BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan yang telah berlangsung di Starbucks Coffee Cihampelas Walk Wilayah 11 Bandung dan Cirebon, pada Divisi *Public Relations* dan Barista, selama 30 hari masa kerja, terhitung sejak tanggal 20 Juli – 31 Agustus 2015. Dengan *time schedule* kegiatan yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.1

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

No	Hari / Tanggal	Aktivitas	Keterangan	
			Rutin	Insidentil
1	Senin, 20 Juli 2015 08.00 – 17.00	1. Perkenalan *Partners* √ 2. Membuat ID *Partners* untuk *Finger Print* √ 3. Pengenalan alat dan mesin yang di gunakan √		

		4. Pengenalan resep minuman 5. Istirahat 6. Pengenalan cara pembersihan dalam *store* 7. Persiapan pulang	 √ √	√ √
2	Selasa, 21 Juli 2015 08.00 – 17.00	1. *Finger Print* untuk absensi 2. *Briefing* 3. Mempersiapkan peralatan di *Bar* 4. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi *House Blend* 5. Istirahat 6. Cara membuat minuman 7. Persiapan pulang	√ √ √ √ √ √	
3	Jumat, 24 Juli 2015 11.00 – 20.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing*	√ √	

		3. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi Sumatra 4. Istirahat 5. Cara memanaskan makanan 6. Membersihkan area *store* 7. Persiapan pulang	√ √ √ √	√
4	Sabtu, 25 Juli 2015 10.00 – 19.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* 3. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi Veranda 4. Membuat minuman 5. Istirahat 6. Membuat *base* 7. Persiapan pulang	√ √ √ √ √ √	

5	Minggu, 26 Juli 2015 15.00 – 24.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* 3. Membuka Kasir (Menghitung uang) 4. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi *Blue* Batak 5. Istirahat 6. Membuat minuman *7.* Melakukan *Close till* 8. Persiapan pulang	√ √ √ √ √ √ √ √	
6	Selasa, 28 Juli 2015 12.00 – 21.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* 3. Membuka Kasir (Menghitung uang) 4. Melakukan	√ √ √	

		Coffee Tasting, kopi Kenya 5. Istirahat *6.* Melakukan *Coffee Talk* ke *Customer* 7. Memanaskan makanan *8.* Melakukan *Close Till* 9. Persiapan pulang	√ √ √ √ √ √	
7	Rabu, 29 Juli 2015 12.00 – 21.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* 3. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi *Anniversary Blend* 4. Membuat minuman 5. Istirahat 6. Membersihkan	√ √ √ √ √ √	

		area *store* 7. Memanaskan makanan 8. Persiapan pulang	√ √	
8	Jumat, 31 Juli 2015 10.00 - selesai	Mengikuti kegiatan *Staff Day*, hari pertama di Wahana Kawasan Terpadu Trans Studio Bandung	√	
9	Sabtu, 1 Agustus 2015 17.00 – 02.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* 3. Membuka Kasir (Menghitung uang) 4. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi Guatemala Antigua 5. Istirahat	√ √ √ √ √	

		6. Melakukan *Close till* 7. Membersihkan area Bar 8. Persiapan pulang	√ √	
10	Minggu, 2 Agustus 2015 15.00 – 24.00	1. *Finger Print* untuk absensi 2. *Briefing* 3. Membuka Kasir (Menghitung uang) 4. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi Guatemala Casi Cielo 5. Istirahat 6. Melakukan *Close Till* 7. Membersihkan area *Pastry* 8. Persiapan Pulang	√ √ √ √ √ √ √	
11		1. Mengikuti *Coffee Master Class* Di		

	Rabu, 5 Agustus 2015 10.00 - selesai	Starbucks Coffee Trans Studio Mall 2. *Coffee Tasting* dengan kopi *Blue* Batak, Sumatra dan Verona 3. Pemberian materi oleh Fasilitator	√ √ √	
12	Kamis, 6 Agustus 2015 15.00 – 24.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* 3. Membuka Kasir (Menghitung uang) 4. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi Verona 5. Istirahat *6.* Melakukan *Close Till* 7. Membersihkan area Bar	√ √ √ √ √ √ √	

		8. Persiapan Pulang	√	
13	Jumat, 7 Agustus 2015 15.00 – 24.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* 3. Membuka Kasir (Menghitung uang) 4. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi *House Blend* 5. Istirahat *6.* Melakukan *Close Till* *7.* Membersihkan area *Pastry* 8. Persiapan Pulang	√ √ √ √ √ √ √	
14	Minggu, 9 Agustus 2015 08.00 – 17.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* 3. Membuka Kasir (Menghitung uang) *4.* Melakukan	√ √ √	

		Coffee Tasting, kopi *Italian Roast* 5. Istirahat *6.* Melakukan *weekly cleaning* 7. Persiapan pulang	√ √ √ √	
15	Senin, 10 Agustus 2015 14.00 - selesai	Mengikuti *Store Meeting* bersama *partners* Starbucks Coffee Cihampelas Walk di Kedai Nyonya Rumah	√	
16	Selasa, 11 Agustus 2015 08.00 – 17.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* 3. Membuka Kasir (Menghitung uang) *4.* Melakukan *Coffee Tasting*, kopi *Espresso*	√ √ √ √	

		Roast 5. Istirahat 6. Melakukan *weekly cleaning* 7. Persiapan pulang	√ √ √	
17	Kamis, 13 Agustus 2015 12.00 – 21.00	*1.* Presentasi *Coffee Master* dengan mempresentasikan Kopi Sumatra dengan *pairing Butter Croissant* didepan *Distric Manager, Public Relations, Distric Coffee Master,* dan *Coffee Ambassador* 2. Membuka IMAP	√ √	
18		1. *Finger Print* untuk absensi	√	

	Jumat, 14 Agustus 2015 15.00 – 24.00	2. *Briefing* 3. Membuka Kasir (Menghitung uang) 4. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi Kati-Kati *Blend* 5. Istirahat 6. Membuat minuman *7.* Melakukan *Close Till* 8. Membersihkan area Bar 9. Persiapan pulang	√ √ √ √ √ √ √	
19	Sabtu, 15 Agustus 2015 17.00 – 02.00	1. *Finger Print* untuk absensi 2. *Briefing* 3. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi Ethiopia	√ √ √	

		Konga 4. Istirahat 5. Membuat minuman 6. Membersihkan area *store* 7. Persiapan pulang	√ √ √	
20	Senin, 17 Agutus 2015 08.00 – 17.00	1. *Finger Print* untuk absensi 2. *Briefing* 3. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi *Italian Roast* 4. Istirahat 5. Memanaskan makanan *6.* Membersihkan area *store* 7. Persiapan pulang	√ √ √ √ √ √	
21	Selasa, 18 Agustus 2015 11.00 – 20.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing*	√ √	

		3. Membuka Kasir (Menghitung uang) 4. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi Verona 5. Istirahat 6. Memanaskan makanan *7.* Melakukan *Close Till* 8. Persiapan pulang	√ √ √ √ √	
22	Kamis, 20 Agustus 2015 11.00 – 20.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* 3. Membuka IMAP 4. Membuka Kasir (Menghitung uang) 5. Melakukan *Coffee Tasting*, kopi Komodo *Dragon Blend*	√ √ √ √ √	

		6. Istirahat 7. Dokumentasi *Distric Meeting* 8. Membuat Minuman 9. Persiapan Pulang	 √ √	√
23	Jumat, 20 Agustus 2015 15.00 – 24.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* 3. Melakukan *Coffee Tasting*, yaitu kopi Autumn Blend 4. Membersihkan *store* 5. Istirahat 6. Membuat Minuman 7. Persiapan pulang	√ √ √ √ √ √	
24	Minggu, 22 Agustus 2015 06.00 – 09.00	1. Mengikuti kegiatan *CSR* DI Taman Film	√	

		2. *Briefing* sebelum melakukan kegiatan *CSR* 3. Mengambil sampah di sekitar Taman Film dan dikumpulkan di satu titik	√ √	
25	Senin, 23 Agustus 2015 11.00 – 20.00	1. Membantu *Public Relations* mempersiapkan Kegiatan *Coffee Master Gathering* 2. Mengikuti *Coffee Master Gathering* di Starbucks Coffee Cihampelas Walk	√ √	
26	Rabu, 25 Agustus 2015 12.00 – 21.00	Membantu *Public Relations* mendata Walk *Interview* yag	√	

		dilakukan di Starbucks Coffee Braga City Walk		
27	Kamis, 27 Agustus 2015 13.00 – 22.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* *3.* Melakukan *Coffee Tasting*, yaitu kopi *Italian Roast* 4. Istirahat 5. Membuat minuman *6.* Melakukan *Coffee Talk* ke *Customers* 7. Persiapan pulang	√ √ √ √ √ √ √	
28	Jumat, 28 Agustus 2015 15.00 – 24.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* 3. Membuka Kasir (Menghitung uang)	√ √ √	

		4. Melakukan *Coffee Tasting*, yaitu kopi *Breakfast Blend* 5. Istirahat 6. Memanaskan makanan *7.* Melakukan *Close Till* 8. Membersihkan area *Pastry* 9. Persiapan pulang	√ √ √ √ √ √ √	
29	Minggu, 30 Agustus 2015 06.00 – 09.00	Mengikuti kegiatan *CSR* '*Global Month Service*' di *Car Free Day* (CFD) Dago depan Starbucks Coffee Bandung Indah Plaza (BIP)	√	
30	Senin, 31 Agustus 2015 10.00 – 19.00	1. *Finger Print* untuk absensi *2. Briefing* 3. Membuka Kasir	√ √	

		(Menghitung uang) 4. *Conduct Coffee Tasting*, kopi Sumatra 5. Istirahat 6. Membuat minuman 7. Menghitung barang di *Merchandise Bay* untuk PI (*Physical Inventory*) 8. Persiapan pulang 9. Berpamitan dengan partners	√ √ √ √ √ √	√

2.1.1 Deskripsi Kegiatan Rutin

Kegiatan Rutin adalah kegiatan/sebuah aktivitas yang penulis lakukan secara berkala, prosedur yang teratur dan tidak berubah-ubah. Kegiatan Rutin yang terjadi pada saat penulis

melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) diantaranya adalah dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2.2

Tabel Kegiatan Rutin

No	Kegiatan Rutin
1	*Finger Print*
2	*Briefing*
3	Mengisi DRNB (*Daily Roaster Note Book*)
4	*Communication Board*
5	Kegiatan *CSR* (*Community Social Responbility*)
6	WeeCom (*Weekly Communication*) di *Website* IMAP
7	PI (*Physical Inventory*)
8	*Coffee Tasting* dengan *Partners*
9	*Coffee Talk* dengan *Customers*
10	*Open Forum* Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon

1. Finger Print

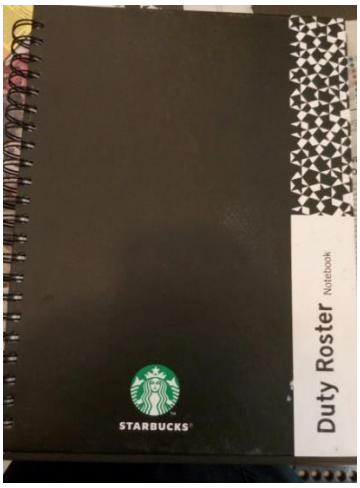
Finger Print adalah kegiatan rutin yang dilakukan oleh *partners* atau mahasiswa Praktek Kerja Lapangan (PKL) untuk absensi setiap harinya, menggunakan jari tangan telunjuk atau

jempol yang sebelumnya sudah terdaftar dengan nomor ID barista. Dan akan ter-*record* untuk dokumen perusahaan.

2. *Briefing* dan *Coffee Tasting*

Briefing merupakan kegiatan yang harus dilakukan saat sebelum dan sesudah melakukan *daily shift*, untuk informasi mengenai promo dan mengupdate *communication board* seperti *Sales, AT, ADT* dan *UPT*. Kegiatan *coffee tasting* ini merupakan kegiatan rutin dilakukan oleh *partners* sebelum melakukan pekerjaan, bertujuan untuk memberi semangat kepada *partners* dan *sharing knowledge* mengenai kopi yang dibuat. Dan memperdalam untuk calon *Coffee Master*, kegiatan ini juga diwajibkan setiap hari rutin dilakukan.

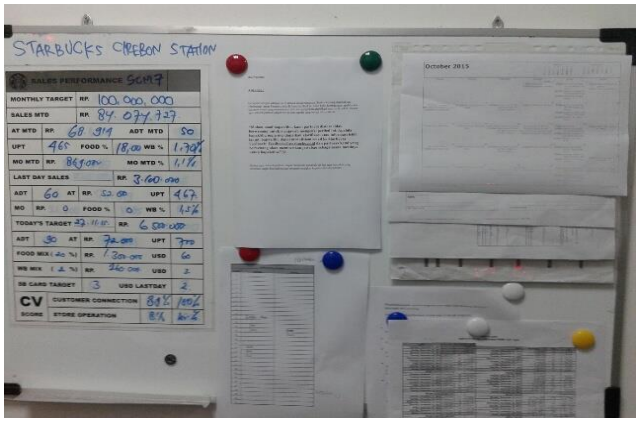
3. Mengisi *DRNB* (*Daily Roaster Note Book*)



Gambar 2.1. Sumber : Arsip Penulis, 2015

Dalam buku DRNB ini, *partners* wajib mengisi dan mengecek setiap harinya. Untuk melihat *list* kerja dan menceklis pekerjaan yang sudah dikerjakan.

4. Communication Board



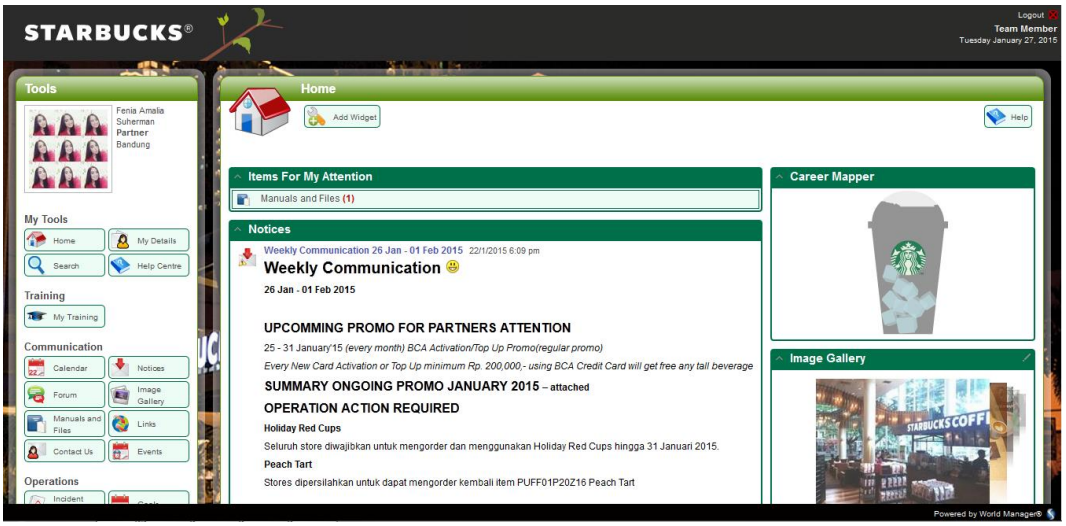
Gambar 2.2. Sumber : Arsip Penulis, 2015

Dalam *Communication Board* ini banyak informasi tertulis yang disampaikan oleh *Store Manager* maupun *Supervisior* kepada Barista. Maupun Barista yang menulis informasi, Seperti Sales, AT (*Average Transaction*), ADT (*Average Daily Transaction*), UPT (*Unit Per Thousand*) terupdate, kegiatan yang akan dilaksanakan, *Schedule* ataupun motivasi yang tertulis untuk *partners* agar semangat dalam bekerja.

5. Kegiatan *CSR (Coorporte Social Responsibility)*

CSR (*Coorporate Social Responsibility*) yang dilakukan oleh Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon biasanya dilakukan satu minggu sekali, untuk mencapai target 2200 jam pada tahun 2015 yang sudah ditentukan oleh pusat. Selain itu, untuk meningkatkan citra perusahaan. Untuk wilayah Bandung setiap minggu pagi melakukan kegiatan ini di *Car Free Day* Dago di depan Starbucks Coffee BIP, Taman Lansia, Taman Film dan Panti Asuhan untuk acara Charity '*HOPE*'. *Partners* yang mengikuti kegiatan ini membagikan *ground coffee* untuk dimanfaatkan sebagai pupuk tumbuhan, memberikan minuman kopi gratis, senam pagi dengan masyarakat, membagikan sayuran kangkung, mengambil sampah dan *sharing* mengenai *go-green* kepada *partners* yang mengikuti kegiatan *CSR.*

6. *WeeCom* (*Weekly Communication*) di *Website* IMAP



Gambar 2.3. Sumber : Arsip Penulis, 2015

Barista diberikan *username* dan *password* untuk membuka *Website* IMAP. Dan *WeeCom* ini wajib diupdate dan dibaca oleh *partners* untuk informasi mengenai promo dan kegiatan yang dilakukan oleh Starbucks Coffee Indonesia, *Website* IMAP juga sebagai ajang pengenalan dengan *partners* lain yang ada di Indonesia, dan wadah komunikasi untuk *partners* dalam *sharing* mengenai sejarah kopi, *latte art*. *WeeCom* update satu minggu sekali setiap hari kamis, dan sebagai bahan untuk *briefing*. IMAP juga menyediakan soal-soal mengenai sejarah kopi dan Starbucks Coffee untuk syarat lulus Barista *Certification* dan *Coffee Master Certification*.

7. PI (*Physical Inventory*)

Dalam kegiatan ini *partners* membantu Store Manager dalam pengecekan dan menghitung barang yang berada di *store*, seperti Bahan Baku (Susu, Sirup, *Powder*, Teh, Biji Kopi), *Shopping Bag*, *Cup*, *Stirer*, *Tumbler*, *Merchandise*, *Wholebean*, dan lainnya.

8. *Coffee Talk* dengan *Customers*

Coffee talk merupakan kegiatan yang berhubungan dengan hari kopi nasional, tujuannya adalah untuk membudayakan minum kopi di Indonesia, selain itu *partners sharing* mengenai kopi yang ada di Starbucks kepada *customers*.

9. *Open Forum* Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon

Kegiatan *Open Forum* ini rutin dilaksanakan satu tahun sekali, kegiatan ini diikuti oleh perwakilan *store* biasanya *Supervisior Shift* dan *partners full time*. dalam kegiatan ini hadir juga *Distric Manager*, *Public Relations* dan *CEO Marketing* PT. Sari Coffee Indonesia, untuk menjalin komunikasi yang baik dengan baik. Dalam *open forum* ini banyak acara yang dilakukan, seperti *Coffee Tasting*, Makan

siang bersama, presentasi dari *CEO Marketing*, Pemberian *Reward* kepada Barista, dan *games* yang mendapatkan hadiah. Pelaksanaan *Open Forum* ini dilaksanakan di *Ballroom* Aston Hotel Braga, Bandung.

2.1.2 Deskripsi Kegiatan Insidentil

Kegiatan Insidentil adalah kegiatan yang penulis lakukan sekali-kali, sewaktu-waktu, bisa tidak terjadwal, tidak terstruktur, tidak merujuk pada kesamaan berulang/ konsisten dalam waktu. Kegiatan Insidentil yang terjadi pada saat penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) diantaranya adalah dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2.3

Kegiatan Insidentil

No	Kegiatan Insidentil
1	Membuat Nomor ID Barista
2	Pengenalan tempat kerja dan pekerjaan *Public Relations*
3	Mengikuti *Training* Barista selama tiga hari
4	Melaksanakan *Store Meeting* bersama *Partners* Starbucks Coffee Cihampelas Walk Bandung
5	Mengikuti acara *Staff Day* di Trans Studio Bandung

6	Mengikuti *Coffee Master Class* dan Presentasi *Coffee Master*
7	Mengikuti acara *Coffee Master Gathering*
8	Membantu persiapan acara *Grand Opening* Starbucks Reserve PVJ Bandung
9	Membantu *Public Relations* mendata *Walk Interview* di Starbucks Braga Citywalk
10	Mewakili Starbucks Coffee Cihampelas Walk dalam *Beverage Routine Competition*
11	Dokumentasi pada saat *Distric Meeting* para *Store Manager* dengan *Distric Manager* dan *Public Relations* Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon

1. Membuat Nomor ID Barista

Sebelum melakukan kerja praktek, pada saat pertama kali masuk kerja, *partners* wajib memiliki nomor ID yang sudah disiapkan untuk kebutuhan seperti *finger print*, ID Kasir, maupun lainnya. Dan nomor ID penulis adalah 1401029.

2. Pengenalan tempat kerja dan pekerjaan *Public Relations*

Pengenalan tempat kerja seperti *Backroom, Dine In, Bar* dan pekerjaan yang dilakukan *Public Relation*s oleh *Store Manager* untuk partners yang akan bekerja. Dan sebelum masuk kerja, partners diberitahu penempatan *store.*

3. Mengikuti *Training* Barista selama tiga hari

Training secara singkat ini dikhususkan untuk *partners* yang mulai masuk kerja, diberikan *knowledge* mengenai sejarah kopi dan recipe pembuatan minuman dan cara memanaskan makanan menggunakan *NGO*. Selain itu juga pengenalan barang-barang yang akan digunakan pada saat di Bar. Dan memberi arahan bagaimana tata cara pada saat di bagian kasir. Selama *training* ini dibantu oleh Barista *Training* yang sudah ditunjuk oleh *Store Manager*, dan sudah mempunyai *Barista Certification* dan *Coffee Master Certification*, ataupun biasanya oleh *Supervisior Shift.*

4. Melaksanakan *Store Meeting* bersama *Partners* Starbucks Coffee Cihampelas Walk Bandung

Kegiatan *Store Meeting* hal yang sangat penting bagi kegiatan *store*, dilaksanakan saat pergantian *season* untuk

penginformasian *Workbook promo dan pre-sale*. Ataupun *store meeting* ini dilakukan untuk *follow-up* kinerja *partners* dan ajang memberikan *reward* dari *store manager* kepada *partners* atas kerjanya yang cukup baik. *Reward* yang diberikan biasanya berupa *tumbler* ataupun *merchandise* lainnya.

5. Mengikuti acara *Staff Day* di Trans Studio Bandung

Acara *Staff Day* dilakukan satu tahun sekali, acara *Gathering* ini untuk partners Starbucks Coffee. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja *partners* agar tidak jenuh dalam bekerja. Kegiatan ini berlangsung selama dua hari, karena bergantian dalam satu *store* dibagi dua kelompok.

6. Mengikuti *Coffee Master Class* dan Presentasi *Coffee Master*

Dalam istilah *green bean* adalah merupakan *partners* yang baru saja masuk dalam perusahaan Starbucks Coffee. Dalam hal ini *green bean* masih tahap belajar dalam bekerja disini dan masih butuh *knowledge* yang banyak dari *partners* lainnya. Setelah tiga sampai enam bulan masa bekerja, biasanya partners di promosikan oleh *Store Manager* yang telah memenuhi aspek dari penilaiannya

untuk ke tahap *Coffee Master*. Partners di data untuk nantinya mengikuti kegiatan *Coffee Master Class* selama dua hari, penulis mengikuti *Coffee Master Class* di Starbucks Coffee Trans Studio Mall dengan *Fasilitator* oleh Obby Taufik dan Yunia Oktaviani. Dua minggu kemudian presentasi kopi yang sudah ditentukan yaitu kopi Sumatra dengan *pairing* makanan *Butter Croissant* di depan *Distric Manager, Public Relations, Distric Coffee Master* dan *Coffee Ambassador*.

7. Mengikuti acara *Coffee Master Gathering*

Kegiatan *Coffee Master* dilaksanakan oleh *Public Relations*, tujuannya untuk mempererat silaturahmi dari setiap *store* dan megumpulkan perwakilan *Coffee Master* untuk *sharing knowledge* dari kopi yang ada di Starbucks Coffee. Kegiatan ini dilaksanakan di Starbucks Coffee Cihampelas Walk dengan menampilkan beberapa barista dari Starbucks Reserve PVJ untuk presentasi kopi dan *sharing* mengenai kopi yang ada di Starbucks Reserve seperti Kopi Kenya dan Kopi Ethiopia Konga.

8. Membantu persiapan acara *Grand Opening* Starbucks Reserve PVJ Bandung

Starbucks Coffee PVJ direnovasi untuk dijadikan Starbucks Reserve, Starbucks *Reserve* merupakan store dengan konsep yang berbeda denga store yang lainnya. Dan perbedaannya seperti dalam menu Starbucks *Reserve* ada *Brew Coffee* yang dibuat menggunakan mesin Clover, dan partnersnya adalah yang sudah lulus *Coffee Master* dan menggunakan *Black Appron*.

9. Membantu *Public Relations* mendata *Walk Interview* di Starbucks Braga Citywalk

Kegiatan *Walk Interview* dalam merekrut calon barista yang akan bekerja di Starbucks Coffee. *Walk Interview* diinformasikan di media sosial, dengan mencantumkan hari dan tanggal pelaksanaan *Walk Interview*. Calon Barista yang membawa *Curriculum Vitae (CV)* didata dan dikumpulkan untuk selanjutnya tahap *Interview* oleh *Public Relations*. Dan akan ada tahap seleksi, setelah diseleksi calon barista dihubungi *via* telepon untuk mengikuti tahap *interview* kedua dengan *Distric Manager*. Jika sudah terpilih, calon barista mengikuti tahap *Medical Checkup* dan *Training*.

10. Mewakili Starbucks Coffee Cihampelas Walk dalam *Beverage Routine Competition*

Kegiatan ini merupakan kegiatan rutin yang dilaksanakan satu tahun sekali oleh PT. Sari Coffee Indonesia, setiap perwakilan dua *partners store* diseluruh Indonesia turut serta mengikuti kompetisi, yang dilakukan di Wilayahnya masing-masing, kemudian pemenang dari Wilayah tersebut di kompetisikan lagi ke Jakarta melawan perwakilan dari Wilayah lain.

2.2 Deskripsi Divisi Tempat Praktek Kerja Lapangan

Organisasi *Public Relations* dalam perusahaan diistilahkan sebagai humas yang melembaga/*state of being*, sebagai bidang yang melembaga, memiliki seseorang yang memimpin, memiliki staf, dan memiliki ruang/tempat dan sarana/prasarana pendukungnya. Jabatan-jabatan yang ada dalam bagian humas memiliki tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang jelas. Pengorganisasian di sini adalah tentang struktur, wewenang, tugas, dan tanggung jawab.

Divisi *Public Relations* PT. Sari Coffee Indonesia sudah melembaga atau istilahnya adalah *State Of Being*. Terlihat dari struktur organisasi yang sudah lengkap beserta masing-masing *job descriptions*

yang mewakili tugas dan tanggung jawab. Dan di Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon juga sudah melembaga/*State Of Being*, karena *job description Public Relations* dibawah pengawasan *Distric Manager* dan berfungsi membantu untuk mengadakan kegiatan *Partners*. dan jabatan *Distric Manager*, *Store Manager, Supersivisor Shift* dan Barista.

Masing-masing jabatan memiliki tugas dan tanggung jawab yang harus diemban dan dilaksanakan dengan sebaik mungkin. Untuk menunjang kualitas kerja *partners* memiliki sarana dan prasarana yang lengkap, yang mendukung segala aktivitas/kegiatan para *partners*.

2.2.1 Analisis Kegiatan Praktek Lapangan Kerja

a. Tugas dari Barista

Pekerjaan Mahasiswa Praktek Kerja Lapangan (PKL) disini disama ratakan dengan *partners* lainnya. Membuat minuman, memanaskan makanan, ditempatkan di kasir, membersihkan dan mengelola *store* dengan baik. Dan mahasiswa Praktek Kerja Lapangan diberi kesempatan untuk mengetahui dan mmbantu dalam pekerjaan *Public Relations* seperti mempersiapkan acara *Staff Day, Coffee Master Gathering dan Coffee Master Class*. Selain itu barista dapat menciptakan suasana yang hangat dengan customer, dengan

berkomunikasi dengan baik pada saat di kasir dan di *pick up* bar. Agar *customer* merasa dilayani dengan baik dan tulus dari barista.

b. Tugas dari *Public Relations* Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon

Public Relations merupakan ujung tombak dari perusahaan, *Disctric Manager* tidak bekerja sendiri, *Disctric Manager* akan meminta bantuan kepada *Public Relations* dalam mengadakan kegiatan untuk *partners* ataupun kegiatan *Distric Meeting*. Selain itu, pengelolaan *follow-up* untuk *partners* dan kinerja *partners* dilihat oleh *Public Relations* untuk evaluasi. *Public Relations* Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon sering melakukan *visit store* untuk mengelola arus komunikasi dan informasi yang baik dengan *Store Manager, Supervisior* dan Barista. Ataupun dalam berperan menjalin relasi dengan publik eksternal dalam melakukan bisnis.

c. Kegiatan dari *Public Relations* Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon

Mewakili Starbucks Coffee Cihampelas Walk dalam *Beverage Routine Competition* Selama melakukan Praktek Kerja Lapangan, penulis dapat menganalisis kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations* Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon, baik itu kegiatan internal maupun eksternal dan kegiatan

CSR dan *gathering*. Pembentukan identitas, citra dan reputasi Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon terlihat dari kegiatan *CSR* dari perusahaan yang dilakukan oleh *Public Relations* Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon. Salah satu kegiatannya adalah *Coorporate Social Responsibility* (*CSR*) yang rutin dilakukan oleh *Partners* di daerah sekitar kota Bandung. Seperti pada *saat Car Free Day* (CFD) Dago, Taman Film, Taman Lansia dan Taman Musik. Dan adapun kegiatan Sosial lainnya, seperti bekerja sama dengan TK Al-Hasanah Cihampelas untuk mengecat area sekolah. Pada kegiatan *CSR* ini, *partners* memberikan *Ground Coffee* yang sudah dibungkus dengan *paper bag* yang diberikan gratis kepada masyarakat yang berada di area *CFD*. Dan menjelaskan kegunaan dari *Ground Coffee* yaitu untuk pupuk tanaman pengganti tanah. Selain itu *partners* memberikan minuman *Misto* secara gratis, dan kegiatan mengambil sampah secara bersama di area *CSR*.

Melalui kegiatan *CSR* ini *Public Relations* Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon bertujuan untuk menjaga identitas, citra dan reputasi perusahaan tetap positif karena masyarakat secara rutin dapat melihat realitas dari kegiatan yang dilaksanakan, sehingga citra dan nama baik yang di dapatkan oleh Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon sesuai dengan harapan ideal sebuah perusahaan. Hubungan dengan pihak

eksternal atau publik adalah sebuah keharusan yang mutlak. Karena pada hakekatnya perusahaan tidak mungkin akan tetap bertahan tanpa citra yang baik yang dinilai oleh publik eksternal.

Bukan hanya dengan publik eksternal, Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon juga menjalin hubungan yang baik dengan public internalnya melalui beberapa kegiatan seperti *Staff Day* yang rutin dilakukan satu tahun sekali untuk seluruh *partners* Starbucks Coffee, *Coffee Master Gathering* kegiatan *sharing knowledge* untuk *Coffee Master*, kegiatan *Store Meeting* dilakukan oleh setiap *store* yang rutin dilakukan.

Seperti kegiatan rutin perusahaan yang sudah disebutkan kegiatan *Staff Day* yang dilaksanakan satu tahun sekali untuk menjalin hubungan baik dengan *partners* lain, dan meningkatkan kinerja *partners* agar tidak jenuh dengan pekerjaan.

Public Relations Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon berdiri sendiri dan tidak memiliki divisi, namun posisinya dibawah langsung *Distric Manager.*

2.2.2 Analisis Pelayanan Perusahaan Kepada Mahasiswa Praktek Kerja Lapangan

Pelayanan itu bersifat tanpa wujud artinya upaya dari aktifitas pelayanan dapat dirasakan oleh *customer* yang menerima pelayanan (puas/tidak puas). Pelayanan dapat berbentuk pemberian

kemudahan, kelancaran, kenyaman, serta keamanan dala diri. Maka darinitu pelayanan pelanggan (*customers service*) sangat dibutuhkan untuk menjaga kredibilitas suatu perusahaan dan menjaga citra perusahaan.

Pelayanan yang diberikan oleh Starbucks Coffee Cihampelas Walk Bandung kepada penulis sangat baik. Selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Starbucks Coffee Cihampelas Walk, penulis merasakan suasana yang nyaman dan menyenangkan, serta sikap *partners* yang ramah. Setiap bagian dalam perushaan memiliki tugasnya masing-masing, walaupun masing-masing tugas berbeda, penulis selalu dibantu jika mengalami kesulitan dalam melakukan pekerjaan, *partners* saling bekerja sama dengan baik guna mencapai target dan tujuan perusahaan.

Public Relations Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon memberikan rasa kepercayaan kepada penulis untuk membantu tugasnya, walaupun masih banyak kekurangan dalam pelaksanaannya *Public Relations* Starbucks Coffee Wilayah 11 Bandung dan Cirebon selalu mengevaluasi dan memotivasi untuk bisa mencoba dan mengerjakannya dengan baik. Penulis pun diberikan kesempatan untuk mengikuti kegiatan-kegiatan *Public Relations* dalam melakukan tugasnya.

Hasil dari Praktek Kerja ini adalah menjadi suatu pelajaran, ilmu, pengalaman dan pemahaman yang berarti bagi penulis bagaimana untuk menjadi seorang *Public Relations* yang baik dan profesional. Serta memberikan sistematika kerja yang baik agar setiap pekerjaan dapat terselesaikan secara efektif, salah satu kunci utamanya yaitu tetap menjalin hubungan dan komunikasi yang baik dengan siapapun baik publik internal maupun eksternal.