

**LAPORAN HASIL PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
STARBUCKS COFFEE LOTTE AVENUE KUNINGAN**

**Reyza Fahrazi Lamani**

**1705617021**



**Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2020**

***INTERNSHIP REPORT AT STARBUCKS COFFEELOTTE  
AVENUE KUNINGAN***

**Reyza Fahrazi Lamani**

**1705617021**



*This Internship Report was written to comply one of the requirements to get a Bachelor's Degree of Economics at Faculty of Economics of State University of Jakarta*

***BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2020***

## **LEMBAR EKSEKUTIF**

**Reyza Fahrazi Lamani.** Laporan Praktik Kerja Lapangan pada STARBUCKS COFFEE LOTTE AVENUE KUNINGAN. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Indonesia.

Laporan ini bertujuan menginformasikan dan memperlihatkan hasil dari kegiatan Praktikan selama 3 bulan (Juni-Agustus 2020) di STARBUCKS COFFEE LOTTE AVENUE. Praktikan ditempatkan di bagian Karyawan Toko sebagai Barista. Praktik kerja lapangan ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan baru dan keterampilan yang tidak di dapatkan selama perkuliahan. Selama melakukan Praktik Kerja Lapangan, saya melakukan beberapa pekerjaan seperti membuat produk minuman, memperkenalkan dan sekaligus menjual beberapa produk lainya yang tersedi seperti makanan, tempat minuman, tas dan beberapa produk lainnya.

Dengan adanya pengalaman kerja ini Praktikan memperoleh ilmu pengetahuan dan keterampilan baru. Selain itu, untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana pada Program Studi S1Manajemen pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Setelah selesai melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, Praktikan dapat mengambil beberapa kesimpulan antara lain, memahami tentang bagaimana cara memperkenalkan produk lama ataupun baru dengan pelanggan, personal branding dengan orang baru, menciptakan strategi pemasaran, serta Praktikan bisa mengetahui bagaimana dan seperti apa sistem kerja pada Karyawan Toko sebagai Barista pada STARBUCKS COFFEE LOTTEE AVENUE KUNINGAN.

Kata Kunci: Karyawan Toko, Barista, STARBUCKS COFFEE LOTTEE AVENUE KUNINGAN.

## ***EXECUTIVE SUMMARY***

***Reyza Fahrazi Lamani.*** *Field Work Practice Reports at STARBUCKS COFFEE LOTTEE AVENUE KUNINGAN. Department of Management, Faculty of Economics, Indonesian State University.*

*This report aims to inform and show the results of 3 months of practical activities (June-August 2020) at STARBUCKS COFFEE LOTTEE AVENUE KUNINGAN. The practice is placed in the Shop Employees section as a Barista. The practice of fieldwork aims to gain new insights and skills that were not gained during lectures. During the Field Work Practices, I did some work such as making beverage products, introducing and at the same time selling several other products available such as food, beverage containers, bags and several other products.*

*With this work experience Practices gain new knowledge and skills. In addition, to fulfill one of the requirements to get a Bachelor's Degree in Management Study Program at the Faculty of Economics, Jakarta State University. After completing the Field Work Practice, the Practice can draw several conclusions, including understanding how to introduce old or new products to customers, personal branding with new people, creating marketing strategies, and practicing being able to find out how and what kind of work system the Shop Employees are. as Barista at STARBUCKS COFFEE LOTTEE AVENUE KUNINGAN.*

*Keywords: Shop employees, Barista, STARBUCKS COFFEE LOTTEE AVENUE KUNINGAN.*

## LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

**Judul** : Laporan Hasil Kerja Lapangan Starbucks Lotte Avenue Kuningan  
**Nama Praktikan** : Reyza Fahrazi Lamani  
**No. Registrasi** : 1705617021  
**Program Studi** : S1 Manajemen

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



**Rahmi, S.E., M.S.M.**

**NIP. 198305012018032001**

**Koordinator Program Studi S1 Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**



**Dr. Suherman, S.E., M.Si.**

**NIP. 197311162006041001**

**Seminar Pada Senin, 9 November 2020**

# LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi S1 Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dr. Suherman, S.E., M.Si.

Nama  
Ketua Penguji

Tanda Tangan  
Tanggal

Dr. Suherman, S.E., M.Si.  
NIP. 197311162006041001



Penguji Ahli

Shandy Aditya, BIB, MPBS.  
NIP. 198404082019031003



Dosen Pembimbing

.....

Rahmi, S.E., M.S.M.  
NIP. 19830501201803200



.....

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah Yang Maha Kuasa, dengan rahmat-Nya sehingga Laporan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang berlokasi di salah Toko Starbucks Lotte Avenue Kuningan, Jakarta Selatan ini dapat terselesaikan. Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini merupakan salah satu mata kuliah waji di semester tujuh yang memiliki bobot dua SKS. Kegiatan PKL ini berfungsi sebagai sarana pengetahuan karena dapat memberikan ilmu di dunia Industri dalam bidang *Busines Food & Beverage*.

Penyusunan Laporan ini di buat sebagai pertanggung jawaban atas kegiatan PKL pada bulan Juni hingga bulan Agustus 2020. Dalam penyusunan dan penulisan laporan PKL ini tidak terlepas dar pihak yang membantu, membimbing serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman, SE., M. Si. Selaku coordinator program studi S1 Manajemen
3. Rahmi, S.E.,M.S.M selaku dosen pembimbing yang telah banyak membanttu praktikan dalam penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan ini.
4. Kedua Orang Tua serta keluarga besar yang memberi dukungan melalui doa, dan tidak pernah lelah memberikan semangat selama mengerjakan laporan ini.
5. Teman-teman semua atas kerjasama dan bantuanya yang berarti bagi penulis

Semoga Allah Yang Maha Kuasa memberikan balasan berlipat kali ganda kepada semuanya. Akhirnya, hanya kepada Allah Yang Maha Kuasa penulis serahkan segalanya kelancaran penulisan laporan PKL ini.

Jakarta, Juli 2020 Praktikan

## DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF .....	I
EXECUTIVE SUMMARY .....	II
LEMBAR PERSETUJUAN .....	III
LEMBAR PENGESAHAN .....	IV
KATA PENGANTAR .....	V
DAFTAR ISI .....	VI
DAFTAR GAMBAR .....	VII
DAFTAR LAMPIRAN.....	VIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL.....	2
C. Manfaat PKL.....	3
D. Tempat Penyelenggaraan PKL.....	4
E. Waktu Penyelenggaraan PKL.....	5
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL.....	7
A. Sejarah Perusahaan.....	7
B. Struktur Organisasi.....	13
C. Kegiatan Umum Perusahaan.....	15
D. Analisis Strategi Pemasaran.....	15
BAB III PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN.....	24
A. Bidang Kerja.....	24
B. Pelaksanaan Kerja.....	26
C. Penempatan Kerja.....	28
D. Kendala Yang Dihadapi.....	32
E. Cara Mengatasi Kendala.....	32
BAB IV KESIMPULAN.....	34
A. Kesimpulan.....	34
B. Saran.....	35
DAFTAR PUSAKA.....	37
LAMPIRAN.....	38

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>
Gambar 1.1	Starbucks Lotte Avanie
Gambar 1.2	<i>Schedule Mingguan</i>
Gambar 2.1	Logo Starbucks
Gambar 2.2	Produk Starbucks
Gambar 2.3	Produk Starbucks
Gambar 2.4	Promo
Gambar 2.5	Promo
Gambar 2.6	Promo
Gambar 2.7	<i>Proses Taking Order</i>
Gambar 3.1	<i>Flowcart</i>
Gambar 3.2	<i>Flowcart</i>
Gambar 3.2	<i>Coffee Talk &amp; Tasting</i>
Gambar 3.3	<i>Coffee Talk &amp; Tasting</i>
Gambar 3.4	<i>Coffee Talk &amp; Tasting</i>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Nomor Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>
Lampiran 1	Jadwal Mingguan
Lampiran 2	Promo
Lampiran 3	Tasting Produk Baru
Lampiran 4	Tasting Produk Baru
Lampiran 5	Surat Pemohonan Izin PKL
Lampiran 6	Surat Pengajual Izin PKL
Lampiran 7	Penilaian PKL
Lampiran 8	Surat Penyelesaian PKL
Lampiran 9	Daftar Hadir PKL

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Munculnya industri *coffee shop* yang pesat saat ini membawa dampak baru ke dalam gaya hidup konsumen. Makna *coffee shop* saat ini mengalami pergeseran, di mana mengunjungi *coffee shop* bukan hanya sebagai tempat untuk melakukan aktivitas konsumsi, namun *coffee shop* juga dapat digunakan sebagai tempat mengisi waktu luang, rapat kerja, dan bertemu kerabat. Seiring berkembangnya industri ini, *coffee shop* di Indonesia mengalami banyak perubahan khususnya perubahan konsep sehingga marak bermunculan *coffee shop* bernuansa modern yang disesuaikan dengan gaya hidup konsumen saat ini. Dengan adanya suatu gaya hidup baru yang diciptakan oleh generasi saat ini, menarik persaingan industri *coffee shop* kedalam suatu tingkat baru dimana yang terbaiklah yang dapat bertahan dalam persaingan, maka perusahaan harus dapat bertahan di dalam persaingan.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan, adalah berusaha untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan merupakan faktor terpenting bagi perkembangan suatu perusahaan karena tanpa pelanggan perusahaan tidak akan dapat menjalankan kegiatan usahanya. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang baik kepada pelanggan. Salah satu faktor yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi pelanggan adalah memberikan kepuasan melalui kinerja pelayanan. Starbucks adalah sebuah perusahaan kopi dan rantai kedai kopi Amerika yang berbasis di Seattle, Washington. Starbucks adalah perusahaan kedai kopi terbesar di dunia dengan 21.160 toko di 63 negara

Selain menghasilkan kopi yang dinikmati semua kalangan pelanggan, Starbucks juga memberikan pengalaman “ngopi” yang berbeda dibanding dengan pesaingnya, sehingga menciptakan sebuah perasaan baru atas

pengalaman yang berkesan. Untuk tetap mempertahankan kepercayaan masyarakat, Starbucks membangun loyalitas merek yang didukung oleh kepuasan konsumen serta kualitas fisik, perilaku karyawan, kesesuaian diri yang ideal, identifikasi merek, dan keselarasan gaya hidup. Tingkat loyalitas pelanggan Starbucks dapat memberikan dampak positif terhadap Starbucks karena tercermin adanya kepercayaan akan pelanggan terhadap Starbucks.

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan salah satu mata kuliah wajib di semester lima bagi mahasiswa Manajemen dengan Konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. PKL wajib dilakukan secara pribadi. Kegiatan PKL bertujuan untuk mengamati atau terjun langsung ke lapangan kerja pada perusahaan yang dituju, seperti di salah satu toko Starbucks Coffee ini. Selain itu, mahasiswa mampu mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh dari kampus, mengamati membantu dan mengikuti seluruh kegiatan di Toko Starbucks.

Untuk belajar dan mengetahui lebih luas dunia pekerjaan, bagi para mahasiswa PKL Fakultas Ekonomi UNJ memberikan kesempatan untuk mengapresiasi kemampuan diri, mengaplikasikan teori dan praktik di lapangan pekerjaan. Mahasiswa diwajibkan menjalani PKL yang disesuaikan dengan kebutuhan program studi masing-masing program PKL. Mengajarkan mahasiswa untuk lebih mengenal, mengetahui, dan berlatih menganalisis kondisi dunia pekerjaan. Mengajak mahasiswa untuk mempersiapkan diri dalam memasuki dunia kerja.

PKL merupakan salah satu mata kuliah wajib dan menjadi bentuk kegiatan lapangan untuk mahasiswa sendiri.

## **B. Maksud dan Tujuan PKL**

Dengan adanya Program ini dimaksudkan untuk mahasiswa mampu menerapkan segala ilmu yang telah ditempu di bangku kuliah pada dunia kerja serta mendapatkan pengalaman baru dan juga ilmu selama menjalani PKL

yang akan dibutuhkan setelah mahasiswa lulus dan terjun langsung ke dunia kerja. Tujuan pelaksanaan PKL antara lain :

1. Memenuhi prasyarat kelulusan strata 1;
2. Menumbuhkan dan meningkatkan etos kerja bagi mahasiswa agar siap terjun di dunia kerja;
3. Melatih mahasiswa untuk mengaplikasikan teori-teori Manajemen, terkhususnya Konsentrasi *Marketing* yang di dapat di bangku perkuliahan dalam dunia kerja;
4. Menambah wawasan, keterampilan, dan pengalaman mahasiswa untuk dapat berkompetisi dengan tenaga kerja lain, khususnya di bidang Manajemen;
5. Menyiapkan mahasiswa untuk menjadi calon tenaga kerja yang profesional di bidang Manajemen

### **C. Manfaat PKL**

Program ini memiliki manfaat yang sangat berpengaruh untuk mahasiswa, perguruan tinggi, perusahaan dan masyarakat, adapun manfaat kegiatan PKL tersebut antara lain:

#### **Manfaat bagi mahasiswa:**

1. Mahasiswa dapat mengaplikasikan serta meningkatkan ilmu yang diperoleh selama proses pembelajaran di bangku kuliah;
2. Menambah wawasan mahasiswa di dunia kerja;
3. Menjalin hubungan baik antara mahasiswa dengan instansi bersangkutan;
4. Menambah dan meningkatkan keterampilan serta keahlian dibidang akuntansi dan manajemen.

**Manfaat bagi Universitas Negeri Jakarta:**

1. Terjadinya kerjasama bilateral antara Universitas dengan instansi.
2. Universitas akan dapat meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman PKL.
3. Mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengaplikasikan teori yang sudah didapat di bangku perkuliahan ke dalam praktik di dunia kerja;
4. Mendapatkan citra baik di mata instansi tempat mahasiswa melaksanakan PKL karena kualitas praktikan.
5. Memberikan gambaran kepada mahasiswa tentang keadaan di dunia kerja

**Manfaat bagi Instansi:**

1. Dapat bertukar ilmu dengan mahasiswa yang melakukan magang.
2. Dapat membantu meringankan beban karyawan instansi.
3. Membina hubungan baik dengan lembaga pendidikan atau perguruan tinggi.
4. Ikut berpartisipasi dalam menyiapkan tenaga kerja yang sudah terampil di bidang Manajemen;
5. Mampu melihat kemampuan potensial yang dimiliki mahasiswa sehingga dapat membantu mempercepat peningkatan kerja.

**D. Tempat PKL**

Store Starbucks Lotte Avenue, adalah salah satu dari sekian banyak Store yang dimiliki oleh PT. SARI COFFEE INDONESIA, yang berada di Jakarta yang beralamat lengkap di Jl. Prof. DR. Satrio No.3-5, RT.18/RW.4, Kuningan, Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12930. Berikut ini Gambar dari store Starbucks Lotte Avenue, Kuningan :



**Gambar 1.1 Store Starbucks Lotte Avanie**

#### **E. Waktu Penyelenggaraan PKL**

Waktu dilaksanakannya PKL mengikuti jadwal operasional Toko. Dalam satu minggu di bagi menjadi 4 *shift* dan jam untuk 2 kali *shift* dan 9 jam untuk 2 kali *shift*. Berikut jam operasional Toko:

- Senin – Jumat 06:00-22:00
- Sabtu – Minggu 07:00-22:00

Waktu yang di perlukan dalam penyusunan laporan ini adalah selama berlangsungnya masa PKL yaitu bulan juni hingga bulan Agustus.

SCHEDULE STARBUCKS LOTTE SHOPPING AVENUE LOWER GROUND												
No	MANAGEMENT TEAM	ID	24-Aug-20	25-Aug-20	26-Aug-20	27-Aug-20	28-Aug-20	29-Aug-20	30-Aug-20	DP	AL	
1	ANITA	0806441	NC /09.00	OFF	06.00 – 15.00 B1   12.00	DP 20/08	09.00 – 18.00 PC/R2   13.00	07.00 – 16.00 B1   11.00	07.00 – 16.00	0	2 + 8 (SL)	
2	ANGGA	1209117	13.00 – 22.00 B1   16.00	13.00 – 22.00 B1   16.00	DP 20/08	06.00 – 15.00 B1   12.00	06.00 – 15.00 B1   12.00	OFF	OFF	0	5	
3	DENI	16019081	06.00 – 15.00 B1   12.00	11.00 – 20.00 SATRIO	AL	13.00 – 22.00 B1   16.00	13.00 – 22.00 B1   16.00	OFF	OFF	0	5	
4	ANDI	18007691	OFF	06.00 – 15.00 B1   12.00	13.00 – 22.00 B1   16.00	10.00 – 19.00 SAMPOERNA	11.00 – 20.00 B1   13.30	OFF	13.00 – 22.00 B1   16.00	0	2	
ERIN SAMPOERNA								13.00 – 22.00 B1   16.00				
FULL TIMER												
PLEASE BE ON TIME, 15 MINUTES BEFORE SHIFTS, don't be LATE :)												
1	MALONA	18002406	07.00 – 16.00 PC   12.00	OFF	06.00 – 15.00 R1   10.00	07.00 – 16.00 PC   12.00	07.00 – 16.00 PC   12.00	08.00 – 17.00 PC/R2   12.00	OFF	0	3	
2	ASMI	19000474	13.00 – 22.00 R2   15.00	OFF	AL	06.00 – 15.00 R1   10.00	06.00 – 15.00 R1   10.00	07.00 – 16.00 R1   10.00	OFF	0	5	
3	TITA NUARY	20000928	13.00 – 22.00 R1   14.00	13.00 – 22.00 R2   15.00	OFF	09.00 – 18.00 PC/R2   13.00	09.00 – 18.00 TOKOPEDIA	OFF	07.00 – 16.00 R1   11.00	0	0	
PART TIMER												
CHANGES SCHEDULE WITHOUT CONFIRMATION = NO PAID :)												
1	RAFAEL	18001850	06.00 – 15.00 R1   10.00	OFF	10.00 – 19.00 SAMPOERNA	OFF	13.00 – 22.00 R1   14.00	OFF	OFF			
2	REYZA	19005358	OFF	06.00 – 15.00 R1   10.00	OFF	13.00 – 22.00 R2   15.00	OFF	OFF	13.00 – 22.00 R1   14.00			
3	BERNARD	19014529	09.00 – 18.00 PC/R2   13.00	13.00 – 22.00 R1   14.00	13.00 – 22.00 R1   14.00	OFF	13.00 – 22.00 R1   14.00	OFF	OFF			
4	ANGGI	19018399	OFF	OFF	07.00 – 16.00 PC   12.00	13.00 – 22.00 R1   14.00	13.00 – 22.00 R2   15.00	OFF	OFF			
5	ERWINDIAZTAMA	20000088	OFF	09.00 – 18.00 PC/R2   13.00	09.00 – 18.00 PC/R2   13.00	OFF	OFF	OFF	13.00 – 22.00 R2   15.00			
6	FIKRI MAULANA	20003177	OFF	07.00 – 16.00 PC   12.00	13.00 – 22.00 R1   14.00	OFF	OFF	OFF	13.00 – 22.00 PC/R2   13.00			
PLEASE DOING COFFEE TASTING BASED ON SCHEDULE, TAKE A PICTURE AND SEND TO GROUP IMMEDIATELY :)												
DRESSCODE			WHITE & KHAKI			BLACK & KHAKI		WHITE & BLACK <small>for women wear SKIRT</small>		ALL BLACK		
PROMO												
PHANTOM PARTNER												
	HANIF TOKOPEDIA	20000288						11.00 – 20.00 PC/R2   13.00				
	AYI SAMPOERNA	18010549						13.00 – 22.00 R2   15.00				
	EKA KURNIASIH SATRIO TOWER	19009213						13.00 – 22.00 R1   14.00				

Gambar 1.2 Jadwal Setiap Minggu

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL**

#### **A. Sejarah Perusahaan**

Starbucks merupakan perusahaan kedai kopi terbesar di Indonesia yang memiliki lebih dari 100 cabang baik di dalam kota maupun luar kota. Starbucks menjual banyak produk, mulai dari kopi minuman panas yang berbasis *espresso*, minuman dingin, *frappuccino blended coffee* dan *frappuccino blended cream*, makanan ringan seperti *cake*, *puff*, *cookies*, sampai *sandwich*. Selain kopi, *frappuccino* dan makanan, Starbucks juga menjual *mug* atau gelas-gelas dan juga tumbler. Tak ketinggalan jajanan anak-anak seperti permen *lollypop* pun juga tersedia. Dimulai pada tahun 1971, ketika tiga mahasiswa perguruan tinggi yaitu Sigel, Bowker dan Baldwin membuka Starbucks Store di Seattle's *Pike Place Market*. Merek itu berasal dari nama pelaut dalam novel Moby Dick.

Pada saat itu menjual *fresh roasted bean coffee* (biji kopi asli) merupakan konsep baru ketika kopi pasar swalayan kalengan merupakan standar. Pada tahun 1971, kota itu dilanda kemunduran yang memporak-porandakan yang disebut Boeing Bust. Pesan terkenal itu muncul pada April 1971, bulan yang sama ketika Starbucks membuka tokonya yang pertama. Pada waktu itu juga sebuah proyek pembaharuan kota mengancam akan membongkar *Pike Place Market*. Sekelompok pengembang ingin membangun sebuah tempat perdagangan dengan sebuah hotel, *convention hall* dan tempat parkir. Tetapi rencana itu berhasil digagalkan karena dalam suatu referendum, penduduk Seattle memilih untuk mempertahankan *Pike Place Market* sehingga Starbucks tetap bertahan disana. Starbucks membuka banyak tokonya dengan sedikit keramaian pada bulan April 1972 (Starbucks Coffee Company, 2020).

Toko itu dirancang bernuansa laut klasik, semua peralatan dibuat dengan tangan. Satu dinding yang panjang ditutup dengan rak kayu, sedangkan yang

lainnya disediakan untuk biji-biji kopi, yang seluruhnya hanya ada 30 jenis biji kopi yang ada di dunia. Starbucks tidak hanya membuat kopi dan menjualnya dengan cangkir, namun juga menawarkan contoh untuk dicoba yang selalu disajikan dengan cangkir-cangkir porselen, karena kopi memang akan terasa lebih nikmat dengan cara itu. Cangkir-cangkir itu pula yang memaksa para pelanggan untuk tinggal lebih lama dan menikmati kopi.

Di Indonesia, PT Sari Coffee Indonesia merupakan pemegang lisensi utama Starbucks Coffee Internasional, membuka toko pertamanya di Plaza Indonesia 5 pada tanggal 17 Mei 2002. PT. Sari Coffee Indonesia merupakan pemegang hak tunggal untuk memperkenalkan dan memasarkan Starbucks Coffee di Indonesia. PT. Sari Coffee Indonesia sendiri bernaung di bawah bendera perusahaan retail terkemuka PT. Mitra Adi Perkasa. PT. Sari Coffee Indonesia sebagai pemegang lisensi perusahaan kopi terbesar di dunia Starbucks Coffee yang sudah memiliki ribuan toko di dunia. PT. Sari Coffee harus mendirikan minimal 30 toko di negara tempat perusahaan beroperasi, dan pada saat ini Starbucks Coffee Indonesia sudah memiliki 126 toko yang tersebar di sepuluh kota di Indonesia yaitu Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Medan, Batam, Yogyakarta, Semarang, Balikpapan dan Makasar, (Starbucks *Coffee Company*, 2020).

Lisensi Starbucks Coffee Indonesia yang dipegang oleh PT. Sari Coffee Indonesia bisa dicabut oleh Licensor 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 (untuk *Coffee Bar* harus berada di pojok), desain ruangan, peralatan yang digunakan, strategi pemasaran, laporan keuangan, dan pelatihan untuk karyawan-karyawati yang bekerja di Starbucks. Khusus untuk bahan dasar yang digunakan untuk semua produk Starbucks, termasuk juga perlengkapan outlet dari kursi, meja hingga ornamen-ornamen di dinding, semuanya di impor langsung dari Amerika, (Starbucks *Coffee Company*, 2020).

Penulis tertarik meneliti salah satu perusahaan besar yang bergerak di bidang *Food and Beverage* ini, PT. Sari Coffee Indonesia (*Starbucks Coffee*) yang cukup dikenal oleh masyarakat banyak karena penulis sudah hampir 1 tahun 6 bulan bekerja paruh waktu di Starbucks *Mall Lotte Avenue Kuningan*, jadi penulis tidak mau menyalahgunakan kesempatan untuk meneliti karena selain dapat memperoleh data yang valid dari Manager, teman-teman sekerja juga sangat mendukung atas penelitian tugas akhir ini. Di sisi lain penulis memilih Starbucks karena menjadi salah satu tempat yang dikunjungi untuk sekedar menghabiskan waktu dengan berbincang-bincang, *browsing*, bermain, beristirahat, *meeting*, bahkan mengerjakan tugas khususnya bagi para mahasiswa mahasiswi tingkat akhir.

*Coffee Shop* saat ini telah menjadi suatu bisnis yang berkembang dengan pesat, oleh karena itu Starbucks sebagai salah satu perintis konsep kedai kopi modern yang menyediakan hidangan kopi siap minum dengan berbagai macam rasa. Starbucks terus mengeluarkan minuman dengan varian rasa berbeda dalam setiap musim agar tidak akan kalah saing dengan *coffee shop* lain seperti *Excelso*, *Coffee Bean and Tea Leaves*, *Regal Coffee Factory*, *Dome* dan masih banyak lainnya dimana semua itu hampir menyajikan dengan menu yang tak jauh berbeda.

## 1. Visi

*The company's vision is to 'establish Starbucks as the most recognized and respected brand in the world.* Menjadikan Starbucks sebagai *brand* yang terkenal dan dihargai di seluruh dunia. Untuk mencapai visi tersebut ditetapkan 4 komponen dasar yaitu:

- a. Membangun nilai dasar perusahaan sebagai perusahaan yang hanya menggunakan bahan dan menghasilkan produk yang terbaik.
- b. Menciptakan *image* yang cemerlang yang melekat didalam pikiran pelanggan.

- c. Membentuk Starbucks sebagai suatu brand yang terkenal, walaupun orang tidak mengetahui secara jelas bidang usaha yang dijalankan, tetapi masyarakat merasa familiar dengan merek starbucks.
- d. Menjadikan Starbucks sebagai merek terkenal dan dihargai. Menjadi nomor satu atau diatas brand lainnya dalam jangka waktu tak terbatas.

Dalam seluruh kegiatan perusahaan kualitas tinggi menjadi dasar yang utama, mulai dari pembelian bahan baku, proses produksi sampai menjual produk dalam kondisi terbaik yang dilakukan oleh setiap bagian dari perusahaan. Pencapaian hasil ini juga ditunjang oleh cepatnya perluasan *Outlet*, sebagai bentuk pengembangan saluran distribusi.

## 2. Misi

*The mission of Starbucks is to establish Starbucks as the premier purveyor of the finest coffee in the world while maintaining our uncompromising principles while we grow Starbucks is committed to a role of environmental leadership in all facets of our business.* Starbucks berkomitmen untuk berperan sebagai pemimpin dalam memperjuangkan lingkungan hidup di setiap kegiatan perusahaan. Untuk mencapai misi tersebut dengan berkomitmen untuk :

- a. Memahami tentang masalah lingkungan hidup dan berbagi informasi dengan mitra usaha.
- b. Menciptakan solusi yang inovatif dan fleksibel dalam menghadapi perubahan.
- c. Bekerja keras untuk membeli, menjual dan menggunakan produk yang ramah lingkungan.
- d. Memahami tanggung jawab itu sebagai hal yang penting untuk lingkungan hidup.

- e. Menanamkan tanggung jawab lingkungan hidup sebagai nilai dasar perusahaan.
- f. Mengukur dan memonitor kemajuan setiap proyek terhadap dampak kepada lingkungan hidup.
- g. Mendorong seluruh mitra untuk ikut serta dalam memperjuangkan misinya.

### 3. Logo Perusahaan

Sejarah logo Starbucks dimulai pada tahun 1971, ketika perusahaan pertama kali akan didirikan. Mereka membutuhkan logo yang ikonik dan elegan. Akhirnya, tiga pendiri Starbucks mempekerjakan seorang desainer logo, yaitu Terry Heckler. Karya-karya desain Terry Heckler banyak dipengaruhi oleh buku-buku klasik yang juga dia tulis. Pada akhirnya, ide klasiknya tersebut dituangkan pada logo Starbucks ini.

Seperti yang sudah kita bahas sebelumnya, logo Starbucks bergambar putri duyung berekor ganda, atau yang dinamakan Siren. Sebagaimana yang ada dalam mitologi Yunani, logo Siren tersebut memiliki makna *Spirit of Seattle* yang mana pada tahun 70-an, Seattle adalah sebuah kota yang terkenal dengan kelautannya. Siren melambangkan karakter putri duyung pada mitologi Yunani yang memiliki dua sisi yang berbeda. Konon, banyak pelaut yang terpesona dengan kecantikan Siren, tapi kemudian ternyata si putri membawa ketidak beruntungan bagi pelaut dengan nyanyian merdunya. Mereka terlena dan akhirnya kapalnya terjebak menghempas batu karang di laut. Sama halnya dengan kopi yang akan membuat banyak orang terlena bahkan tidak sadar menghabiskan sebagian besar waktunya hanya untuk secangkir kopi.

Desain logo Starbucks sudah mengalami banyak perubahan. Pada awal tahun 1986, logo Starbucks digambarkan dengan putri duyung tanpa

menggunakan busana dan menonjolnya sirip ikanya. Tetapi pada tahun 1987-1992, Warnanya pun berubah dari coklat ke hijau Sampai pada akhirnya, saat ini Siren lebih tertutup (*Website resmi Wikipedia*).



**Gambar 2.1 Logo Starbucks Coffe Sekarang**

Sumber: Logo Starbucks *Coffee*. Starbucks Coffee, Starbucks.com. Diakses melalui [://www.starbucks.com](http://www.starbucks.com), 23 September 2020.

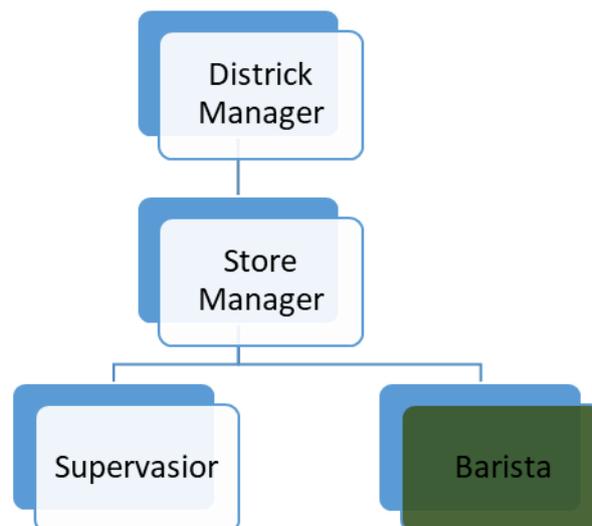
#### **4. Penghargaan yang di peroleh Starbucks Coffee**

PDMA (*Product Development Management Association*) menganugerahi OCI *Award* kepada Starbucks dengan berbagai alasan. Selain inovasi yang telah menjadi bagian dari budaya kerja mereka, Starbucks juga dinilai sukses dalam memaksimalkan teknologi informasi dalam setiap bisnis prosesnya. Keunggulannya adalah, mesin kopi ini bisa terkoneksi dengan internet untuk dapat memperbaharui resep, pun bisa

mengontrol minuman dengan pengaturan suhu digital, serta bisa melacak preferensi pelanggan dan memantau kinerja mesin kopi. Dengan memenangkan *OCI Award* ini, Starbucks juga berkesempatan untuk berbagi kisah suksesnya pada gelaran *Product Innovation Management* (PIM) yang akan diselenggarakan di Denver, Amerika Serikat pada bulan Oktober ini. PPM Manajemen, didaulat menjadi afiliasi negara Asia kelima dari PDMA yang berbuah nama PDMA Indonesia.

*The 1st OCI Award*, merupakan ajang pemberian penghargaan terhadap organisasi atau perusahaan yang beroperasi di Indonesia, dan mampu menghasilkan pengembangan produk dan jasa yang terbukti sukses dalam kurun waktu tiga tahun terakhir serta alur penemuan ide, penciptaan, peluncuran serta pengembangan produknya. Untuk dapat mengikuti ajang ini perusahaan dapat mendaftarkan perusahaannya hingga 30 September 2014. Bagi pemenang utama berkesempatan berbagi kisah sukses dalam konferensi PDMA yang diadakan di Amerika Serikat tahun 2015. Pemenang juga akan dimuat di majalah berskala nasional dan internasional yang tersebar di 33 negara afiliasi PDMA di dunia.

## B. Struktur Organisasi



## 1. Tugas dan Tanggung Jawab

- ***District Manager***

Memimpin dan mengkoordinasikan anggota Starbucks Wilayah empat dalam melaksanakan pengurusan perusahaan untuk kepentingan dan tujuan perusahaan, meliputi :

1. Menetapkan kebijakan (*Policy*), arah (*Direction*), dan strategi perusahaan.
2. Memantau kinerja karyawan setiap harinya, dengan mendapatkan *daily report* dari *supervisor shift* yang *incharge*.
3. Melakukan rapat *District Meeting* di setiap bulan dengan *Store Manager* Wilayah mengenai laporan toko masing – masing selama sebulan.
4. Menginformasikan mengenai kegiatan tiap harinya ataupun mingguan.
5. Merekrut karyawan baru.
6. Menginformasikan hal-hal yang menjadi kebutuhan toko.

- ***Store Manager***

1. Mengelola *cost* toko setiap bulannya.
2. Mengelola toko yang menjadi tanggung jawabnya.
3. Memberikan informasi kepada *partners* mengenai kegiatan Starbucks.
4. Menciptakan strategi pemasaran serta membantu mengimplementasikannya di toko.

- ***Supervisor Shift***

1. Membantu *Store Manager* dalam mengelola data *Inventory* tiap bulanya.
2. Membuat *daily report* setiap harinya.

3. Berkomunikasi dengan *partners*.
  4. Membantu *partners* dalam setiap *shift*.
  5. Bertanggung jawab setiap *shift* untuk setiap hari.
  6. Menginformasikan mengenai kegiatan dan promo kepada *partners*.
- **Barista**
    1. Bertanggung jawab disetiap *shift* nya.
    2. Membuat minuman, menyiapkan makanan, semua kebutuhan yang ada di *bar blended*, dan kasir.
    3. Menginformasikan promo dan kegiatan Starbucks kepada *Customer*.
    4. Membersihkan dan mengelola semua hal yang ada di toko.
    5. Mengimplementasikan Visi & Misi Starbucks kepada sesama *Partner* dan *Customer*.

### C. Kegiatan Umum Perusahaan

Starbucks menjual macam-macam kopi, *espresso*, minuman panas dan dingin lainnya, makanan ringan, dan aksesoris seperti cangkir, biji kopi dan boneka. Melalui kerjasama dengan divisi Starbucks *Entertainment* dan *Hear Music*. Kopi Starbucks ala Italia, minuman *espresso*, teh, kue kering dan permen telah membuat Starbucks menjadi terkenal di dunia. Dan menjadikan Starbucks salah satu ritel terbesar dalam sejarah untuk bisnis *Coffee Shop*.

Pada tahun 2009, Starbucks berhasil masuk ke dalam jajaran Fortune 500 sebagai top 1000 perusahaan terbaik Amerika. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang *Coffee Shop* seperti Starbucks, peluang harus dibidik

dengan seksama, kalau tidak ingin diambil alih oleh perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama. Starbucks harus mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain dalam memasarkan produknya, dalam hal ini Starbucks harus dapat meyakinkan pelanggan untuk tetap selalu loyal dan datang kembali ke gerainya. Terutama dalam media iklan harus bisa membuat daya tarik, menimbulkan minat beli dan mencoba menu minuman dan makanan yang di tawarkan.

#### **D. Analisis Strategi Pemasaran**

Sembari melaksanakan proses PKL di tempat ini, saya juga melakukan analisis terhadap Starbucks dengan teori *Marketing Mix* yang saya pelajari yang terdiri dari 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Proses*).

##### **1. Product**

Starbucks sendiri di kenal dengan produk kopinya yang berkuliatas dan rasanya sama di setiap gerai. Pada dasarnya Starbucks sendiri sangat mementingkan rasa kopi yang mereka buat harus sama dan sesuai standart di setiap gerai yang mereka miliki. Kopi Starbucks sendiri sudah melewati proses *Fair Trade* yang dimana proses ini memastikan bahwa nama kopi, rasa dan tempat pengambilan bahan bakunya sama agar tetap bisa menjaga cita rasa dari kopi itu sendiri.

Selain menjual kopi, Starbucks juga menjual makanan sebagai teman saat minum kopi. Pada umumnya makanan di setiap gerai Starbucks itu sama, namun ada beberapan varian makanan di Starbucks tidak di sediakan di gerai mereka yang lain karena biasanya makanan yang sediakan di masing-masing gerai Strabuck, adalah makanan yang sering mendapatkan target penjualan yang baik di gerai masing-masing. Sejauh ini Starbucks sudah berhasil merauk keuntungan bukan hanya sekedar dari penjualan kopi atau makanan tapi juga dari penjualan Tumbler, Biji Kopi, Kopi Sasetan dan menjual sedotan yang mendukung program *Go Green*.



Gambar 2.2 Produk Starbucks

Double Shots* Iced Shaken Espresso	48	(10 Oz)	
Caffè Americano	34	37	39
Caramel Macchiato	57	62	65
Cascara Macchiato	57	62	65
Asian Dolce Latte	53	58	60
Vanilla/Caramel/Hazelnut Latte	50	55	58
Caffè Latte	44	49	52
Cappuccino	44	49	52
Caffè Mocha	53	58	60
<b>ICED SHAKEN TEA</b>			
Iced Shaken Tea	22	25	27
Iced Shaken Lemon Tea	40	43	46
<b>TEA LATTES</b>			
Green Tea Latte	51	55	59
Black Tea Latte	39	42	45
<b>FULL LEAF BREWED TEA</b>			
Black Tea	22	25	27
Earl Grey, English Breakfast & Chai	22	25	27
Green Tea	22	25	27
Mint Citrus	22	25	27
Caffeine-Free Herbal Tea	22	25	27
Chamomile & Mint Blend	22	25	27
<b>COFFEE</b>			
Caramel Java Chip	53	58	62
Mocha	48	53	58
Dark Mocha	53	58	62
Java Chip	53	58	62
Coffee	39	43	46
Asian Dolce	48	53	58
<b>CREAM</b>			
Vanilla Cream	46	51	55
Chocolate Chip Cream	53	58	62
Green Tea Cream	53	58	62
<b>BLENDED JUICE DRINKS</b>			
Mango Passion Fruit	39	43	46
Raspberry Black Currant	39	43	46

Gambar 2.3 Produk Starbuck

## 2. Price

Starbucks selalu memberikan yang terbaik untuk pelanggannya. Demi memuaskan para pelanggan, tentunya Starbucks selalu menggunakan biji kopi yang berkualitas sehingga selalu menciptakan cita rasa kopi yang sangat unggul di bandingkan dengan yang lainnya. Oleh sebab itu, Starbucks mematok harga kopi mereka di atas rata-rata di bandingkan kopi lainnya (*Price Skimming*), untuk makanan sendiri tidak terlalu begitu menonjol karena mereka lebih mengutamakan produk kopi mereka dan untuk makanan. Starbucks mematok harga rata-rata pada umumnya (*Price Penetration*).

ESPRESSO & BREW COFEE (Harga dalam rupiah)	Tall	Grande	Venti
Double Shot Ice Shaken		48	
Caffe Americano	34	37	39
Caramel Macchiato	57	62	65
Asia Dolce Latte	53	58	60
Caffee Latte/Cappucino	44	49	52
Caffe Mocha	53	58	60
BREWED COFFEE			
Cold Brew	41	45	48
Vanilla Sweet Cream	47	51	54
Brewed Coffee	23	25	27
CHOCOLATE & TEAVANA			
Signature Chocolate	50	56	60
TEAVANA			
Green Tea Latte	53	58	62
Black Tea Latte	40	44	48
Iced Shaken Lemon Tea	40	43	46
BREWED TEA			
Earl Grey/English Breakfast/Mint Citrus/Chamomile/Chai/Mint Blend	22	25	27
FRAPPUCINO			
Caramel Java Chip/Java Chip	53	58	62
Mocha/Asian Dolce	48	53	58
CREAM			
Vanilla Cream	46	51	55
Chocolate Chip Cream/Green Tea Cream	53	58	62
BLANDED JUICE			
Mango Passion Fruit/Raspberry Black Currant	39	43	46

### 3. *Place*

Tempat Starbucks di Jakarta biasanya ada di daerah pusat perkantoran, pusat perbelanjaan, jajanan makanan dan destinasi pariwisata. Starbucks sendiri menempatkan gerai pertamanya di Indonesia, di Plaza Indonesia, Jakarta Pusat dimana tempat ini adalah pusat perkantoran. Target pasar dari Starbucks sendiri seperti para penikmat kopi, pekerja kantoran, orang jalan-jalan dan pariwisata.

Sedangkan untuk tempat Starbucks Lotte Avenue Kuningan sendiri bertempat di Store Starbucks Lotte Avenue, adalah salah satu dari sekian banyak Store yang dimiliki oleh PT. SARI COFFEE INDONESIA, yang berada di Jakarta yang beralamat lengkap di Jl. Prof. DR. Satrio No.3-5, RT.18/RW.4, Kuningan, Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12930.

### 4. *Promotion*

Starbucks sering melakukan promo untuk bisa menarik perhatian pelangganya. Promo sendiri di berlakukan secara umum, oleh sebab itu bisa di temukan di setiap gerai starbucks. Contoh dari promosi yang bisa kita dapatkan sekarang adalah Diskon 15% pakai kredit *card* BCA, 10% pakai debit bca, *Cashback* menggunakan aplikasi OVO, GOPAY, DANA atau *Shopeepay* sampai *Bundling* Minuman literan dengan harga yang lebih murah. Starbucks menyediakan member seperti Starbucks *Card* yang bertujuan untuk bisa di gunakan sebagai alat transaksi dan bisa mengumpulkan poin, jika poin sudah cukup maka bisa di tukarkan dengan *free* minuman atau makanan.

Sosial media sendiri Starbucks menggunakan Twitter, Line dan Instagram. lewat sosial media juga Starbucks menyampaikan informasi-

informasi perihal promo yang bisa di *update* oleh pelangganya. Bagi pelanggan yang mengikuti *Official Line Starbucks*, biasanya Starbucks sering membagikan Voucher dengan potongan harga ataupun *Buy 1 Get 1* untuk beberapa minuman. Sejauh ini bauran promosi yang di lakukan Starbucks ada tiga bauran promosi:

- *Advertising*: Starbucks memanfaatkan pamflet dan brosur sebagai perantara



promosi.

- *Direct Marketing*: Starbucks berkomunikasi secara langsung dengan target pelanggan, untuk memicu munculnya transaksi.
- *Internet Marketing*: Starbucks memanfaatkan sosial media seperti *Facebook, Instagram, Line* sebagai wadah menginformasikan berbagai promo dan produk terbaru yang di keluarkan.

**Gambar 2.4 Promo Starbucks**

**Gambar 2.5 Promo Starbucks**





**Gambar 2.6 Promo Starbucks**

## 5. *People*

Starbucks memiliki 2 alur koordinasi di dalam toko yaitu antara manajemen toko, dan barista itu sendiri. Barista sendiri terdiri dari 2 bagian, barista yang bekerja sebagai *full timer* dan barista yang bekerja sebagai *part timmer*. Untuk manajemen toko di bagi menjadi dua bagian yaitu ada *Distick Manager* dan *Store Manager*. Tidak lupa juga sebagai salah satu unsur teori dari *people*, pelanggan sebagai salah satu faktor penyeimbang dalam operasional toko.

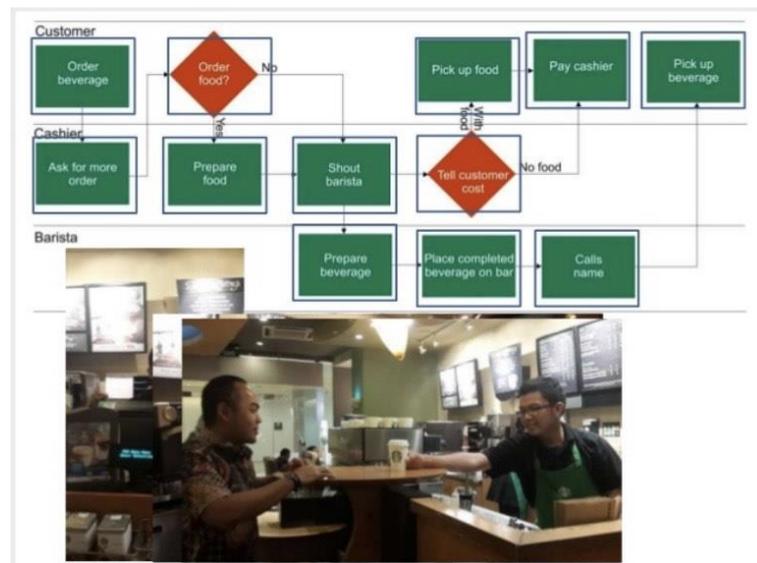
## 6. *Physical Evidence*

Jika kalian sudah pernah berkunjung maka sudah tidak asing lagi dengan suasana di Starbucks seperti apa. Starbucks menggunakan konsep "*Coffe House* " dimana desain di dalam Starbucks cenderung memiliki warna gelap kayu atau warna kopi, serta Starbucks menggunakan kayu,

lampu yang di gantung, serta tidak lupa aroma kopi yang membuat pengunjung merasa relaks dan nyaman saat duduk di gerai Starbucks.

## 7. *Proces*

Ketika karyawan melayani pelanggan di gerai Starbucks, pada umumnya prosedur yang di gunakan ketika pelanggan ingin memesan menu yang tersedia adalah pelanggan harus langsung memesan kopi di kasir, kasir memasukan pesanan ke komputer lalu di total pesanannya, setelah di bayar, nama pemesan akan di tuliskan di *cup* orderan, setelah pesanan selesai pelanggan akan di panggil namanya untuk mengambil pesanan mereka.



**Gambar 2.7** Proses “ *Taking Order* “ di Starbucks

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

#### **A. Bidang Kerja**

Dalam melakukan laporan harian atau *report dairy*, mahasiswa pkl dapat menggunakan beberapa perangkat lunak dalam membantu kinerja dalam hal operasional toko. Terdapat 4 *software* utama antara lain *Point of Sales (POS)*, *Microsoft excel*, *Back office House (BOH)*, dan *System Application Product (SAP)* 4 *software* ini saling berkaitan dan membackup dalam menjalankan kegiatan keuangan di Starbucks. Tugas *Point of Sales (POS)* merupakan kegiatan yang penting dalam berjalannya operasional toko. Karena *software* ini menjadi sistem pencatat setiap transaksi yang baru masuk terhubung dan langsung terhubung dengan kegiatan sistem di *backroom*. *BOH (Back Office House)* bertugas memantau kinerja *POS* di depan, dalam melakukan transaksi yang tercatat pada tahap pertama. Tahap ini pencatatan yang hanya dirinci berdasarkan waktu transaksi terjadi, jika terjadi kesalahan pencatatan trasaksi di *POS*, *Person in Charge (PIC)* akan otomatis mengetahui karna di sistem ini gambaran layar utama *POS* terpampang di layar computer *backroom*.

Setiap akhir *shift* karyawan yang bertugas atas pencatatan di perangkat *POS* akan mengakhiri penjualannya kegiatan tersebut dinamakan *close tile*, penjualan yang telah terjadi setelah itu dikelompokan sesuai dengan jenis pembayaran, setelah dikelompokan hasil fisik penjualan akan dibandingkan dengan yang tercatat pada perangkat lunak (*SAP*) karyawan yang bertugas akan bertanggung jawab atas penjualan, apabila uang kas atau pembayaran jenis kartu lainnya kurang dari hasil pencatatan pada sistem *SAP*. Selain sebagai laporan harian penjualan, sistem ini berguna untuk mencari data tentang persediaan atau laporan yang telah disusun pada bulan sebelumnya, *PIC* hanya perlu memasukan kode (*T-Code*) setiap barang yang ingin dicari. Melakukan pemesanan kebutuhan maupun barang penunjang operasional toko dilakukan di sistem ini juga. Setelah melakukan pemesanan kepada

*warehouse*, barang akan datang setiap minggu hari Rabu sesuai dengan pesanan, kecuali pada pesanan makanan yang akan datang pada pagi hari, setelah pesanan datang *PIC* akan membuat surat penerimaan barang (*Goods Received*).

Beberapa makanan yang tidak dapat terjual juga dipantau dari sistem ini, yang akan dibandingkan dengan fisik yang ada pada *pastry case*. Pencatatan penjualan per transaksi, persediaan makanan per hari, laporan kegiatan operasional serta jadwal pencatatan waktu kerja dilakukan pada perangkat lunak ini yang terhubung dengan sistem yang digunakan pada *POS (Point Of Sales)* setiap transaksi yang masuk pada perangkat *POS* tercatat secara otomatis tahap kedua, transaksi dipisahkan berdasarkan cara pencatatan di lembar penjualan. Pembayaran menggunakan kartu kredit, debit, *Visa Master Other* maupun *Starbucks Card*. Dalam kegiatan ini *PIC* memberikan pengertian jika barista bertugas di depan mengalami kejadian seperti kesalahan dalam memasukan angka pada mesin edisi. Pada akhir hari kerja *PIC* menyusun laporan harian berkaitan penjualan, inventory yang terjual maupun tersisa serta kegiatan rutin yang dilakukan selama sehari kegiatan operasional untuk pertanggungjawaban kepada *District Manager*, ditahap ini *District Manager* menyusun laporan administrasi atas wilayah tanggung jawabnya kepada *General District Manager*.

Setiap akhir minggu *PIC* akan membuat kartu jadwal kehadiran untuk seminggu yang akan datang disesuaikan dengan jadwal kepentingan karyawan yang bersangkutan. Setelah penyusunan kartu kehadiran, data ini akan dimasukan kedalam suatu sistem yang bernama *Smart Time*, sistem ini terhubung langsung dengan mesin absensi yang digunakan setiap pergantian *shift* menggunakan *finger print*.

## B. Pelaksanaan Kerja

Bagi karyawan atau barista baru biasanya akan masuk ke dalam proses pelatihan atau *training* yaitu selama 22 hari, apabila proses pembelajaran kurang bisa di laksanakan dengan baik maka karyawan atau barista akan di pindahkan ke toko yang lain untuk melakukan proses training yang berbeda. Proses training selama 22 hari ini bertujuan untuk mematangkan keterampilan mereka dalam hal bekerja di dalam toko. Karena selama masa *training* hari ini, karyawan atau barista akan langsung disuguhkan dengan teori, praktek secara langsung, serta pengenalan produk-produk yang di jual oleh Starbucks agar nanti ketika sudah melewati proses *training* karyawan atau barista kita dapat mengimplementasikan keterampilan bekerja dengan baik. Setelah karyawan atau barista memenuhi standart menurut Starbucks , maka karyawan atau barista ini akan di progres ke jenjang selanjutnya.

Dalam mengoperasikan operasional di dalam toko Starbucks tidak hanya melakukan kegiatan *training*, administrasi dan keuangan saja, tetapi kegiatan pemasaran pun menjadi salah satu aktifitas aktif yang selalu dijalankan disini sebagai karyawan atau barista. Aktifitas pemasaran yang sering terjadi disini adalah *updating* promo kepada pelanggan Starbucks sendiri di setiap kunjungan pembelian tiap harinya. *Updating* promo sendiri di setiap bulan (Promo tetap bulanan) bahkan setiap minggupun berbeda-beda mulai dari *Buy One Get One*, *Free Upsize*, *Buy Two Get One*, *Bundling* Produk sampai dengan Diskon 50% pembelian minuman dengan menggunakan Tumblr Starbucks.

Biasanya promo yang disediakan ini adalah promo yang diciptakan oleh Divisi Marketing yang berada di PT. Sari Coffe Indonesia yang berada Sahid Sudirman Center, Lantai 27 di Jl. Jend Sudirman. Agar menciptakan efisiensi dan efektifitas dalam *updating promo*, dan tidak keliru juga dalam penyampaian *updating* promo kepada pelanggan, Divisi Marketing Starbucks menciptakan *Website* khusus untuk *updating* promo tiap harinya. Untuk masuk

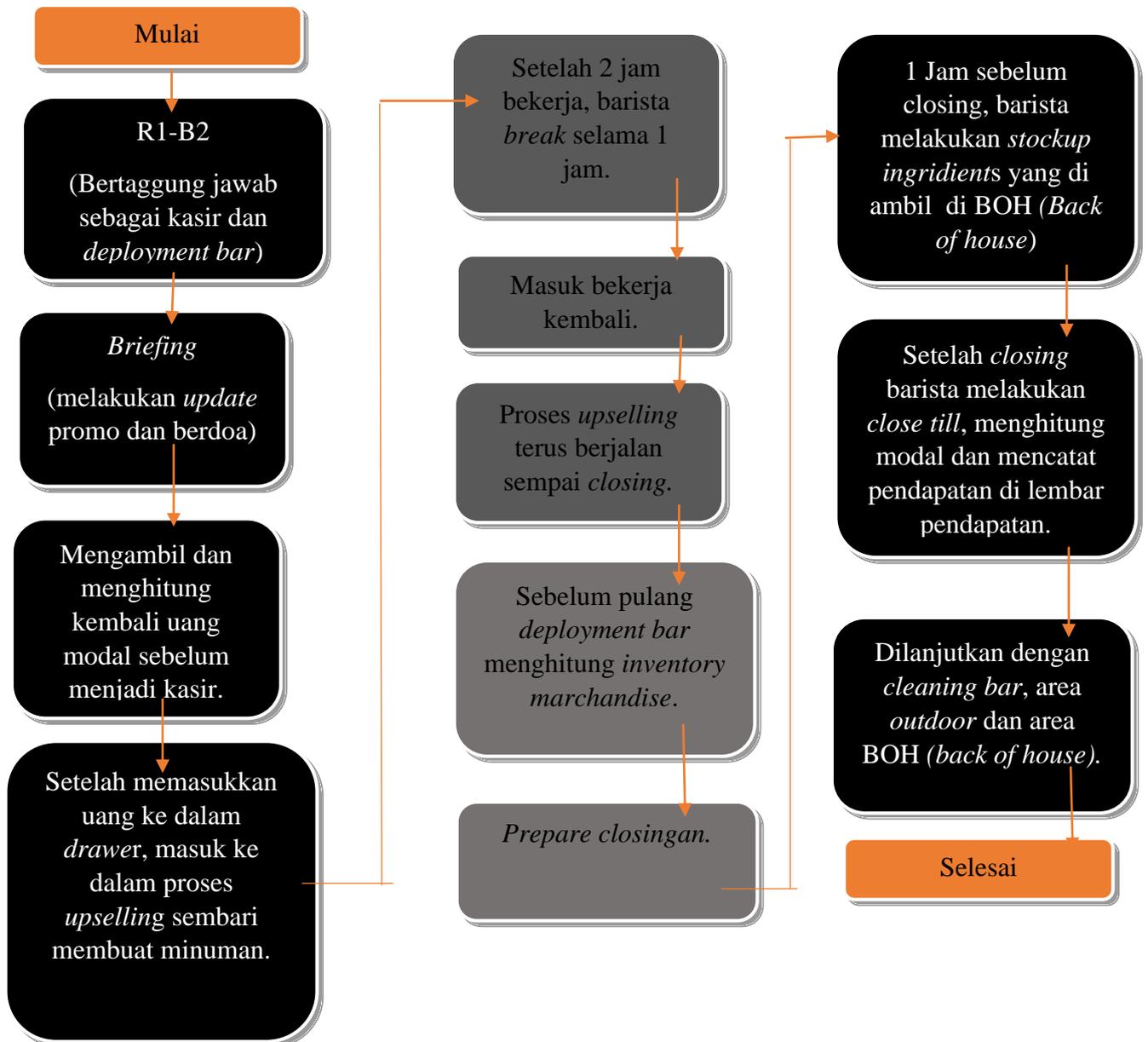
ke *Website* ini karyawan atau barista hanya perlu *Log In* menggunakan ID karyawan yang sudah terdaftar di kantor pusat.

Selain melalui Internal *Website* Starbucks, pelanggan dapat menemukan informasi promo lainnya melalui *Official Media Sosial* Starbucks di Line add dan Instagram. Hal ini tentunya sangat membantu para pelanggan untuk tidak kelewatan dengan promo-promo yang sudah disediakan. Tapi walaupun sudah di sediakan *Official Media Sosial* untuk kemudahan pelanggan untuk mendapatkan informasi promo masih ada pelanggan yang belum mengetui promo yang ada, oleh karena itu demi kelancaran *updating* promo secara langsung kepada pelanggan, karyawan atau barista 15 menit sebelum masuk ke *shift* bekerja akan di *briefing* tentang *updating* promo setiap harinya.

Semua karyawan ataupun barista dituntut harus cerdas dalam *updating* promo kepada pelanggan, karena hal in bertujuan untuk melihat seberapa jauh ketertarikan dan loyalitas setiap pelanggan terhadap produk baru yang ditawarkan atau promo yang disediakan. Salah satu faktor ketertarikan dan loyalitas ini bisa tercipta oleh *service* yang diberikan oleh karyawan dan barista itu sendiri, karena sebagai *International Company* yang bergerak di bidang F&B (*food & beverage*) Starbucks sendiri sangat menjunjung tinggi nilai kenyamanan yang harus di dapatkan oleh pelangganya.

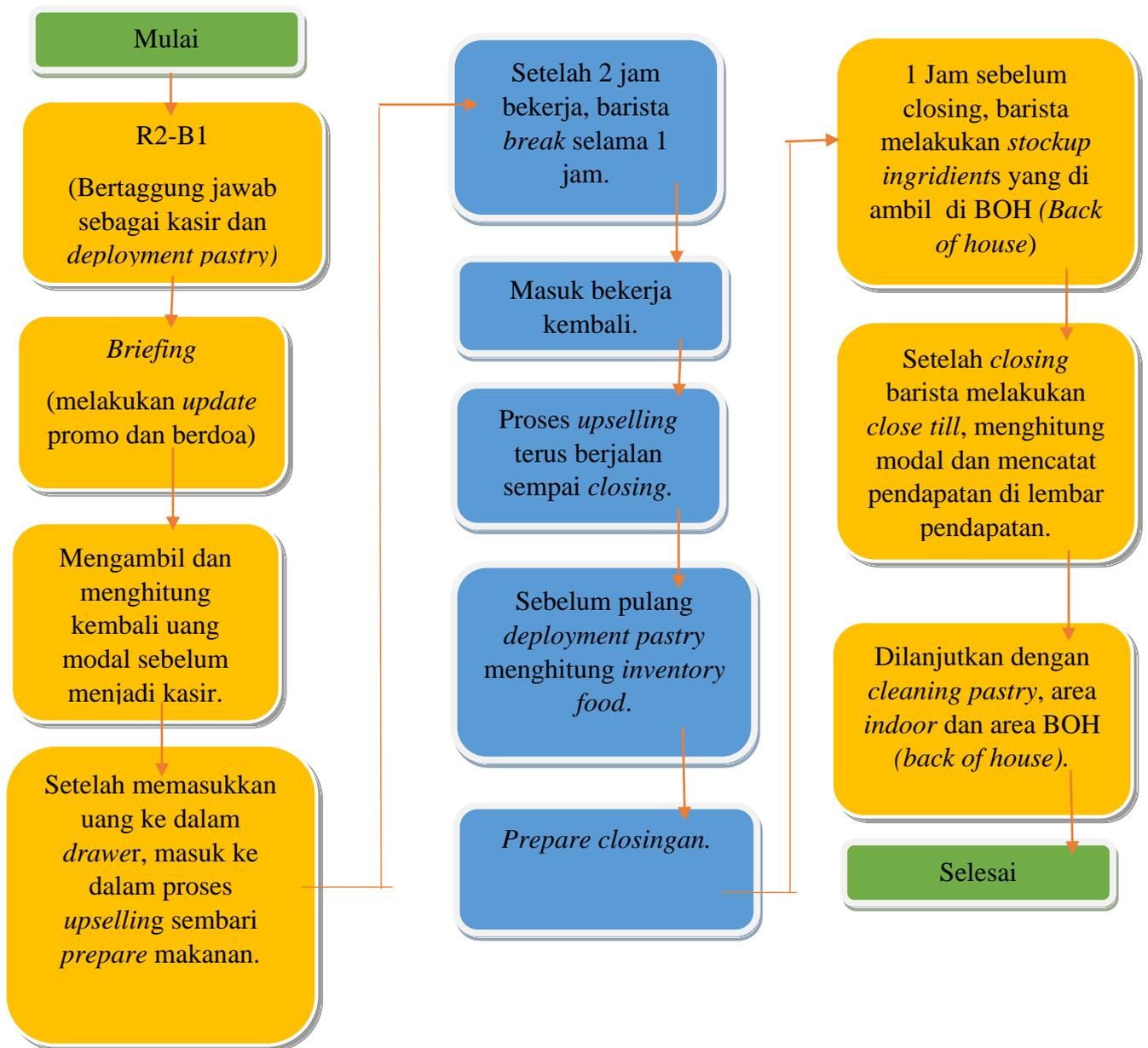
Disisi lain, biasanya Barista juga melakukan beberapa rutinitas wajib seperti *Coffee Tasting* dan *Coffee Talk*. *Coffe Tasting* sendiri merupakan rutinitas wajib yang biasanya barista lakukan untuk sharing tentang pengetahuan kopi ataupun mengenal lebih dalam tentang produk biji kopi yang dijual. Sedangkan *Coffee Talk*, adalah rutinitas yang sama juga biasa kami lakukan dengan para *customer*, untuk memperkenalkan lebih dekat lagi dengan kopi-kopi baru yang di jual.

### C. Penempatan Kerja



Gambar 3.1 Flowcart Process Jobdesk pada Starbucks

Sumber : Olahan Praktikan



Gambar 3.2 Flowcart Process Jobdesk pada Starbucks

Sumber : Olahan Praktikan

Penempatan <i>Jobdesk</i>	Keterangan
F ( <i>floater</i> )	Bertugas sebagai PIC ( <i>Person In Charge</i> ). Biasanya yang di tempatkan di bagian ini adalah <i>Store Manager</i> atau <i>Supervisor</i> . <i>Floater</i> membantu <i>take in order</i> customer terlebih dahulu sambil menunggu proses transaksi <i>customer</i> di depan <i>register</i> selesai.
B1 ( <i>Bar 1</i> )	Bertugas sebagai pembuat minum utama dan memberikan minuman tersebut langsung kepada <i>customer</i> di <i>pick up bar</i> .
B2 ( <i>Bar 2</i> )	Bertugas membantu B1 dalam membuat minuman dan menyiapkan <i>stock up ingredients</i> yang kosong.
R1 ( <i>Register 1</i> )	Bertugas bertanggung jawab untuk <i>upselling</i> produk dan mobilitas pendataan penjualan dari barista kepada PIC.
R2 ( <i>Register 2</i> )	Bertugas membantu <i>upselling</i> R1 dan mengontrol keluar masuk makanan.
CS ( <i>clean store</i> )	Bertugas bertanggung jawab terhadap kebersihan toko.



**Gambar 3.2** *Coffee Tasting dan Coffee Talk*



**Gambar 3.3** *Coffee Tasting dan Coffee Talk*



**Gambar 3.4** *Coffee Tasting dan Coffee Talk*

#### **A. Kendala Yang Dihadapi**

Selama menjalankan kegiatan PKL mahasiswa mendapat beberapa rintangan dalam menjalankan tanggung jawabnya, kendala tersebut antara lain:

- Kurangnya pemahaman mahasiswa dalam menggunakan beberapa perangkat lunak, sehingga mahasiswa perlu melakukan beberapa penyesuaian dalam mengerjakan tanggung jawab.
- Kurangnya pengetahuan mahasiswa mengenai istilah dan singkatan yang digunakan dalam pelaksanaan sistem administrasi. Hal ini menyebabkan praktikan kesulitan dalam melaksanakan tugas yang diberikan.
- Kurangnya pemberian *job desk* dan instruksi pekerjaan yang jelas untuk mahasiswa PKL, sehingga *jobdesk* masih kurang jelas untuk praktikan

#### **B. Cara Menghadapi Kendala**

Guna mengatasi kendala-kendala yang terjadi selama PKL, praktikan melakukan beberapa upaya, antara lain:

- Meminta arahan lebih pada pembimbing dalam menggunakan sistem yang digunakan.
- Meminta penjelasan lebih kepada pembimbing mengenai istilah dan singkatan-singkatan yang digunakan. Perusahaan tempat mahasiswa PKL merupakan perusahaan internasional di bidang dagang, dalam pembuatan *daily report* terdapat istilah-istilah baru yang mahasiswa tidak. Mahasiswa bertanya kepada pembimbing PKL mengenai istilah-istilah dan mencatat istilah-istilah baru yang berhubungan dengan tugas yang didapatkan mahasiswa.
- Mahasiswa lebih banyak aktif untuk bertanya mengenai perusahaan dan pekerjaan-pekerjaan yang dapat dikerjakan serta bagaimana seharusnya cara pengerjaan pekerjaan tersebut sehingga akhirnya praktikan selalu mendapat pekerjaan yang jelas.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada pengalaman yang didapat, mahasiswa menarik kesimpulan sebagai berikut:

- Mahasiswa dapat mengaplikasikan dan mengembangkan ilmu yang di dapat di perkuliahan ke dalam praktik kerja lapangan.
- Mahasiswa dapat mengetahui aktifitas pekerjaan dalam bidang *marketing* di dunia bisnis.

#### **B. Saran**

Adapun beberapa saran yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan program PKL adalah sebagai berikut:

##### **1. Saran Bagi Mahasiswa**

- a. Mahasiswa harus banyak melakukan persiapan dalam segi akademik maupun dalam segi keterampilan yang akan mendukung kegiatan pelaksanaan PKL;
- b. Mahasiswa sebaiknya memilih tempat PKL yang sesuai dengan jurusan praktikan, minat, keterampilan, dan jurusan atau keahlian yang dikuasai;
- c. Mahasiswa harus lebih bertanggung jawab lagi dalam melaksanakan pekerjaan yang diberikan oleh pembimbing pada saat melaksanakan kegiatan PKL;
- d. Mahasiswa harus cepat beradaptasi dengan baik pada lingkungan kerja.

**2. Saran Bagi Universitas Negeri Jakarta:**

- a. Universitas Negeri Jakarta agar dapat membantu para mahasiswanya dengan memberikan daftar perusahaan untuk membantu Mahasiswa mendapatkan tempat PKL yang sesuai dengan jurusannya;
- b. Universitas Negeri Jakarta agar terus menjalin kerja sama yang baik dengan instansi-instansi atau perusahaan agar pelaksanaan PKL berjalan dengan baik;
- c. Universitas Negeri Jakarta agar memberikan penyuluhan kepada para mahasiswanya mengenai Praktik Kerja Lapangan sebelum mahasiswanya dilepas ke dunia kerja, terkhusus Fakultas Ekonomi sebaiknya memberikan dosen pembimbing untuk tiap mahasiswa sebelum PKL dilaksanakan;
- d. Universitas Negeri Jakarta agar lebih komunikatif lagi dalam penyampaian berita PKL kepada mahasiswa.

**3. Saran bagi Starbucks Lotte Avenue :**

- a. Starbucks Lotte Avenue agar lebih menjalin kerja sama yang baik dengan instansi pendidikan, sehingga dapat membantu berlangsungnya praktik kerja lapangan;
- b. Starbucks Lotte Avenue dapat memberikan tugas yang sesuai dengan jurusan praktikan, sehingga praktikan dapat menggali ilmu yang telah di dapat.

## DAFTAR PUSTAKA

*Pedoman Standar Kerja*. PT. Sari Coffee Indonesia (Starbucks Coffee), 2013

<https://jogja.tribunnews.com/2014/08/20/starbuck-raih-the-1st-oci-award#:~:text=PDMA%20menganugerahi%20OCI%20Award%20kepada,informasi%20dalam%20setiap%20bisnis%20prosesnya>. (diakses pada 23 september 2020)

<https://lifepal.co.id/media/logo-starbucks/> (diakses pada 23 september 2020)

<https://en.wikipedia.org/wiki/Starbucks> (diakses pada 24 september 2020)

<https://docplayer.info/40968967-Bab-i-pendahuluan-1-1-latar-belakang-bentuk-usaha-starbucks-coffee-didirikan-pertama-kali-pada-tahun-1971-di.html> (diakses pada 24 september 2020)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Starbucks#:~:text=Kedai%20Starbucks%20pertama%20dibuka%20di,Siegl%2C%20dan%20penulis%20Gordon%20Bowker.&text=Sejak%201971%E2%80%931976%2C%20kedai%20pertama,direlokasi%20ke%201912%20Pike%20Place>. (diakses pada 2 september 2020)

<https://www.starbucks.com/about-us/company-information/starbucks-company-timeline> (diakses pada 2 september 2020)

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

		20-Jul-20	21-Jul-20	22-Jul-20	23-Jul-20	24-Jul-20	25-Jul-20	26-Jul-20	
No	MANAGEMENT TEAM	ID	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
1	ANITA	0806441	06.00 – 15.00 B1 11,00	NC /09.00	08.00 – 17.00 R2 13,00	OFF	OFF	07.00 – 16.00 B1 11,00	07.00 – 16.00 B1 11,00
2	ANGGA	1209117	AL	06.00 – 15.00 B1 11,00	06.00 – 15.00 B1 11,00	08.00 – 17.00 R2 13,00	13.00 – 22.00 B1 16,00	OFF	OFF
3	DENI	16019081	08.00 – 17.00 R2 13,00	08.00 – 17.00 R2 13,00	13.00 – 22.00 B1 16,00	13.00 – 22.00 B1 16,00	OFF	OFF	13.00 – 22.00 B1 16,00
4	ANDI	18007691	13.00 – 22.00 B1 16,00	13.00 – 22.00 B1 16,00	OFF	06.00 – 15.00 B1 11,00	08.00 – 17.00 R2 13,00	13.00 – 22.00 B1 16,00	OFF
	TOKOPEDIA						06.00 – 15.00 B1 11,00	07.00 – 16.00 R1 10,00	
<b>No FULL TIMER</b>			<b>PLEASE BE ON TIME, 15 MINUTES BEFORE SHIFTS, don't be LATE :)</b>						
1	MALONA	18002406	06.00 – 15.00 R1 10,00	13.00 – 22.00 R2 16,00	OFF	OFF	07.00 – 16.00 PC 12,00	13.00 – 22.00 R2 16,00	13.00 – 22.00 R1 14,00
2	ASMI	19000474	OFF	06.00 – 15.00 R1 10,00	06.00 – 15.00 R1 10,00	DP 01/06	06.00 – 15.00 R1 10,00	13.00 – 22.00 R1 14,00	OFF
3	TITA NUARY	20000928	13.00 – 22.00 R1 14,00	DP 25/05	13.00 – 22.00 R1 15,00	13.00 – 22.00 R2 16,00	13.00 – 22.00 R1 14,00	OFF	OFF
<b>No PART TIMER</b>			<b>HOUT CONFIRMATION = NO PAID :)</b>						
1	RAFAEL	18001850	07.00 – 16.00 PC 12,00	OFF	07.00 – 16.00 PC 12,00	07.00 – 16.00 PC 12,00	13.00 – 22.00 R2 16,00	OFF	OFF
2	REYZA	19005358	OFF	OFF	OFF	OFF	OFF	OFF	OFF
3	BERNARD	19014529	OFF	07.00 – 16.00 PC 12,00	13.00 – 22.00 R1 15,00	13.00 – 22.00 R1 15,00	OFF	OFF	07.00 – 16.00 R1 10,00
4	ERWINDIAZTAMA	20000088	13.00 – 22.00 R2 16,00	13.00 – 22.00 R2 16,00	OFF	06.00 – 15.00 R1 10,00	OFF	OFF	09.00 – 16.00 PC/R2 13,00
5	FIKRI MAULANA	20003177	11.00 – 20.00 PC 14,00	OFF	OFF	OFF	OFF	09.00 – 16.00 PC/R2 13,00	13.00 – 22.00 R2 16,00
<b>PLEASE DOING COFFEE TASTING BASED ON SCHEDULE, TAKE A PICTURE AND SEND TO GROUP IMMEDIATELY :)</b>									
<b>DRESSCODE</b>			WHITE & KHAKI		BLACK & KHAKI	WHITE & BLACK for women wear SKIRT	ALL BLACK		
<b>PHANTOM PARTNER</b>									
	ANGGI	19018399	OFF	11.00 – 20.00 PC 14,00	OFF	11.00 – 20.00 PC 14,00	11.00 – 20.00 PC 14,00	OFF	OFF
	XL AXIATA				11.00 – 20.00 PC 14,00				
	TOKOPEDIA				PC 14,00				

# READY. SET. SALE.

September Special Deals  
Up to 50% OFF\*

STARBUCKS®



\*Terms & conditions apply







*Men cerdasakan &  
Memartabatkan Bangsa*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jl. Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon: Rektor : 4893854, WR.I : 4895130, WR.II : 4893918, WR.III : 4892926, WR.IV : 4893982  
BUK : 4750930, Bag. Kepegawaian : 4890536, Bag. UHT : 4893726, Bag. BMN : 4891838  
BAKHUM : 4759081, Bag. Akademik dan kerjasama / Humas : 4898486 Bag. Kemahasiswaan  
Biro Keuangan : 4755118, Bag. Keuangan : 4892414, Bag. Akuntansi dan Pelaporan : 4755118, Bag. Perencanaan : 4755118  
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : **6010/UN39.12/KM/2020**  
Lamp. : **1 lembar**  
Hal : **Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan**

**1 Juli 2020**

Yth. **HRD STARBUCKS COFFEE LOTTE AVENUE KUNINGAN (LG)**  
**Jl. Prof. DR. Satrio No. 3-5, RT.18/RW.4, Kuningan, Kec. Setiabudi,**  
**Jakarta Selatan, 12930**

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

N a m a : **Reyza Fahrazi Lamani**  
Nomor Registrasi : 1705617021  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
No. Telp/HP : 085397390933

Untuk mengadakan Praktek Kerja Lapangan pada tanggal Juli s.d. September 2020 guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.



Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,  
dan Hubungan Masyarakat

Woro Sasmoyo, SH  
NIP. 19630403 198510 2 001

**Tembusan :**  
1. Dekan Fakultas Ekonomi  
2. Koordinator Prodi Manajemen

**Starbucks Coffee Lotte Shopping Avenue Lower Ground (LG)**

Jl. Prof Dr. Satrio Kav-3 dan 5 Karet Kuningan, Jakarta Selatan

Telp: (+62) 21 29 888 9111 Fax: (+62) 21 29 888 9121

Email: [Jaksbuxi4@starbucks.co.id](mailto:Jaksbuxi4@starbucks.co.id)



Jakarta, 16 September 2020

Nomor : 134/SBUX.A8/P/2020

Perihal : Permohonan Izin Kerja Lapangan

Kepada Yth,  
Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd.  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta

Dengan Hormat,

Berdasarkan Surat Nomor : 6010/UN39.12/KM/2020 tanggal 01 Juli 2020 Perihal Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan Mandiri kepada mahasiswa :

Nama : Reyza Fahrizi Lamani  
Nomor Registrasi : 1705617021  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Jenjang : S1

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut di atas dapat kami terima untuk melaksanakan kerja praktik di Perusahaan kami terhitung mulai tanggal 14 September 2020 s.d 13 November 2020.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id  
Laman www.fe.unj.ac.id

PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROGRAM SARJANA (S1)  
..... SKS

Nama : Reyza Fahrani Hamani  
No.Registrasi : 1703617021  
Program Studi : S1 MANAJEMEN  
Tempat Praktik : Starbucks Coffee Holke Avenue  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Prof. DR. Sahris No. 3-5, RT.10/PW 4,  
Kuningan, Kecamatan Setiabudi, SahJel.

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR	KETERANGAN		
		46-100			
1	Kehadiran	90	1. Keterangan Penilaian :		
2	Kedisiplinan	90	Skor	Nilai	Bobot
3	Sikap dan Kepribadian	90	86-100	A	4
			81-85	A-	3,7
4	Kemampuan Dasar	88	76-80	B+	3,3
			71-75	B	3,0
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	88	66-70	B-	2,7
			61-65	C+	2,3
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	88	56-60	C	2,0
			51-55	C-	1,7
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	90	46-50	D	1
			2. Alokasi Waktu Praktik :		
8	Aktivitas dan Kreativitas	90	2 sks : 90-120 jam kerja efektif		
			3 sks : 135-175 jam kerja efektif		
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	88	Nilai Rata-rata :		
			$\frac{888}{10 \text{ (sepuluh)}} = 88,8$		
10	Hasil Pekerjaan	85	Nilai Akhir :		
			89	A	
Jumlah		888	Angka bulat	huruf	

Jakarta, Jumat, 18 September 2020  
Penilai,

AYU SHafa APPRIA

Catatan :  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

**Starbucks Coffee Lotte Shopping Avenue Lower Ground (LG)**  
Jl. Prof Dr. Satrio Kav-3 dan 5 Karet Kuningan, Jakarta Selatan  
Telp: (+62) 21 29 888 911 | Fax: (+62) 21 29 888 912 |  
Email: [Jaksbuxi4@starbucks.co.id](mailto:Jaksbuxi4@starbucks.co.id)



Jakarta, 17 November 2020

Nomor : 153/SBUX.A8/P/2020  
Perihal : Penyelesaian Kerja Praktik

Kepada Yth,  
Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd.  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta

Dengan Hormat,

Berdasarkan Surat Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan, dan Hubungan Masyarakat Universitas Negeri Jakarta Nomor: **6010/UN39.12/KM/2020** kepada mahasiswa:

Nama : Reyza Fahrazi Lamani  
Nomor Registrasi : 1705617021  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Jenjang : S1

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut di atas telah melaksanakan kerja praktik di Perusahaan kami terhitung mulai tanggal 14 September 2020 s.d 13 November 2020.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,  
  
Ayu Shafa A.  
Manager Store



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id  
Laman www.fe.unj.ac.id

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : Dayu Rahmawati Hamani  
No. Registrasi : 1705017021  
Program Studi : S1. Managemen  
Tempat Praktik : Starbucks Coffee, Jattep Avenue  
Alamat Praktik/Telp : di Prof. DR. Sarri D. M.O. 3-5, R. 101/KWCI,  
Kantingun, Kecamatan Setiabudi (Jawa I)

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 06 Juli 2020	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Selasa, 07 Juli 2020	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Rabu, 08 Juli 2020	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Kamis, 09 Juli 2020	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Jumat, 10 Juli 2020	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Senin, 13 Juli 2020	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Selasa, 14 Juli 2020	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Rabu, 15 Juli 2020	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Kamis, 16 Juli 2020	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Jumat, 17 Juli 2020	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Senin, 20 Juli 2020	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Selasa, 21 Juli 2020	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Rabu, 22 Juli 2020	13. <i>[Signature]</i>	
14.	Kamis, 23 Juli 2020	14. <i>[Signature]</i>	
15.	Jumat, 24 Juli 2020	15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta, Jumat, 24 Juli 2020  
Penilai,

*[Signature]*  
AYU SHAFIA APRILIA

Catatan:



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id  
Laman www.fe.unj.ac.id

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : Reza Fahrani Hanani  
No. Registrasi : 1030101  
Program Studi : SI Manajemen  
Tempat Praktik : Starbucks Coffee Lette Avenue  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Blok D. Solus No. 3-5 RT 10/RW 4,  
Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Jakarta Selatan

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 27 Juli 2020	1. <u>[Signature]</u>	
2.	Selasa, 28 Juli 2020	2. <u>[Signature]</u>	
3.	Rabu, 29 Juli 2020	3. <u>[Signature]</u>	
4.	Kamis, 30 Juli 2020	4. <u>[Signature]</u>	
5.	Senin, 3 Agustus 2020	5. <u>[Signature]</u>	
6.	Selasa, 4 Agustus 2020	6. <u>[Signature]</u>	
7.	Rabu, 5 Agustus 2020	7. <u>[Signature]</u>	
8.	Kamis, 6 Agustus 2020	8. <u>[Signature]</u>	
9.	Jumat, 7 Agustus 2020	9. <u>[Signature]</u>	
10.	Senin, 10 Agustus 2020	10. <u>[Signature]</u>	
11.	Selasa, 11 Agustus 2020	11. <u>[Signature]</u>	
12.	Rabu, 12 Agustus 2020	12. <u>[Signature]</u>	
13.	Kamis, 13 Agustus 2020	13. <u>[Signature]</u>	
14.	Jumat, 14 Agustus 2020	14. <u>[Signature]</u>	
15.	Senin, 17 Agustus 2020	15. <u>[Signature]</u>	

Jakarta, Selasa, 18 Agustus 2020  
Penilai,

[Signature]  
ARU SHARA APRILIA



Catatan:  
Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id  
Laman www.fe.unj.ac.id

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : Reyza Edwani Laman  
No. Registrasi : 10501701  
Program Studi : SA Managemen  
Tempat Praktik : Starbucks coffee latte Avenue  
Alamat Praktik/Telp : di Prof. Dr. Saifuddin No. 3-5 RT.10/Rw 4,  
Kembangan, Kecamatan Setiabudi Jakarta

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Rabu, 19 Agustus 2020	1. <u>[Signature]</u>	
2.	Senin, 24 Agustus 2020	2. <u>[Signature]</u>	
3.	Selasa, 25 Agustus 2020	3. <u>[Signature]</u>	
4.	Rabu, 26 Agustus 2020	4. <u>[Signature]</u>	
5.	Kamis, 27 Agustus 2020	5. <u>[Signature]</u>	
6.	Jumat, 28 Agustus 2020	6. <u>[Signature]</u>	
7.	Senin, 31 Agustus 2020	7. <u>[Signature]</u>	
8.	Selasa, 01 September 2020	8. <u>[Signature]</u>	
9.	Rabu, 02 September 2020	9. <u>[Signature]</u>	
10.	Kamis, 03 September 2020	10. <u>[Signature]</u>	
11.	Jumat, 04 September 2020	11. <u>[Signature]</u>	
12.	Senin, 07 September 2020	12. <u>[Signature]</u>	
13.	Selasa, 08 September 2020	13. <u>[Signature]</u>	
14.	Rabu, 09 September 2020	14. <u>[Signature]</u>	
15.	Kamis, 10 September 2020	15. <u>[Signature]</u>	

Jakarta, Kamis 10 September 2020  
Penilai,

[Signature]  
SC14  
LOTTE SHOPPING AVENUE

AYU SHAFIA APRILYA

Catatan:  
.....



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI  
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id  
Laman www.fe.unj.ac.id

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama: Reza Achroni Humani  
No. Registrasi: 1905017011  
Program Studi: SI Manajemen  
Tempat Praktik: Starbucks Coffee Kari Avenue  
Alamat Praktik/Telp: Jl. Plo. De. Sahlo No. 3-5 RT 18/Rw 4,  
Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Jakarta

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Jumat 11 September 2020	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Sabtu 12 September 2020	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Senin 14 September 2020	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Rabu 16 September 2020	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Kamis 17 September 2020	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Jumat 18 September 2020	6. <i>[Signature]</i>	
7.		7. <i>[Signature]</i>	
8.		8. <i>[Signature]</i>	
9.		9. <i>[Signature]</i>	
10.		10. <i>[Signature]</i>	
11.		11. <i>[Signature]</i>	
12.		12. <i>[Signature]</i>	
13.		13. <i>[Signature]</i>	
14.		14. <i>[Signature]</i>	
15.		15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta, Jumat 18 September 2020  
Penilai,

*[Signature]*  
AULI SHARA AFFLIYA

Catatan:  
Format ini dapat dipertanyakan sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

