



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 III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan hasil temuan data mengenai deskripsi objek penelitian, yaitu Starbucks Coffee. Bab ini akan membahas mengenai gambaran umum perusahaan, sejarah singkat berdiri serta awal mula masuknya Starbucks Coffee ke Indonesia, visi misi, struktur dan logo perusahaan.

3.1. Gambaran Umum Perusahaan

3.1.1. Objek Penelitian

Starbucks Coffee merupakan sebuah merek yang berasal dari Amerika Serikat. Starbucks Coffee dikenal sebagai tempat bersantai dan tempat untuk bersosialisasi bagi masyarakat urban Amerika Serikat. Nama Starbucks diambil dari salah satu karakter dalam novel terkenal Moby Dick dengan logonya yang berupa putri duyung berekor dua yang biasa disebut Siren.

Starbucks Coffee didirikan pertama kali pada tahun 1971 di Seattle, USA. Awal mula perusahaan ini didirikan oleh 3 orang, yaitu Jeny Baldwin, Zey Siegel, dan Goredon Bowker. Pada tahun 1982 Howard Schultz mulai bergabung, saat itu Starbucks Coffee telah menjadi pengecer biji kopi lokal yang cukup ternama dan dihormati oleh warga sekitar Seattle.

Penjabaran diatas merupakan merupakan sejarah Starbucks Coffee secara global. Sedangkan di Indonesia sendiri, PT Sari Coffee Indonesia adalah pemegang hak tunggal untuk memperkenalkan dan memasarkan Starbucks Coffee di Indonesia. Lisensi Starbucks Coffee yang di pegang PT Sari Coffee Indonesia

dapat di cabut oleh pemberi lisensi apabila tidak memenuhi persyaratan-persyaratan yang tertera pada kontrak menyangkut hak pendirian dan pengelolaan.

Syarat-syarat tersebut meliputi standarisasi kualitas produk, pelayanan, kebersihan, penempatan lokasi, desain ruangan, peralatan yang digunakan, strategi pemasaran, laporan keuangan dan pelatihan pegawai – pegawai yang bekerja di Starbucks Coffee. Khusus bahan dasar yang digunakan untuk semua produk Starbucks Coffee dan perlengkapan – perlengkapan gerai dari kursi, meja, hingga ornamen–ornamen di dinding harus diimpor dari Amerika. Bahan dasar yang tidak diimpor hanya susu dan air. Pemegang lisensi Starbucks minimal harus mendirikan 30 outlet dinegara dimana perusahaan beroperasi.

PT Sari Coffee Indonesia merupakan anak perusahaan dari PT Mitra Adi Perkasa. Pada tanggal 17 Mei 2002, Starbucks Coffee membuka kedai pertamanya di Indonesia. Kedai tersebut berlokasi di Plaza Indonesia, Jakarta Pusat. Sejak saat itu, perkembangan pasar Starbucks Coffee di Indonesia melaju dengan pesat. Starbucks Coffee membuka kedai-kedainya di kota-kota besar di Indonesia, seperti di Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Semarang, Medan, Bali dan Makassar.

3.1.2. Visi dan Misi

Sebagai perusahaan penjual kopi asli dan coffee shop berkelas di dunia, Starbucks Coffee mengutamakan pelayanan demi kenyamanan pelanggannya serta menciptakan komunikasi yang efektif antara semua partner dan customer (pelanggan). Menjadi “*third place*” bagi para pelanggan merupakan salah satu visi dan misi Starbucks Coffee. Perusahaan menginginkan kedai kopinya sebagai tempat ketiga bagi seluruh pelanggannya setelah rumah dan kantor mereka.

Visi utama Starbucks Coffee adalah menciptakan suatu lingkungan yang inklusif untuk semua orang dengan perbedaan-perbedaan individu mereka. Perbedaan-perbedaan ini meliputi usia, ras, suku, jenis kelamin, orientasi seksual, asal-usul kebangsaan, ketidakmampuan (cacat), pendidikan, status sosial ekonomi, perbedaan geografis dan kebudayaan.

Para partners (sebutan untuk barista yang bekerja di Starbucks) harus dapat menciptakan komunikasi yang efektif dengan para pelanggan maupun dengan para partner lainnya, menghargai perbedaan yang ada di dalam masing-masing individu, tanpa membeda-bedakan suku, agama, ras dan warna kulit., sehingga setiap pelanggan yang datang ke dalam Starbucks Coffee dapat merasakan atmosfer rumah ketiga.

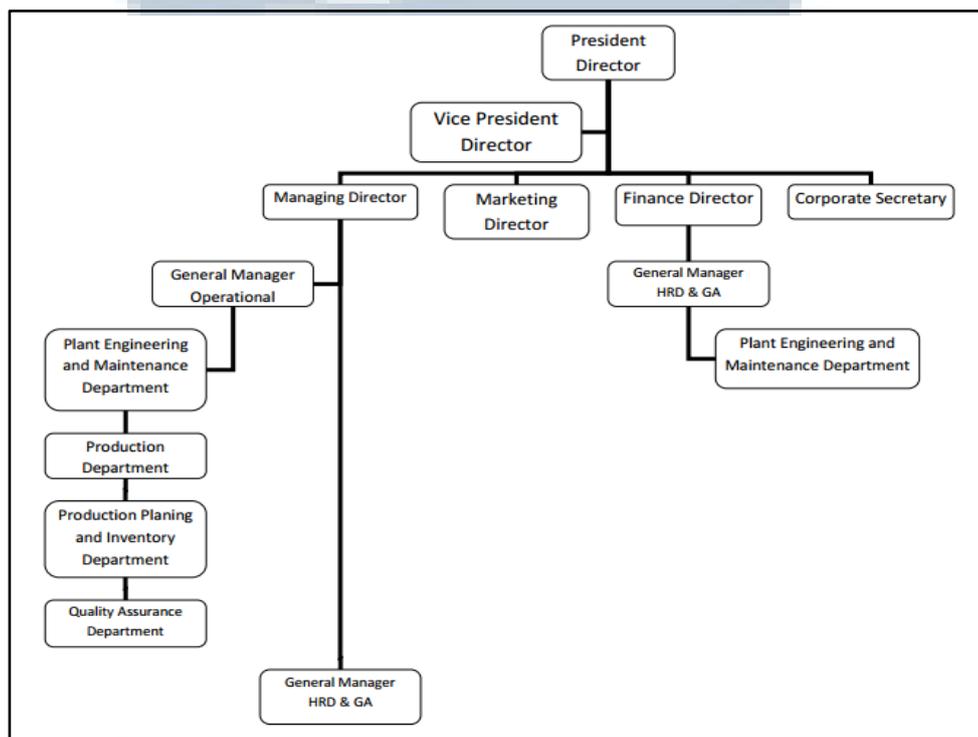
Beberapa misi Starbucks Coffee secara terperinci adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan lingkungan kerja yang baik dan sehat serta menjaga sikap menghargai martabat sesama.
2. Memahami dan peduli akan lingkungan hidup dan mengajarkannya kepada setiap partner
3. Untuk para petani kopi, Starbucks mengusahakan untuk memberikan harga yang sepadan (*fair trade*)
4. Menumbuhkan semangat dan menginspirasi setiap orang melalui satu cangkir kopi, beserta lingkungannya dalam satu waktu yang bersamaan.

3.1.3. Struktur Perusahaan Starbucks Coffee

Fungsi dari struktur organisasi adalah untuk membagi tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap posisi jabatan, sehingga dapat menjalin kerja sama

didalam setiap anggota organisasi. Selain itu, pembagian tersebut dimaksudkan untuk menghindari ketimpangan pekerjaan. Oleh karena itu, perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis harus selalu dilengkapi dengan struktur organisasi perusahaan yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan. Struktur organisasi yang ditetapkan oleh PT Sari Coffee Indonesia mengacu pada bentuk struktur organisasi fungsional yaitu desain organisasional yang mengelompokkan pekerjaan yang saling berhubungan. Berikut adalah struktur organisasi dari PT Sari Coffee Indonesia dan struktur organisasi di setiap gerai Starbucks Coffee Indonesia :



Gambar 3.1. Struktur Organisasi PT Sari Coffee Indonesia

(Sumber: <http://www.starbucks.co.id/about-us/company-information>)

3.1.4. Logo Starbucks Coffee

Logo asli berasal pada tahun 1971, yang didapatkan dari ukiran kayu Norse pada abad 16. Gambar tersebut berupa putri duyung dengan dua ekor atau

dalam mitos sering disebut dengan siren. Siren adalah mitologi yang berasal dari Yunani yang merupakan sosok perempuan menarik dan biasanya berbentuk *half-fish/half-women* (perempuan setengah ikan/ putri duyung).



Gambar 3.2. Logo Starbucks Coffee

(Sumber: <https://www.google.co.id/search?q=logo+starbucks+coffee>)

Logo awal Starbucks Coffee menampilkan siren yang memakai mahkota. Logo karya Terry Heckled itu mengundang kontroversi karena gambar Siren yang bertelanjang dada. Logo itu kemudian direvisi dengan menutupi dada siren menggunakan rambut. Namun hasil revisi tersebut tetaplah mengundang kecaman. Hingga pada akhirnya logo Starbucks Coffee dimodifikasi dengan menurunkan posisi gambar siren sehingga yang terlihat hanya wajah dengan sedikit badan siren. Logo awal yang bertulisan “Starbucks Coffee Tea Spices” pun diganti menjadi “Starbucks Coffee” saja.

Pada tanggal 5 Januari 2011, Starbucks mengumumkan akan mengubah logo perusahaan. Logo awal mencantumkan kata “Starbucks Coffee” hanya akan menjadi gambar sosok perempuannya saja (Siren). Hal tersebut merupakan perubahan yang cukup signifikan setelah perubahan logo terakhir pada tahun 1992. Logo harus memiliki arti dan mudah diingat serta dapat menciptakan opini

karena logo merupakan penyederhanaan dari simbol perusahaan atau produk. Logo itu ibarat kita mengenakan pakaian. Dengan pakaian, kita ingin menampilkan siapa diri kita. Itulah yang ingin disampaikan oleh Starbucks Coffee. Dia menghilangkan kata “Starbucks Coffee” karena Starbucks Coffee mulai memperkenalkan produk baru non-kopi seperti teh, *smoothies*, makanan, dan juga bisnis musik. Maka itu membuat logo baru dirasa sangat perlu. Hal ini diungkap pula oleh CEO Starbucks Coffee Howard Schultz di konferensi pers terkait perubahan logonya itu “Kami selalu menjadi peritel kopi, tapi tidak menutup kemungkinan kami akan menjual produk lain selain kopi”.

3.2. Lokasi Penelitian

Dari beberapa gerai kopi Starbucks Coffee yang berada di Jakarta dan sekitarnya, peneliti melakukan penelitian waktu standar proses pelayanan pada karyawan Starbucks Coffee Senayan City dan Starbucks Coffee Central Park bagian kasir. Alasan dipilih kedua gerai kopi tersebut oleh peneliti karena lokasi kedua gerai kopi tersebut strategis dan banyaknya jumlah pembeli yang datang berdasarkan jadwal yang telah dibuat.

3.3. Metode Penelitian

Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:6) didalam metode penelitian ada tiga jenis penelitian, yaitu :

1. Penelitian deskriptif : penelitian yang memberikan gambaran peneliti mengenai aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari perspektif seseorang, organisasi, industri, atau yang lainnya.

2. Penelitian komparatif : melakukan penelitian mengenai korelasi atau pengaruh tetapi tidak hanya pada satu objek penelitian sehingga nantinya akan dapat diambil kesimpulan terhadap hasil perbandingan yang diteliti.
3. Penelitian asosiatif : metode mencari korelasi atau hubungan kausal (menanyakan apakah ada hubungan atau pengaruh).

Berdasarkan ketiga kategori jenis penelitian menurut Sugiyono diatas, maka penulis memberikan kesimpulan bahwa jenis penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif.

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1. Populasi

Malhotra (2009:369) mengatakan, target populasi adalah kumpulan dari elemen yang ditetapkan untuk dijadikan obyek penelitian oleh sang peneliti. Dalam mencari target populasi, sangat penting bagi peneliti untuk mengetahui siapa saja yang perlu dan siapa saja yang tidak perlu untuk dijadikan responden penelitian. Populasi yang diambil untuk melakukan penelitian ini adalah karyawan pada bagian kasir beserta para pembeli yang sudah pernah membeli maupun pembeli yang baru pertama kali datang dan membeli produk yang dijual oleh Starbucks Coffee.

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2009:120), “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian responden dalam penelitian ini adalah 200 orang pembeli Starbucks Coffee dengan rincian 93 pembeli pada Starbucks Coffee Senayan City dan 107 pembeli

pada Starbucks Coffee Central Park. Cara pengambilan sampel yaitu secara acak tanpa membeda-bedakan populasi baik jenis kelamin, usia dan sebagainya.

3.5. Time Frame

Waktu yang digunakan untuk mengumpulkan data waktu proses pelayanan Starbucks Coffee Senayan City dan Central Park adalah 4 hari yaitu sejak tanggal 2 November 2015 hingga 5 November 2015. Data yang dikumpulkan dimulai pada pukul 19.00 - 21.00, karena peneliti mencari waktu standar proses pelayanan Starbucks Coffee Senayan City dan Central Park berdasarkan waktu selama 2 jam.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, terdapat 2 teknik yang bisa digunakan dalam upaya untuk menggali dan mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian. 3 teknik pengumpulan data dalam penelitian ini peneliti yaitu:

3.6.1. Studi lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan peninjauan langsung ke tempat objek penelitian dan memperoleh data primer.

3.6.2. Observasi

Menurut Sugiyono (2009), pelaksanaan observasi dilakukan karena untuk mengetahui kondisi awal tempat penelitian, untuk membuat perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan penyusunan laporan. Pelaksanaan observasi yang peneliti lakukan antara lain: melakukan pembelian dan mengumpulkan data dengan jam henti (*stopwatch*) pada bagian kasir kemudian melakukan pencatatan waktu yang diperoleh.

Observasi Parsitipatif Pasif

Menurut Sugiyono (2009), partisipatif pasif (*passive participation*) adalah peneliti datang di tempat kegiatan yang diamati, tetapi tidak terlibat dalam kegiatan tersebut. Dalam penelitian ini peneliti melakukan partisipatif pasif, hal ini dikarenakan peneliti tidak ikut berpartisipasi dalam melakukan pekerjaan yang dilakukan oleh sumber data dikarenakan peneliti tidak mendapatkan izin untuk melakukan pekerjaan yang dilakukan oleh kasir. Dibutuhkan kemampuan khusus dalam mengerjakan pekerjaan kasir. Sumber data peneliti adalah karyawan bagian kasir Starbucks Coffee.

Manfaat Observasi

Menurut Nasution (1988) di dalam buku Sugiyono (2009;313), menyatakan bahwa ada beberapa manfaat observasi bagi penelitian, yaitu:

1. Dengan melakukan observasi di lapangan peneliti akan mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi social.
2. Dengan observasi maka akan diperoleh pengalaman langsung dalam mengumpulkan data penelitian.
3. Melalui pengamatan di lapangan, peneliti tidak hanya mengumpulkan data, tetapi juga memperoleh kesan-kesan pribadi, dan merasakan suasana situasi social yang diteliti.

3.7 Sumber dan Jenis Data

Dalam melakukan penelitian tentunya dibutuhkan data untuk menunjang penelitian dalam menganalisa masalah yang ditentukan dalam penelitian. Untuk mencari informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer.

3.7.1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti (Malhorta 2009:124), dengan cara melakukan pencatatan pelayanan kasir Starbucks Coffee menggunakan metode jam henti (*stopwatch*). Dalam mengumpulkan data primer, dibutuhkan biaya yang tinggi dan waktu yang panjang untuk mendapatkan jumlah target populasi yang diinginkan.

3.8 Jenis Data Penelitian

Jenis data dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Kuantitatif adalah meneliti status kelompok manusia, suatu kondisi, suatu pemikiran ataupun kelas peristiwa pada waktu tertentu (Sugiyono, 2012). Dimana penelitian kuantitatif dilakukan untuk mendapatkan konsistensi data penelitian dan membuktikan penelitian yang telah ada.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
HUSANTARA