

BAB II

GAMBARAN UMUM JCO DONUTS & COFFEE JAVA SUPERMALL DAN PROFIL RESPONDEN

2.1 Gambaran Umum

Perusahaan J.Co Donuts & Coffee merupakan perusahaan yang berasal dari negara Indonesia dengan pendirinya yaitu Johnny Andrean Group. Pertama kali J.Co Donuts & Coffee berdiri pada tanggal 25 Juni 2005 di Supermall Karawaci, Tangerang. J.Co Donuts & Coffee terinspirasi bisnis donat yang berada di Amerika Serikat dengan konsep, rasa dan bentuk toko menyeruapi toko di Amerika. Akan tetapi Johnny Andrean menginovasi mengembangkan produk donat sendiri setibanya di Indonesia dengan bahan baku, rasa, bahan produksi dan bentuk donat menjadi sempurna dan menarik yang kemudian diberi nama J.CO. Johnny Andrean. J.CO dengan memilih konsep dapur terbuka yang dimana di Indonesia tidak ada toko donat seperti itu sehingga memulai konsep tersebut agar konsumen dapat melihat secara langsung bagaimana proses produksi yang bersih, aman, dikerjakan oleh chef profesional dari pembuatan sampai siap dijual dan menarik perhatian konsume agar konsumen membeli dan percaya terhadap produk J.CO. J.Co Donuts & Coffee adalah perusahaan restoran dan waralaba yang bergerak dibidang makanan dan minuman dengan memproduksi donat dengan berbagai varian rasa yang manis, kopi dan yogurt beku disajikan secara fresh.

Di kota Semarang J.Co Donuts & Coffee sudah memiliki 3 cabang yaitu J.Co Donuts & Coffee Mall Paragon, J.Co Donuts & Coffee Central City dan salah satu subjek yang akan diteliti yaitu J.Co Donuts & Coffee Java Supermall. J.Co Donuts & Coffee Java Mall berdiri pada tahun 2008 dengan jam operasional buka setiap hari dari hari Senin hingga Minggu buka pukul 10.00 wib hingga tutup pukul

21.00 wib mengikuti waktu operasi Java Supermall dengan pengunjung kurang lebih sekitar 50.000 konsumen per tahunnya. J.Co Donuts & Coffee Java Supermall memiliki toko yang nyaman sehingga konsumen dapat bersantai maupun nongkrong disela –sela aktivitas yang padat.

Selain itu J.Co Donuts & Coffee Java Supermall menyediakan berbagai fasilitas yang memadai dan tempat yang strategis memudahkan konsumen menemukan toko J.Co Donuts & Coffee Java Mall. Fasilitas services berupa *Dine-in* atau membeli dan makan di tempat (*outlet*) dan *Takeaway* atau membeli lalu diambil untuk dibawa pulang dapat melalui Gojek dan Grab atau konsumen itu sendiri. Fasilitas fisik terdapat *design interior* mengusung warna yang cerah, modern dengan dapur terbuka, ruangan untuk makan ditempat ruang ber AC dan ruang *smoking*. Lalu J.Co Donuts & Coffee Java Supermall menyediakan meja dan kursi sofa yang empuk dan terdapat wifi untuk mengerjakan tugas atau akses yang lain. Sehingga konsumennya betah dan nyaman saat membeli produk dari J.Co Donuts & Coffee Java Supermall.

2.2 Jenis- Jenis Produk J.Co Donuts & Coffee

J.Co Donuts & Coffee Java Supermall merupakan industri yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman yang dikemas dalam bentuk kafe dengan menampilkan dapur terbuka berbasis menu donat pada pusat perbelanjaan Java Mall. Pusat perbelanjaan atau Mall dipilih dikarenakan ingin menarik masyarakat kalayak ramai untuk datang ke gerai J.Co Donuts & Coffee mall terdekat dari pusat kota maupun keramaian. Sasaran pembeli dari J.Co Donuts & Coffee Java Supermall adalah anak muda milenial hingga keluarga yang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi terhadap produk donat maupun coffee. Produk donat dan

coffee sendiri ditujukan kepada kalangan menengah keatas dengan gaya hidup modern, mementingkan brand atau merek terkenal dengan rentang usia 22 hingga 35 tahun untuk segmentasi pada minuman coffee dan usia 18 hingga 55 tahun untuk segmentasi makanan donat. Rentang usia tersebut secara gaya hidup yang gemar *hanging out* di kafe atau nongkrong bersama keluarga atau teman yang menggemari makanan dan minuman dari brand terkenal.

Maka perusahaan J.Co Donuts & Coffee Java Supermall memproduksi makanan an minuman seperti Donuts, kopi dan Yogurt dengan harga donat mulai dari Rp. 8000.00- hingga Rp,133.000,00- dan untk minuman coffee mulai dari Rp.19,000,00- hingga Rp.44.000,00- yang dapat dikategorikan sebagai berikut :

1. Donuts, terdapat varian rasa yang berbagai macam dengan memiliki cita rasa yang lembut dan manis
2. J Pop, terdapat varian rasa donat dengan bentuk mini.
3. J. Coffee, terdapat varian minuman yang panas dan dingin dengan mementingkan kualitas kopi dan teh pilihan terbaik.
4. J. Club, terdapat donuts berbentuk seperti burger dengan varian isi rasa yang manis dan gurih
5. J. Cool, terdapat varian rasa yogurt dengan aneka topping
6. Pastry, terdapat isi yang bervariasi manis dan gurih.

Tabel 2.1 Varian Menu J.Co Donuts & Coffee

| Menu J.Co Donuts & Coffee | Varian Rasa |
|---------------------------|--|
| Donuts dan JPop | Al Capone, Tira Miss U, Oreology, Glazzy, Heaven Berry, Cocoloco, J.Pop, Cheese Cakelicious, Green Tease, White Dessert dll. |
| J. Coffee | Americano, Jcoccine, Oreo Frappe, Chocolate, Thai Tea, V60, Mocha Espresso, Choco Forest Frappe, Lemon Tea, Green Tea Latte, Jcoccino Frappe, dan Avocado Frappe |
| J. Club | J. Club Red Velvet, J. Club Tuna Mayonise, J. Club Cheezy Rich, J. Club Salami, J. Club Sausage, dan J. Club Katsu |
| J.Cool | Yogurt Couple, Yogurt Sharing, dan Yogurt Single |
| Pastry | Croissant Chocolate, Croissant Cheese, Croissant Sandwich, Croissant Sausage, dan Croissant Salami. |

Sumber : Jcodonuts.com

Tabel 2.2 Daftar Harga J.Co Donuts & Coffee

| Menu J.Co Donuts & Coffee | Harga |
|---------------------------|--------------|
| J.Co Donuts | |
| <i>Each</i> | Rp.8000,- |
| <i>½ dozen</i> | Rp.47.000,- |
| <i>1dozen</i> | Rp.85.000,- |
| <i>2dozen</i> | Rp.133.000,- |
| Jpop | Rp.49.000,- |
| J. Coffee | |
| Espresso uno | Rp.19.000,- |
| Espresso due | Rp.23.000,- |
| Machiato uno | Rp.19.000,- |
| Machiato due | Rp.23.000,- |
| Picollo uno | Rp.20.000,- |
| Picollo due | Rp.24.000,- |
| V60 | Rp.34.000,- |
| Americano uno | Rp.20.000,- |
| Americano due | Rp.23.000,- |
| Americano tre | Rp.26.000,- |
| Jcoccino uno | Rp.26.000,- |
| Jcoccino due | Rp.31.000,- |
| Jcoccino tre | Rp.35.000,- |
| Cafe Latte uno | Rp.26.000,- |
| Cafe Latte due | Rp.31.000,- |
| Cafe Latte tre | Rp.35.000,- |

| Menu J.Co Donuts & Coffee | Harga |
|--------------------------------------|--------------|
| Mocha Espresso uno | Rp.33.000,- |
| Mocha Espresso due | Rp.36.000,- |
| Mocha Espresso tre | Rp.41.000,- |
| Tiramisu uno | Rp.33.000,- |
| Tiramisu due | Rp.36.000,- |
| Tiramisu tre | Rp.41.000,- |
| Chocolate uno | Rp.30.000,- |
| Chocolate due | Rp.34.000,- |
| Chocolate tre | Rp.38.000,- |
| Chocolate mint uno | Rp.35.000,- |
| Chocolate mint due | Rp.39.000,- |
| Chocolate mint tre | Rp.43.000,- |
| Thai Tea uno | Rp.24.000,- |
| Thai Tea due | Rp.28.000,- |
| Thai Tea tre | Rp.32.000,- |
| Lemon Tea uno | Rp.23.000,- |
| Lemon Tea due | Rp.25.000,- |
| Lemon Tea tre | Rp.28.000,- |
| Green Tea uno | Rp.20.000,- |
| Green Tea due | Rp.23.000,- |
| Green Tea tre | Rp.26.000,- |
| Green Tea Latte uno | Rp.34.000,- |
| Green Tea Latte due | Rp.38.000,- |
| Green Tea Latte tre | Rp.41.000,- |
| Jcoccine Frappe uno | Rp.34.000,- |
| Jcoccine Frappe due | Rp.38.000,- |
| Jcoccine Frappe tre | Rp.42.000,- |
| Caramel Frappe uno | Rp.36.000,- |
| Caramel Frappe due | Rp.40.000,- |
| Caramel Frappe tre | Rp.44.000,- |
| Mocha Espresso Frappe uno | Rp.34.000,- |
| Mocha Espresso Frappe due | Rp.38.000,- |
| Mocha Espresso Frappe tre | Rp.42.000,- |
| Avocado Frappe uno | Rp.36.000,- |
| Avocado Frappe due | Rp.40.000,- |
| Avocado Frappe tre | Rp.44.000,- |
| Oreo Frappe uno | Rp.35.000,- |
| Oreo Frappe due | Rp.39.000,- |
| Oreo Frappe tre | Rp.43.000,- |
| Green Tea Frappe uno | Rp.36.000,- |
| Green Tea Frappe due | Rp.40.000,- |
| Green Tea Frappe tre | Rp.44.000,- |
| Strawberry Yogurt Frappe uno | Rp.36.000,- |
| Strawberry Yogurt Frappe due | Rp.40.000,- |
| Strawberry Yogurt Frappe tre | Rp.44.000,- |
| Blueberry Yogurt Frappe uno | Rp.36.000,- |
| Blueberry Yogurt Frappe due | Rp.40.000,- |

| Menu J.Co Donuts & Coffee | Harga |
|--|---|
| Blueberry Yogurt Frappe tre | Rp.44.000,- |
| J. Cool Single Couple Sharing | Rp.23.000,- Rp.34.000,- Rp.43.000,- |

2.3 Lokasi J.Co Donuts & Coffee

Lokasi penjualan produk merupakan tempat yang menjadi pusat kegiatan bisnis berjalan. J.Co Donuts & Coffee memilih berlokasi di pusat Perbelanjaan atau Mall yang diperlukan untuk penjualan produk. Pemilihan pada pusat perbelanjaan atau mall merupakan pilihan yang tepat bagi J.Co Donuts & Coffee. Lokasi yang tepat itu lokasi yang sangat strategis seperti di Mall, pusat kota dan pusat keramaian dengan demikian dapat membuka peluang atau kesempatan bagi konsumen untuk mengetahui produk apa yang sedang dijual dan di promosikan dan konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut maka dapat meningkatkan penjualan. Jika lokasi berbisnis yang dipilih tidak tepat maka konsumen tidak mengetahui produk apa yang sedang dijual dan di promosikan dan tidak dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut akibatnya penjualan semakin menurun.

Lokasi Gerai pertama J.Co Donuts & Coffee berada di Kota Semarang pada Lantai Dasar Java Supermall. J.Co Donuts & Coffee Java Supermall berada di Jalan MT. Haryono No. 992-994, Kelurahan Lamper Kidul, Kecamatan Semarang Selatan, Semarang, Jawa Tengah kode pos 50249. Hal ini menjelaskan bahwa J.Co Donuts & Coffee selalu memilih lokasi yang tepat yang strategis di Mall, dekat dengan pusat kota dan pusat keramaian aktivitas masyarakat di kota Semarang yang diikuti kedua cabang lainnya Gerai kedua J.Co Donuts & Coffee Paragon Mall

Semarang dimana Mall paragon pusat keramaian dan dekat objek wisata seperti lawang sewu, tugu muda, museum, pusat kota, dan pusat oleh-oleh. Selanjutnya gerai ketiga pada J.Co Donuts & Coffee Central City yang dimana dekat dengan Mall transmart dan pusat industri makanan. Pemilihan lokasi tersebut dipertimbangkan agar konsumen mudah untuk menemukan J.Co Donuts & Coffee dan daerah tersebut memiliki mobilitas masyarakat yang tinggi sehingga dipertimbangkan untuk menarik perhatian konsumen agar membeli produk dari J.Co. Berikut lokasi J.Co Donuts & Coffee yang berada di Kota Semarang sebagai berikut :

Tabel 2.3 Lokasi Cabang J.Co Donuts & Coffee Semarang

| Lokasi cabang Semarang | Alamat |
|--|---|
| J.Co Donuts & Coffee Java Supermall | Jalan MT. Haryono No. 992-994, Kelurahan Lamper Kidul, Kecamatan Semarang Selatan, Semarang, Jawa Tengah kode pos 50249 |
| J.Co Donuts & Coffee Paragon Mall Semarang | Jalan Pemuda No.115, Sekayu, Kecamatan Semarang Tengah, Semarang, Jawa Tengah kode pos 50132 |
| J.Co Donuts & Coffee Central City Semarang | Jalan Bridjend Sudhiarto Unit GF 38-39, Kecamatan Pedurungan, Semarang, Jawa Tengah kode pos 50194 |

Sumber : Jcodonuts.com

2.4 Visi dan Misi J.Co Donuts & Coffee

Memiliki visi dan misi pada suatu perusahaan sangatlah penting bagi suatu perusahaan bisnis karena ingin mencapai target yang diinginkan sehingga visi dan misi sebagai dasar penetapan tujuan perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang, pedoman dalam mengembangkan bisnis terkait perubahan atau trend bisnis yang sedang berkembang agar selalu *uptodate*, menjadi dasar

pengambilan keputusan dan sebagai pedoman karyawan dalam bekerja agar efektif dan efisien.

Visi sendiri merupakan sekumpulan kalimat yang berupa harapan, tujuan dan cita-cita yang ingin dicapai dalam perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Sedangkan misi adalah wujud dari tindakan secara nyata harus dilakukan agar visi tersebut dapat terwujud.

Dalam merumuskan visi dan misi diharapkan menetapkan visi misi yang baik. Visi misi yang baik meliputi memiliki makna yang mudah dimengerti, singkat, jelas, bisa diukur kinerja dari setiap anggota kedepannya dan kalimat mengandung emosi yang positif dan membangun. Harapannya dengan visi misi yang baik organisasi dan stakeholder akan bekerjasama lebih efektif dan efisien, mudah memahami dan mengerti tentang tujuan perusahaan di masa depan dengan jelas, dapat fokus pada masa saat ini sehingga tidak terjadi kesalahan-kesalahan yang fatal dan mengganggu kinerja perusahaan.

Sedangkan visi misi yang kurang baik adalah tidak memiliki makna yang mudah dimengerti, tidak singkat, tidak jelas, tidak bisa mengukur kinerja dari setiap anggota kedepannya dan kalimat mengandung emosi yang negatif dan kurang membangun. Akibatnya adalah perusahaan mengalami kerugian yang besar, organisasi dan stakeholder tidak bekerjasama secara lebih efektif dan efisien, tidak mengerti tentang tujuan perusahaan di masa depan dengan jelas, tidak fokus pada masa saat ini sehingga terjadi kesalahan-kesalahan yang fatal dan mengganggu kinerja perusahaan.

Maka Perusahaan J.Co Donuts & Coffee Java Supermall yang bergerak dibidang industri makanan donat dan minuman kopi harus memerlukan penyusunan

visi misi yang baik agar perusahaan bisa survive, memiliki keunggulan dan bersaing dengan kompetitor lainnya. Memiliki visi dan misi yang baik mempertahankan eksistensi merek dapat terkenal di dalam negeri maupun sampai go internasional. J.Co Donuts & Coffee Java Supermall selalu ingin memberi kualitas produk yang terbaik sesuai dengan pilihannya, menciptakan cita rasa yang unik kepada konsumen setia dengan memiliki motto yaitu “*The First Premium Quality Donuts*” sehingga **visi** yang dimiliki J.Co Donuts & Coffee sebagai berikut :

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

Makna dari visi tersebut yaitu menjadikan J.Co Donuts & Coffee sebagai internasional donat dan kopi dengan bahan dan kualitas yang premium sehingga dapat bersaing dengan merek terkemuka lainnya. Selanjutnya menjadi *trend setting lifestyle* pelopor sebagai menciptakan gaya hidup yang menggemari donat dan kopi di era modern dan menjadikan perusahaan yang tepat bagi orang yang tepat dan sesuai sasaran dalam meraih cita-cita apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen merupakan kunci dari menciptakan keputusan pembelian.

Selanjutnya terdapat misi perusahaan. Misi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan tindakan secara nyata harus dilakukan agar visi tersebut dapat terwujud. Pentingnya misi bagi perusahaan yaitu sebagai langkah awal untuk merencanakan kegiatan yang dapat mendukung tercapainya visi

yang telah direncanakan dan sebagai pengambil keputusan. Adapun **misi** dari J.Co Donuts & Coffee adalah sebagai berikut :

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

Makna dari misi tersebut yaitu J.Co Donuts & Coffee Java Mall selalu menyediakan kualitas premium dengan bahan yang premium sebagai bahan baku donat maupun kopi dengan pemilihan biji terbaik di dunia. Selanjutnya mendorong Karyawan meraih cita-cita, menempatkan pelanggan sebagai prioritas utamanya dalam memenuhi keinginan konsumen, berkomitmen memberikan pelayanan terbaik dan sungguh-sungguh agar pelanggan tidak kecewa dan percaya terhadap J.Co Donuts & Coffee, menyediakan tempat yang sempurna untuk bersantai dengan nyaman menyediakan fasilitas yang memadai seperti meja kursi sofa empuk, ruangan ber AC, dan wifi dan memperlakukan setiap orang khususnya pelanggan dengan hormat bermartabat dan menjunjung sopan santun demi kenyamanan pelanggan.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa visi dan misi merupakan faktor terpenting dalam keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang dan tanpa adanya visi dan misi perusahaan tidak akan memiliki arah yang jelas dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

2.5 Logo J.Co Donuts & Coffee

Logo merupakan identitas perusahaan sangat diperlukan untuk persaingan dalam bisnis yang menjadi jati diri dari perusahaan dan agar mudah diingat dan dikenal banyak orang. Pentingnya logo dalam perusahaan adalah untuk membranding suatu merek perusahaan bisnis agar lebih diketahui masyarakat luas. Harapannya perusahaan bisnis menciptakan logo yang baik, unik, berkualitas, dan mudah diingat dan dikenal.

Logo yang baik yaitu logo yang unik berbeda dari yang lain, berkualitas memiliki arti yang mendalam dan berfilosofi, mudah diingat dan dikenal konsumen maka akan membuat nama perusahaan atau merek menjadi lebih dikenal. Keuntungan memiliki logo perusahaan yang baik adalah produk semakin dikenal dan dapat membedakan antara merek satu dengan yang lainnya.

Logo yang kurang baik yang tidak unik sama dengan yang lainnya dari segi warna, bentuk, corak, tidak memiliki arti yang mendalam dan berfilosofi, tidak menarik sulit diingat dan dikenal konsumen maka akan membuat nama perusahaan atau merek menjadi kurang dikenal dan konsumen kemungkinan akan beralih kepada perusahaan yang lain. Hal ini perusahaan tidak dapat bersaing dan tidak memiliki ciri atau identitas perusahaan yang kurang baik.

Logo J.Co Donuts & Coffee dapat dikatakan baik. Logo sendiri membuat konsumen ingin mencari lebih tahu mengenai layanan dan harga yang diberikan sehingga dapat menciptakan keputusan konsumen menjadi tinggi. Logo J.Co Donuts & Coffee memiliki tulisan dengan font berwarna coklat dengan latar yang berciri khas berwarna *orange* dan terdapat burung merak sehingga memiliki filosofi "*Focuss to Customer*" dan memiliki motto yaitu "*The First Premium Quality*

Donuts” dimana mementingkan kualitas produk sehingga mendapat tempat omor satu di mata konsumen karena memiliki rasa yang unik dan dibuat dengan secara langsung dan disajikan secara fresh dan hangat.

Gambar 2.1 Logo J.Co Donuts & Coffee



Sumber : Jcodonuts.com

2.6 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan

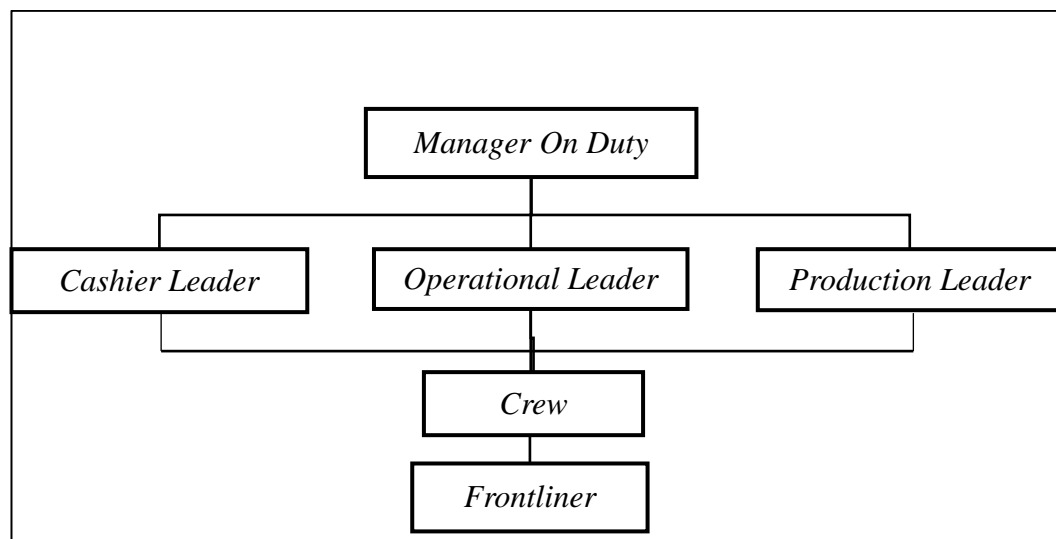
Struktur organisasi adalah garis hierarki yang menggambarkan sebuah sistem agar kedudukan setiap posisi terstruktur dan tersusun dengan jelas untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pentingnya struktur organisasi bagi perusahaan yaitu untuk mempermudah mengetahui pembagian tugas antara setiap divisi agar berjalan dengan lancar dan memudahkan komunikasi kerjasama antar internal perusahaan. Sehingga dapat dipastikan pembagian tugas tersebut sesuai dengan tugasnya dan dikerjakan dengan baik agar efisien dan efektif. Harapannya J.Co Donuts & Coffee memiliki struktur organisasi yang baik.

Struktur organisasi dikatakan baik jika pembagian tugas jelas, adanya kejelasan tanggung jawab, bagan mudah dipahami oleh anggota internal maupun eksternal organisasi dan adanya pengawasan dan pengendalian. Setiap pembagian tugas divisi alur kendali perintah kerja jelas dan runtun. Keuntungannya adalah alur perintah dari atasan langsung tersampaikan secara langsung kepada bawahan dan sebaliknya sehingga dapat memperlancar komunikasi, pengawasan maupun pengendalian organisasi.

Struktur organisasi dikatakan tidak baik jika pembagian tugas tidak jelas, tidak adanya kejelasan tanggung jawab, bagan sulit dipahami oleh anggota internal maupun eksternal organisasi dan tidak adanya pengawasan dan pengendalian. Setiap pembagia tugas divisi alur kendali perintah kerja tidak jelas dan runtuh. Maka menyebabkan alur perintah dari atasan langsung tidak tersampaikan secara langsung kepada bawahan dan sebaliknya sehingga dapat menghambat komunikasi, pengawasan maupun pengendalian organisasi.

Berikut struktur organisasi pada bagian *franchise* J.Co Donuts & Coffee yang baik sehingga lebih mudah untuk dikoordinir di setiap *franchise* nya.

Gambar 2.2 Struktur Organisasi J.Co Donuts & Coffee Java Mall



Sumber : J.Co Donuts and Coffee Corporation

Berdasarkan struktur organisasi J.Co Donuts & Coffee di atas, berikut pembagian tugas dan tanggung jawab di setiap bagian yang ada di *franchise*:

a. *Manager On Duty*

1. Bertanggung jawab atas segala permasalahan yang terjadi di *franchise* Java Mall dan melaporkan ke bagian pusat.

2. Memimpin rapat setiap pulang kerja untuk memantau laporan yang terjadi setiap harinya.
3. Memotivasi karyawan untuk lebih meningkatkan kinerja dan memberikan yang terbaik bagi customer.
4. Melakukan improvisasi jika diperlukan untuk meningkatkan penjualan di Java Mall

b. *Cashier Leader*

1. Memeriksa laporan transaksi keuangan yang terjadi setiap hari
2. Memantau kerja para staffya dan melaporkan pemukuan ke manager di *franchise* Java Mall

c. *Operational Leader*

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

d. *Production Manager*

1. Mengatur segala permasalahan yang menyangkut produksi dalam pengolahan donat, *coffee* dan *yogurt*.

e. *Crew dan Frontliner*

1. *Crew* merupakan orang yang bertugas dalam melayani (*server*) dan membantu apa kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. *Frontliner* orang yang bertugas dalam hal menawarkan dan memberikan informasi mengenai produk- produk J.Co Donuts & Coffee kepada konsumen dan berkomunikasi secara jelas, menarik dan sopan.

2.7 Identitas Responden

2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Pembeli dari makanan dan minuman dari produk J.Co Donuts & Coffee memiliki kriteria yang berbeda-beda, salah satunya pada kriteria jenis kelamin. Target pembeli dari J.Co Donuts & Coffee Java Mall adalah masyarakat umum khususnya yang berada di Kota Semarang terdiri atas laki-laki dan perempuan. Dengan berjalannya penelitian ini maka responden terdiri atas laki-laki dan perempuan. Berikut data responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 2.1 Jenis Kelamin Responden

| NO | Jenis Kelamin | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|---------------|-------------------|----------------|
| 1 | Laki –laki | 30 | 30 |
| 2 | Perempuan | 70 | 70 |
| Jumlah | | 100 | 100 |

Sumber : data primer, 2021

Berdasarkan Tabel 2.1 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 70 responden (70%) dikarenakan perempuan sebagai pengambil keputusan disetiap pembelian. Sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki hanya berjumlah 30 responden (30%). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah responden perempuan jauh lebih banyak dibandingkan laki-laki.

2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia Responden

Pembeli produk J.Co Donuts & Coffee Java Mall berasal dari masyarakat umum yang memiliki rentang usia yang berbeda-beda dengan pedoman minimal berusia 17 tahun, sehingga menyebabkan responden pada penelitian ini memiliki usia cukup yang berbeda-beda. Berikut data responden berdasarkan usia :

Tabel 2.2 Usia Responden

| No | Usia (Tahun) | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|--------------|-------------------|----------------|
| 1 | 15-19 | 5 | 5 |
| 2 | 20-24 | 84 | 84 |
| 3 | 25-34 | 6 | 6 |
| 4 | 35-44 | 2 | 2 |
| 5 | 45-54 | 2 | 2 |
| 6 | 55-64 | 1 | 1 |
| Jumlah | | 100 | 100 |

Sumber : data primer, 2021

Berdasarkan Tabel 2.2 dapat dilihat bahwa responden J.Co Donuts & Coffee Java Mall memiliki rentang usia yang berbeda- beda. Menurut BPS usia produktif dimulai dari umur 15 tahun dengan kelas interval 5 - 10 dengan usia terbanyak berdasarkan data tabel diatas adalah rentang usia 20- 24 sebanyak 84% dapat disebut usia milenial dan produktif mayoritas adalah kalangan mahasiswa. Disusul usia terbanyak kedua pada usia 25-34 sebanyak 6 %.

2.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Status Perkawinan Responden

Berdasarkan data responden yang didapat untuk mengenai status perkawinan dapat dikategorikan dalam beberapa kategori yang berbeda- beda. Berikut data responden berdasarkan status perkawinan ;

Tabel 2.3 Status Perkawinan Responden

| No | Status Perkawinan | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|-------------------|-------------------|----------------|
| 1 | Belum Menikah | 91 | 91 |
| 2 | Menikah | 9 | 9 |
| 3 | Duda | - | - |
| 4 | Janda | - | - |
| Jumlah | | 100 | 100 |

Sumber : data primer, 2021

Berdasarkan Tabel 2.3 status perkawinan responden dalam penelitian kali ini sebagian besar berstatus belum menikah dengan responden sebanyak 91 responden (91%) berdasarkan hasil penelitian terdiri dari kalangan mahasiswa,

pelajar dan pekerja yang suka melakukan aktivitas di caffe dan hanya 9 responden yang berstatus sudah menikah (9%).

2.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Responden

Pendidikan terakhir merupakan kategori ke empat dalam pengisian data dalam kuesioner. Pendidikan yang dimaksud adalah pendidikan terakhir yang ditempuh dan diselesaikan oleh responden dan dapat dikategorikan menjadi beberapa tingkatan. Berikut data responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yang responden tempuh:

Tabel 2.4 Pendidikan Terakhir Responden

| No | Pendidikan | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|-----------------------|-------------------|----------------|
| 1 | SMA/Sederajat | 24 | 24 |
| 2 | Diploma (D3/D4) | 13 | 13 |
| 3 | Sarjana (S1) | 59 | 59 |
| 4 | Pasca Sarjana (S2/S3) | 4 | 4 |
| Jumlah | | 100 | 100 |

Sumber : data primer, 2021

Berdasarkan Tabel 2.4 diatas dapat diketahui bahwa pendidikan responden dalam penelitian ini beragam. Pada tingkat Sarjana (S1) memperoleh responden sebanyak 59 responden (59%), pada tingkat SMA/Sederajat sebanyak 24 responden (24%) lalu jenjang Diploma (D3/D4) memperoleh sebanyak 13 responden (13%) dan terakhir pada Pasca Sarjana (S2/S3) sebanyak 4 responden (4%).

2.7.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

Jenis pekerjaan responden berdasarkan hasil penelitian kali ini sangat beragam.

Berikut data responden berdasarkan Pekerjaan sebagai berikut :

Tabel 2.5 Pekerjaan Responden

| No | Pekerjaan | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|---------------------|-------------------|----------------|
| 1 | Pegawai Swasta | 21 | 21 |
| 2 | Pegawai Negeri /PNS | 3 | 3 |
| 3 | Pelajar | - | - |
| 4 | Mahasiswa | 71 | 71 |
| 5 | Wirausaha | 1 | 1 |
| 6 | Lainnya | 4 | 4 |
| Jumlah | | 100 | 100 |

Sumber : data primer, 2021

Berdasarkan Tabel 2.5 terlihat jenis pekerjaan responden terbanyak adalah Mahasiswa sebanyak 71 responden (71%), selanjutnya disusul Pegawai Swasta sebanyak 21 responden (21%), Pegawai Negeri/PNS sebanyak 3 responden (3%), lalu jumlah terkecil adalah wirausaha sebanyak 1 responden (1%) dan ada kategori lainnya sebanyak 4 responden (4%) yang meliputi ibu rumah tangga dan *freelancer*.

2.7.6 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan Responden

Data penelitian mengenai pendapatan per bulan responden adalah seluruh penghasilan yang diterima disetiap bulannya termasuk uang saku yang berasal dari orang tua bagi mahasiswa atau pekerjaan lainnya. Berikut data pendapatan per bulan responden sebagai berikut :

Tabel 2.6 Pendapatan Responden

| No | Pendapatan | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|--------------------------|-------------------|----------------|
| 1 | ≤ Rp1000.000 | 29 | 29 |
| 2 | ≥Rp1000.000 – Rp3000.000 | 50 | 50 |
| 3 | ≥Rp3000.000 – Rp4000.000 | 8 | 8 |
| 4 | ≥Rp4000.000 – Rp5000.000 | 2 | 2 |
| 5 | ≥Rp5000.000 – Rp6000.000 | 4 | 4 |
| 6 | ≥ Rp6000.000 | 7 | 7 |
| Jumlah | | 100 | 100 |

Sumber : data primer, 2021

Berdasarkan data tabel diatas pendapatan perbulan paling banyak yaitu Rp.1000.000 sampai dengan Rp.3000.000 per bulannya. Sesuai dengan penjelasan

tabel 2.5 dimana responden terbanyak adalah Mahasiswa yang memiliki penghasilan yang bergantung dari uang saku yang diberikan orang tua setiap bulanya maupun bekerja sebagai *freelancer* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari termasuk dalam hal membeli produk dari J.Co Donuts & Coffee sebagai pemenuh kebutuhan dan keinginan konsumen.