

BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN
KEDAI RAKJAT DJELATA

A. Sejarah Kedai Rakjat Djelata

Mia Adyati adalah pemilik Kedai Rakjat Djelata, selain mempunyai Kedai Rakjat Djelata, beliau juga mempunyai usaha- usaha yang lain sebelum Kedai Rakjat Djelata ini berdiri, seperti Hot Meal, Sushi Story, Moy-Moy, Happy Bee, Rendang Kampung Suwardi, dan Sambel Kedhaton. Mia adalah keturunan keraton Yogyakarta, beliau menempuh pendidikan di UKDW, kemudian melanjutkan pendidikan S2 di luar negeri dengan beasiswa jalur pendidikan tata boga.

Berdirinya Kedai Rakjat Djelata ini berangkat dari kerinduan Mia terhadap masakan keraton yang dulu sering di masakan oleh neneknya dan juga Mia merasa prihatin karena masakan Jawa kuno sudah jarang ditemui lagi di Yogyakarta karena lebih banyak pengusaha kuliner yang mendirikan masakan luar negeri. Maka dari itu pada tanggal 9 September 2013 Mia mendirikan Kedai Rakjat Djelata, tujuan bu Mia mendirikan Kedai Rakjat Djelata salah satunya adalah ingin melestarikan masakan Jawa kuno supaya generasi- generasi muda kenal dengan masakan daerahnya.

Tidak mudah bagi Mia untuk mengenalkan produknya tersebut, maka dari itu Mia mendesain ruangan Kedai Rakjat Djelata dengan konsep tempo dulu, dari masakannya, alat yang di gunakan untuk menyajikan makanannya menggunakan piring yang terbuat dari seng, talenan dari kayu, garpu yang terbuat juga dari kayu, dan juga baskom yang terbuat dari seng untuk menyajikan hidangan pilihan yang di display di etalase kaca,

kemudian ornament- ornament yang dipasang di dalam ruangan atau di temple di dinding menggunakan atribut- atribut kuno yang sudah tidak mudah lagi ditemukan seperti: lampu teplok, rantang seng, wajan, panci, baskom, dsb. Di sana juga terdapat foto- foto jaman dulu yang di cetak hitam putih, foto struktur organisasi utama yang menggunakan baju Jawa yang dicetak hitam putih, penjelasan tentang beberapa cerita sejarah makanan Jawa Kuno. Para pelayan diwajibkan menggunakan baju Jawa atau surjan dan ikat kepala atau blangkon bagi pelayan laki - laki, bagi para pelayan perempuan menggunakan Jarik dan baju Jawa. Jika kita memasuki tempat tersebut kita dipersilahkan mengambil nomor antrian yang menggunakan bambu bertuliskan nomor antrean.

Setelah Mia melakukan ide- idenya, Mia mengadakan grand opening dengan mengundang NET TV, kemudian Onma (*marketing*) menyebarkan informasi ini melalui media sosial, tujuan agar masyarakat mengetahui bahwa elah hadir rumah makan khas Jawa kuno di Yogyakarta.

B. Lokasi Perusahaan

Jl. Doktor Sutomo No.54, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55211, Indonesia, telepon : +62 274 7437435 , facebook : Kedai Rakjat Djelata
Buka : 11:00 wib – 23:00 wib

C. Visi dan Misi Kedai Rakjat Djelata

Kedai Rakjat Djelata suatu usaha kuliner tidak hanya berorientasi pada kepentingan ekonomi saja, tetapi Kedai rakjat Djelata dalam menjalankan usahanya disertai dengan adanya visi dan misi dalam menjalankan usaha. Visi dari Kedai Rakjat

Djelata adalah melestarikan dan mengenalkan kepada anak muda masakan khas Jawa kuno yang sudah tergerus oleh modernisasi zaman.

Di dalam bisnisnya Kedai Rakjat Djelata juga memiliki misi yaitu membawa kembali hidangan Jawa yang hampir punah ke tengah- tengah masyarakat.

Tag Line : 100% Murah 100% Enak 100% Halal

Slogan : Racikan lawas, sentuhan anyar, rasa juara. Dari rakyat jelata untuk rakyat jelata.

D. Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Kedai Rakjat Djelata

Makna dari nama Kedai Rakjat itu sendiri adalah tempat yang menyajikan makanan khas Jawa Kuno, jadi apabila anda merasa rindu dengan masakan tempo dulu di sinilah tempat anda dapat mengobati rasa rindu dengan menikmati sajian khas tempo dulu, dinamakan Kedai Rakjat Djelata juga beralasan agar rakyat kecilpun juga bisa makan ditempat ini .

Soerat Kabar Terbitan Abdi Dalem Djogdjakarta

KEDAI RAKJAT DJELATA

TJERITA SATOE MALAM DI ROEMAH KAMI 6 SEPTEMBER 2014



Merupakan Warung Daharan & Ngopi (warung makan dan minum kopi) ala Nenek Moyang Rakyat Djelata Djawa dengan Sajian Warisan Kuliner nan Djadoel (Tempo Duloe) yang bergaya Kesederhanaan, dengan konsep sajian Klanganan Djawa Koeno (hidangan Kerinduan ala Jawakuno).

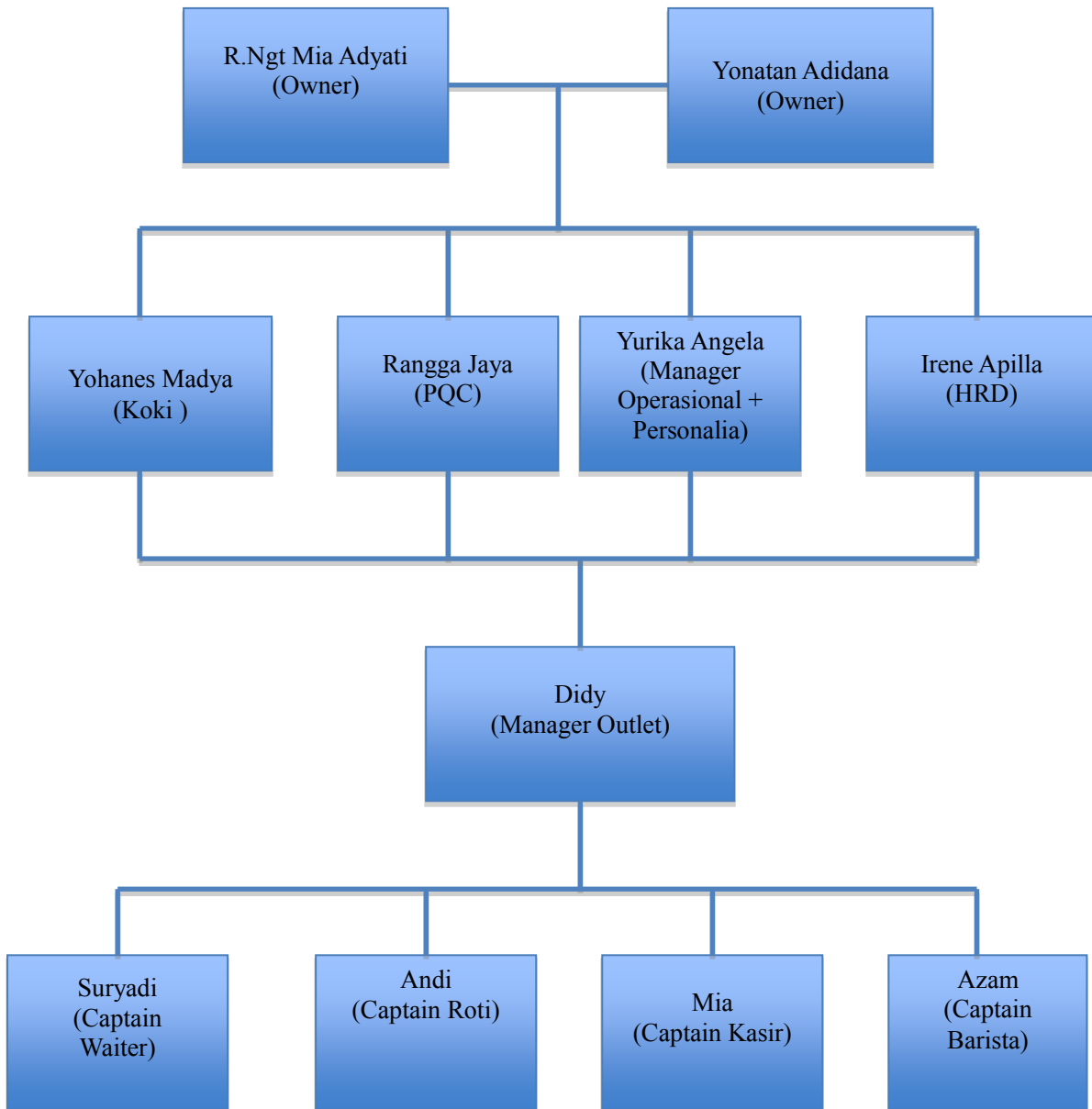
Warung yang akan disebut Kedai Rakjat Djelata ini menyajikan beragam olahan Kopi & Tea segar dari Petani Asli rakyat pulau Jawa, Panganan Jawa Lawasan asli Dapur Para Abdi Dalem Kerajaan Mataram dan Hidangan Unik & Langka ala Rakyat Jawa sejak jaman dahulu. KRJ beroperasi setiap sore mulai pukul 11 pagi - 11 malam. KRJ adalah tempat bersuasa Sederhana bertema Roemah Abdi Dalem Djawa Djaman Dubeloe yang akan sangat menarik dan Laya budaya sebagai Pelestarian Kekayaan Nusantara khususnya Tanah Djawa bagi kalangan Muda modern yang sudah terlalu banyak diterjang Modernisasi dan Budaya Asing. KRJ merupakan Proyek Pelestarian Budaya, khususnya Budaya Kuliner Rakyat Djawa yang diharapkan mampu mengingatkan Para Pemuda Pemudi dan Keluarga Indonesia tentang Kekayaan Budaya yang layak mereka banggakan, dan juga diharapkan mampu lebih luas lagi melahirkan kekaguman turis asing dan turis domestik dari luar kota Jogjakarta.

Kedai Rakjat Djelata merupakan satu satunya Warung Makan dan Warung Kopi ala Rakyat Jelata yang membuat setiap pengunjungnya pada kesederhanaan & kenyamanan sajian Djadoel yang tidak bisa mereka dapatkan di tempat lain, apalagi harganya juga sederhana dan sangatterjangkau.

Nama :	Kedai Rakjat Djelata®
Semboyan :	Rasa Djadoel Sentoehan Anjar Ratjikan Djoewara
Konsep Dasar :	Kuliner khas Abdi Dalem Kerajaan Jawa Tempo Dula
Sajian Istimewa :	* Kopi Segar dari Petani Asli Rakyat Djawa * Tea Pekat seduhan Segar ala Rakyat Djogja * Hidangan Lawasan ala Simbah & Simbok Abdi Dalem * Sajian asli Rakyat Jelata yang Hampir Punah diterjang Globalisasi Jaman Masa Kini.
Harga :	Globalisasi Rp. 15.000
Jabatan Populer :	Tempat Makan Terkenal di Yogyakarta
Identitas Diri :	telepon langsung : 0274-7437435 ; SMS/WA : +6281227555551 Alamat Jalan Dr. Soetomo No 54 Selatan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta ; www.facebook.com/KRD.indonesia.com

Gambar 2.2 Profile Kedai Rakjat Djelata

E. Struktur Organisasi



Gambar 2.3 Struktur Organisasi

Adapun uraian pembagaan tugas dari masing- masing divisi adalah sebagai berikut :

1. Pemegang Saham

Pemegang saham adalah pemilik usaha kuliner ini.

2. *Product and Quality Control*

Mengontrol kualitas *product* yang masuk ke outlet.

3. Manager Operasional merangkap Manager Keuangan

Manager Operasional bertugas membikin peraturan kerja, menetapkan harga, dan juga penghasilan diserahkan kepada manager operasional.

4. HRD

HRD bertugas merekrut karyawan yang akan bekerja di Kedai Rakjat Djelata.

5. Manager Outlet

Manager outlet bertugas mengatur jadwal kerja dan seleksi produk.

6. *Captain* Cantrik

Captain cantrik atau ketua divisi *waiter* bertugas mengawasi dan menangani pelayan.

7. *Captain* Roti

Captain roti bertugas mengawasi dan mengangani bagian dapur roti bakar.

8. *Captain* Kasir

Captain kasir bertugas mengawasi bagian keuangan/ pemasukan perhari.

9. *Captain* Barista

Captain barista bertugas mengawasi dan menangani pelayan bagian minuman.

F. Personalia

- 1. Jumlah Karyawan**

Jumlah karyawan ada 27 orang

2. Jam Kerja, Cuti, dan Libur

Jam Kerja

Shift 1 : 09.00- 17.00

Shift 2 : 16.00-24.00

Cuti

Setahun mendapatkan jatah 6x, mendapatkan cuti hamil bagi wanita

Libur

Setiap karyawan dapat jatah libur seminggu sekali

3. Hak dan Kewajiban Karyawan

Setiap karyawan mendapatkan gaji bulanan dan tunjangan, tetapi bonus gaji hanya didapatkan kepada captain (ketua divisi) saja. Kewajiban seluruh karyawan adalah mengikuti aturan kerja yang telah ditetapkan, harus ramah kepada konsumen, disiplin, dan juga menjaga kualitas.

4. Keselamatan Kerja

Setiap karyawan mendapatkan BPJS dan jaminan hari tua

5. Kesejahteraan

Kesejahteraan karyawan yang didapatkan berupa gaji bulanan, uang lembur, THR, jatah makan 1 kali sehari, dan seragam

G. Deskripsi Tempat

Bagian depan adalah tempat untuk memilih makanan berat (nasi, sayur, dan lauk pauk), kemudian bagian tengah tempat pemesanan minuman dan kasir, bagian belakang sendiri adalah tempat pemesanan roti bakar.

H. Produk

Makanan



Gambar 2.4



Gambar 2.5



Gambar 2.6



Gambar 2.7

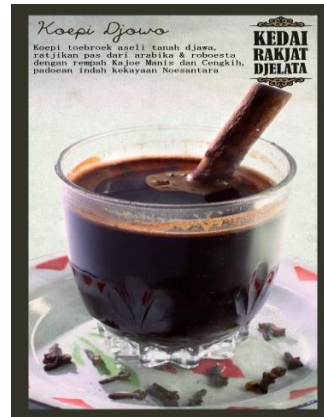
Roti Bakar babah Londho	Roti Bakar Babah Bewok
Putih Asli	Sambal Djambal Asap
Gulo Londho	Abon Seroendeng Ebi
Tjoklat Kedjoe	Sarden Tomat
Tjoklat Soesoe	Abon Kedjoe
Kedjoe Soesoe	Kornet Sosis
Strawberi Tjoklat	Loenchoen Ajam
Strawberi Kedjoe	Loenchoen Ajam edjoe
Bluberi Tjoklat	Pisang Bakar
Bluberi Kedjoe	Pisang Bakar Polos
Pisang Tjoklat	Pisang Bakar Tjoklat
Pisang Kedjoe	Pisang Bakar Kedjoe
Pisang Tjoklat Kedjoe	Pisang Bakar Kedjoe Tjoklat

Gambar 2.17 Daftar Makanan Ringan

Minuman



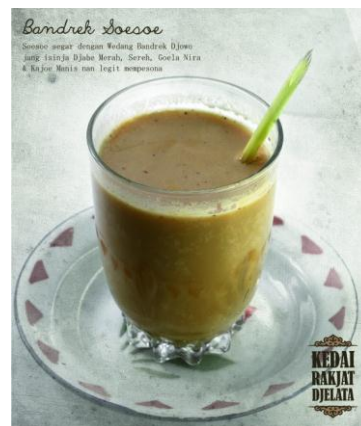
Gambar 2.18



Gambar 2.19



Gambar 2.20



Gambar 2.21

Aneka Teh	Aneka Soesoe Segar
Teh Potji	Soesoe Moerni
Teh Gitel	Soesoe Oeroep
Teh Njonjah Listje	Soesoe Hoehah
Teh Sagiwah	Soesoe Boewah
Teh Oewoeh	Bandrek Soesoe
Teh Leci	Soesoe Mbok Ginem
Teh Rhosella	Soesoe Njenggelek
Teh Djoemini	Tambahan Es Koentjoeng
Anek Es	Aneka Es Koentjoeng
Kembang Deso	
Kelon	
Campur Bawur	
Tapok	
Cincau Ireng	
Dawet Glemet	
Es Timun	
Kumbang	
Es Jeruk	
Nakulo	
Sadewo	

Gambar 2.22 Daftar Minuman

I. Tinjauan Pustaka

Berkaitan dengan strategi komunikasi terdapat beberapa penelitian lain yang sudah membahas persoalan yang sama, seperti pada penelitian dari Riska Rizkiani mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2011 dengan judul Strategi Komunikasi Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) provinsi DIY dalam menginformasikan program Penyiapan Kehidupan Berkeluarga bagi Remaja (PKBR) di Yogyakarta tahun 2010 - 2014.

Pada penelitian tersebut mendeskripsikan bahwa bagaimana strategi komunikasi BKKBN provinsi DIY dalam menginformasikan program PKBR di Yogyakarta.

Kurangnya informasi mengenai kesehatan reproduksi dan merebaknya perilaku negatif dikalangan remaja merupakan dasar adanya program PKBR yang dilakukan BKKBN provinsi DIY. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mendeskripsikan gambaran tentang strategi komunikasi BKKBN provinsi DIY dalam menginformasikan program PKBR di Yogyakarta (2) Mendeskripsikan tanggapan dari remaja program PKBR tentang strategi yang dilakukan oleh BKKBN provinsi DIY. Hasil analisis perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program PKBR sudah dilaksanakan dengan baik oleh BKKBN provinsi DIY, namun masih ditemui kendala dan kelemahan dalam menginformasikan program PKBR, diantaranya kurangnya kegiatan sosialisasi yang dilakukan BKKBN provinsi DIY baik yang bersifat bermedia. Media yang digunakan masih sangat kurang sehingga banyak remaja yang belum mengetahui program PKBR.

Skripsi karya Tri Dhaniyanti mahasiswi UMY angkatan 2007 yang berjudul Strategi Komunikasi Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Sembada Berbasis Lingkungan Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta.

Penelitian ini membahas tentang program untuk mengurangi angka buta aksara dengan program Keaksaraan Usaha Mandiri (KUM) yang dilakukan Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Sembada Berbasis Lingkungan di kabupaten Gunungkidul Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan gambaran tentang strategi komunikasi PKBM sembada berbasis lingkungan dalam menginformasikan program Keaksaraan Usaha Mandiri ditahun 2001 – 2013.

Hasil penelitian ini adalah strategi komunikasi PKBM sembada berbasis lingkungan melalui tiga tahapan, yaitu tahap perencanaan dengan melakukan analisis situasi, mengidentifikasi khalayak sasaran, menetapkan tujuan, menentukan pesan dan memilih media komunikasi, tahap pelaksanaan dengan menggunakan media tatap muka dan bermedia seperti penyebaran leaflet dan tahap evaluasi dilakukan secara evaluasi formatif dan evaluasi program.

Perbedaan dengan kedua penelitian diatas dengan penelitian mengenai Strategi Komunikasi Kedai Rakjat Djelata Dalam Memposisikan Sebagai Rumah Makan Khas Jawa Kuno adalah Kedai Rakjat Djelata lebih mengacu pada bisnis kuliner sedangkan kedua penelitian diatas adalah program pemerintah.

Penelitian ini mengenai bagaimana *positioning* Kedai Rakjat Djelata yang sudah dikonsepsi dan dikemas hanya saja membutuhkan strategi komunikasi untuk menyebarluaskan kepada masyarakat. Media yang digunakan tidak hanya

menggunakan media tatap muka dan media sosial, tetapi juga menggunakan radio dan media cetak. Sehingga semua kalangan dapat mengetahui informasi adanya Kedai Rakjat Djelata. Kedai Rakjat Djelata juga mengemas pesan tersebut agar tidak terkesan membosankan dengan cara mencantumkan gambar dan percakapan. Kata - kata yang disampaikan disesuaikan dengan target agar lebih tepat dan mudah dipahami.