

BAB II

GAMBARAN UMUM BREADTALK JAVA MALL SEMARANG DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Pada uraian bab II berikut ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum perusahaan BreadTalk termasuk outlet BreadTalk Java Mall Semarang yang meliputi sejarah berdirinya BreadTalk, visi dan misi perusahaan, logo perusahaan, produk, lokasi dan kontak perusahaan, struktur organisasi, deskripsi jabatan dari BreadTalk Java Mall Semarang, serta karakteristik responden yang menjadi sampel pada penelitian ini.

2.1 Sejarah BreadTalk

Seorang wirausahawan asal Singapura bernama George Quek membuka toko roti pertamanya pada tahun 2003 dan menamainya BreadTalk. George Quek mendapatkan ide untuk membuka toko roti setelah melihat roti-roti berkualitas tinggi di Jepang dan Taiwan. George Quek membuat sebuah konsep unik terhadap toko rotinya yaitu konsep dapur terbuka. Konsep dapur terbuka dirancang dengan memperlihatkan dapur pembuatan roti yang dibatasi oleh kaca transparan agar dapat terlihat oleh pelanggan. Hal ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh BreadTalk dan membuahkan hasil yang cukup baik. Terbukti ketika pembukaan toko pertamanya para pengunjung rela mengantri untuk mencoba produk dari BreadTalk.

BreadTalk menjadi *premium bakery boutique* pertama di Indonesia yang menggunakan konsep dapur terbuka atau *open kitchen*. BreadTalk menerapkan

konsep ini dengan tujuan untuk meyakinkan pelanggan bahwa produk yang disajikan setiap harinya merupakan produk yang masih *fresh*. BreadTalk melebarkan sayapnya ke Indonesia dengan membuka gerai pertamanya pada 28 Maret 2003 di Mall Kelapa Gading 3. Hingga tahun 2021, BreadTalk telah tercatat memiliki kurang lebih 140 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia. Mulai dari wilayah Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Bali, Makassar, Pekanbaru, Jogjakarta, Solo, Batam, Medan, Semarang, Samarinda, Gorontalo, Pontianak, Singkawang, Palu, Jambi, Banjarmasin, Lampung, Madiun, Ambon, hingga Jayapura. Pengelola BreadTalk di Indonesia ialah Jhonny Andean yang merupakan pengusaha *franchise* yang cukup terkenal di Indonesia.

BreadTalk Indonesia berhasil mendapat penghargaan *Best Seller Product* versi majalah *Marketing* untuk produknya, yaitu C's Floss dan Fire Floss. Sedangkan di negara asalnya, Singapura, BreadTalk juga berhasil mendapatkan penghargaan yaitu *Singapore Promising Brand Award, Most Popular Brand 2002, Most Distinctive Brand 2003-2004* versi *Association of Small and Medium Enterprise (ASME)*.

Cabang pertama BreadTalk di Kota Semarang berada di Java Mall Semarang yang berdiri sejak tahun 2008 dan melakukan proses produksi langsung di tempat tanpa mendapat pendistribusian dari gerai lain. BreadTalk Java Mall Semarang memproduksi sebanyak 600 buah yang dibagi menjadi beberapa jenis roti, yaitu *danish, drycake, cake, cookies, toast*, dan lainnya. Proses produksi dilakukan mulai dari pukul 07.00 WIB hingga pukul 10.00 WIB. Jam operasional BreadTalk Java Mall Semarang dimulai pada pukul 10.30 WIB hingga 21.00 WIB. BreadTalk Java Mall Semarang mendapat bahan baku yang dipasok langsung dari gerai pusat yang

berlokasi di Jakarta dan juga dari *supplier* lokal Semarang. Bahan baku yang digunakan dikirim setiap seminggu sekali dan akan disimpan di dalam gudang BreadTalk Java Mall Semarang.

2.2 Visi dan Misi BreadTalk

2.2.1 Visi

Tetapkan BreadTalk sebagai merek *bakery* dengan gaya hidup internasional yang paling menonjol di dunia.

2.2.2 Misi

Memimpin budaya gaya hidup baru dengan perubahan baru dan inovatif serta diferensiasi kreatif untuk menciptakan produk dengan hasrat dan semangat.

2.3 Logo Perusahaan

Gambar 2.1
Logo BreadTalk



Sumber: www.breadtalk.co.id, 2021

Makna logo PT. Talkindo Selaksa Anugrah (BreadTalk):

- a. Tulisan BreadTalk menunjukkan nama dari perusahaan

- b. Warna pada tulisan Bread berwarna orange memiliki makna yang segar, sehingga hal ini sangat sesuai dengan kondisi BreadTalk yang selalu menjual roti dalam keadaan *fresh* atau baru saja dari produksi.
- c. Warna pada tulisan Talk berwarna putih menunjukkan kebersihan yang selalu dijaga oleh BreadTalk baik pada saat produksi maupun kondisi outlet yang selalu bersih

2.4 Produk BreadTalk

BreadTalk menawarkan berbagai jenis produk mulai dari *bread*, *danish*, *toast*, *cake*, *dry cake*, hingga *cookies*. Semua produk disajikan dengan beragam variasi rasa, ukuran, dan *topping*. Berikut ini merupakan penjelasan dari setiap varian produk yang disajikan oleh BreadTalk:

- a. ***Bread***

Gambar 2.2

Varian Produk Bread



Sumber: www.breadtalk.co.id, 2021

Bread merupakan produk utama yang dimiliki oleh toko roti BreadTalk. Pada gambar 2.2 dapat terlihat contoh varian produk *bread* di toko roti BreadTalk.

BreadTalk Java Mall Semarang menyediakan sebanyak 30 jenis untuk produk bread. Gambar 2.2 merupakan contoh varian produk *bread* dari BreadTalk.

b. *Danish*

Gambar 2.3

Varian Produk Danish



Sumber: www.breadtalk.co.id, 2021

Gambar 2.3 ialah contoh dari varian produk *Danish* yang merupakan produk BreadTalk dengan ketahanan atau umur produk yaitu sekitar 2 hari. BreadTalk Java Mall Semarang menyediakan sebanyak 16 jenis produk Danish.

c. *Toast*

Gambar 2.4
Varian Produk Toast



Sumber: www.breadtalk.co.id, 2021

Pada gambar 4.4 terlihat salah satu contoh varian produk *Toast* yang merupakan jenis produk BreadTalk dengan ketahanan atau umur produk sekitar 2 hari. BreadTalk Java Mall Semarang menyediakan 10 jenis produk toast.

d. *Cake*

Gambar 2.5
Varian Produk Cake



Sumber: www.breadtalk.co.id, 2021

Gambar 2.5 merupakan contoh varian produk *cake* di BreadTalk yang memiliki ketahanan produk atau umur produk sekitar 5 hari. BreadTalk Java Mall Semarang menyediakan 8 jenis produk *cake*.

e. ***Dry Cake***

Gambar 2.6
Varian Produk *Dry Cake*



Sumber: www.breadtalk.co.id, 2021

Pada gambar 2.6 merupakan contoh varian produk *dry cake* merupakan produk BreadTalk yang memiliki ketahanan atau umur produk sekitar 2 hari. BreadTalk Java Mall Semarang menyediakan 30 jenis produk *dry cake*.

f. ***Cookies***

Cookies merupakan produk BreadTalk yang memiliki ketahanan atau umur produk paling lama yaitu sekutar 6 minggu hingga 3 bulan. BreadTalk Java Mall Semarang menyediakan 10 jenis produk *cookies*.

2.2 Lokasi dan Kontak Perusahaan

2.5.1 Lokasi Perusahaan

Lantai I Java Mall Semarang

Jl. Letjen M.T. Haryono No. 992-994, Lamper Kidul,
Kec. Semarang Sel., Kota Semarang, Jawa Tengah, 50249.

2.5.2 Kontak Perusahaan

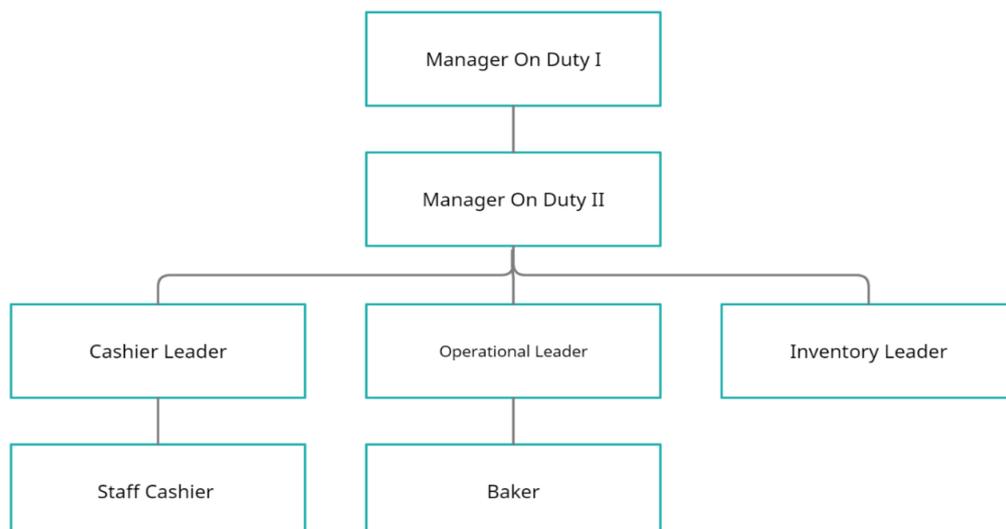
Nomor Telepon: (024) 8410009

2.3 Struktur Organisasi BreadTalk Java Mall Semarang

Struktur organisasi yang dimiliki oleh outlet BreadTalk Java Mall Semarang memiliki bentuk organisasi garis atau *line organization*. Organisasi garis merupakan salah satu tipe struktur organisasi yang menjelaskan hubungan antara atasan dan bawahan dapat terjadi secara langsung dan bergerak secara vertikal mengikuti instruksi dari atas ke bawah. Hal ini mengartikan bahwa di BreadTalk Java Mall Semarang perintah akan diberikan langsung dari atasan ke bawahan dan tanggung jawab dari bawahan akan langsung kepada atasan. Berikut ini merupakan struktur organisasi BreadTalk Java Mall Semarang:

Gambar 2.7

Struktur Organisasi BreadTalk Java Mall Semarang



Sumber: BreadTalk Java Mall Semarang, 2020

2.4 Deskripsi Jabatan

Berikut ini merupakan deskripsi wewenang dan tanggung jawab dari setiap jabatan yang terdapat pada struktur organisasi BreadTalk Java Mall Semarang:

a. **Manager On Duty I**

Tugas dari Manager On Duty I merupakan kepala toko yang juga merangkap di bagian sumber daya manusia dan bagian pemasaran.

b. **Manager On Duty II**

Tugas dari Manager On Duty II ialah menjadi supervisor yang memastikan semua lini berjalan dengan baik sesuai tugasnya.

c. **Cashier Leader**

Cashier Leader memiliki tugas yaitu membuat laporan keuangan harian hingga bulanan dan mengirimkannya kepada kantor pusat melalui website.

d. **Operasional Leader**

Operasional Leader memiliki tugas yaitu menjaga keberjalanan produksi agar dapat tetap menghasilkan produk dengan mutu dan kualitas yang baik sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan.

e. **Inventory Leader**

Inventory Leader memiliki tugas yaitu menjaga sistem pergudangan di BreadTalk agar barang-barang yang disimpan selalu dalam kondisi yang baik. Inventory Leader juga bertugas untuk selalu mengetahui jumlah unit bahan

baku yang tersisa, sehingga mengurangi resiko permasalahan kehabisan bahan baku.

f. **Staff Cashier**

Staf Cashier BreadTalk Java Mall Semarang berjumlah tiga orang. Tugas dari bagian kasian ialah mencatat setiap transaksi yang masuk dan keluar di perusahaan.

g. **Baker**

Baker pada gerai BreadTalk Java Mall Semarang berjumlah 12 orang yang terbagi ke dalam beberapa departemen, yaitu:

1. Departemen Bread
2. Departemen Danish
3. Departemen Toast
4. Departemen Slice Cake
5. Departemen Dry Cake
6. Departemen Whole Cake
7. Departemen Cookies
8. Departemen Beverage

Tugas dari baker tiap departemen ialah membuat produk roti yang sesuai dengan SOP perusahaan.

2.5 Identitas Responden

Identitas responden pada sub bab ini berisi informasi mengenai karakteristik responden. Informasi tersebut diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh konsumen BreadTalk Java Mall Semarang. Jumlah responden dalam penelitian sebanyak 100 orang. Kuesioner penelitian mulai disebar pada tanggal 4 Mei 2021 hingga 10 Juni 2021. Penyebaran kuesioner penelitian dilakukan dengan dua cara, yaitu secara langsung dan secara *online*.

Penyebaran kuesioner secara langsung dilakukan ketika bertemu dengan responden yang berada pada outlet BreadTalk Java Mall Semarang sebanyak 30 responden (30%). Sedangkan, penyebaran secara *online* dilakukan menggunakan media *google form* kepada 70 responden (70%). Penyebaran kuesioner secara *online* dilakukan karena adanya pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk melakukan pembatasan sosial dan meminimalisir pertemuan tatap muka.

Responden yang dapat mengisi kuesioner harus memenuhi ciri-ciri responden yang telah ditentukan dalam penelitian ini, yaitu berdomisili Semarang, berusia 17 tahun ke atas, dan pernah melakukan pembelian terhadap produk BreadTalk Java Mall Semarang. Berdasarkan data yang telah diisi oleh responden maka diperoleh identitas responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendapatan, dan tingkat pengeluaran perbulan sebagai berikut:

2.5.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia dapat memberikan gambaran tingkat kedewasaan seseorang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kelompok usia responden dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut ini:

Tabel 2.1

Identitas Responden Berdasarkan Usia

Nomor	Usia Responden	Frekuensi	Persentase
1	>20 Tahun	11	11%
2	20 – 24 Tahun	70	70%
3	25 – 29 Tahun	5	5%
4	30 – 34 Tahun	3	3%
5	>35 Tahun	11	11%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.1 di atas maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak berada pada rentang usia 20 - 24 tahun yang berjumlah 70 orang (70%). Disusul secara berurutan oleh responden dengan rentan usia >20 tahun dengan jumlah 11 orang (11%), usia 25 – 29 tahun dengan jumlah 5 orang (5%), usia 30 - 34 tahun dengan jumlah 3 orang (3%), dan usia >35 tahun dengan jumlah 11 orang (11%).

2.5.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini dibagi ke dalam dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan dengan jumlah total 100 orang.

Data jenis kelamin responden memiliki tujuan untuk mengetahui perbandingan antara laki-laki dan perempuan sebagai konsumen BreadTalk Java Mall Semarang. Berikut ini merupakan data jumlah responden BreadTalk Java Mall Semarang yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin responden:

Tabel 2.2
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Nomor	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	21	21%
2	Perempuan	79	79%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.2 di atas dapat diketahui bahwa responden terbesar yaitu perempuan dengan jumlah 79 orang (79%). Responden sebanyak 21 orang (21%) ialah responden berjenis kelamin laki-laki.

2.5.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan terakhir dapat menggambarkan pola pikir dan perilaku seseorang. Dalam data kuesioner ini akan disajikan pendidikan terakhir yang telah ditempuh oleh responden. Berikut ini merupakan data tingkat pendidikan terakhir responden pada penelitian ini:

Tabel 2.3
Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Nomor	Tingkat Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SMA	67	67%
2	Diploma	3	3%
3	Sarjana	26	26%
4	Pascasarjana	4	4%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.3 dapat diketahui bahwa responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA menjadi responden dominan pada penelitian ini dengan jumlah 67 orang (67%). Disusul secara berurutan oleh responden dengan tingkat pendidikan Sarjana sebanyak 26 orang (26%), responden dengan tingkat pendidikan terakhir Pascasarjana dengan jumlah 4 orang (4%), dan responden dengan tingkat pendidikan terakhir Diploma dengan jumlah 3 orang (3%).

2.5.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh setiap orang guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Data jenis pekerjaan yang didapatkan memiliki tujuan untuk mengetahui gambaran tentang kehidupan sosial dan ekonomi tiap responden. Berikut ini merupakan data jenis pekerjaan responden pada penelitian ini:

Tabel 2.4
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Nomor	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pegawai Negeri/BUMN/TNI/POLRI	6	6%
2	Wiraswasta	3	3%
3	Pegawai/Karyawan Swasta	18	18%
4	Mahasiswa/Pelajar	67	67%
5	Ibu Rumah Tangga	4	4%
6	Freelance	1	1%
7	Fresh graduate	1	1%
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.4 di atas maka dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden terbanyak yaitu mahasiswa/pelajar dengan jumlah 67 orang (67%). Disusul secara berurutan oleh profesi sebagai pegawai/karyawan swasta dengan jumlah 18 orang (18%), profesi sebagai ibu rumah tangga dengan jumlah 4 orang (4%), profesi sebagai pegawai negeri/BUMN/TNI/POLRI dengan jumlah 6 orang (6%), profesi sebagai wiraswasta dengan jumlah 3 orang (3%), profesi sebagai *freelance* dengan jumlah 1 orang (1%), dan *fresh graduate* dengan jumlah 1 orang (1%).

2.5.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku per Bulan

Data tingkat penghasilan responden berguna untuk mengetahui penghasilan per bulan dari tiap responden yang dapat mempengaruhi gaya hidup dan daya beli

responden dalam membeli produk BreadTalk Java Mall Semarang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, jumlah penghasilan per bulan tiap responden dapat dilihat pada tabel 2.4 berikut ini:

Tabel 2.5

Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Per Bulan

Nomor	Penghasilan/Uang Saku Per Bulan	Frekuensi	Persentase
1	\leq Rp1.000.000	35	35%
2	>Rp1.000.000 – Rp3.000.000	39	39%
3	>Rp3.000.000 – Rp5.000.000	11	11%
4	>Rp5.000.000	15	15%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.5 di atas maka dapat diketahui bahwa responden dengan pendapatan >Rp1.000.000 – Rp3.000.000 menjadi responden dominan dalam penelitian ini dengan jumlah 39 orang (39%). Disusul secara berurutan oleh responden dengan penghasilan \leq Rp1.000.000 dengan jumlah 35 orang (35%), responden dengan penghasilan >Rp3.000.000 – Rp5.000.000 dengan jumlah 11 orang (11%), dan terakhir responden dengan jumlah penghasilan >Rp5.000.000 dengan jumlah 15 orang (15%).

2.5.6 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan

Data pengeluaran per bulan yang dimaksud ialah pengeluaran rata-rata per bulan yang dikeluarkan oleh tiap responden. Data ini dapat menggambarkan daya beli konsumen atas suatu produk untuk memenuhi kebutuhan hidup setiap

bulannya. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan pengeluaran per bulan:

Tabel 2.6
Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan

Nomor	Pengeluaran Per Bulan	Frekuensi	Persentase
1	≤Rp1.000.000	39	39%
2	>Rp1.000.000 – Rp3.000.000	51	51%
3	>Rp3.000.000 – Rp5.000.000	5	5%
4	>Rp5.000.000	5	5%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan data pada tabel 2.6 maka dapat diketahui bahwa responden dengan pengeluaran >Rp1.000.000 – Rp3.000.000 menjadi responden paling dominan dalam penelitian ini dengan jumlah 51 orang (51%). Disusul secara berurutan oleh responden dengan pengeluaran ≤Rp1.000.000 dengan jumlah 39 orang (39%), responden dengan pengeluaran >Rp5.000.000 dengan jumlah 5 orang (5%), dan responden dengan pengeluaran >Rp3.000.000 – Rp5.000.000 dengan jumlah 5 orang (5%). Berdasarkan data di atas, maka dapat diketahui bahwa konsumen BreadTalk Java Mall Semarang mayoritas memiliki pengeluaran per bulan yang tidak terlalu besar.