

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM KUROGI DAN IDENTITAS RESPONDEN**

#### **2.1 Profil KUROGI**

Sebagai salah satu dari 4 besar penopang kegiatan ekonomi Kota Semarang, bisnis penyedia makanan dan minuman merupakan bisnis yang terus berkembang pesat setiap tahunnya. KUROGI merupakan restoran yang dirintis oleh Sandy, Gloria, Hans dan Lanny sejak akhir tahun 2018 dan bertempat di Jalan Ahmad Yani 167 A (lantai 2) Semarang. Sebagai salah satu dari penyedia makanan dan minuman di Semarang khususnya dengan jenis makanan *Japanese Fusion*.

*Fusion* merupakan sebuah istilah yang dapat menggambarkan penggabungan teknik memasak dari berbagai negara, tempat maupun budaya<sup>1</sup>. Selain berusaha menghadirkan cita rasa Jepang, KUROGI melalui sajian makanan dan minumannya berusaha menggabungkan cita rasa khas Indonesia sehingga menciptakan inovasi makanan yang unik dan lezat bagi konsumen.

---

<sup>1</sup>Sumber :[https://en.wikipedia.org/wiki/Fusion\\_cuisine](https://en.wikipedia.org/wiki/Fusion_cuisine). Diakses pada 15 Oktober 2019 pukul 14.09 WIB

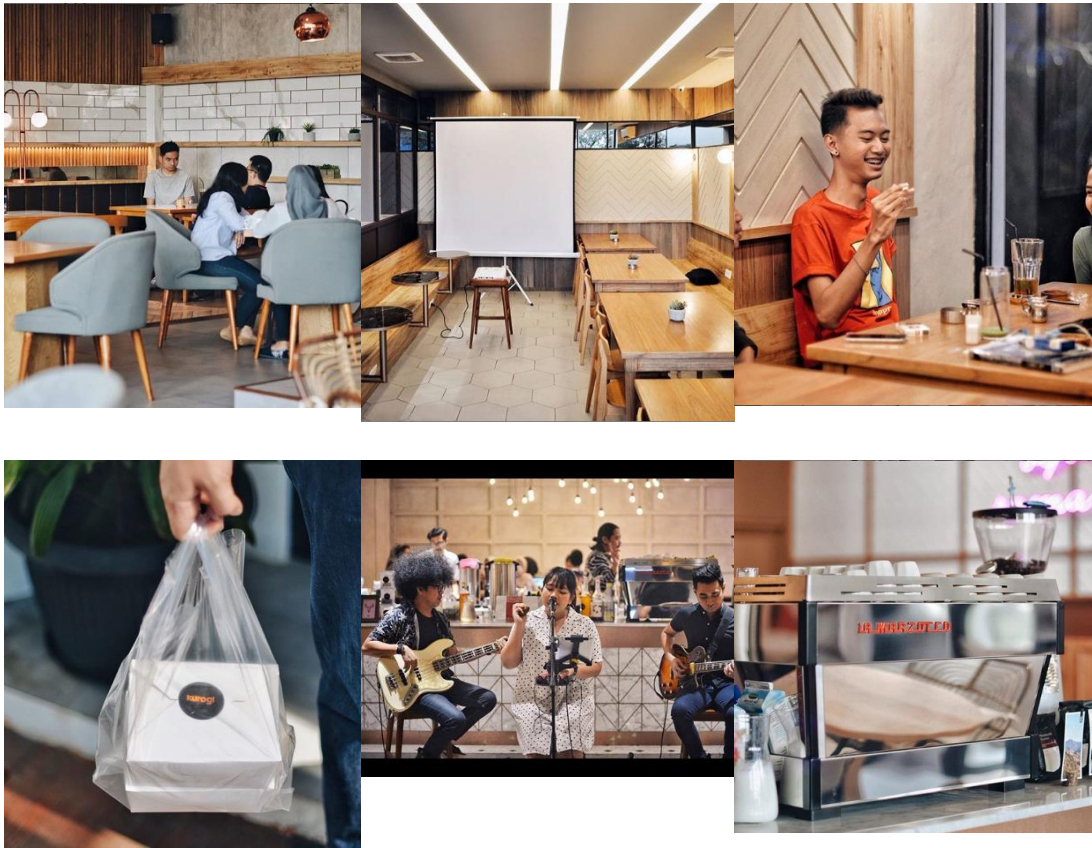
**Gambar 2.1** Makanan dan minuman yang ditawarkan KUROGI



Sumber : Instagram KUROGI

Foto di atas menunjukkan beberapa menu makanan dan minuman yang menjadi andalan KUROGI. Dari segi harga makanan yang ditawarkan oleh KUROGI berkisar antara Rp 25.000 hingga Rp 95.000 sedangkan untuk minuman berkisar pada harga Rp 20.000. Melalui akun Instagramnya, KUROGI seringkali membagikan informasi mengenai makanan dan minuman yang menjadi *highlight* pada hari tersebut.

**Gambar 2.2** Fasilitas yang ditawarkan KUROGI



Sumber : Instagram KUROGI

Tak hanya itu, KUROGI juga membagikan informasi mengenai layanan dan promo yang sedang berlangsung melalui akun Instagram @kurogi.smg. Foto – foto di atas adalah beberapa contoh foto yang menggambarkan layanan yang ditawarkan oleh KUROGI. Mulai dari ketersediaan tempat untuk berbagai kebutuhan seperti *smoking room* dan *meeting room*, layanan *takeaway gofood*, *live music*, hingga mesin kopi yang menjadi salah satu *signature drink* KUROGI.

*Tagline* yang digunakan KUROGI adalah *coffee and Japanese eatery* dimana hal tersebut untuk membantu konsumen mengingat dengan asosiasi kopi dan makanan jepang yang ditawarkan. KUROGI secara spesifik menasar pasar

dengan profil segmentasi sebagai berikut perempuan berusia 18 – 35 tahun serta keluarga.

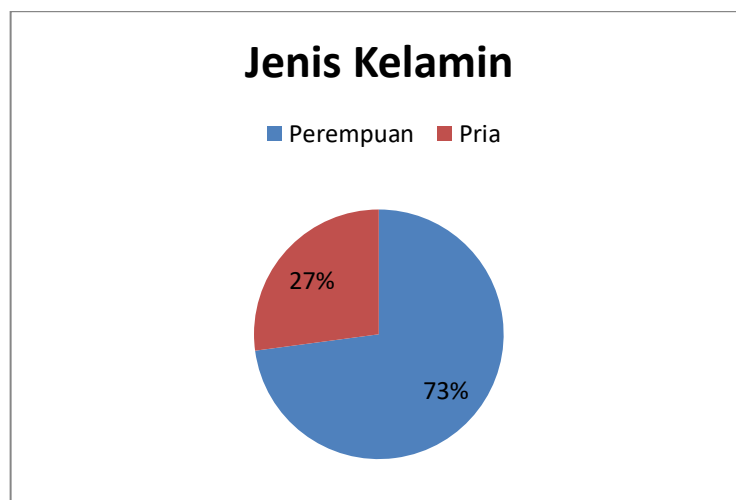
## 2.2 Identitas Responden

Berikut ini merupakan data mengenai responden yang diteliti. Responden penelitian ini berjumlah 100 orang dan berdomisili di Kota Semarang. Selain itu, responden juga telah memenuhi kriteria yaitu Pernah terekspos promosi melalui akun Instagram ataupun promosi penjualan dalam kurun waktu 1 hingga 2 bulan terakhir saat data diambil.

### 2.2.1 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil data yang didapat, menunjukkan bahwa proporsi jenis kelamin laki – laki 27 responden sedangkan perempuan sejumlah 73 responden. Data ini juga menunjukkan keselarasan dengan segmentasi pasar yang dituju KUROGI, yaitu segmentasi utama perempuan.

**Diagram 2.1** Jenis kelamin responden



### 2.2.2 Usia Responden

Berdasarkan hasil data yang didapat, menunjukkan bahwa proporsi mayoritas umur responden yang diteliti adalah 21-25 tahun sebesar 89%, kemudian diikuti kelompok umur 26-30 tahun sebesar 6%, kelompok umur 15-20 tahun sebesar 4% dan kelompok umur 31-35 sebesar 1%. Hal ini berarti profil usia responden sesuai dengan usia target segmentasi KUROGI yaitu 18-35 tahun.

**Diagram 2.2** Usia responden

