



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri dunia saat ini sedang berkembang sangat pesat tidak terkecuali industri yang ada di Indonesia. Menurut penyampaian oleh beritasatu.com pada tanggal 19 Mei 2015, pertumbuhan digit subsektor *fast moving consumer goods* (FMCG) di Indonesia terlihat pada sektor pangan dengan tingkat pertumbuhan sebesar 15 persen pada awal tahun 2015.

Industri makanan dan minuman memberikan kontribusi besar untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sektor tersebut menjadi satu dari sejumlah sektor yang dijadikan prioritas oleh pemerintah dalam mendorong industri sebagai penggerak ekonomi nasional. Manusia sebagai makhluk hidup tidak lepas dari kebutuhan akan makanan dan minuman. Tingkat konsumsi untuk kebutuhan primer tersebut cukup tinggi, seperti yang dilaporkan oleh Kementerian Perindustrian Indonesia (Kemenperin) industri minuman sendiri mempunyai rata-rata pertumbuhan sebesar 12 persen terlihat dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2014. Pada triwulan I tahun 2015, pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 8,16 persen atau lebih tinggi dari pertumbuhan industri non migas sebesar 5,21 persen, dan pertumbuhan ekonomi nasional 4,71 persen. Kementerian Perindustrian Indonesia (Kemenperin) juga mencatat peringkat utama kontribusi industri pengolahan non migas terhadap produk domestik bruto (PDB) ditempati

oleh industri makanan dan minuman yaitu pada tahun 2015 memberikan kontribusi sebesar 5,61 persen.

Tabel 1.1.

Kontribusi Industri Pengolahan Non Migas Terhadap PDB (persen)

No.	Lapangan Usaha	2011	2012	2013	2014*	2015**
1.	Industri Makanan dan Minuman	5,24	5,31	5,14	5,32	5,61
2.	Industri Pengolahan Tembakau	0,92	0,92	0,86	0,91	0,94
3.	Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	1,38	1,35	1,36	1,32	1,21
4.	Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	0,28	0,25	0,26	0,27	0,27
5.	Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	0,76	0,70	0,70	0,72	0,67
6.	Industri Kertas dan Barang dari Kertas; Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	0,96	0,86	0,78	0,80	0,76
7.	Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	1,59	1,67	1,65	1,70	1,81
8.	Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	0,92	0,89	0,80	0,76	0,74
9.	Industri Barang Galian bukan Logam	0,71	0,73	0,73	0,73	0,72
10.	Industri Logam Dasar	0,80	0,75	0,78	0,78	0,78
11.	Industri Barang Logam; Komputer, Barang Elektronik, Optik; dan Peralatan Listrik	1,81	1,89	1,95	1,87	1,96
12.	Industri Mesin dan Perlengkapan	0,30	0,29	0,27	0,31	0,32
13.	Industri Alat Angkutan	1,98	1,93	2,02	1,96	1,91
14.	Industri Furnitur	0,28	0,26	0,26	0,27	0,27
15.	Industri Pengolahan Lainnya; Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	0,20	0,19	0,17	0,18	0,18
Total Industri Pengolahan Non Migas		18,13	17,99	17,72	17,89	18,18

Sumber : Laporan Kementerian Perindustrian Tahun 2015

Pada tahun 2015 peringkat pertama dalam pertumbuhan tiap cabang industri terhadap produk domestik bruto (PDB) sektor industri juga ditempati oleh industri makanan dan minuman yaitu dengan pertumbuhan sebesar 7,54 persen.

Tabel 2.1.

Pertumbuhan Industri Pengolahan Non Migas Terhadap PDB (persen)

No.	Lapangan Usaha	2011	2012	2013	2014*	2015**
1.	Industri Makanan dan Minuman	10,98	10,33	4,07	9,49	7,54
2.	Industri Pengolahan Tembakau	-0,23	8,82	-0,27	8,33	6,43
3.	Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	6,49	6,04	6,58	1,56	-4,79
4.	Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	10,94	-5,43	5,23	5,62	3,98
5.	Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	-2,72	-0,80	6,19	6,12	-1,84
6.	Industri Kertas dan Barang dari Kertas; Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	3,89	-2,89	-0,53	3,58	-0,11
7.	Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	8,66	12,78	5,10	4,04	7,36
8.	Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	2,08	7,56	-1,86	1,16	5,05
9.	Industri Barang Galian bukan Logam	7,78	7,91	3,34	2,41	6,18
10.	Industri Logam Dasar	13,56	-1,57	11,63	6,01	6,48
11.	Industri Barang Logam; Komputer, Barang Elektronik, Optik; dan Peralatan Listrik	8,79	11,64	9,22	2,94	7,83
12.	Industri Mesin dan Perlengkapan	8,53	-1,39	-5,00	8,67	7,49
13.	Industri Alat Angkutan	6,37	4,26	14,95	4,01	2,33
14.	Industri Furnitur	9,93	-2,15	3,64	3,60	5,00
15.	Industri Pengolahan Lainnya; Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	-1,09	-0,38	-0,70	7,65	4,89
	Industri Pengolahan Non Migas	7,46	6,98	5,45	5,61	5,04
	Produk Domestik Bruto	6,17	6,03	5,58	5,02	4,79

Sumber : Laporan Kementerian Perindustrian Tahun 2015

Setiap makhluk hidup di bumi membutuhkan air sebagai sumber kehidupan dan sangat dibutuhkan dalam berbagai aktivitas. Banyak manfaat yang diberikan oleh air bagi makhluk hidup seperti penggunaan air putih untuk diminum. Selain air putih, saat ini masyarakat juga menjadikan kopi sebagai salah satu minuman yang populer dikonsumsi sehari-hari. Hal tersebut terjadi akibat

perubahan gaya hidup masyarakat berbagai kalangan yang akhirnya mendorong tingkat dan pola konsumsi kopi. Pertumbuhan pada kelas menengah juga memberikan dampak bagi kinerja industri pengolahan kopi di dalam negeri sehingga mengalami peningkatan yang signifikan.

Dilihat dari segi produksi, Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) mencatat Indonesia sebagai negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia dengan produksi rata-rata sebesar 685 ribu ton pertahun atau 8,9 persen dari produksi kopi dunia dan dari total produksi, sekitar 67 persen kopi di ekspor sedangkan sisanya (33 persen) untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Pertumbuhan konsumsi untuk produk kopi olahan di dalam negeri meningkat rata-rata lebih dari 7 persen per tahun dan dengan tingkat konsumsi kopi dalam kurun waktu 20 tahun meningkat mencapai 300 gram per kapita per tahun. Strata Industri kopi dalam negeri sangat beragam, dimulai dari unit usaha berskala *home industry* hingga industri kopi berskala multinasional. Produk yang dihasilkan juga tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi kopi dalam negeri, tetapi juga untuk mengisi pasar di luar negeri. Pertumbuhan konsumsi produk kopi tersebut menunjukkan bahwa konsumsi kopi di dalam negeri merupakan pasar yang menarik bagi kalangan pengusaha dan memberikan prospek serta peluang sekaligus menunjukkan adanya kondisi yang kondusif dalam berinvestasi di bidang industri kopi. Kecintaan masyarakat terhadap kopi menjadikan peluang usaha yang mendorong bertumbuhnya gerai-gerai kopi di dalam negeri yang menawarkan berbagai menu berbasis kopi dengan rasa dan harga yang bervariasi.

Dalam menjalankan usaha di bidang makanan dan minuman, para pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya. Tidak hanya pelayanan, tempat, fasilitas dan suasana yang diciptakan juga menjadi salah satu pendorong untuk menarik minat dan memberi kepuasan bagi konsumen. Selain pelayanan dan fasilitas, kualitas menjadi faktor utama bagi konsumen untuk menilai baik atau tidaknya tempat tersebut. Penilaian kualitas oleh konsumen tersebut dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen dan juga tingkat antrian yang terjadi. Menurut Krajewski, Ritzman, dan Malhotra (2007:282) dalam bukunya yang berjudul *Operations Management*, antrian atau *waiting line* merupakan satu konsumen atau lebih, yang menunggu untuk mendapatkan pelayanan dimana konsumen tersebut dapat merupakan orang maupun benda mati.

Antrian selalu terjadi dalam kehidupan sehari-hari seperti ketika menunggu pesanan makanan atau minuman di restoran maupun gerai kopi. Antrian tersebut disebabkan oleh beberapa faktor dimana terdapat ketidakseimbangan antara pelayanan dan kapasitas orang maupun sistem untuk memberikan pelayanan kepada konsumen. Panjangnya antrian berpengaruh pada kenyamanan konsumen karena memiliki keterbatasan waktu sehingga konsumen berpotensi pergi meninggalkan antrian. Selain sistem pelayanan, tingkat kedatangan konsumen juga mempengaruhi antrian atau *waiting line* yang terdapat di restoran maupun gerai kopi.

Saat ini, kopi telah menjadi sebuah gaya hidup atau *lifestyle* dan trend bagi masyarakat termasuk di Indonesia. Gaya hidup tersebut mempengaruhi kebiasaan

masyarakat dalam menikmati kopi dan menghabiskan waktu lama di sebuah gerai kopi terutama bagi para pecinta kopi. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai tingkat antrian yang terjadi pada gerai-gerai kopi terkait gaya hidup tersebut yang terdiri atas dua kegiatan yaitu pada saat penerimaan pesanan konsumen dan pembuatan pesanan. Pada penelitian ini, terdapat tiga objek penelitian yang ingin diteliti oleh penulis yaitu Starbucks Coffee, Maxx Coffee dan Djournal Coffee cabang Lippo Village Karawaci, Tangerang. Dimana ketiga objek penelitian ini merupakan gerai-gerai kopi yang menjual berbagai varian minuman olahan kopi panas dan dingin, biji kopi, salad, sandwich panas dan dingin, kue kering manis, camilan, dan barang-barang seperti gelas dan tumbler. yang membuka cabang bisnisnya di Indonesia. Starbucks Coffee merupakan sebuah perusahaan kopi dan jaringan kedai kopi global asal Amerika Serikat terbesar di dunia dengan 20.336 gerai di 61 negara yang berkantor pusat di Seattle, Washington. Starbucks Coffee memiliki 3 cabang gerai kopi untuk daerah Lippo Village Karawaci, Tangerang. Objek penelitian kedua yaitu Maxx Coffee milik Lippo Group yang merupakan sebuah perusahaan besar di Indonesia yang didirikan oleh Mochtar Riady pada tahun 1950. Maxx Coffee berdiri pada tahun 2015 oleh anak perusahaan PT Maxx Coffee Prima dengan total gerai yang terhitung sejak awal Maret 2016 sebanyak 50 gerai yang tersebar di 12 wilayah di Indonesia yaitu Medan, Manado, Kupang, Jogja, Palembang, Cikarang, BSD, Bogor, Lippo Village Karawaci, Pulau Buton, Bali dan Surabaya. Maxx Coffee seperti namanya menjual berbagai macam produk olahan kopi dan juga minuman olahan lain seperti coklat, teh, *smoothies*, dan buah. Objek

penelitian yang ketiga dan terakhir adalah Djournal Coffee yang dimiliki oleh Ismaya Group dan dikelola oleh tiga sekawan Bram Hendrata, Christian Rijanto dan Brian Sutanto. Djournal Coffee merupakan gerai kopi yang berbasis di daerah Jakarta yang saat ini memiliki 4 gerai termasuk di Lippo Village Karawaci. Djournal Coffee menyajikan berbagai macam kopi dengan metode penyeduhan yang beragam, berbagai jenis pilihan kue dan kue kering, dan juga berbagai pilihan hidangan utama dengan konsep interior yang dibuat nyaman dengan suasana seperti rumah.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin membuat penelitian yang berjudul “ANALISIS TINGKAT ANTRIAN PADA STARBUCKS COFFEE, MAXX COFFEE DAN DJOURNAL COFFEE”.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Berapa rata-rata tingkat antrian konsumen pada sistem antrian di Starbucks Coffee, Maxx Coffee dan Djournal Coffee?
2. Berapa rata-rata waktu antrian konsumen pada sistem antrian di Starbucks Coffee, Maxx Coffee dan Djournal Coffee?
3. Siapa yang memberikan hasil waktu tunggu antrian di dalam sistem yang terbaik di antara Starbucks Coffee, Maxx Coffee dan Djournal Coffee?

1.3. Batasan Masalah

Penulis dalam melakukan penelitian ini membatasi ruang lingkup penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Starbucks Coffee cabang Supermall Karawaci LG Floor, Jalan Boulevard Diponegoro No. 105, Bencong, Kelapa Dua, Tangerang, Banten, Maxx Coffee Benton Junction Jalan Boulevard Palem Raya No. 2809, Kelapa Dua, Tangerang, Banten dan Djournal Coffee Jalan Boulevard Palem Raya No. 2809, Kelapa Dua, Tangerang, Banten.
2. Penelitian objek dilakukan pada pukul 12.00-15.00 WIB yang merupakan jam makan siang atau jam istirahat/*break time*.
3. Penelitian dilakukan berdasarkan pola konsumsi konsumen pada ketiga objek penelitian dimana sebagian besar dari mereka merupakan karyawan atau pekerja yang sangat dibatasi oleh waktu.
4. Menggunakan data observasi secara langsung yang dilakukan di Starbucks Coffee, Maxx Coffee dan Djournal Coffee.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui rata-rata tingkat antrian konsumen pada sistem antrian di Starbucks Coffee, Maxx Coffee dan Djournal Coffee.
2. Untuk mengetahui rata-rata waktu antrian konsumen pada sistem antrian di Starbucks Coffee, Maxx Coffee dan Djournal Coffee.
3. Untuk mengetahui siapa yang memberikan hasil antrian dan waktu tunggu di dalam antrian yang lebih kecil.

1.5. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1. Teoritis

Membantu dalam mengembangkan ilmu terutama ilmu ekonomi dan operasi khususnya pada waktu layanan dan antrian.

1.5.2. Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan yang menjadi objek penelitian agar dapat mengetahui tingkat rata-rata antrian, rata-rata waktu layanan, dan perbandingan dari ketiga objek penelitian sehingga dapat mengambil keputusan yang lebih baik.

1.5.3. Pembaca

Membantu dalam hal menghitung tingkat antrian dan rata-rata waktu layanan dan melihat waktu antrian yang terbaik yaitu yang terkecil.

UMN

1.6. Sistematika Penulisan Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini akan dibahas dalam lima bab. Setiap bab memiliki keterkaitan antara satu dengan lainnya. Tulisan ini disusun sesuai dengan metode dan sistematika penulisan penelitian skripsi sehingga para pembaca mampu mengerti maksud dan tujuan dari tulisan ini. Adapun sistematika penulisan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan latar belakang dalam penelitian yang akan dilakukan. Penulis juga menjelaskan masalah yang akan diteliti serta tujuan dan manfaat dari dilakukannya penelitian ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis membahas serta menjabarkan semua teori yang berkaitan dengan penelitian ini berdasarkan para ahli, penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dan juga sistematis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan sejarah dari perusahaan yang akan diteliti, jenis data yang digunakan untuk melakukan penelitian, dan teknik yang digunakan dalam pengumpulan data.

BAB IV :ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti secara teknis menerapkan ilmu atau teknik yang digunakan untuk menjawab masalah yang ada dengan melibatkan asumsi dan data yang didapatkan dari hasil pengumpulan data

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti menyimpulkan hasil akhir berdasarkan dari penelitian ini yang dibahas pada bab sebelumnya dan saran bagi objek penelitian maupun peneliti.

UMN