	Jumlah (Orang)	Persentase
1.	Keinginan Pribadi	28	28%
2.	Ajakan dari kerabat, saudara, dan teman	60	60%
3.	Lainnya	12	12%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.7 dapat dilihat bahwa alasan konsumen Du Cafe melakukan kunjungan ke Du Cafe yaitu 28% karena keinginan pribadi, dan 12% karena alasan lainnya, sedangkan mayoritas responden memilih melakukan kunjungan ke Du Cafe karena ajakan dari kerabat, saudara, dan teman sehingga dapat kita analisis bahwa ada sebanyak 60% konsumen Du Cafe yang merekomendasikan Du Cafe kepada kerabat, saudara, dan temannya sehingga mengajak mereka untuk melakukan kunjungan ke Du Cafe.

2.5.8 Sumber diketahui adanya Du Cafe

Konsumen yang datang ke Du Cafe pasti awalnya mendapatkan sumber atau informasi yang membuat mereka mengetahui Du Cafe lalu kemudian memiliki niat untuk mengunjungi dan membeli produk yang dijual oleh Du Cafe, Data dari mana konsumen Du cafe mengetahui adanya Du Cafe adalah sebagai berikut:

Tabel 2.8
Sumber diketahui adanya Du Cafe

No	Sumber diketahui adanya Du Cafe	Jumlah (Orang)	Persentase
1.	Teman dan Saudara	35	35%
2.	Media Sosial	7	7%
3.	Tidak sengaja lewat dari lokasi Du Cafe	52	52%
4.	Acara Kantor	0	0
5.	Lainnya	6	6%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.8 dapat kita lihat bahwa sebanyak 35% konsumen mengetahui Du Cafe dari teman dan saudara, 7% dari media sosial, 52% tidak sengaja lewat dari lokasi Du Cafe, dan 6% berasal dari informasi lainnya. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi Du Cafe lumayan strategis karena dapat menarik setengah lebih dari responden untuk mengunjungi Du Cafe.