

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM HOLLAND BAKERY DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN**

Bab II berisi penjelasan mengenai gambaran umum dari Holland Bakery yang meliputi sejarah, visi dan misi, nilai-nilai, logo, lokasi perusahaan, serta struktur organisasi. Bab ini juga memberikan gambaran mengenai responden dari penelitian ini. Dengan diuraikannya gambaran umum dari Holland Bakery selaku perusahaan dimana penelitian ini dilakukan serta gambaran umum responden dari penelitian ini, maka penelitian ini akan lebih mudah dipahami.

#### **2.1 Sejarah Holland Bakery**

Holland Bakery adalah salah satu pionir bisnis *modern bakery* pertama di Indonesia yang didirikan pada tahun 1978 oleh PT. Mustika Citra Rasa. Holland Bakery sendiri merupakan perusahaan manufaktur yang dalam jenis usahanya berbentuk waralaba dengan menggunakan konsep cita rasa khas dari Belanda. Holland Bakery selalu berkomitmen untuk menghasilkan produk terbaik yang memenuhi standar kualitas, mengutamakan kepuasan pelanggan dan menghasilkan produk yang sehat, aman dan bermutu.

Holland Bakery menawarkan berbagai macam produk, mulai dari roti klasik, *sandwich*, kue kering, kue basah, makanan ringan tradisional, hingga kue ulang tahun. Semua produk ini dibuat dari bahan baku berkualitas tinggi, diproses serta dipanggang dengan menggunakan peralatan dan mesin modern. Dengan

beragamnya produk Holland Bakery, toko ini sering disebut sebagai *one stop shopping bakery*.

Holland Bakery terkenal akan kualitasnya yang baik, hal ini dapat terwujud salah satunya karena Holland Bakery memiliki motto “Teratas Karena Kualitas”. Dengan adanya motto ini, Holland Bakery lebih mengutamakan kualitas yang dilihat dari beberapa aspek, seperti rasa, harga, tempat dan pelayanan. Hingga saat ini, Holland Bakery telah mendapat banyak penghargaan maupun prestasi, misalnya tujuh kali berturut-turut mendapatkan *Top Brand Award* oleh Frontier Consulting Group dan *Marketing Magazine* dari tahun 2009 hingga 2015. Selain itu, Holland Bakery juga mendapatkan penghargaan “*The Most Favourite and Popular Bakery*” oleh *Bakery Indonesia Magazine* pada tahun 2009.

## **2.2 Visi dan Misi Holland Bakery**

Setiap organisasi atau perusahaan mempunyai visi dan misi dalam mencapai kesuksesannya. Visi adalah pernyataan mengenai gagasan masa depan perusahaan. Sedangkan misi adalah pernyataan tentang konsep bisnis dan tujuan strategis, termasuk manfaat yang diberikan kepada pelanggan dari pasar (Gaspersz, 2005).

### **2.2.1 Visi**

Membuat produk Holland Bakery menjadi salah satu alternatif hidangan utama (sarapan, makan siang, atau makan malam) masyarakat Indonesia.

### **2.2.2 Misi**

1. Terus meningkatkan kualitas produk dan mengembangkan produk-produk sehat dan bergizi yang baru, mengikuti kebutuhan masyarakat Indonesia.

2. Terus mengembangkan toko baru untuk mencapai kebutuhan semua orang di seluruh wilayah Indonesia.
3. Terus meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan mempromosikan kesejahteraan karyawan, pendidikan dan keterampilan dalam rangka untuk terus meningkatkan kualitas layanan pelanggan yang ditetapkan sebagai standar nasional dalam keunggulan layanan.

### **2.3 Nilai-Nilai Holland Bakery**

Adapun nilai-nilai yang diterapkan oleh Holland Bakery yaitu:

1. Holland Bakery memberikan kualitas.
2. Holland Bakery membangun kepercayaan.
3. Holland Bakery mengutamakan sumber daya manusia.
4. Holland Bakery melayani dengan penuh semangat.
5. Holland Bakery bekerja dengan efektif.
6. Holland Bakery menjunjung tinggi komitmen.
7. Holland Bakery berusaha untuk meningkatkan profitabilitas.
8. Holland Bakery peduli dengan tanggung jawab sosial.
9. Holland Bakery bekerjasama dalam tim.

### **2.4 Logo Holland Bakery**



**Gambar 2.1 Logo Holland Bakery**

Sumber: [hollandbakery.co.id](http://hollandbakery.co.id), 2020

## **2.5 Lokasi dan Kontak Perusahaan**

Lokasi perusahaan merupakan dimana perusahaan melaksanakan aktivitasnya. Lokasi strategis menjadi poin penting dalam melakukan penjualan, karena lokasi yang strategis dapat memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian.

### **2.5.1 Lokasi Perusahaan**

Jalan Pandanaran No. 21, Randusari, Semarang Selatan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50244

### **2.5.2 Kontak Perusahaan**

Telepon : (024) 8453232

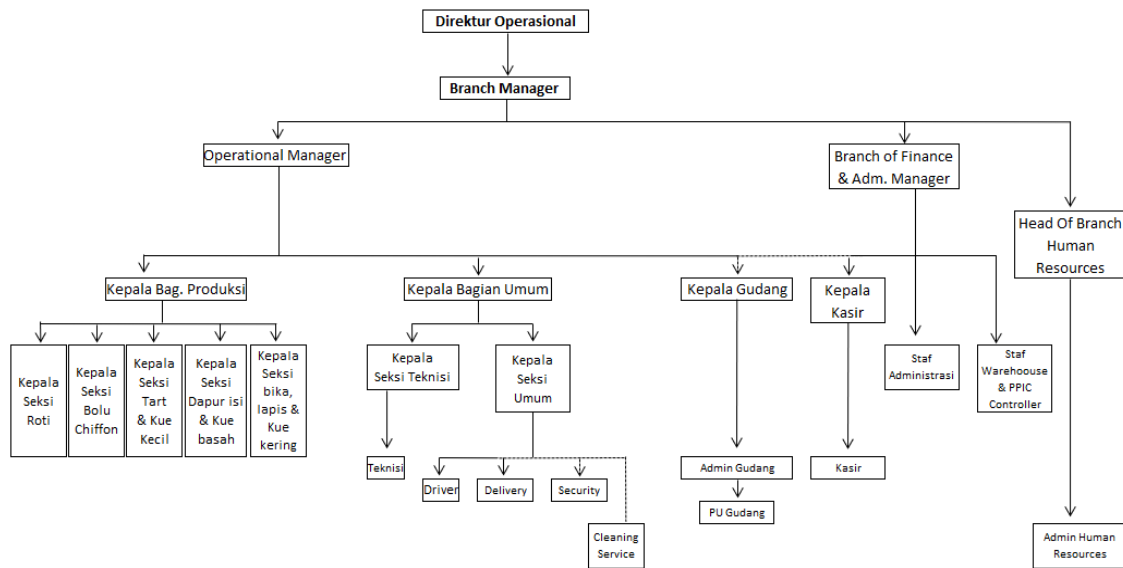
Fax : (024) 8442323

Instagram : @hollandbakery.semarang

Website : [www.hollandbakery.co.id](http://www.hollandbakery.co.id)

## **2.6 Struktur Organisasi Holland Bakery**

Struktur organisasi merupakan suatu kerangka formal antara berbagai bagian dan posisi pada saat organisasi atau perusahaan melakukan kegiatan operasional untuk mencapai tujuannya. Menurut Hasibuan (2012), ada lima macam bentuk struktur organisasi, yakni organisasi lini; organisasi lini dan staf; organisasi fungsional; organisasi lini, staf dan fungsional; serta organisasi komite. Holland Bakery menggunakan struktur organisasi lini dan staf, yaitu struktur organisasi dimana pelimpahan wewenang dilakukan secara vertikal (atasan ke bawahan). Saat mengelola organisasi, seorang pemimpin mendapatkan bantuan dari bawahannya. Berikut merupakan struktur organisasi dari Holland Bakery.



**Gambar 2.2 Struktur Organisasi Holland Bakery**

Sumber: Holland Bakery, 2020

### 2.5.1 Deskripsi Pekerjaan

#### 1) Direktur Operasional

- a. Mengkoordinasikan perencanaan strategis.
- b. Memimpin rapat tinjauan manajemen.
- c. Bertanggung jawab atas pelaksanaan perusahaan.
- d. Menjalin hubungan yang baik dengan pihak eksternal.
- e. Melakukan validasi produk baru.

#### 2) *Branch Manager*

- a. Membuat, menerapkan, dan mengevaluasi rencana bisnis cabang.
- b. Mengawasi pemeliharaan peralatan kantor, pemantauan, serta penggantian persediaan yang hilang bila perlu.

- c. Membangun dan menjaga hubungan strategis dan komunitas, serta menjalin hubungan dengan pelanggan potensial untuk membangun hubungan jangka panjang yang dapat dipercaya.

3) *Operational Manager*

- a. Menjaga kelengkapan produk, kecukupan stok, dan keragaman produk (K3) baik di unit maupun di seluruh outlet.
- b. Memperhatikan dan menjaga *freshness* produk dan kualitas produk selalu terjaga sesuai standar.
- c. Membuat atau memeriksa laporan administrasi penjualan dengan baik dan tepat (laporan penjualan, opname produk, mutase produk, retur, pembatalan, dll).
- d. Memastikan orderan *customer* terpenuhi dengan benar dan tepat waktu.
- e. Memberikan pengarahan kepada bawahannya mengenai teknik memberikan pelayanan ke pelanggan sesuai standar pelayanan yang telah ditetapkan perusahaan.

4) *Branch of Finance and Administration Manager*

- a. Merencanakan, mengontrol, dan mengkoordinasi arus kas (*cashflow*).
- b. Membuat keputusan terkait investasi dan pembiayaan serta seluruh hal yang berkaitan.
- c. Menjalankan fungsi akuntansi untuk memproses data keuangan agar laporan keuangan yang dihasilkan akurat.

5) *Head of Branch Human Resources*

- a. Membuat perencanaan kebutuhan karyawan untuk setiap bagian, sehingga tercapai efisiensi tenaga kerja dengan produktivitas yang maksimal.
- b. Melakukan *briefing*, memberikan motivasi hingga melakukan evaluasi kerja karyawan.
- c. Membuat pelatihan/*training* dan pengembangan karyawan secara berkesinambungan guna peningkatan kemampuan sumber daya manusia perusahaan.

6) Kepala Bagian Produksi

- a. Mengawasi seluruh proses produksi.
- b. Membuat inventarisasi permintaan stok seluruh produk berdasarkan rencana permintaan bagian penjualan agar stok produk cukup di bagian penjualan.
- c. Menginformasikan seluruh fasilitas/peralatan produksi berfungsi sesuai dengan standar.
- d. Memastikan kebersihan area kerja dan perlengkapan kerja, serta memonitor seluruh mesin dan peralatan kerja dalam kondisi baik.

7) Kepala Bagian Umum

Kepala bagian umum membawahi langsung *driver, delivery* (pengiriman), dan keamanan.

## 2.7 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan penjelasan mengenai responden. Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen Holland Bakery Pandanaran Semarang. Adapun kriteria dalam pemilihan responden yaitu berusia minimal 17 tahun, pernah membeli produk di Holland Bakery Pandanaran Semarang setidaknya satu kali dalam tiga bulan terakhir, serta bersedia menjadi responden.

Berdasarkan data dari 100 responden yang diperoleh, diketahui karakteristik responden mengenai usia, jenis kelamin, status perkawinan, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, pendapatan per bulan, serta intensitas pembelian produk Holland Bakery.

### 2.7.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Produk-produk Holland Bakery dapat dikonsumsi oleh semua orang, baik laki-laki maupun perempuan. Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelaminnya.

**Tabel 2.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	35	35%
2.	Perempuan	65	65%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.1, diketahui jumlah responden laki-laki sebanyak 35 orang atau 35%, sementara jumlah responden perempuan sebanyak 65 orang atau 65%.



### 2.7.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia mengacu pada rentang waktu lamanya hidup seseorang yang diukur sejak tahun ia dilahirkan. Rincian data mengenai usia responden dijabarkan pada tabel berikut ini.

**Tabel 2.2**  
**Usia Responden**

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	18 – 22 Tahun	18	18%
2.	23 – 27 Tahun	12	12%
3.	28 – 32 Tahun	27	27%
4.	33 – 37 Tahun	13	13%
5.	38 – 42 Tahun	2	2%
6.	43 – 47 Tahun	15	15%
7.	48 – 52 Tahun	8	8%
8.	> 52 Tahun	5	5%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.2, diketahui paling banyak responden berada di rentang usia 28 – 32 tahun dengan jumlah 27 responden (27%). Sementara itu, yang paling sedikit berada di rentang usia 38 – 42 tahun dengan total 2 responden (2%). Roti merupakan produk makanan yang dapat dikonsumsi oleh siapa saja, sehingga konsumennya pun terdiri atas berbagai kalangan usia.

### 2.7.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Perkawinan merupakan model sosial yang disepakati baik oleh pihak pria maupun wanita, sehingga perkawinan dapat membentuk keluarga yang sah menurut agama maupun hukum. Berdasarkan tabel 2.3 terlihat bahwa responden dengan status

perkawinan belum menikah sebanyak 52 orang atau 52%, sedangkan responden dengan status perkawinan menikah sebanyak 48 orang atau 48%.

**Tabel 2.3**  
**Status Perkawinan Responden**

No.	Status Perkawinan	Frekuensi	Persentase
1.	Belum Menikah	52	52%
2.	Menikah	48	48%
3.	Duda	0	0%
4.	Janda	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

#### 2.7.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan didefinisikan sebagai proses pendewasaan sikap dan tindakan seseorang melalui pengajaran dan pelatihan. Semakin tinggi pendidikan yang diterima seseorang, semakin kritis pemikirannya pada saat memilih produk sebelum membeli. Berdasarkan tabel 2.4, diketahui sebanyak 56 responden (56%) berlatar belakang pendidikan terakhir sarjana. Kemudian diikuti pendidikan terakhir pascasarjana sebanyak 18 responden (18%), pendidikan terakhir SMA 18 responden (18%), dan terakhir diploma sebanyak 8 responden (8%).

**Tabel 2.4**  
**Tingkat Pendidikan Terakhir Responden**

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1.	SD	0	0%
2.	SMP	0	0%
3.	SMA	18	18%
4.	Diploma	8	8%
5.	Sarjana	56	56%

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
6.	Pascasarjana	18	18%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

### 2.7.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Bekerja merupakan kegiatan yang dilaksanakan dengan tujuan memenuhi kebutuhan dasar seseorang. Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaannya.

**Tabel 2.5**  
**Jenis Pekerjaan Responden**

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	TNI/POLRI/PNS	6	6%
2.	Wiraswasta	16	16%
3.	Ibu Rumah Tangga	10	10%
4.	Pegawai Swasta	34	34%
5.	Pegawai BUMN	15	15%
6.	Pelajar/Mahasiswa	17	17%
7.	Lainnya	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Sesuai dengan data yang tertera pada tabel 2.5, mayoritas pekerjaan responden adalah pegawai swasta dengan total 34 orang atau 34% dari seluruh responden.

### 2.7.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Data pendapatan didefinisikan sebagai besarnya pendapatan responden yang nantinya mempengaruhi daya beli maupun gaya hidup seseorang. Data pendapatan yang dimaksud yakni pendapatan yang diperoleh responden baik yang bekerja

ataupun belum bekerja (uang saku). Data pendapatan responden dijabarkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 2.6**  
**Pendapatan Responden**

No.	Pendapatan Responden	Frekuensi	Persentase
1.	≤ Rp 1.000.000	10	10%
2.	> Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	10	10%
3.	> Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	9	9%
4.	> Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	19	19%
5.	> Rp 4.000.000	52	52%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.6, responden yang pendapatannya lebih dari Rp 4.000.000 adalah kelompok responden terbanyak yakni dengan jumlah 52 orang atau 52% dari total responden. Hal ini dapat terjadi sebab mayoritas responden memiliki pekerjaan, sehingga sudah mempunyai pendapatan sendiri.

### **2.7.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian**

Data terkait intensitas responden dalam membeli produk Holland Bakery ditujukan agar mengetahui seberapa sering responden melakukan pembelian. Jika dilihat pada tabel 2.7, jumlah responden yang melakukan pembelian Holland Bakery dalam kurun waktu 3 bulan paling banyak yaitu sebanyak 1 – 2 kali, yaitu sebanyak 58 orang atau sebesar 58% dari total responden.

**Tabel 2.7****Intensitas Pembelian Produk Holland Bakery dalam 3 Bulan**

<b>No.</b>	<b>Intensitas</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1.	1 – 2 kali	58	58%
2.	3 – 4 kali	29	29%
3.	> 4 kali	13	13%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2020