

BAB II

GAMBARAN UMUM INDUSTRI STARBUCKS DP MALL SEMARANG

2.1. Sejarah Perkembangan Starbucks di DP Mall Semarang

DP Mall Semarang beroperasi sejak tahun 2007 dan terletak di kawasan segitiga emas di pusat kota. Starbucks terletak di lantai 1 dan dapat dengan mudah ditemukan oleh para pengunjung, sehingga dengan ini dapat membuat daya jual Starbucks akan tinggi dikarenakan memiliki tempat yang strategis. Penjualan Starbucks pertama kali memperoleh respon baik, pelayanan yang bagus dan ulasan berdasarkan obrolan antar konsumen menjadikannya berkembang semakin baik. Harian berita Seattle Times pada akhir pekan sering meliput mengenai Starbucks sehingga berdampak pada kenaikan pelanggan setiap harinya. Didukung seorang marketer Howard Schultz dari Perstop (produsen peralatan dapur) yang berkeyakinan bisnis kopi berpotensi sangat bagus dan bisa berkembang selain di Milan sehingga tertarik untuk bergabung dengan Starbucks. Tahun 1966 Starbucks membuka kedai di Hawaii, Jepang, dan Singapore, kemudian tahun 1998 membuka kedai lagi di New Zealand, Thailand, United Kingdom, dan Malaysia.

Starbucks membuka kedai pertama kali oleh Jerry Baldwin, Zev Siegl, dan Gordon Bowker di Washington pada 30 Maret 1971 yang terinspirasi dari pengusaha pemanggangan kopi Alfred Peet. Nama awal Starbucks yakni Pequod yang merupakan nama kapal pemburu Moby-Dick, namun nama tersebut ditolak oleh pendiri pendamping Starbucks. Tahun 1971 hingga 1976 Starbucks

membuka kedai di 2000 Western Avenue kemudian berpindah ke 1912 Pike Place. Dagangan awal Starbucks adalah kopi panggang, setelah beberapa tahun beroperasi mereka bekerja sama dengan petani kopi dan menjual varian menu lainnya. Starbucks juga menawarkan tester yang disajikan di cangkir porselen karena menurut pendiri Starbucks kopi terasa lebih enak dengan cara tersebut, strategi ini membuat jumlah pelanggan dalam menikmati kopi lebih banyak.

Starbucks pertama kali ada di Indonesia pada 17 Mei 2002 di Plaza Indonesia. Starbucks terus mengembangkan bisnisnya hingga tahun 2022 jumlahnya di Indonesia mencapai 440 dan terus meningkat setiap tahun. Pemegang hak tunggal Starbucks Indonesia adalah PT Sari Coffee Indonesia yang berada di bawah PT Mitra Adiperkasa. Lisensi Starbucks Coffee Indonesia yang dipegang PT Sari Coffee Indonesia dapat dilepas apabila melanggar kontrak bisnis, ketentuan kontrak tersebut yakni standarisasi kualitas produk, kebersihan, pelayanan, letak Starbucks, aksesoris dan layout kedai, alat yang dipakai, laporan keuangan, dan barista yang terus diasah kemampuannya. Bahan dasar produk Starbucks semuanya termasuk perlengkapan kedai, meja dan kursi hingga aksesoris dinding diatur Starbucks Company. Starbucks Coffee semakin melebarkan bisnisnya di Indonesia, hal ini terbukti semakin banyak Starbucks di kota besar Indonesia. Semarang menjadi kota yang ada Starbucks, salah satu letaknya di Paragon Mall Semarang yang menjadi objek penelitian ini. Starbucks sendiri menyajikan berbagai produk mulai dari minuman kopi dan minuman kekinian dengan berbagai rasa, makanan ringan dan dessert, serta tumbler.

2.2. Visi dan Misi Starbucks

2.2.1. Visi Starbucks

Visi Starbucks Coffee yaitu “Menciptakan lingkungan inklusif untuk semua orang dengan perbedaan – perbedaan individu mereka”. Perbedaan ini mencakup usia, suku, jenis kelamin, ras, jenis kelamin, disabilitas, pendidikan, asal usul kebangsaan, status sosial ekonomi, geografis dan kebudayaan.

2.2.2. Misi Starbucks

Misi Starbucks yaitu “Menjadikan Starbucks Coffee sebagai perusahaan utama untuk menyediakan kopi dengan kualitas dunia dengan tetap mempertahankan prinsip – prinsip seiring dengan perkembangan perusahaan”. Starbucks juga memiliki misi lingkungan untuk menjaga bumi, misi tersebut yakni “Memegang teguh prinsip komitmen untuk berperan sebagai pemimpin pada setiap aspek bisnis dan lingkungan dimana Starbucks Coffee beroperasi”. Selain dua misi tersebut, Starbucks memiliki mission statements yakni menetapkan Starbucks tetap menjadi penyedia kopi terbaik di dunia dan menjaga enam prinsip. 1. Memperlakukan semua orang dengan hormat sehingga tercipta lingkungan kerja yang semakin nyaman. 2. Berbisnis dengan menyadari dan menyatukan keragaman sebagai salah satu komponen penting. 3. Menetapkan standar tertinggi terhadap pembelian, pemanggangan kopi dan fresh delivery dari produk Starbucks. 4. Kepuasan konsumen yang selalu dijaga. 5. Berkontribusi secara positif untuk lingkungan serta komunitas. 6. Mengakui bahwa profitabilitas merupakan esensial kesuksesan.

2.3. Logo Starbucks



Gambar 2.1. Logo Starbucks

Logo dalam bisnis dapat menjadi identitas suatu merek, oleh karena itu Starbucks memiliki logo khas. Logo Starbucks sendiri memiliki sejarah sejak pertama kali berdiri tahun 1971. Pemilik Starbucks membutuhkan logo iconic yang tidak norak sehingga mereka merekrut designer logo Terry Heckler yang karyanya banyak terpengaruh dari buku classic. Putri duyung berekor ganda atau siren merupakan logo Starbucks sebagaimana mitologi Yunani yang bermakna Spirit of Seattle yang pada tahun 1970 Seattle terkenal dengan kota laut namun saat ini lebih terkenal dengan Grunge Rocks.

Logo Starbucks bergambar Dewi Syren atau Penggoda, dalam mitologi Yunani arti Syren merupakan ikan duyung berekor kembar yang sering menggoda pelaut. Hal ini memiliki makna bahwa Starbucks Coffee dapat menarik perhatian orang yang melihatnya. Logo Dewi Syren dipilih karena nama Starbucks berasal dari cerita Kapten Ahab yang berpetualang ke lautan lepas sehingga pemilihan Dewi Syren dalam logonya dirasa sesuai. Hijau menjadi warna logo dengan dua bintang dan memperlihatkan dayung Syren bermahkota, menurut pendiri

Starbucks Coffee hal ini dinilai menarik dan mudah diingat. Starbucks Coffee melakukan empat kali pergantian logo pada 1971, 1987, 1982, dan awal 2011. Logo saat ini merupakan perubahan ke empat tahun 2011 dimana dalam logonya terdapat gambar Dewi Syren yang berwarna hijau.

Logo Starbucks tidak terdapat tulisan “STARBUCKS COFFEE” karena Starbucks tidak ingin terkenal hanya menyajikan kopi, pada kenyataannya merek Starbucks membawahi beberapa produk seperti air mineral, cookie and cakes, dan yoghurt. Menurut pendiri, dengan adanya tulisan “STARBUCKS COFFEE” pada logonya membuat asumsi Starbucks hanya menjual kopi saja, namun kenyataannya menjual produk lain.

2.4. Timeline Sejarah Starbucks Coffee Indonesia

Starbucks memiliki peristiwa bersejarah sejak 17 Mei 2002 atau pertama kalinya ada di Indonesia. Timeline peristiwa tersebut yaitu:

- a. Tahun 2002 Starbucks pertama kali membuka kedai di Indonesia tepatnya di Plaza Indonesia yang beralamat di Jl. M.H. Thamrin No.30, Kota Jakarta Pusat.
- b. Tahun 2003 Starbucks membuka kedai pertamanya di bandara Soekarno Hatta, Cengkareng, dan di Bali tepatnya di Hard Rock Hotel.
- c. Tahun 2004 Jam operasional 24 jam Starbucks pertama ada di Skyline Building Thamrin sebagai komitmen selalu berinovasi serta pertama kali mengenalkan WiFi di kedainya. Starbucks juga meresmikan pembukaan

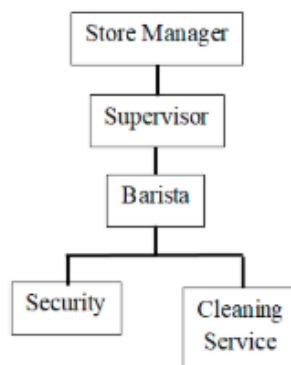
kedai pertama di Sumatera tepatnya di Sun Plaza Medan dan menyelenggarakan Kompetisi Duta Kopi pertama.

- d. Tahun 2005 Starbucks membuka kedai drive-thru pertama di Asia Tenggara tepatnya di KM 19 Cikampek, Jawa Barat.
- e. Tahun 2006 Tahun ini diselenggarakan Kompetisi Duta Kopi ke-2 oleh Starbucks serta pembukaan kedai baru di Margo City Depok dan Botani Square Bogor.
- f. Tahun 2007 Starbucks ada kedai di Surabaya tepatnya di Tunjungan Plaza 3, serta membuka kedai di Bandung tepatnya di Paris Van Java Mall. Kedai pertama di Yogyakarta tepatnya di Ambarukmo Plaza, selain itu pelayanan drive-thru kedua dibuka di KM 13,5 Serpong.
- g. Tahun 2009 Awal januari tahun 2009 Starbucks membuka kedainya di Pacific Place kemudian di Terminal 3 Bandara International Soekarno Hatta dan di Balikpapan.
- h. Tahun 2010 Starbucks membuka kedainya di Bandara Internasional Juanda dan Semarang serta Sogo Central Park.
- i. Tahun 2011 Starbucks membuka kedainya di Batam tepatnya di Mega Mall Batam, kemudian di Mall Ratu Indah Makassar. Selain membuka kedai di mall, Starbucks juga mendirikan kedainya di Universitas Indonesia.
- j. Tahun 2013 Starbucks membuka di Paragon Mall Solo sebagai kota ke-11 dan kota ke-12 di Palembang tepatnya di Palembang Indah Mall.
- k. Tahun 2016-2022 Starbucks semakin melebarkan sayapnya, hingga tahun 2016 total kedai yang ada di kota-kota besar Indonesia telah mencapai

ratusan. Jumlah ini terus bertambah dan menjadikan Starbucks sebagai kedai kopi nomor satu di Indonesia menurut Survey Brand Index.

2.5. Struktur Organisasi Industri Starbucks

Struktur organisasi berfungsi dalam pembagian tugas, tanggung jawab serta wewenang seseorang di perusahaan dengan jelas. Struktur organisasi yang dibuat oleh PT Sari Coffee Indonesia memiliki acuan yang berbentuk fungsional yakni design organitational pengelompokkan pekerjaan sejenis atau mirip serta berhubungan. Gambar berikut disajikan struktur organisasi Starbucks Coffee DP Mall Semarang:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Starbucks Coffee

Sumber : Starbucks Coffee (2024)

Setiap posisi pada struktur organisasi Starbucks Coffee memiliki tugas dan wewenangnya. Berikut deskripsi tugas dan wewenang tersebut:

a. Store Manager Starbucks

Kemajuan dan kelancaran operasional Starbucks Coffee dapat dipengaruhi oleh keterampilan manager toko. Store manager atau manager toko merupakan orang representasi manajemen perusahaan di garis depan. Tugas

dan wewenang seorang store manager diantaranya memiliki kemampuan sales untuk meningkatkan profit dan terus memantaunya. Selain itu, seorang store manager harus memiliki keahlian SDM dan customer service yang baik supaya dapat mengkoordinasi dalam mengoperasikan Starbucks Coffee.

b. Supervisor

Supervisor Starbucks Coffee memiliki tugas dalam berkoordinasi langsung dengan melakukan briefing kepada barista, menyelesaikan hambatan ataupun masalah yang dihadapi di kedai dan memastikan kinerja barista maksimal dengan memberi motivasi kepada barista atas hasil kerja yang bisa membantu meningkatkan profit Starbucks Coffee.

c. Barista

Barista di Starbucks Coffee tidak hanya dituntut memiliki keahlian meracik minuman tetapi juga memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Tugas barista Starbucks Coffee diantaranya mengukur seberapa besar suhu dan tekanan untuk membuat espresso. Espresso merupakan salah satu menu utama di Starbucks dan disajikan panas dari mesin sehingga membuat menu ini secara manual membutuhkan keterampilan. Selanjutnya barista Starbucks Coffee memiliki tugas menyiapkan minuman dengan campuran susu seperti cappuccino, latte atau variasi keduanya. Menyajikan menu andalan Starbucks ini memerlukan keterampilan dan skill meramu. Barista juga dituntut kreatif dengan memberi rekomendasi menu kepada konsumen, bahkan dapat meramu secret recipe yang tidak banyak orang ketahui.

d. Security

Security bertugas untuk menjaga keamanan di Starbucks Coffee.

e. Cleaning Service

Cleaning service bertugas untuk menjaga kebersihan dan kerapihan dalam kedai Starbucks Coffee, termasuk juga menjaga lokasi meja dan kursi tetap rapi. Cleaning service membantu barista menjaga persediaan alat tetap bersih dan tersedia stock setiap saat, apabila barista membutuhkan sesuatu mengenai alat yang digunakan maka cleaning service langsung bergegas membantu.

2.6. Profil Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia dan pendidikan menggunakan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2.1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin					
Jenis Kelamin		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	45	45,0	45,0	45,0
	Perempuan	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan pada tabel 2.1. diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan yaitu berjumlah 55 responden (55%) dan yang berjenis kelamin laki - laki adalah sebanyak 45 responden (45%).

Tabel 2.2. Usia Responden

Usia					
Usia		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	13	13,0	13,0	13,0
	> 40 tahun	16	16,0	16,0	29,0
	21 – 30 tahun	38	38,0	38,0	67,0
	31 – 40 tahun	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)