

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah singkat dan Perkembangan Peacockoffie

Peacock Coffee merupakan sebuah kedai kopi yang didirikan di Yogyakarta pada tahun 2009 di jalan Palagan Tentara Pelajar, Sleman. Marchel Adriana, selaku *founder* dan *owner* dari Peacock Coffee dulunya sangat menggemari aktifitas minum kopi semenjak duduk di bangku SMA. Berawal dari mencoba-coba untuk menghindari kantuk saat belajar di waktu malam hari, Marchel justru ketagihan untuk terus minum kopi dengan alasan nikmatnya aroma dan rasa kopi. Waktu berlalu, saat Marchel duduk di bangku kuliah, ia pun terfikirkan untuk mendirikan kedai kopi serta tempat *nongkrong* asik untuk para pecinta kopi di Yogyakarta. Tercetuslah ide-ide serta konsep kedai yang ia namakan “Peacock Coffee.” Kala itu, Marchel ingin fokus untuk jualan olahan kopi saja, namun mempertimbangkan persaingan pasar dan saran dari berbagai teman, akhirnya Marchel menambah menu olahan coklat, dan kue-kue sebagai pendamping minum kopi dan coklat, dengan harga untuk minuman Rp 24.750 untuk semua jenis minuman, dan harga Rp 9.900 untuk harga makanan. Target *market* awal yang ditetapkan Marchel 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 2014, Marchel Adriana melakukan penggantian nama

usahanya menjadi “Peacockoffie” karena sudah ada yg menggunakan nama Peacock Coffee di luar negeri, tepatnya di Negara Amerika Serikat dan Afrika Selatan sebagai nama usaha *coffee shop*.

Peacockoffie hingga saat ini menawarkan berbagai jenis olahan kopi, aneka minuman jika pelanggan kurang menyukai kopi, dan aneka jenis *pie*, maupun *cake*. Mengapa Marchel memasang harga Rp 24.750 untuk semua jenis minuman dan harga Rp 9.900 untuk harga makanan, itu hanya Marchel selaku *founder* yang mengetahuinya dan tak satupun karyawan yang mengetahuinya. Dengan menetapkan harga tersebut di atas untuk semua makanan dan minuman, konsumen juga dimanjakan dengan berbagai fasilitas dari Peacockoffie, diantaranya yakni kedai buka 24 jam, fasilitas *free Wi-fi*, ruangan sejuk karena dilengkapi pendingin ruangan (AC), suasana kedai dibuat senyaman mungkin dengan mengusung konsep “*Homing Garden*” menjadikan kedai Peacockoffie sangat nyaman bagaikan rumah sendiri. Pemilihan lagu klasik dan lagu modern dengan volume sedang sengaja di perdengarkan untuk konsumen yang berkunjung, serta meja dan kursi dipilih yang terbuat dari kayu jati dengan berbagai ukuran, dengan tujuan agar konsumen bisa memilih kursi dan meja mana yang cocok dengan mereka agar nyaman saat berada di kedai Peacockoffie.

Sesuai dengan namanya yakni Peacockoffie, 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 *Pie* dan *Cake* adalah hasil produksi Peacockoffie sendiri.

Berkat ketekunan dan kerja keras selama mengelola Peacockoffie, Marchel Adriana selaku *founder* dan *owner* Peacockoffie mampu melebarkan sayapnya dengan membuka cabang yang dikelola sendiri di kota Semarang, yakni pada tahun 2010 di jalan S. Parman, pada tahun 2014 di jalan Gajahmada, tahun 2016 di jalan Gombel Lama, dan tahun 2018 di jalan Yudhistira, kawasan Tugu Muda.

2.2 Profil Peacockoffie

2.2.1 Visi Peacockoffie

Visi Peacockoffie mengarahkan seluruh komponen perusahaan demi terlaksananya tujuan perusahaan. Berikut merupakan visi Peacockoffie, yakni:

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

Peacockoffie ingin dikenal sebagai *coffee shop* yang menyajikan rasa kopi yang berbeda dari *coffee shop* yang lain, dalam ruang yang nyaman dan mengutamakan layanan kepada para pelanggan.

2.2.2 Misi Peacockoffie

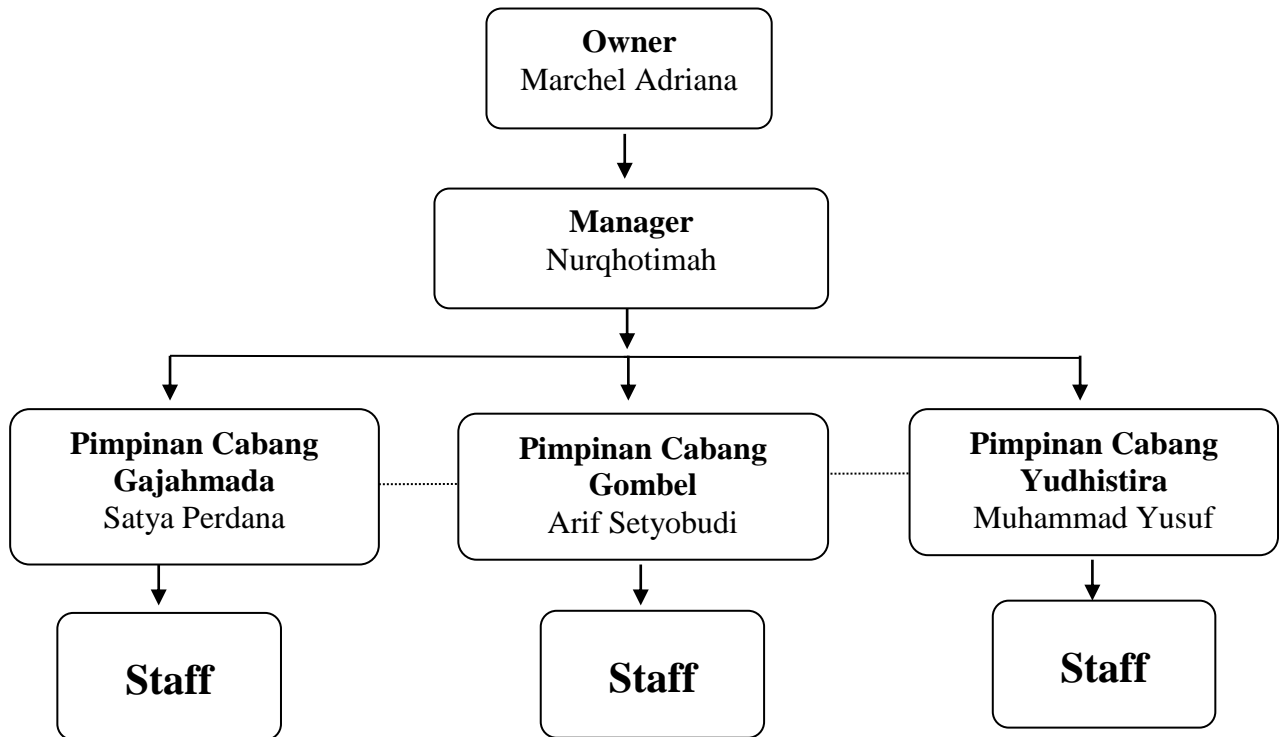
Misi merupakan hal-hal yang harus dilaksanakan oleh perusahaan untuk mewujudkan tercapainya visi perusahaan. Misi juga merupakan bentuk dari tujuan jangka pendek dari sebuah perusahaan. Berikut merupakan misi dari Peacockoffie, yakni :

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

2.2.4 Struktur Organisasi Peacockoffie

Gambar 2.1

Struktur Organisasi Peacockoffie



Sumber : Peacockoffie Semarang, 2018

2.2.5 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. Kepala Cabang

- a. Menjadi pengambil keputusan atas segala sesuatu yang berkaitan dengan cabang dengan persetujuan *Owner*
- b. Menjadi pengendali atas segala operasional di cabang
- c. Memberikan arahan kepada para karyawan
- d. Bertanggung jawab atas rekrutmen karyawan

4. 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
5. 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 Peacockoffie, barista bertanggung jawab atas semua menu minuman yang ada, sedangkan koki bertanggung jawab untuk menyiapkan menu makanan yang tersedia pada kedai kepada pelanggan.

2.2.6 Logo Peacockoffie

Setiap perusahaan pasti memiliki logo untuk menunjukkan kepada konsumen keberadaan atau lokasi dimana perusahaan tersebut beroperasi. Berikut merupakan logo dari Peacockoffie.

Gambar 2.2

Logo Peacockoffie

The logo for Peacockoffie is displayed in a stylized, orange-outlined font. The letters are lowercase and have a slightly irregular, hand-drawn appearance. The word "peacockoffie" is centered on the page.

Sumber : Peacockoffie, 2018

2.2.7 Jam Operasional Peacockoffie Semarang

a. *Manager dan Kepala Cabang*

Hari Kerja : Senin - Sabtu

Jam Kerja : 06.00 – 14.00

b. Staff

Hari Kerja : Setiap Hari

Jam Kerja : Shift 1 : 06.00 – 12.00

Shift 2 : 12.00 – 18.00

Shift 3 : 18.00 – 24.00

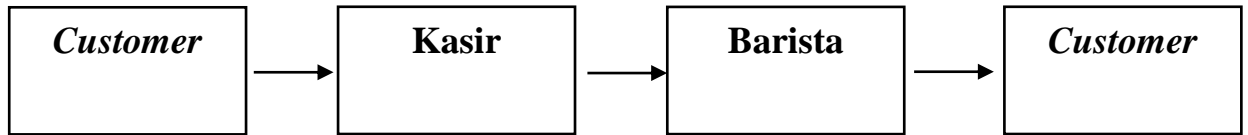
Shift 4 : 24.00 – 06.00

2.2.8 Prosedur Pelayanan Peacockoffie Semarang

Berikut ini adalah prosedur pelayanan Peacockoffie di Semarang.

Gambar 2.3

Prosedur Pelayanan Peacockoffie Semarang



Sumber : Peacockoffie Semarang, 2018

Sistem pelayanan di Peacockoffie dalam bentuk *self 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 pelanggan akan dipanggil kembali untuk mengambil pesanan yang telah disajikan di atas meja kasir.

2.2.9 Produk Peacockoffie Semarang

Peacockoffie 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 Peacockoffie terdiri dari :

1. *Espresso*
2. *Ristretto Tall*
3. *Cappuccino*
4. *Carmelito*

5. *Cinnamon Latte*
6. *Cookie Latte*
7. *Hanoi*
8. *Hazelnut Latte*
9. *Moccaccino*
10. *Peppermint Latte*
11. *Piccolo*
12. *Vanilla Latte*

b. *Milky Silky*

Selain kopi, Peacockoffie 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. *Choco Original*
2. *Choco Rhum*
3. *Green Tea Latte*
4. *Thai Milk Tea*
5. *White Cheese*
6. *White Mint*

c. *Thirst Quencher*

Thirst Quencher merupakan variasi menu lain yang ditawarkan Peacockoffie, menunya terdiri dari :

1. *Bubble Gum*
2. *Coconut Sling*
3. *Fresh Juice*
4. *Lychee Tea*
5. *Mojito*
6. *Pinacolada*

d. *Light Bites*

Light Bites merupakan istilah menu makanan yang digunakan Peacockoffie dalam daftar menunya. Tujuan ditambahkannya menu *Light Bites* adalah untuk menjadi suguhan tambahan bagi para pelanggan yang ingin minum sambil makan. Menunya terdiri dari :

1. *Apple Pie*
2. *Banana Cake*
3. *Banana Pancake*
4. *Black Forest*
5. *Calzone*
6. *Carrot Cake*
7. *Cheese Cake*
8. *Chicken Pie*

9. *Chicken Lasagna*

10. *Donuts*

11. *Eggnog Pie*

12. *Waffle*

13. *Macaroni Schotel*

2.3 Identitas Responden

Data mengenai identitas konsumen Peacockoffie Semarang 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 dalam sebulan, frekuensi kunjungan ke Peacockoffie Semarang dalam tiga bulan terakhir, dan alasan berkunjung ke Peacockoffie Semarang.

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	58	59,8
2.	Perempuan	39	40,2
Jumlah		97	100,0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa persentase konsumen Peacockoffie Semarang berjenis kelamin laki-laki sebesar 59,8% dan berjenis kelamin perempuan sebesar 40,2%. Dari jumlah tersebut dapat disimpulkan, bahwa dari seluruh responden, konsumen laki-laki merupakan responden dengan presentase paling besar yang melakukan kunjungan ke Peacockoffie.

2.3.2 Usia Responden

Diketahui bahwa mayoritas konsumen Peacockoffie yang berkunjung adalah konsumen yang berada pada usia 21-25 tahun dengan presentase 57,7%. Rincian data dapat dilihat pada tabel 2.2, sebagai berikut

Tabel 2.2
Usia Responden

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	< 21	26	26,8
2.	21 – 25	56	57,7
3.	26 – 30	9	9,3
4.	≥ 31	6	6,2
Jumlah		97	100,0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa responden terbanyak berusia 21-25 tahun sebesar 57,7%. Kemudian diikuti dengan responden usia < 21 tahun sebesar 26,8%, dan responden usia 26 – 30 tahun sebesar 9,3%. Presentase terkecil pada usia ≥ 31 tahun sebesar 6,2%. Dapat disimpulkan, mayoritas konsumen Peacockoffie Semarang berada pada usia 21-25 tahun. Usia paling muda dari konsumen Peacockoffie berusia 17 tahun, dan usia paling tua dari konsumen Peacockoffie berusia 37 tahun.

2.3.3 Status Marital Responden

Konsumen Peacockoffie mayoritas adalah responden yang belum menikah dengan presentase sebesar 87,6%. 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	12,4
2.	Belum Menikah	85	87,6
Jumlah		97	100,0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Tabel tersebut menunjukkan mayoritas responden termasuk dalam kategori belum menikah yaitu sebanyak 87,6%. Sedangkan sisanya termasuk kategori menikah sebanyak 12,4% responden. Dapat disimpulkan, lebih banyak responden yang berkunjung ke Peacockoffie 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 52,6%. Rincian data dapat dilihat pada tabel 2.4, sebagai berikut.

Tabel 2.4
Pendidikan Terakhir Responden

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	Tamat SMP	2	2
2.	Tamat SMA	51	52,6
3.	Akademi/Diploma	9	9,3
4.	Sarjana	31	32
5.	Pascasarjana	4	4,1
Jumlah		97	100,0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden mempunyai latar belakang pendidikan terakhir di tingkat SMA yaitu sebesar 52,6% responden, Kemudian diikuti dengan lulusan Sarjana sebesar 32%. Sebesar 9,3% responden merupakan lulusan Diploma, dan sebesar 4,1% responden merupakan lulusan Pascasarjana. Sedangkan responden dengan presentase paling kecil sebesar 2% adalah responden dengan latar belakang pendidikan tamatan SMP.

2.3.5 Pekerjaan Responden

Frekuensi konsumen Peacockoffie paling besar adalah pelajar/mahasiswa dengan presentase sebesar 62% 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	3,1
2.	Pegawai Swasta	16	16,5
3.	Wiraswasta	11	11,3
4.	Pelajar/Mahasiswa	62	64
5.	Lainnya	5	5,1
Jumlah		97	100,0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa dengan persentase sebesar 64% responden. Selanjutnya responden berlatar belakang pekerjaan sebagai Pegawai Swasta sebesar 16,5% dan responden yang berlatarbelakang pekerjaan wiraswasta sebesar 11,3%. Sedangkan jumlah paling sedikit dimiliki oleh dua kategori responden yaitu, responden dengan kategori pekerjaan di bidang Lain-lain, yakni *creator* dan

seniman sebesar 5,1% dan pekerjaan PNS/TNI/POLRI sebesar 3,1% responden. Jadi, konsumen yang berkunjung ke Peacockoffie paling banyak adalah pelanggan dengan latar belakang pekerjaan pelajar/mahasiswa.

2.3.6 Penghasilan Perbulan Responden

Konsumen Peacockoffie 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	17	17,5
2.	> Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000	42	43,3
3.	> Rp 2.500.000 – Rp 4.000.000	20	20,6
4.	> Rp 4.000.000 – Rp 6.500.000	11	11,4
5.	≥ Rp. 6.500.000	7	7,2
Jumlah		97	100,0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

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 43,3% dengan latar belakang mahasiswa serta pegawai swasta. Presentase terbesar kedua, yakni sebesar 20,6% responden dengan penghasilan > Rp 2.500.000 – Rp. 4.000.000 dengan latar belakang responden pegawai swasta, PNS, dan wiraswasta. Sedangkan presentase terkecil sebesar 7,2% responden dengan penghasilan ≥ Rp. 6.500.000 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 Frekuensi Kunjungan Ke Peacockoffie Semarang

Hasil penelitian menunjukkan frekuensi kunjungan pelanggan ke Peacockoffie terbesar berada pada *range* enam sampai sepuluh kali kunjungan. Rincian data dapat dilihat pada tabel 2.7, sebagai berikut.

Tabel 2.7
Frekuensi Berkunjung dalam Tiga Bulan Terakhir

No.	Jumlah Kunjungan	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	2 – 5	17	17,5
2.	6 – 10	70	72,1
3.	11 – 15	5	5,2
4.	16 – 18	5	5,2
Jumlah		97	100,0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Dari tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas frekuensi kunjungan yang dilakukan responden berada pada *range* 6 – 10 kali dengan presentase sebesar 72,1%, kemudian disusul pada *range* 2 – 5 sebesar 17,5%. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, frekuensi minimum dari kunjungan pelanggan ke Peacockoffie dalam tiga bulan terakhir yaitu dua kali kunjungan, dan frekuensi maksimum diketahui delapan belas kali kunjungan dalam tiga bulan terakhir, dengan kegiatan yang ia lakukan saat menikmati kopi di depan laptop adalah mengerjakan tugas perkuliahan atau tugas kantornya.

2.3.8 Alasan Melakukan Kunjungan Ke Peacockoffie Semarang

Ternyata sebesar 61,8% responden mengatakan berkunjung ke Peacockoffie karena kemauan sendiri. Rincian data dapat dilihat pada Tabel 2.8., sebagai berikut.

Tabel 2.8
Alasan Melakukan Kunjungan Ke Peacockoffie

No.	Alasan	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	Kemauan Sendiri	60	61,8
2.	Diajak oleh teman/keluarga	15	15,5
3.	Datang Bersama Teman Atas Keinginan Bersama	22	22,7
Jumlah		97	100,0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas, hasil penelitian menunjukkan banyaknya pelanggan yang datang ke Peacockoffie karena kemauan sendiri dengan presentase sebesar 61,8%. Sebesar 22,7% responden mengatakan alasan mereka berkunjung karena atas keinginan bersama untuk datang bersama teman ke Peacockoffie. Presentase terkecil dengan 15,5% responden diajak teman untuk datang ke Peacockoffie. Jadi, dapat disimpulkan mayoritas pelanggan Peacockoffie adalah responden yang berkunjung atas dasar kemauan sendiri.

