BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah Perusahaan

a. Starbucks di Indonesia

Starbucks Coffee Indonesia membuka toko pertamanya di Plaza Indonesia , 17 Mei 2002. Pada 10 April 2013, Starbucks Coffee Indonesia sekarang di 147 lokasi yang berbeda di seluruh kota-kota besar (12 kota), menghubungkan ke Indonesia satu cangkir pada suatu waktu.

Kembali ke rumah kami mencicipi, kami mengambil ini kopi yang menakjubkan dan campuran mereka dengan biji kopi dari daerah lain. Itulah cara kami membuat beberapa campuran kami yang paling terkenal, seperti Starbucks *Pike Place Roast* . Kami mencintai semua ini kopi tunggal asal dan campuran . Lebih dari itu, kami senang untuk berbagi semangat kami. Jadi setiap hari kami memiliki salah satu dari ini kopi diseduh luar biasa untuk dinikmati .

- **2002** - Starbucks membuka toko pertamanya di Plaza Indonesia, Jakarta dan unggulan pertama di Plaza Senayan, Jakarta. Toko pertama di Surabaya juga dibuka di Tunjungan Plaza 4 .

- **2003** - Starbucks membuka toko pertamanya Bandara di Indonesia di Bandara Soekarno - Hatta, Cengkareng dan toko Bali pertama di *Hard Rock* Hotel Bali.
- **2004** - Starbucks membuka toko 24 jam pertama di *Skyline Building Thamrin* . Sebagai bagian dari komitmennya untuk terus berinovasi, Starbucks memperkenalkan *WiFi* ke toko untuk pertama kalinya. Starbucks juga membuka toko pertamanya di Sumatera di *Sun Plaza* Medan dan dilakukan Persaingan *Coffee Ambassador* pertama.
- **2005** - Starbucks membuka *drive-thru* toko pertamanya di Asia Tenggara di KM 19 Cikampek.
- **2006** - Starbucks Coffee melakukan Kompetisi *Coffee Ambassador* 2 dan membuka toko di Margo *City* Depok dan Botani *Square* Bogor.
- **2007** - Starbucks membuka toko keempat di Surabaya, yang di Tunjungan Plaza 3 dan toko keempat di Bandung Mal Paris van Java Mal. Toko pertama di Yogyakarta juga dibuka di Ambarukmo Plaza. Kedua *drive-thru* layanan dibuka di KM 13,5, Serpong .
- **2008** - Pada awal Januari, Starbucks membuka toko ke-61 di *Pacific Place*.
- **2009** - Starbucks membuka di Terminal 3 - Soekarno Hatta *Airport* dan toko pertama di Balikpapan.

- **2010** - Starbucks membuka toko tersebut pada Juanda *International Airport*, Surabaya dan menambahkan satu kota lagi, yaitu Semarang. Starbucks membuka toko ke-90 nya di Sogo *Central Park*.
- **2011** - Starbucks membuka *drive-thru* toko kelima di *Rest Area* KM 97. Batam menjadi kota 9 untuk Starbucks dengan toko yang terletak di Mega Mall Batam dan kemudian diikuti dengan Makassar sebagai kota 10 dengan toko pertama berlokasi di Mall Ratu Indah. Starbucks membuka toko 100 di Universitas Indonesia dan membuka toko ke-111 pada 11-11-11 di UOB Plaza, Jakarta.
- **2012** - Starbucks memasuki kota 11 dengan pembukaan Starbucks Solo Paragon di Solo dan kemudian diikuti oleh 12 kota dengan toko pertama di Palembang yaitu di Palembang Indah Mall.

b. Starbucks di Bandung dan Cirebon

Pada wilayah Starbucks Cofee Bandung dan Cirebon toko pertamanya yaitu di Cihampelas Walk pada 3 Maret 2004. Karena semakin pesat minat dari konsumen di Indonesia khususnya di wilayah Bandung. Dengan suasana kedai kopi yang nyaman dan tenang, konsep dari Starbucks Coffee Cihampelas Walk ini mengambil tema rumah kaca, dengan memiliki ruang *dine in, smoking area, bar* dan *backroom* untuk *partners*. Selanjutnya Starbucks membuka toko-toko

lain di daerah Bandung dan Cirebon dan sampai saat ini sudah mencapai 10 toko. Namun pada tahun 2015 semua toko yang berada di Bandung sudah direnovasi untuk memenuhi standar toko Starbucks Coffee di Indonesia.

1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

a. 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:

1. Membangun nilai dasar perusahaan sebagai perusahaan yang hanya menggunakan bahan dan menghasilkan produk yang terbaik.
2. Menciptakan *image* yang cemerlang yang melekat didalam pikiran pelanggaan.
3. Membentuk Starbucks sebagai suatu *brand* yang terkenal, walaupun orang tidak mengetahui secara jelas bidang usaha yang dijalankan, tetapi masyarakat merasa familiar dengan merek starbucks.

4. 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.

b. 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 :

1. Memahami tentang masalah lingkungan hidup dan berbagi informasi dengan mitra usaha.
2. Menciptakan solusi yang inovatif dan fleksibel dalam menghadapi perubahan.

3. Bekerja keras untuk membeli, menjual dan menggunakan produk yang ramah lingkungan.
4. Memahami tanggung jawab itu sebagai hal yang penting untuk lingkungan hidup.
5. Menanamkan tanggung jawab lingkungan hidup sebagai nilai dasar perusahaan.
6. Mengukur dan memonitor kemajuan setiap proyek terhadap dampak kepada lingkungan hidup.
7. Mendorong seluruh mitra untuk ikut serta dalam memperjuangkan misinya.

6 prinsip dasar untuk mengukur kelayakan dalam pengambilan keputusan di Starbucks Coffee :

1. Melakukan usaha yang bermanfaat untuk lingkungan dan saling menghargai dan memuliakan sesama mahluk.
2. Menjadikan keaneka ragaman atau perbedaan sebagai hal yang sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan.
3. Menetapkan standar yang tinggi dalam pembelian, proses produksi dan pengiriman produknya.
4. Meningkatkan kepuasan pelanggan.
5. Memberikan kontribusi yang positif untuk masyarakat dan lingkungan hidup.

6. Menetapkan bahwa keuntungan bagi masyarakat dan lingkungan itu sebagai hal yang penting bagi keberhasilan di masa yang akan datang.

c. 5 Prinsip Dasar Starbucks *Experience*

1. Make it your own

Perusahaan mengajak semua staf untuk menganggap bahwa perusahaan ini adalah milik mereka sendiri. Dan bahwa semua yang dihasilkan adalah untuk mereka sendiri. Dan sebagai balasannya perusahaan berperan aktif untuk mendengar saran dan kritik dari staf. Setiap staf di pacu untuk ikut ambil bagian dari komunitas konsumen dan sekaligus mengerti kebutuhan setiap konsumen. Dengan menerapkan lima kiat sukses, yaitu ramah, tulus, perhatian, berwawasan, peduli.

2. Everything Matters

Berperan secara konsisten memperhatikan detail terhadap semua hal. Seperti lingkungan fisik, mutu produk, prioritas pekerjaan, pentingnya reputasi, dan bahkan kebiasaan-kebiasaan atau kebudayaan.

3. *Surprise and Delight*

Di masa ini pelanggan jauh lebih cerdas dan sulit untuk mendapatkan kepuasaan.Karena pelanggan tidak pernah puas dengan hal-hal yang semakin unik dan luar biasa.Meski sedikit menyalahi kebiasaan, pemimpin sadar bahwa pelanggan yang puas sekalipun ingin membeli sesuatu yang menawarkan kesenangan, keceriaan dan kegembiraan.

4. *Embrace Resistance*

Seseorang hanya bisa mengambil manfaat dari pujian ketika dia menghargai kritik. "Ketika mendapat masukan dari pelanggan", ketahuilah bahwa itu adalah kesempatan *outlet* untuk memperkuat hubungan antara *outlet* dengan pelanggan. Berterimakasihlah atas usaha pelanggan itu, dan hargai kekecewaan mereka, karena dari itulah anda akan mampu membangun *outlet* yang lebih baik dan mendapatkan pelanggan yang setia karena ikut memberi masukan agar *outlet* menjadi lebih baik.

5. *Leave Your Mark*

Setiap hal di dunia ini meninggalkan warisan ataupun bekas, yang membedakan adalah "apakah itu hal yang positif, atau tidak".

Komitmen perusahaan terhadap kepedulian sosial, dan komitmen perusahaan untuk kesejahteraan staf adalah warisan yang sangat besar, dan akan selalu berbekas didalam setiap "*personal*" yang bersinggungan langsung dengannya.

1.1.2 Logo dan Arti Perusahaan

Schultz sebelumnya meninggalkan Starbucks pada tahun 1985 untuk mengejar visinya tentang gaya Eropa *espresso cafe* ketika ia memulai *the II Giornale coffee house*. *The II Giornale* logo mencerminkan tema yang cepat dengan kepala Merkurius yaitu utusan dewa saat derasnya tentang mitologi Romawi di pusat kota. Setelah pembelian Starbucks pada tahun 1987 maka logo Starbucks dibersihkan sedikit dan sedikit lebih cocok dengan citra perusahaan yang baru. Payudara telanjang yang ditutupi oleh putri duyung dengan rambut yang terurai, meskipun pusarnya masih terlihat. Dan skema warna berubah dari warna coklat kopi di logo yang asli ke warna hijau akrab didirikan oleh *Giornale logo II*. Teks dalam band melingkar mengelilingi diubah menjadi "Starbucks Coffee".

Logo Starbucks Kedua Tahun 1987-1992 sebuah revisi ketiga dari logo Starbucks pada tahun 1992 terdapat gambar putri duyung dengan tampilan *close-up* dan pusarnya tidak lagi terlihat. Ekor putri

duyung di kedua sisi yang sebagian besar tertutup menciptakan beberapa misteri dan pertanyaan bagi mereka yang tidak akrab dengan logo sebelumnya.

Logo pertama langsung menimbulkan kontroversi karena adanya gambar putri duyung telanjang yang jelas-jelas tampak payudaranya itu, sehingga mau tak mau, logo itu harus direvisi. Akhirnya, pada tampilan logo kedua, rambut *Syren* sedikit diturunkan untuk menutupi dadanya. Tapi ternyata itu masih belum cukup, kali ini pose *Syren* dianggap tidak pantas dan kembali mengundang kontroversi. Akhirnya pada pembuatan logo ketiga, pihak desainer memodivikasinya kembali dengan menurunkankan posisi gambar *Syren*, sehingga yang tampak hanya wajah dan sedikit badannya. Logo modifikasi inilah yang sampai sekarang digunakan sebagai Logo Starbucks (gambar pertama). Putri duyung *Syren* yang menyambut siapa saja dengan senyuman memikatnya.

Dalam Mitologi Yunani sendiri, *Syren* atau "Seirenes'' (bahasa Yunani: Σειρῆνας) adalah makhluk legendaris, termasuk kaum *Naiad* (salah satu kaum nimfa yang hidup di air) yang hidup di lautan. Mereka tinggal di sebuah pulau yang bernama *Syrenum Scopuli*, atau menurut beberapa tradisi berbeda mereka tinggal di tanjung Pelorum, pulau Anthemusa, pulau Syrenusian dekat Paistum, atau di Capreae,

yang mana semuanya adalah tempat-tempat yang dikelilingi oleh batu karang dan tebing. Mereka mempunyai suara yang sangat merdu, mereka sering menyanyikan lagu-lagu memikat hati yang membuat para pelayar yang mendengarnya menjadi terbuai sehingga kapal mereka menabrak karang dan tenggelam.

Kemerduan suara *Syren* ini diceritakan dalam kisah Odisseia. Suatu ketika, saat Odisseus harus melewati pantai berkarang yang dihuni oleh para *Syren*, ia menyuruh semu awak kapalnya untuk menyumbat telinga mereka dengan lilin agar tidak mendengar suara para Syren yang menghanyutkan hati. Ia sendiri ingin agar dirinya diikat pada tiang dengan tidak menyumbat telinga karena penasaran seperti apa nyanyian para *Syren* tersebut.

Ketika ia mendengar suara merdu para *Syren*, ia memberontak dan menyuruh awak kapalnya agar melepaskan tali yang mengikat dirinya di tiang kapal. Para awak kapalnya menolak. Ketika kapal mereka sudah jauh dari *Syren*, Odisseus berhenti memberontak dan menjadi tenang, setelah itu dibebaskan.

Kisah pertemuan dengan para *Syren* juga diceritakan dalam petualangan Iason, Argonautika. Kheiron memperingatkan Iason bahwa Orfeus kelak akan sangat berguna dalam perjalanannya. Ketika Iason dan kapalnya melewati pantai berkarang yang menjadi habitat para *Syren*, Orfeus mendengar suara mereka yang merdu. Lalu ia

memainkan harpa dengan nyanyian yang lebih merdu daripada nyanyian para Syren. Karena merasa kalah, para Syren menceburkan diri ke laut.

Syren, mereka adalah para putri Akhelous (dengan Terpsikhore, Melpomene, atau Sterope) atau Porkhis. Menurut sumber, seperti Hmeros, jumlah mereka berkisar antara dua atau lima. Namun setelah beberapa sumber dikumpulkan, dinyatakan bahwa jumlah mereka ada sembilan. Nama-nama individual mereka adalah:

1. Aglaofonos atau Aglaope
2. Leukosia
3. Ligeia
4. Molpe
5. Parthenope
6. Pisinoe atau Peisinoë
7. Raidne
8. Teles
9. Thelksiepiea

(Menurut beberapa versi, mereka adalah teman bermain Persefone semasa kecil)

Perusahaan yang didirikan oleh Jerry Baldwin, Zev siegel dan Gordon Bowker itu memang memiliki banyak daya tarik. Dan Salah satu daya tarik itu berasal dari Logonya.

Logo Starbucks berasal dari *Syren*, ikan duyung berekor kembar dari mitologi Yunani. Logo ini sendiri dipilih karena nama Starbucks berasal dari cerita Kapten Ahab, yang berpetualang di lautan lepas sehingga pemilihan *Syren* ini dirasa tepat dan ada keterkaitan. Logo starbucks yang memperlihatkan sebuah brand hijau dengan dua bintang dan dan memperlihatkan duyung syren yang yang memakai tiara atau mahkota. Hal ini agak kontroversial namun menarik dan mudah diingat untuk dikenal di seluruh dunia.

Gambar 1.1 Syren, duyung yang digunakan pada logo Starbucks.



Sumber : Arsip Penulis, 2015

Logo yang di desain awal oleh Terry Heckled ini lama-kelaman mengundang kecaman, apa pasal. Tentu saja karna ada gambar putri duyung telanjang yang jelas-jelas tampak payudaranya

itu, sehingga mau tak mau, logo itu harus direvisi. Akhirnya, rambut syren sedikit diturunkan untuk menutupi dadanya. Tapi itu masih belum cukup, ternyata masih ada tantangan baru, kali ini pose syren yang mengundang kontroversi. Pihak desainer memodivikasi kembali dengan menurunkankan posisi gambar *Syren*, sehingga yang tampak hanya wajah dan sedikit badan dari *Syren*. Logo modifikasi inilah yang sampai sekarang digunakan sebagai Logo Starbucks.

Gambar 1.2 Logo Starbucks 1971-1987



Sumber : Arsip Penulis, 2015

Gambar 1.3 Logo Starbucks 1987-2011



Sumber : Arsip Penulis, 2015

Gambar 1.4 Logo Starbucks 2011-sekarang.



Sumber : Arsip Penulis, 2015

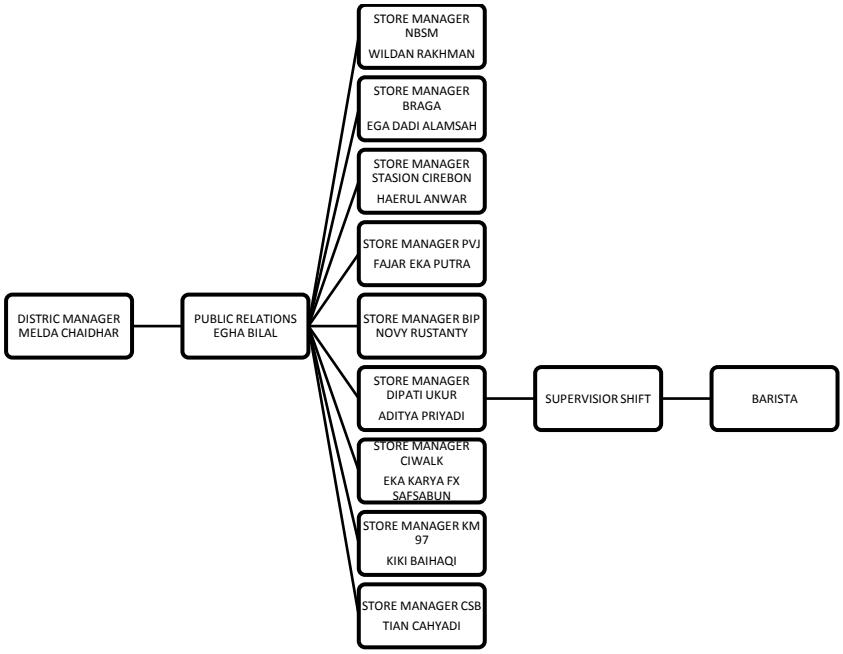
1.2 Sejarah Divisi Starbucks Coffee Wilayah Bandung dan Cirebon

Starbucks Coffee mempunyai beberapa toko di seluruh di Indonesia, dan setiap toko mempunyai pembagian wilayahnya masing-masing. Begitupun wilayah divisi Bandung dan Cirebon yang mempunyai 10 toko di daerah Bandung dan Cirebon. Seperti KM 97, Trans Studio Mall, Paris Van Java, Cihampelas Walk, Bandung Indah Plaza, Braga City Walk, Husein International Airport, Cirebon Super Block, dan Cirebon Station. Dan toko di yang telah dibuka pada 21 oktober 2015 kemarin adalah Dipati Ukur.

Setiap toko mempunyai *Store Manager, Supervisior Shift* dan Barista yang bekerja langsung dalam divisi toko tersebut. Untuk melaksanakan kegiatan dan penjualan dengan target yang ditentukan oleh *Distric Manager.*

1.3 Struktur Organisasi

Gambar 1.5 Struktur Organisasi Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon.



Pada struktur organisasi yang berada di wilayah 11 Bandung dan Cirebon *Distric Manager* yang memimpin Wilayah (*Distric*) untuk Wilayah 11 di kelola oleh Melda Chaidhar dengan mengawasi jalannya pekerjaan yang berada di wilayah 11, mempunyai 10 toko Starbucks Coffee yang berada di daerah Bandung dan Cirebon antara lain, Paris Van Java, Bandung Indah Plaza, Cihampelas Walk, Braga City Walk, KM 97 Cipularang, New Bandung Super Mall, Husein Sastranegara International Airport, Dipati Ukur, Cirebon Super Block,

dan Cirebon Stasion. Di setiap toko mempunyai *Store Manager*, *Supervisior Shift* dan beberapa Barista. Setiap toko mempunyai karyawan atau Barista sesuai dengan kebutuhan toko, yang diantaranya karyawan *Full time* dan *Part time*.

1.3.1 Struktur Perusahaan

Struktur Organisasi yang dikembangkan oleh Starbucks Company merupakan metode langkah fokus untuk mengawasi kinerja subordinat yang membawahi lingkup operasi bisnis Starbucks di wilayah tertentu. Para Eksekutif Starbucks mengawasi jalannya perusahaan pada kedudukan perusahaanya yakni di Seattle, Washington, USA. Pada lingkup negeri mereka yaitu AS, maka para *District Manager* mereka yang bertanggung jawab menjalankan dan mengawasi kinerja setiap *outlet* regional di wilayah AS dan melaporkan langsung pada kantor pusat. Pada setiap *outlet* kopi Starbucks.

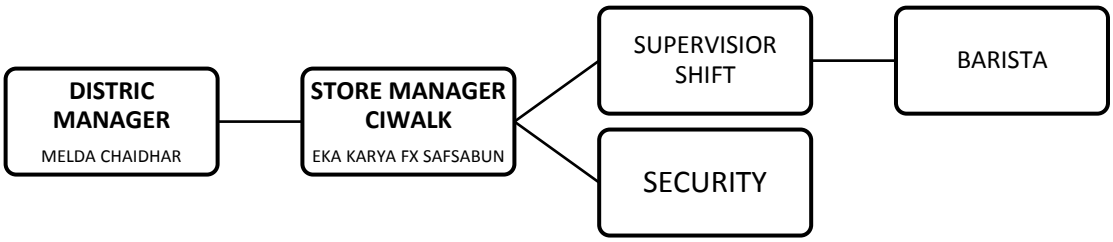
Gambar 1.6 Struktur Organisasi Starbucks Coffee Company Seattle, Washington, USA.



1.3.2 Struktur Divisi

Berikut ini merupakan Struktur Organisasi Divisi Starbucks Coffee Cihampelas Walk Bandung :

Gambar 1.7 Struktur Organisasi Divisi Starbucks Coffee Cihampelas Walk Bandung



1.4 Job Description

1. District Manager

1. Memimpin dan mengkoordinasikan anggota Starbucks Coffee Wilayah 11 dalam melaksanakan pengurusan perusahaan untuk kepentingan dan tujuan perusahaan, meliputi :
   a. Menetapkan kebijakan *(Policy),* arah *(Direction),* dan strategi (Strategi) perusahaan.
   b. Memantau kinerja karyawan setiap harinya, dengan mendapatkan *daily report* dari supervisior shift yang incharge.

c. Melakukan rapat *District Meeting* di setiap bulan dengan *Store Manager* Wilayah 11 mengenai laporan toko masing-masing selama sebulan.

d. Meginformasikan mengenai kegiatan tiap harinya ataupun mingguan.

2. Merekrut karyawan baru
3. Menginformasikan hal-hal yang menjadi kebutuhan took

2. Store Manager

1. Mengelola toko yang menjadi tanggung jawabnya.
2. Mengelola cost toko setiap bulannya.
3. Memberikan informasi kepada *partners* mengenai kegiatan Starbucks Coffee.

3. Supervisior Shift

1. Membuat *daily report* setiap harinya.
2. Berkomunikasi dengan *partners*.
3. Membantu *partners* dalam setiap *shift*.
4. Bertanggung jawab setiap *shift* untuk setiap hari.
5. Menginformasikan mengenai kegiatan dan promo kepada *partners*.

4. 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 Coffee kepada *Customer*.
4. Membersihkan dan mengelola semua hal yang ada di toko.

5. Security

1. Menjaga ketertiban toko
2. Menjaga barang yang di pajang di dalam toko
3. Mengawasi dan membantu jalnnya operasional toko

1.5 Sarana dan Prasarana Praktek Kerja Lapangan

Sarana dan prasarana dalam suatu perusahaan atau institusi berfungsi sebagai alat penunjang maksud dan tujuan dari perusahaan atau institusi itu sendri. Begitu pula di Starbucks Coffee Cihampelas Walk Bandung sarana dan prasarana berfungsi sebagai alat penunjang proses upaya dalam pelayanan publik.

1.5.1 Sarana

Sarana merupakan alat penunjang dalam perusahaan atau instansi. Dalam hal ini, Starbucks Coffee Cihampelas Walk Bandung memiliki sarana-sarana berikut ini.

Tabel 1.1

Sarana di *Backroom* (Ruangan Karyawan)

No.	Sarana	Jumlah
1.	Internet Akses *WiFi*	2
2.	*PC Server*	2
3.	Komputer Admin	1
4.	CCTV Backroom	1
5.	Lemari Kerja Manager	1
6.	*Printer*	1

7.	*Finger Print*	1
8.	*Music Player*	1
9.	AC	2
10.	Brankas	1
11.	Kotak P3K	1
12.	*Ice Machine*	1
13.	*Sink Backroom*	2
14.	*Wastafel Backroom*	1
15.	*Chiller Backroom*	1
16.	*Dishwash Machine*	1
17.	Papan Pengumuman	1

18.	Loker Karyawan	1

Tabel 1.2

Sarana di *Bar Blended*

No.	Sarana	Jumlah
1.	*Blended Machine*	2
2.	Mastrena (Mesin Kopi)	1
3.	*Pastry Case*	1
4.	POS (Komputer Kasir)	2
5.	*Barcode Scanner*	2

6.	Pemanas Makanan (NGO)	1
7.	Columbia Shuttle	1
8.	*Coffee Grinder*	1
9.	*Chiller Bar*	3
10.	*Wastafel Bar*	3
11.	*Ice Bin*	2

Tabel 1.3

Sarana di *Dine In* dan *Smoking Area*

No.	Sarana	Jumlah
1.	Meja	42
2.	Kursi	80
3.	Sofa	24

4.	Tempat Sampah	3
5.	*Condiment Bar*	1
6.	*Merchandise Bay*	3
7.	Tablet *for Registrasi* Starbucks Card	1
8.	AC	7
9.	CCTV	7

1.5.2 Prasarana

Prasarana adalah hal yang paling penting dalam membangun perusahaan atau instansi. Dalam hal ini, Starbucks Coffee Cihampelas Walk Bandung memiliki *store* yang terletak di Jalan Cihampelas, Cihampelas Walk *Ground Floor* No. 160 Bandung.

Tabel 1.4

Prasarana di Starbucks Coffee Cihampelas Walk Bandung

No.	Prasarana	Jumlah
1.	Backroom (2m x 6m)	1
2.	Dine In (10m x 14m)	1
3.	Smoking Area (3m x 10m)	1

1.6 Lokasi dan Waktu Praktek Kerja Lapangan

Lokasi praktek kerja lapangan merupakan lokasi dimana tempat melakukan praktek kerja lapangan. Dan waktu praktek kerja lapangan merupakan jangka waktu melakukan praktek kerja lapangan.

1.6.1 Lokasi

Praktek Kerja Lapangan ini dilaksanakan di Starbucks Coffee Cihampelas Walk Bandung.

- Nama Perusahaan : Starbucks Coffee
- Alamat : Jalan Cihampelas, Cihampelas Walk *Ground Floor* No. 160 Bandung.
- Telepon : 022 - 2061102
- *E-mail* : bdgsbuxsc41@starbucks.co.id

1.6.2 Waktu

Waktu pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan dilakukan selama 30 hari, yaitu mulai tanggal 20 Juli 2015 sampai dengan 31 Agustus 2015, Bekerja di Divisi *Public Relations* dan Barista di Starbucks Coffee Cihampelas Walk Wilayah 11 Bandung dan Cirebon, untuk jadwal dan waktu ditentukan oleh Pembimbing PKL.