

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah singkat dan Perkembangan Kopi Benteng 2 Banyumanik

Kopi Benteng 2 Banyumanik merupakan sebuah kedai kopi yang didirikan di Semarang pada tahun 2013 di Jl. Tusam Raya, Pujasera, Banyumanik, Semarang. Yuda Hari Wirawan, selaku *founder* dan *owner* dari Kopi Benteng 2 Banyumanik dulunya sangat menggemari aktifitas minum kopi semenjak duduk di bangku SMA. Berawal dari mencoba-coba untuk menghindari kantuk saat belajar di waktu malam hari, Yuda dan seorang temannya bernama Bintang Wahyu justru ketagihan untuk terus minum kopi dengan alasan nikmatnya aroma dan rasa kopi. Waktu berlalu, saat Yuda duduk di bangku kuliah, ia pun terfikirkan untuk mendirikan kedai kopi serta tempat *nongkrong* asik untuk para pecinta kopi di Semarang. Tercetuslah ide-ide serta konsep kedai yang ia namakan “Kopi Benteng.” Kala itu, Yuda ingin fokus untuk jualan olahan kopi saja, namun mempertimbangkan persaingan pasar dan saran dari berbagai teman, akhirnya Yuda menambah menu olahan coklat, dan kue-kue sebagai pendamping minum kopi dan coklat, dengan harga untuk minuman berkisar antara Rp 10.000 – Rp 15.000 untuk semua jenis minuman makanan. Target *market* awal yang ditetapkan Yuda adalah anak sekolah dan mahasiswa, namun setelah berjalannya waktu, ia terus belajar bahwa para pekerja-pekerja lebih menyukai minum kopi dibandingkan dengan anak sekolah maupun mahasiswa. Akhirnya, ditetapkan ulang target *market* kedai kopi miliknya ialah para pekerja dan mahasiswa. Pada tahun 2015, Yuda Hari melakukan penggantian nama usahanya menjadi “Kopi

Benteng 2 Banyumanik” karena memang terletak di daerah Banyumanik. Kopi Benteng 2 Banyumanik hingga saat ini menawarkan berbagai jenis olahan kopi, aneka minuman jika pelanggan kurang menyukai kopi, dan aneka jenis makanan ringan siap saji.

Sesuai dengan namanya yakni Kopi Benteng 2 Banyumanik, menu andalan yang ditawarkan adalah menu kopi. Kopi yang diracik sendiri oleh beberapa Barista yang sudah ahli dan terlatih dalam menghasilkan komposisi yang tepat sehingga menciptakan kopi dengan cita rasa yang nikmat. Bahan kopi diimpor langsung dari Italia melalui *supplier* yang berasal dari Yogyakarta. Sedangkan untuk bahan minuman selain kopi, berasal dari *supplier* lokal Yogyakarta, dan makanan pelengkap, seperti kentang goreng adalah hasil produksi Kopi Benteng 2 Banyumanik sendiri.

## **2.2 Profil Kopi Benteng 2 Banyumanik**

### **2.2.1 Visi Kopi Benteng 2 Banyumanik**

Visi Kopi Benteng 2 Banyumanik mengarahkan seluruh komponen perusahaan demi terlaksananya tujuan perusahaan. Berikut merupakan visi Kopi Benteng 2 Banyumanik, yakni:

1. Menciptakan rasa kopi yang berbeda dari kopi lainnya
2. Pelopor *coffee shop* dengan konsep *outdoor*
3. Pelayanan kami citra kami

Kopi Benteng 2 Banyumanik ingin dikenal sebagai *coffee shop* yang menyajikan rasa kopi yang berbeda dari *coffee shop* yang lain, dalam ruang yang mengutamakan layanan kepada para pelanggan.

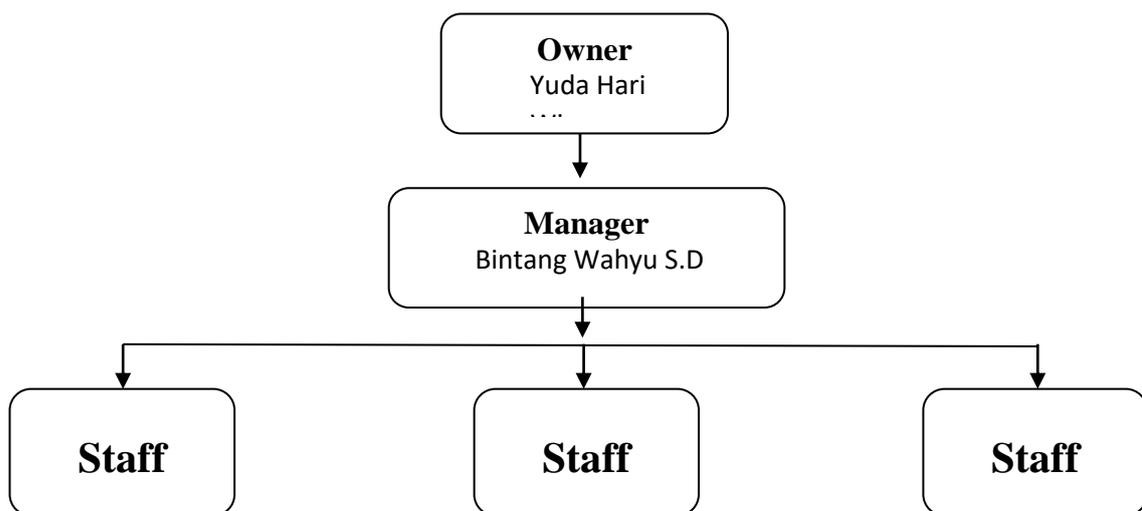
### 2.2.2 Misi Kopi Benteng 2 Banyumanik

Misi merupakan hal-hal yang harus dilaksanakan oleh perusahaan untuk mewujudkan tercapainya visi perusahaan. Misi juga merupakan bentuk dari tujuan jangka pendek dari sebuah perusahaan. Berikut merupakan misi dari Kopi Benteng 2 Banyumanik, yakni :

1. Memberikan kopi yang terbaik dengan kepuasan konsumen yang utama
2. Memberikan pelayanan yang mengusung nuansa *casual*

### 2.2.3 Struktur Organisasi Kopi Benteng 2 Banyumanik

**Gambar 2.1 Struktur Organisasi Kopi Benteng 2 Banyumanik**



Sumber : Kopi Benteng 2 Banyumanik, 2020

## 2.2.4 Tugas dan Tanggung Jawab

### 1. *Owner* dan *Founder*

- a. Bertugas memimpin, mengelola, dan bertanggung jawab atas perusahaan dan mengurus segala perizinan yang dibutuhkan oleh perusahaan dan mengatur segala peraturan yang berlaku di perusahaan.
- b. *Owner* mempunyai wewenang melaksanakan seluruh rangkaian kegiatan dan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, serta tanggung jawab sepenuhnya dalam keberlangsungan hidup perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.
- c. *Owner* sebagai pengorganisasi, sebagai pimpinan tertinggi yang berwenang menerima pertanggung jawaban dari masing-masing bagian atau cabang, dan *Owner* sebagai pelaksana memiliki kewajiban mengarahkan, mempengaruhi, dan sekaligus memotivasi seluruh anggota perusahaan dalam bentuk komunikasi.

### 2. *Manager*

Bertugas dan bertanggung jawab untuk menggantikan *Owner* apabila tidak berada di tempat atau sedang berhalangan hadir.

### 3. Staff Administrasi Keuangan

- a. Memberikan laporan pada pimpinan perusahaan

- b. Mencatat semua pembukuan yang menyangkut pada kegiatan perusahaan
  - c. Melakukan pembayaran kepada toko atau pemasok bahan baku
  - d. Membuat laporan keuangan pada pimpinan perusahaan
  - e. Mengelola keuangan perusahaan
  - f. Menyimpan semua dokumen yang menyangkut administrasi keuangan dan surat-surat penting yang berhubungan dengan perusahaan
  - g. Mengusulkan anggaran keuangan sesuai kebutuhan jalannya operasional perusahaan
4. Staff Barista dan Koki

Barista adalah seseorang yang pekerjaannya membuat dan menyajikan kopi kepada pelanggan. Sedangkan koki adalah orang yang menyiapkan dan menyajikan makanan untuk disantap oleh pelanggan. Di Kopi Benteng 2 Banyumanik, barista bertanggung jawab atas semua menu minuman yang ada, sedangkan koki bertanggung jawab untuk menyiapkan menu makanan yang tersedia pada kedai kepada pelanggan.

### **2.2.5 Logo Kopi Benteng 2 Banyumanik**

Setiap perusahaan pasti memiliki logo untuk menunjukkan kepada konsumen keberadaan atau lokasi dimana perusahaan tersebut beroperasi. Berikut merupakan logo dari Kopi Benteng 2 Banyumanik.

**Gambar 2.2 Logo Kopi Benteng 2 Banyumanik**



*Sumber :Kopi Benteng 2 Banyumanik, 2020*

### **2.2.6 Jam Operasional Kopi Benteng 2 Banyumanik**

#### **a. Manager**

Hari Kerja : Senin - Minggu

Jam Kerja : 18.00 – 03.00

#### **b. Staff**

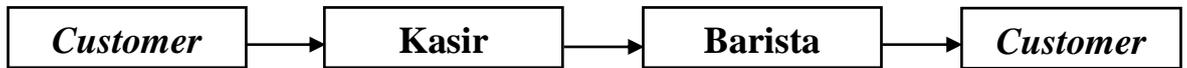
Hari Kerja : Setiap Hari

Jam Kerja : 18.00 – 03.00

### **2.2.7 Prosedur Pelayanan Kopi Benteng 2 Banyumanik Semarang**

Berikut ini adalah prosedur pelayanan Kopi Benteng 2 Banyumanik.

**Gambar 2.3** Prosedur Pelayanan Kopi Benteng 2 Banyumanik



*Sumber : Kopi Benteng 2 Banyumanik, 2020*

Sistem pelayanan di Kopi Benteng 2 Banyumanik dalam bentuk *full service*, dimana pelanggan memesan langsung makanan dan minuman di kasir. Kemudian kasir akan memberikan pesanan pelanggan kepada barista untuk diproses. Apabila makanan dan minuman yang dipesan oleh pelanggan sudah siap, maka pesanan akan diantar ke meja pelanggan.

### **1.2.8 Produk Kopi Benteng 2 Banyumanik**

Kopi Benteng 2 Banyumanik memiliki beberapa kategori produk yang ditampilkan dalam daftar menu, diantaranya adalah :

#### *a. Coffee*

Seperti namanya, menu ini pasti berbahan dasar kopi. Semua menu yang ada ditulis dengan istilah kopi dalam bahasa Inggris. Menu *Coffee* yang disediakan oleh Kopi Benteng 2 Banyumanik terdiri dari :

#### **Special Menu (Hot)**

- Kopi Talua
- Teh Talua
- Coklat Benteng Special
- Coklat Cappucino Special
- Kopi Coklat Special

- Coklat Londo

#### **Original Coffee Bean (Hot)**

- Aceh Gayo
- Blue Lintang
- Lampung Arabica
- Lampung Robusta
- Java Blend
- Java Mocca
- Bali Kintamani
- Toraja Kolasi
- Wamena Papua

#### **Menu Kopi (Hot)**

- Kopi Benteng Classic
- Kopi Benteng Special
- Kopi Susu
- Kopi Talua

#### ***b. Milky Silky***

Selain kopi, Kopi Benteng 2 Banyumanik juga menyediakan menu lain untuk para pelanggan yang kurang menyukai kopi, sehingga dapat memilih alternatif menu salah satunya yakni menu milky silky ini. Milky silky merupakan menu dengan bahan dasar susu yang kemudian dicampur dengan beberapa perasa lain. Menunya terdiri dari :

1. Milk Shake Strawberry
2. Milk Shake Melon
3. Milk Shake Banana
4. Milk Shake Vanilla
5. Thai Milk Tea
6. White Cheese
7. White Mint

### 2.2.9 Proses Produksi

**Gambar 2.3 Proses Produksi**

Proses Produksi	Bahan Baku	Teknologi	Mesin
 <p>Rebus air dengan suhu 75-96° C.</p>	Air	Manual	Ketel dan Kompor gas
 <p>Siapkan biji kopi sesuai takaran dan tuangkan pada <i>grinder</i> (alat</p>	Biji kopi	Manual	Grinder

penghalus kopi)			
 <p>Siapkan tisu kopi sembari menunggu air mendidih dan kopi halus.</p>	Bahan pembantu = tisu kopi	Manual	Tissue kopi dan V60
 <p>Setelah kopi halus simpan dalam wadah terlebih dahulu.</p>	Serbuk kopi dengan tingkat kehalusan tertentu	Manual	Wadah khusus yang kering.
 <p>Tuangkan serbuk kopi pada tissue kopi.</p>	Serbuk kopi	Manual	Tisu kopi dan V60

 <p>Tuangkan air yang mendidih dengan suhu 75-96° C guna menciptakan cita rasa kopi yang baik.</p>	Serbuk kopi dan air panas	Manual	Ketel, tisu kopi dan V60
 <p>Kopi panas siap di nikmati.</p>	-	Manual	-

*Sumber : Kopi Benteng 2 Banyumanik, 2020*

### 2.3 Identitas Responden

Data mengenai identitas konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik yang menjadi responden dalam penelitian ini, dimaksudkan untuk mengetahui data yang berkaitan erat dengan responden (objek) yang diteliti. Data tersebut kemudian dapat digunakan sebagai arahan dalam menganalisis data berikutnya. identitas responden yang akan disajikan meliputi: usia, jenis kelamin, status marital, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan dan pengeluaran dalam sebulan, frekuensi kunjungan ke Kopi Benteng 2 Banyumnik dalam tiga bulan terakhir, dan alasan berkunjung ke Kopi Benteng 2 Banyumnik.

### 2.3.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin responden dibedakan menjadi dua, yakni laki-laki dan perempuan. Data dari jenis kelamin responden dapat dilihat pada Tabel 2.1, sebagai berikut.

**Tabel 2.1 Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	Laki-laki	66	66
2.	Perempuan	34	34
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa persentase konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik Semarang berjenis kelamin laki-laki sebesar 66% dan berjenis kelamin perempuan sebesar 34%. Dari jumlah tersebut dapat disimpulkan, bahwa dari seluruh responden, konsumen laki-laki merupakan responden dengan presentase paling besar yang melakukan kunjungan ke Kopi Benteng 2 Banyumanik.

### 2.3.2 Usia Responden

Diketahui bahwa mayoritas konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik yang berkunjung adalah konsumen yang berada pada usia 21-25 tahun dengan presentase 46. Rincian data dapat dilihat pada tabel 2.2, sebagai berikut

**Tabel 2.2 Usia Responden**

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	< 21	40	40
2.	21 – 25	46	46
3.	26 – 30	14	14
4.	≥ 31	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa responden terbanyak berusia 21-25 tahun sebesar 46%. Kemudian diikuti dengan responden usia < 21 tahun sebesar 40%, dan responden usia 26 – 30 tahun sebesar 14%. Tidak adanya ditemukan responden pada usia  $\geq 31$  tahun. Dapat disimpulkan, mayoritas konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik Semarang berada pada usia 21-25 tahun.

### 2.3.3 Status Marital Responden

Konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik mayoritas adalah responden yang belum menikah dengan presentase sebesar 88%. Rincian data dapat dilihat pada tabel 2.3, sebagai berikut.

**Tabel 2.3 Status Marital Responden**

No.	Status Marital	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	Menikah	12	12
2.	Belum Menikah	88	88
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2018*

Tabel tersebut menunjukkan mayoritas responden termasuk dalam kategori belum menikah yaitu sebanyak 88%. Sedangkan sisanya termasuk kategori menikah sebanyak 12% responden. Dapat disimpulkan, lebih banyak responden yang berkunjung ke Kopi Benteng 2 Banyumanik adalah responden dengan status marital belum menikah.

### 2.3.4 Pendidikan Terakhir Responden

Diketahui responden penelitian dengan latar belakang pendidikan paling besar adalah tamatan SMA dengan presentase sebesar 52%. Rincian data dapat dilihat pada tabel 2.4, sebagai berikut.

**Tabel 2.4 Pendidikan Terakhir Responden**

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	Tamat SD	0	0
2.	Tamat SMP	10	10
3.	Tamat SMA	52	52
4.	Diploma/Sarjana	31	31
5.	Pascasarjana	5	5
6.	Lainnya		
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2020*

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden mempunyai latar belakang pendidikan terakhir di tingkat SMA yaitu sebesar 52% responden, Kemudian diikuti dengan lulusan Sarjana sebesar 31%. Sebesar 5% responden merupakan lulusan Pascasarjana. Dan tidak terdapatnya responden dengan latar belakang pendidikan tamatan SD.

### 2.3.5 Pekerjaan Responden

Frekuensi konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik paling besar adalah pelajar/mahasiswa dengan presentase sebesar 54% responden. Rincian data dapat dilihat pada tabel 2.5, sebagai berikut.

**Tabel 2.5 Pekerjaan Responden**

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	PNS/POLRI/TNI	3	3
2.	Pegawai Swasta	24	24
3.	Wiraswasta	12	12
4.	Pensiunan	0	0
5.	Pelajar/Mahasiswa	54	54
6.	Lainnya	7	7
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa dengan persentase sebesar 54% responden. Selanjutnya responden berlatar belakang pekerjaan sebagai Pegawai Swasta sebesar 24% dan responden yang berlatarbelakang pekerjaan wiraswasta sebesar 12%. Sedangkan responden dengan kategori pekerjaan di bidang PNS/POLRI/TNI, yakni sebesar 3% dan tidak terdapat responden dengan kategori Pensiunan. Jadi, konsumen yang berkunjung ke Kopi Benteng 2 Banyumanik paling banyak adalah pelanggan dengan latar belakang pekerjaan pelajar/mahasiswa.

### 2.3.6 Penghasilan Perbulan Responden

Konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik yang berkunjung dengan presentase paling besar 43,3% adalah responden dengan pendapatan >Rp.1.000.000 – Rp.2.500.000. Rincian data dapat dilihat pada tabel 2.6, sebagai berikut.

**Tabel 2.6 Penghasilan Perbulan Responden**

No.	Penghasilan	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	≤ Rp 1.000.000	11	11
2.	> Rp 1.000.001 – Rp 2.500.000	53	53
3.	> Rp 2.500.001 – Rp 4.000.000	27	27
4.	≥ Rp 4.000.001	9	9
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2.6 di atas, diketahui bahwa mayoritas pendapatan responden berjumlah lebih dari Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000 dengan persentase sebanyak 53% dengan latar belakang mahasiswa serta pegawai swasta. Presentase terbesar kedua, yakni sebesar 27% responden dengan penghasilan > Rp 2.500.000 – Rp. 4.000.000 dengan latar belakang responden pegawai swasta, PNS, dan

wiraswasta. Sedangkan presentase terkecil sebesar 9% responden dengan penghasilan  $\geq$  Rp. 4.000.000 yaitu berlatar belakang sebagai wiraswasta dan pegawai swasta. Berdasarkan data hasil penelitian yang didapatkan, bagi mayoritas responden dengan pendapatan lebih dari Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000 dengan latar belakang mahasiswa, hal ini bukan merupakan pendapatan atau penghasilan karena sudah bekerja, tetapi jumlah uang saku per bulan yang mereka terima.

### 2.3.7 Pengeluaran Perbulan Responden

Konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik yang berkunjung dengan presentase paling besar 65% adalah responden dengan pengeluaran  $>$ Rp.1.000.000 – Rp.2.500.000. Rincian data dapat dilihat pada tabel 2.7, sebagai berikut.

**Tabel 2.7 Pengeluaran Perbulan Responden**

No.	Penghasilan	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	$\leq$ Rp 1.000.000	16	16
2.	$>$ Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000	65	65
3.	$>$ Rp 2.500.000 – Rp 4.000.000	13	13
4.	$\geq$ Rp 4.000.000	6	6
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2.7 di atas, diketahui bahwa mayoritas pengeluaran responden berjumlah lebih dari Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000 dengan persentase sebanyak 65% dengan latar belakang mahasiswa serta pegawai swasta. Presentase terbesar kedua, yakni sebesar 16% responden dengan pengeluaran  $\leq$  Rp 1.000.000. Sedangkan presentase terkecil sebesar 6% responden dengan

pengeluaran  $\geq$  Rp. 4.000.000 yaitu berlatar belakang sebagai wiraswasta dan pegawai swasta.

### 2.3.8 Frekuensi Kunjungan Ke Kopi Benteng 2 Banyumanik

Hasil penelitian menunjukkan frekuensi kunjungan pelanggan ke Kopi Benteng 2 Banyumanik terbesar berada pada *range* dua sampai tiga kali kunjungan. Rincian data dapat dilihat pada tabel 2.8, sebagai berikut.

**Tabel 2.8 Frekuensi Berkunjung dalam Tiga Bulan Terakhir**

No.	Jumlah Kunjungan	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	1	21	21
2.	2-3	55	55
3.	>3	24	24
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2020*

Dari tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas frekuensi kunjungan yang dilakukan responden berada pada *range* 2 – 3 kali dengan presentase sebesar 55%, kemudian disusul pada *range* > 3 sebesar 24%. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, frekuensi minimum dari kunjungan pelanggan ke Kopi Benteng 2 Banyumanik dalam tiga bulan terakhir yaitu 1 kali kunjungan dengan persentase sebesar 21%.

### 2.3.9 Alasan Melakukan Kunjungan Ke Kopi Benteng 2 Banyumanik

Ternyata sebesar 44% responden mengatakan berkunjung ke Kopi Benteng 2 Banyumanik karena harga yang terjangkau. Rincian data dapat dilihat pada Tabel 2.9, sebagai berikut.

**Tabel 2.9 Alasan Melakukan Kunjungan Ke Kopi Benteng 2 Banyumanik**

No.	Alasan	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	Rasa yang nikmat	32	32
2.	Harga yang terjangkau	44	44
3.	Tempat yang nyaman	24	24
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan tabel di atas, hasil penelitian menunjukkan banyaknya pelanggan yang datang ke Kopi Benteng 2 Banyumanik karna harga yang terjangkau dengan presentase sebesar 44%. Sebesar 32% responden mengatakan alasan mereka berkunjung karena rasa yang nikmat. Presentase terkecil dengan 24% responden datang karna tempat Kopi Benteng 2 Banyumanik yang nyaman.

