

BAB II

GAMBARAN UMUM PEACOCKOFFIE GOMBEL DAN RESPONDEN PENELITIAN

2.1. Sejarah Singkat Peacockoffie

Kedai kopi yang berdiri sejak 2016 ini didirikan oleh Marchel Adriana. Berawal dari kegemarannya dengan kopi karena dianggap dapat membantu menghilangkan kantuk saat belajar di bangku sekolah membuatnya kemudian menekuni bidang kopi ini. Hingga akhirnya saat duduk di bangku kuliah ia pertama kali mendirikan kedai kopi tersebut di Yogyakarta pada tahun 2009.

Awalnya ia hanya berpikiran untuk menyajikan minuman kopi saja, namun dengan berkembangnya pasar kopi dan adanya masukan dari temannya membuat ia berpikir bahwa lebih baik juga menjual makanan ringan seperti kue dan varian lain pada minumannya dengan bahan dasar olahan coklat. Namun, hingga saat ini menu yang ditawarkan sudah cukup beragam, selain olahan kopi kedai ini juga menawarkan varian olahan susu (milky silky), varian lain yang termasuk dalam thirst quencher dan makanan ringan atau biasa disebut light bites. Unikny dari kedai ini yaitu semua harga pada varian menu minumannya diberi harga 33.000 untuk ukuran sedang dan 44.000 untuk ukuran yang besar. Kemudian untuk makanan pendampingnya memiliki varian harga mulai dari 15.000 hingga 30.000

Peacockoffie sendiri sempat mengalami perubahan nama pada tahun 2014. Semula kedai tersebut diberi nama Peacock coffee namun ternyata nama tersebut

sudah digunakan di Amerika Serikat dan Afrika Selatan akhirnya diganti menjadi Peacockoffie dan terkenal hingga saat ini.

Dari segi target pembeli, awalnya kedai tersebut menargetkan pembeli mereka adalah anak-anak sekolah namun ternyata pembeli yang berdatangan justru dari kalangan pekerja. Alhasil, mereka mengubah target pembeli mereka menjadi kalangan mahasiswa dan pekerja.

Kemudian dari segi fasilitas yang diberikan kedai yang beroperasi 24 jam ini diantaranya yaitu free wifi dengan berbagai pilihan ruangan baik yang indoor ataupun outdoor, ber-AC, non-AC serta smooking room. Selain itu, untuk menciptakan konsep "*Homing garden*" suasana kedai dibuat nyaman mungkin seakan sedang berada dalam taman rumah ditambah dengan lagu-lagu klasik yang modern yang dipuutrkan, pemilihan furniture dengan bahan dasar kayu jati, dan pencahayaan yang remang membuat konsumen merasa lebih nyaman untuk bekerja atau belajar disana.

Bahan dasar kopi yang digunakan merupakan produk impor dari Italia namun sang pemilik membelinya melalui supplier kenalannya yang ada di Yogyakarta. Berbeda dengan kedai Peacockoffie yang lain, kedai ini menyajikan kopi jenis arabika. Sehingga tidak heran jika hasil dari olahan kopi tersebut memiliki cita rasa dan aroma yang khas. Sedangkan untuk makanan pelengkap seperti pie dan cake diproduksi langsung oleh Peacockoffie dengan standarisasi yang sudah ditentukan tentunya.

Hingga kini, Peacockoffie memiliki cabang sebanyak 3 yang terletak di Yogyakarta 1 dan 2 di Semarang tepatnya di Jalan Gajahmada yang telah berdiri

sejak tahun 2013 dan Gombel Lama sejak tahun 2016 tepatnya di Jalan Gombel Lama nomor 11 Semarang. Lokasi tersebut dipilih karena dianggap mampu memberikan konsep *Homing Garden* yang menjadi ciri khas dari kedai kopi ini.

2.2. Visi, Misi, dan Logo Perusahaan

a. Visi dan Misi Peacockoffie

Penting bagi suatu usaha untuk memiliki visi dan misi karena dapat sebagai penentu strategi bisnis yang akan digunakan dan membantu usaha tersebut untuk selalu beradaptasi dengan lingkungan yang serba berubah karena pemilik usaha sudah memiliki pandangan untuk jangka waktu yang panjang, serta mampu menjadi dasar atau sumber untuk pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan agar dialokasikan secara efektif dan efisien.

Visi merupakan suatu gambaran secara umum tujuan apa yang hendak dicapai perusahaan. Sedangkan misi merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mencapai suatu visi.

Penentuan visi dan misi yang diharapkan suatu usaha adalah visi dan misi yang baik, yaitu yang unik atau berbeda dan sesuai dengan *value* perusahaan, serta mampu menjadi dorongan bagi berbagai stakeholder untuk mencapainya. Harapannya dengan adanya visi dan misi yang baik dapat membantu suatu usaha untuk mendapatkan keuntungan melalui semangat dan kemampuan manajemen perusahaan dan stakeholder untuk memenuhi visi dan misi yang telah dibuat, meminimalisir terjadinya kesalahan yang dibuat, serta membantu mengefektifkan

dan mengoptimalkan pengalokasian sumber daya yang ada baik dari segi biaya, tenaga, dan sarana prasarana.

Sedangkan suatu visi dan misi dikatakan kurang baik apabila visi dan misi tersebut tidak memberikan semangat dalam mencapai target yang telah dibuat, masih banyak kesalahan yang terjadi meskipun sudah diberi arahan, dan karyawan yang tidak mampu bekerja secara fokus, efektif, serta efisien sehingga membuat pengalokasian sumber daya usaha semakin membengkak dan merugi.

Melengkapi definisi tersebut, menurut Iban Sofyan (2015) mengartikan visi sebagai cara pandang seorang pemimpin atau penentu strategi yang melihat persoalan bisnis secara komprehensif dan berorientasi tidak saja pada masa sekarang, tetapi juga masa yang akan datang dalam usaha mempertahankan dan mengembangkan perusahaan. Sedangkan misi dianggap sebagai pengaitan kewajiban untuk memperjuangkan dan mempertahankan citra dan karakter perusahaan, dimana saja dan kapan saja. Misi biasanya dikaitkan dengan fungsi sosial atau target perusahaan secara lebih spesifik sehingga misi harus bersifat jelas karena menjadi dasar kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

Sehingga sebagai sebuah usaha yang ingin bertahan dalam jangka panjang, Peacockoffie juga berusaha memiliki visi dan misi yang baik dan unik agar dapat memenangkan persaingan diantara kompetitornya. Adapun visi dan misi Peacockoffie sebagai berikut :

1. Visi Peacockoffie

Peacockoffie merupakan sebuah usaha atau kedai yang bergerak di bidang *food and beverage* khususnya di bidang olahan kopi. Sama seperti dengan kedai

kopi lainnya, Peacockoffie juga memiliki visi yang mengandung harapan untuk kesuksesan usahanya dalam jangka waktu yang panjang melalui kualitas, kemampuan pelayanan dan konsep unik yang ditawarkan. Adapun visi dari Peacockoffie yaitu :

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

Makna dari visi tersebut yaitu Peacockoffie ingin menciptakan rasa kopi yang berbeda dari kedai kopi yang ada dengan memberikan kopi kualitas terbaiknya, yang dibuktikan dengan biji kopi yang digunakan dan teknik pengolahan yang digunakan. Selain itu, Peacockoffie juga ingin menjadi pelopor kedai kopi dengan konsep *Homing Garden* karena seperti kita ketahui bersama bahwa tidak banyak kedai kopi yang memberikan konsep serupa dengan konsisten dan terbukti Peacockoffie mampu mempelopornya. Tidak hanya di lokasi Gombel, namun pada kedua lokasi lainnya yang di Gajahmada dan Yogyakarta. Terakhir, Peacockoffie sangat mengedepankan pemberian pelayanan yang maksimal kepada konsumen mereka, karena hal tersebut yang menjadi kunci utama dari kepuasan dan loyalitas seorang konsumen.

2. Misi Peacockoffie

Dalam mewujudkan sebuah visi, diperlukan adanya misi. Misi tersebut dijadikan sebagai acuan dalam membuat perencanaan aktivitas bisnis dan kegiatan pengambilan keputusan yang dianggap memiliki hubungan dengan tujuan perusahaan. Adapun beberapa misi Peacockoffie yaitu :

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

Makna dari misi tersebut yaitu kedai Peacockoffie selalu berusaha memberikan kopi dengan kualitas yang terbaik dan pelayanan yang maksimal karena kepuasan konsumen adalah hal utama yang ingin diberikan oleh Peacockoffie. Hal tersebut dibuktikan dengan komitmen Peacockoffie untuk memilih biji kopi berkualitas untuk minuman olahan kopi mereka, dan adanya pelatihan bagi para pelayan di Peacockoffie untuk mampu melayani konsumen dengan sangat baik.

b. Logo Peacockoffie

Logo merupakan salah satu atribut penting bisnis yang dianggap dapat berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen terhadap suatu usaha. Selain itu, logo juga dianggap sebagai salah satu media pemasaran dari suatu usaha karena seorang konsumen identik untuk mengingat apa yang dapat dilihat. Harapan dari Peacockoffie yaitu memiliki logo yang baik, unik, dan mudah dikenali.

Suatu logo dikatakan baik apabila logo tersebut bersifat unik, menarik, dan mengikuti perkembangan zaman. Logo yang menarik, yaitu yang dapat mencuri perhatian konsumen sehingga secara tidak langsung menjadi media pemasaran usaha tersebut. Selain itu logo yang unik, yaitu yang berbeda dengan yang lain dan dapat dijadikan sebagai identitas diri suatu usaha agar mudah diingat oleh konsumen. Keuntungan dari logo yang baik dan unik ini dapat menjadi pembeda antara kedai kopi satu dengan yang lain, sehingga memudahkan konsumen untuk membedakan antara kedai satu dengan kedai lain.

Sebaliknya suatu logo dikatakan kurang baik apabila logo tersebut tidak bersifat unik, yaitu yang cenderung sama dengan para pesaingnya sehingga terkesan tidak memiliki identitas diri usaha. Kemudian, tidak bersifat menarik dan tidak mengikuti perkembangan zaman yaitu yang tidak mampu mencuri perhatian dan penasaran konsumen. Alhasil, konsumen akan sulit mengingat mengenai nama usaha yang dijalankan dan tidak menutup kemungkinan konsumen akan beralih kepada pesaing karena ingatan mereka yang samar akan logo yang dimiliki.

Pernyataan tersebut didukung oleh Jefkins (1995) yang menyatakan logo ialah presentasi, sosok atau penampilan visual yang senantiasa dikaitkan dengan organisasi tertentu sebagai bentuk identitas dan bagian identitas perusahaan.

Adapun logo dari Peacockoffie sebagai berikut :

The image shows the word "peacockoffie" in a red, outlined, serif font. The letters are thin and have a double-line outline, giving it a delicate and elegant appearance. The font is centered on the page.

Gambar 2.1 Logo Peacockoffie

Meskipun terkesan sederhana, namun tulisan yang sangat mudah dan jelas dibaca dapat membantu orang yang melintasi kedai tersebut mudah membaca dan mengingatnya. Terutama ketika malam hari dibantu dengan penerangan lampu yang semakin membuat jelas tulisan tersebut.

2.3.Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan

a. Struktur Organisasi

Penting bagi sebuah organisasi memiliki struktur organisasi karena struktur organisasi merupakan suatu rantai perintah yang umumnya digambar dalam bentuk bagan guna mempermudah dalam penetapan fungsi atau bagian dalam organisasi termasuk tanggung jawab pekerjaan, rentang kendali, dan hubungan pekerjaan, sehingga dapat membantu memudahkan komunikasi dalam organisasi. Harapannya, Peacockoffie mampu memiliki struktur organisasi yang baik.

Suatu struktur organisasi dikatakan baik apabila struktur tersebut mudah dipahami oleh setiap orang yang melihatnya baik secara internal maupun eksternal. Selain itu, struktur tersebut mampu mencakup semua bagian yang menjadi stakeholder dalam organisasi tersebut sehingga setiap orang bisa mengetahui peran masing-masing hanya melalui desain visual struktur organisasi yang ada. Alhasil memudahkan alur komunikasi dan pengawasan pekerjaan sehingga dapat menjadi mempermudah dalam pencapaian tujuan bersama organisasi.

Sebaliknya suatu organisasi dikatakan tidak memiliki struktur yang baik apabila struktur tersebut tidak mampu menjelaskan dengan mudah dari peran masing-masing bagian atau stakeholder, sehingga akan mempersulit dari alur komunikasi dan pengawasan pekerjaan sehingga dapat menjadi penghambat pencapaian tujuan bersama organisasi.

Memperjelas definisi tersebut, Hasibuan (2010:128) menjelaskan struktur organisasi adalah suatu gambar yang menggambarkan tipe organisasi,

pendepartemenan organisasi kedudukan, dan jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi.

Terdapat beberapa bentuk dari struktur organisasi, diantaranya :

a. Struktur Fungsional

Merupakan jenis struktur organisasi ini yang paling umum digunakan oleh sebuah organisasi atau perusahaan. Dalam struktur organisasi fungsional, pembagian kerjanya dilakukan berdasarkan fungsi pada masing-masing manajemen

b. Struktur Divisional

Jenis struktur organisasi yang melakukan pengelompokan berdasarkan pada kesamaan produk, jasa/servis/layanan, pasar, dan letak geografisnya. Jenis struktur organisasi ini, lazimnya diterapkan pada sebuah perusahaan berskala menengah hingga perusahaan besar, karena biasa operasional yang dikeluarkan akan lebih tinggi jika dibandingkan dengan struktur organisasi fungsional.

c. Struktur Lini

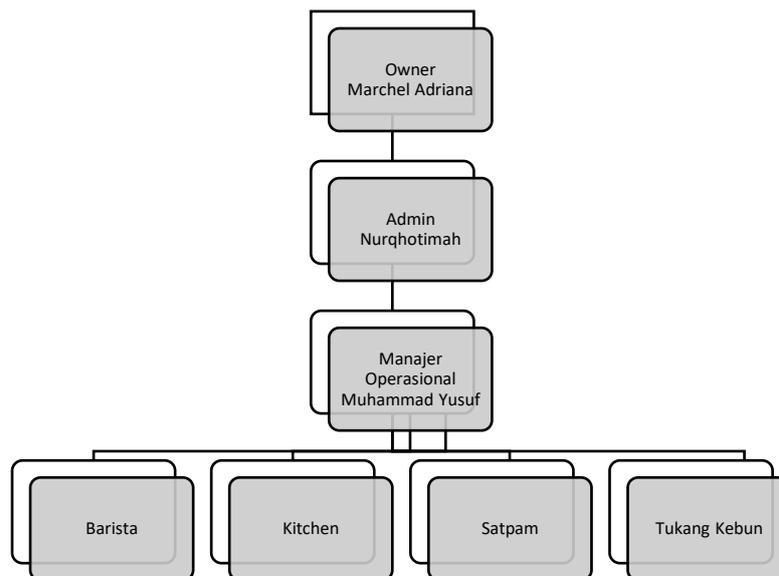
Dalam struktur organisasi lini, hubungan antara atasan dengan bawahan terjadi secara langsung dan vertikal. Dimana sejak dari pimpinan tertinggi sampai dengan karyawan dengan jabatan terendah dalam struktur organisasi ini dihubungkan dengan garis komando atau garis wewenang

d. Struktur Matrix

Sebuah struktur organisasi yang merupakan penggabungan antara struktur organisasi fungsional dengan struktur organisasi divisional dengan tujuan untuk saling melengkapi dan menutupi kekurangan-kekurangan yang terdapat pada kedua struktur organisasi tersebut. Struktur organisasi jenis ini sering juga dikenal dengan nama struktur organisasi proyek.

Atas dasar pentingnya hal tersebut, Peacocokoffie mencoba menyusun struktur organisasi untuk memudahkan pembagian kerja, dan lebih membantu untuk mengetahui spesialisasi pekerjaan, saluran perintah, dan penyampaian laporan. Adapun bentuk struktur organisasi Peacockoffie yaitu berbentuk lini yang dianggap paling mampu menjelaskan dari garis koordinasi dan komunikasi seluruh stakeholder Peacockoffie mulai dari sang pemilik sampai para pegawainya.

Berikut merupakan skema struktur organisasi Peacockoffie



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Peacockoffie

Sumber : Peacockoffie, 2021

Berikut merupakan uraian dari masing-masing jabatan :

1. Owner atau pemilik

Pemilik atau owner merupakan seseorang yang mendirikan usaha dengan memberikan modal penuh dalam suatu usaha. Sehingga keuntungan atas usaha tersebut juga merupakan hak sang pemilik usaha. Adapun tugas dari seorang owner yaitu :

- a. Memimpin, mengelola, dan bertanggung jawab atas segala perizinan dan kebutuhan perusahaan
- b. Membuat rencana strategi usaha baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang
- c. Mengendalikan dan mengawasi semua kegiatan dan aktivitas dalam usaha
- d. Mengarahkan, mempengaruhi, sekaligus memotivasi seluruh anggota usaha guna mencapai tujuan bersama
- e. Menerima laporan dan pertanggungjawaban dari admin
- f. Menjalin hubungan baik dengan stakeholder

2. Admin

Admin merupakan seseorang yang dipercaya untuk memegang laporan keuangan dan administrasi kedai kopi. Adapun tanggung jawab dari seorang admin yaitu :

- a. Memberikan laporan keuangan pada pemimpin perusahaan
- b. Mencatat semua pembukuan yang berhubungan dengan kegiatan usaha

- c. Melakukan pembayaran kepada supplier dan stakeholder lainnya
- d. Membuat dan menyimpan segala dokumen administrasi yang berhubungan dengan kedai
- e. Berkoordinasi dengan pemilik terkait rencana anggaran yang harus dikeluarkan guna mendukung kegiatan operasional

3. Manajer operasional

Manajer merupakan seseorang yang bertanggung jawab untuk mengarahkan, mengkoordinasi, mengawasi pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan kedai dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Adapun tanggung jawab dari manajer operasional yaitu:

- a. Menggantikan owner jika berhalangan hadir atau sedang tidak berada di tempat
- b. Membantu mengatur, mengendalikan, mengarahkan, mengawasi dan mengevaluasi karyawan dalam menjalankan aktivitas bisnis
- c. Menggali dan mengembangkan sumber daya yang dimiliki perusahaan
- d. Mengambil keputusan atas segala sesuatu yang berhubungan dengan keberjalanan operasional bisnis

4. Barista dan Kitchen (Koki)

Barista merupakan orang yang bertanggung jawab untuk membuat dan menyajikan pesanan minuman atau kopi konsumen. Sedangkan koki atau kitchen merupakan orang yang bertanggung jawab menyiapkan dan menyajikan makanan untuk disantap konsumen. Adapun tanggung jawab dari keduanya yaitu :

- a. Bertanggung jawab atas kualitas dan kuantitas bahan baku minuman dan makanan yang hendak disajikan ke konsumen
- b. Membuat makanan dan minuman sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan
- c. Menyajikan makanan dan minuman yang telah dipesan konsumen

5. Satpam

Satpam merupakan seseorang yang bertanggung jawab melakukan kegiatan pengamanan dan pengawasan lingkungan kedai dari gangguan keamanan dan ketertiban utamanya yang berhubungan dengan pelanggaran hukum. Adapun tanggung jawab dari satpam, yaitu :

- a. Mengatur dan mengawasi keamanan dan ketertiban di lingkungan sekitar kedai
- b. Mencegah kebisingan dan hal lainnya yang dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi konsumen
- c. Menindak konsumen yang dianggap mengganggu ketertiban

6. Tukang Kebun

Merupakan seseorang yang bertanggung jawab atas kesehatan, keindahan, dan kebersihan tanaman agar tetap sesuai dengan standarisasi yang telah dibuat dan membantu menghidupkan konsep homing garden yang diangkat oleh Peacockoffie.

b. Ketenagakerjaan

Penting bagi suatu usaha untuk memperhatikan ketenagakerjaan karyawan mereka karena selain hal tersebut diatur dalam Undang-Undang sudah menjadi

kewajiban seorang manusia untuk memanusiakan orang lain terutama para pemilik usaha kepada karyawannya karena ia telah banyak berkontribusi bagi kemajuan usahanya. Jika tidak ada karyawan yang bekerja, maka bisa jadi usaha tersebut tidak akan berkembang dengan baik. Besar harapan Peacockoffie untuk memiliki sistem ketenagakerjaan yang baik.

Suatu ketenagakerjaan dikatakan baik apabila pemilik usaha atau perusahaan mampu memberdayakan dan mendayagunakan tenaga kerja secara optimal dan manusiawi, mewujudkan pemerataan kesempatan kerja dan penyediaan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan pembangunan nasional dan daerah, memberikan perlindungan kepada tenaga kerja dalam mewujudkan kesejahteraan, meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja dan keluarganya. Ketenagakerjaan yang baik dapat berdampak terhadap kenyamanan karyawan dalam bekerja sehingga mampu meningkatkan produktivitas karyawan dalam bekerja dan mampu membuat hubungan yang baik serta berkelanjutan antara pemilik usaha dan karyawan.

Sebaliknya, suatu ketenagakerjaan dikatakan kurang baik apabila perusahaan atau pemilik usaha tidak mampu memberdayakan dan mendayagunakan tenaga kerja secara optimal dan manusiawi, tidak mewujudkan pemerataan kesempatan kerja dan penyediaan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan pembangunan nasional dan daerah, tidak memberikan perlindungan kepada tenaga kerja dalam mewujudkan kesejahteraan, tidak meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja dan keluarganya. Akibatnya dapat menyebabkan karyawan kurang maksimal dalam bekerja dan memicu hubungan yang kurang baik antara karyawan dengan pemilik.

Sehingga tidak menutup kemungkinan banyak karyawan yang akan mengundurkan diri dari perusahaan tersebut.

Mendukung pernyataan tersebut, menurut Undang-Undang No.13 Tahun 2013 tentang ketenagakerjaan dijelaskan bahwa ketenagakerjaan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan tenaga kerja baik pada waktu sebelum, selama dan sesudah masa kerja. Maksudnya, setiap tenaga kerja memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh pekerjaan tanpa adanya diskriminasi.

Peacockoffie sendiri sudah berusaha menerapkan sistem ketenagakerjaannya sebaik mungkin, mulai dari saat pembagian jam kerja karyawan hingga pemberian kompensasi atau gaji. Berikut penjelasannya :

1. Jam Kerja Karyawan

Adapun jam kerja yang berlaku di Peacockoffie yaitu sebagai berikut :

a. Manajer operasional

Hari kerja : Senin- Sabtu

Jam kerja : 06.00-14.00

b. Staff

Hari kerja : Setiap hari

Jam kerja :

Shift	Normal	Pandemi
1	06.00 - 12.00	07.00 – 13.00
2	12.00 – 18.00	13.00 – 20.00
3	18.00 – 24.00	20.00 – 01.00
4	24.00 – 06.00	

Tabel 2.1 Jam Kerja Karyawan

2. Jumlah Staff

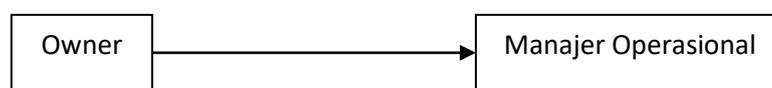
Staff merupakan orang-orang yang bertanggung jawab atas keberjalanan aktivitas operasional bisnis sehari-hari. Dalam menunjang keberhasilan tersebut perlu dijalankan oleh beberapa orang. Adapun pembagian jumlah staff tersebut sebagai berikut :

- Barista sebanyak lima orang yang terdiri dari tiga orang perempuan dan dua orang laki-laki
- Kitchen atau koki berjumlah satu orang
- Satpam sebanyak tiga orang
- Gardener sebanyak satu orang

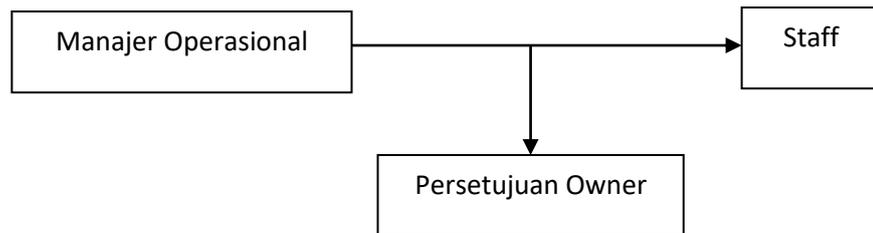
3. Sistem dan Prosedur Penggajian Karyawan

Keberhasilan sebuah usaha tak lepas dari peran penting seorang staff dalam membuat, menyajikan dan mengolah kedai selama manajer dan owner tidak berada di kedai. Sehingga perlu adanya balas jasa yang sesuai berupa pemberian kompensasi dalam bentuk gaji. Tujuan adanya pemberian gaji tersebut sebagai ucapan terimakasih dari pihak pemilik usaha kepada para staff yang sudah bekerja dengan keras setiap harinya. Dalam kedai Peacockoffie sendiri gaji diberikan pada tanggal 1 di setiap bulannya oleh manajer operasional kepada para staff. Terdapat dua prosedur penggajian yang berlaku

- a. Seorang manajer operasional akan diberi gaji langsung oleh sang owner pada setiap bulannya tanpa melalui perantara



- b. Sedangkan staff akan diberi gaji oleh manajer operasional melalui perintah dan persetujuan owner



4. Kegiatan Produksi Usaha

Peacockoffie merupakan usaha yang bergerak di bidang *food and beverage* khususnya di bidang olahan kopi. Kedai ini menawarkan berbagai produk baik dari olahan berbahan dasar kopi, susu, atau non keduanya. Selain minuman, ada beberapa makanan pendamping yang ditawarkan seperti pie, schotle, donut, meal box, dan masih banyak lagi.

Produk yang ditawarkan Peacockoffie sendiri tidak semua dibuat oleh barista yang bertugas, khusus untuk menu meal box Peacockoffie berkolaborasi dengan Koo-Koo Catering yang dimana kepemilikannya masih sama dengan Peacockoffie yaitu Marcel, namun hanya berbeda lokasi, tepatnya di sebelah Peacockoffie Gombel.

Sehingga ketika ada seorang konsumen yang melakukan pemesanan menu minuman kopi maka minuman tersebut akan diproduksi atau dibuat oleh barista Peacockoffie, begitu juga dengan makanan pendamping yang memang menjadi menu dari Peacockoffie. Namun, ketika konsumen tersebut memesan menu meal

box milik Koo-Koo Catering maka salah seorang barista akan menginformasikannya kepada petugas di Koo-Koo Catering mengenai pesanan tersebut. Kemudian pihak Koo-Koo yang akan mengolah makanan tersebut dan mengantarnya ke Peacockoffie untuk akhirnya di sajikan ke konsumen oleh barista Peacockoffie Gombel.

Kegiatan produksi yang dilakukan oleh Peacockoffie setiap harinya tak lepas dari peran seorang pemasok bahan baku. Sehingga setiap harinya staff melakukan pengecekan sisa bahan baku sebagai bentuk antisipasi adanya kekurangan bahan baku saat konsumen melakukan pembelian. Ketika memang dirasa kurang staff akan melakukan pembuatan list bahan baku yang kurang dan melaporkan kepada manajer untuk akhirnya dihubungkan ke supplier. Saat bahan baku sudah diterima staff akan memproduksi bahan baku tersebut sesuai dengan pesanan konsumen, baik kopi, susu, maupun makanan.

5. Produk Peacockoffie

Kedai ini memiliki beberapa produk yang dikelompokkan dalam beberapa kategori. Adapun beberapa kategori menu tersebut diantaranya :

a. Coffee

Pada kelompok menu ini menyajikan berbagai olahan berbahan dasar kopi.

Adapun varian menu pada kelompok ini, yaitu :

1. Espresso
2. Ristretto Tall
3. Cappuccino
4. Carmelito
5. Cinnamon Latte
6. Cookie Latte
7. Hanoi
8. Hazelnut Latte

9. Moccaccino

11. Piccolo

10. Peppermint Latte

12. Vanilla Latte

b. Fresh Milk

Selain berbagai olahan kopi, Peacockoffie juga menyediakan alternatif varian menu lain yang berbahan dasar susu yang masuk ke dalam kelompok milky silky. Milky silky merupakan menu dengan bahan dasar susu yang kemudian dicampur dengan beberapa perasa lain. Menunya terdiri dari :

1. Choco Original

4. Thai Milk Tea

2. Choco Rhum

5. White Cheese

3. Green Tea Latte

6. White Mint

c. Cold as your Ex

Cold as your Ex merupakan alternatif variasi menu lain yang sekiranya kurang menyukai kopi maupun susu. Adapun menunya terdiri dari :

1. Bubble Gum

4. Lychee Tea

2. Coconut Sling

5. Mojito

3. Fresh Juice

6. Avocado Sorbet

d. Light Bites

Light Bites merupakan istilah menu makanan yang digunakan Peacockoffie dalam daftar menu. Terdapat beberapa jenis makanan yang disuguhkan mulai dari yang memiliki rasa manis hingga asin. Adapun menunya diantaranya :

1. Apple Pie

4. Black Forest

2. Banana Cake

5. Calzone

3. Banana Pancake

6. Carrot Cake

- | | | |
|--------------------|----------------|---------|
| 7. Cheese Cake | 11. Eggnog Pie | |
| 8. Chicken Pie | 12. Waffle | |
| 9. Chicken Lasagna | 13. Macaroni | Schotel |
| 10. Donuts | | |

6. Kegiatan Pemasaran Produk

Selain menawarkan produk melalui aplikasi Gojek dan Grab, Peacockoffie juga cukup aktif membagikan penawaran-penawaran menarik di sosial media mereka seperti instagram. Biasanya dalam satu minggu kedai ini memposting sebanyak satu hingga tiga kali baik postingan berupa produk atau promo yang sedang diberikan.

Adapun jenis pemasaran yang biasa mereka gunakan ada dua jenis yaitu soft selling dan hard selling. Soft selling dapat diartikan sebagai bentuk pemasaran yang tidak langsung mengarah ke penjualan, biasanya mereka akan mencoba mengunggah foto salah satu sudut lokasi dari kedai dan menambahkan caption yang membuat mereka semakin ingin datang, selain itu foto penawaran kartu member loyal juga menjadi salah satu cara Peacockoffie untuk menarik pelanggannya. Selain kedua hal tersebut, postingan mengenai cara menjaga silaturahmi melalui snack pack yang dijual Peacockoffie juga menjadi salah satu konten yang diunggah pada laman instagramnya.

Sedangkan konten *hard selling* sendiri terdiri dari konten-konten yang memuat produk dan promo yang sedang mereka tawarkan, semisal saat bulan April 2021 lalu, Peacockoffie membuat promo serba 15.000 dimana promo tersebut ditujukan

untuk semua produk yang dijual di semua lokasi Peacockoffie dari tanggal 20 April – 22 April 2021 pukul 09.00-19.00. selain itu, promo juga akan diberikan bertepatan dengan momen-momen tertentu misalnya saat Anniversary atau ulang tahun dari Peacockoffie, hari raya nasional, dan peringatan hari-hari besar lainnya.

2.4. Identitas Responden

2.4.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden

Pelanggan dari Peacockoffie Gombel memiliki latar belakang yang beragam, salah satunya terkait jenis kelamin. Sasaran pelanggan Peacockoffie Gombel adalah masyarakat umum yang terdiri dari perempuan dan laki-laki. Sejalan dengan hal itu maka responden penelitian ini terdiri perempuan dan laki-laki. Berikut data responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2.2 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	Laki-laki	52	52
2	Perempuan	48	48
Jumlah		100	100

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 2.2 dapat diketahui bahwa Sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 52 responden (52%) sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 48 responden (48%). Dari data tersebut dapat dilihat, perbedaan jumlah laki-laki dan perempuan memiliki selisih yang sedikit. Sehingga tidak dapat disimpulkan lebih banyak gender apa yang membeli atau menyukai produk kopi.

2.4.2. Identitas Responden Berdasarkan Usia Responden

Pelanggan Peacockoffie Gombel berasal dari masyarakat umum memiliki rentang usia yang berbeda-beda, sehingga menyebabkan responden pada penelitian ini memiliki usia yang berbeda-beda pula. Berikut data responden berdasarkan rentang usia:

Tabel 2.3 Usia Responden

No	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	17-21	39	39
2	22-26	53	53
3	27-31	4	4
4	32-36	2	2
5	37-41	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 2.3 diketahui bahwa responden Peacockoffie Gombel memiliki usia yang berbeda-beda rentang usia terbanyak berdasarkan kelompok umur 22-26 yaitu sebanyak 53% dan jumlah responden terkecil terdapat pada kelompok umur 32 tahun keatas yakni hanya sebesar 2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan dari Peacockoffie berada pada usia 22-26 tahun yang notabene merupakan usia yang masih produktif dan aktif bersosialisasi.

2.4.3. Identitas Responden Berdasarkan Status Perkawinan Responden

Usia responden dari penelitian ini memiliki usia yang berbeda-beda dari yang paling tua berusia 39 tahun dan yang paling muda berusia 19 tahun. Perbedaan usia ini menyebabkan status perkawinan pada responden berbeda-beda pula. Berdasarkan usia dari responden mayoritas berusia 22-26 tahun usia ini

menyebabkan status perkawinan mayoritas menjadi belum kawin yakni sebanyak 96%. Berikut data responden berdasarkan status perkawinan:

Tabel 2.4
Status Perkawinan

No	Status Perkawinan	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	Belum Kawin	96	96
2	Kawin	4	4
3	Duda	-	-
4	Janda	-	-
Jumlah		100	100

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.4 status perkawinan responden dalam penelitian ini Sebagian besar didominasi oleh responden yang belum kawin sebanyak 96 responden (96%) dan hanya ada 4 responden (4%) yang sudah kawin.

2.4.4. Identitas Responden Pendidikan Terakhir Responden

Sasaran konsumen Peacockoffie Gombel berasal dari semua kalangan masyarakat dengan karakteristik yang berbeda sehingga responden pada penelitian ini memiliki tingkat pendidikan yang berbeda pula. Berikut data responden berdasarkan tingkat Pendidikan terakhir:

Tabel 2.5
Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	SD/Sederajat	-	-
2	SMP/Sederajat	-	-
3	SMA/Sederajat	55	55
4	D1/D2/D3/D4	5	5
5	S1/S2/S3	40	40
Jumlah		100	100

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.5 diatas diketahui bahwa responden memiliki pendidikan terakhir yang berbeda, pada jenjang SMA/SMK/Sederajat sebanyak 55 responden (55%), pada jenjang S1/S2/S3 sebanyak 40 responden (40%), pada jenjang D1/D2/D3 sebanyak 5 responden (5%).

2.4.5. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tingkat Pendidikan responden yang berbeda menyebabkan jenis pekerjaan pada responden berbeda pula, pada penelitian ini terdapat berbagai tingkat perbedaan pendidikan terakhir yakni mulai dari SMA/Sederajat hingga jenjang S1/S2/S3. Dengan adanya perbedaan tingkat pendidikan maka menyebabkan jenis pekerjaan yang berbeda. Jenis pekerjaan yang berbeda dapat mewakili sampel pada penelitian ini. Berikut data responden berdasarkan jenis pekerjaan:

Tabel 2.6

Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	Pegawai Swasta	14	14
2	Pegawai BUMD	1	1
3	Pegawai BUMN	1	1
4	Pelajar/Mahasiswa	72	72
5	PNS	4	4
6	Wirausaha	8	8
7	Lainnya	-	-
	Jumlah	100	100

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.6 ini memperlihatkan bahwa jumlah responden terbanyak ialah pelajar/mahasiswa sebanyak 72 responden (72%), dan jumlah terkecil merupakan pegawai BUMN dan BUMD yang masing-masing hanya sebanyak 1 responden (1%), selanjutnya pegawai swasta 14 responden (14%), wirausaha 8

responden (8%), serta sisanya merupakan pegawai negeri sipil yang berjumlah 4 responden (4%).

2.4.6. Pendapatan Responden per Bulan

Jenis pekerjaan yang berbeda pada responden menyebabkan jumlah pendapatan pada responden berbeda pula. Berikut data responden berdasarkan pendapatan responden per bulan:

Tabel 2.7

Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	≤ Rp 1.000.000	25	25
2	> Rp1.000.000 – Rp5.000.000	60	60
3	> Rp5.000.000 – Rp10.000.000	11	11
4	> Rp10.000.000 – Rp15.000.000	2	2
5	> Rp15.000.000	2	2
	Jumlah	100	100

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.7 ini memperlihatkan bahwa mayoritas responden berpenghasilan kisaran Rp 1.000.000 hingga Rp 5.000.000 per bulan. Sejalan dengan penjelasan tabel 2.3 dimana mayoritas berusia 22-26 tahun yang dapat dikategorikan kedalam usia angkatan kerja utama. Meskipun mayoritas responden merupakan mahasiswa, banyak dari mereka yang sudah menghasilkan uang melalui kerja paruh waktu atau bahkan *full time* guna keperluan kuliah.

