
ANALISA KEBIJAKAN PERUSAHAAN STARBUCKS DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS, EFISIENSI DAN PENDAPATANNYA**Oleh****Hery Haryanto¹⁾, Elvina Enjelica²⁾, Felix Filbert³⁾, Jeny⁴⁾,****Trillian Lim⁵⁾, Arvin Wijaya⁶⁾****¹²³⁴⁵⁶Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas International Batam****Email: ¹hery.haryanto@uib.edu, ²2041155.elvina@uib.edu, ³2041294.felix@uib.edu,****⁴2041246.jeny@uib.edu, ⁵2041260.trillian@uib.edu, ⁶2141341.arvin@uib.edu****Abstrak**

Paper ini membahas tentang kebijakan manajemen sumber daya manusia dan budaya kerja di Starbucks. Starbucks memandang karyawan mereka sebagai aset perusahaan yang harus dikelola dengan benar untuk mempertahankan sumber daya manusia yang paling berharga dalam bisnis. Perusahaan ini juga memahami hubungan antara kebijakan manajemen sumber daya manusia yang positif dengan budaya kerja dan motivasi karyawan. Maka, perusahaan sangat berhati-hati dalam memilih orang yang tepat dan berusaha untuk mempertahankan mereka. Oleh karena itu, kebijakan sumber daya manusia perusahaan mencerminkan komitmennya terhadap karyawannya.

Kata Kunci: Kebijakan Dan Praktik Sumber Daya Manusia, Analisa Kebijakan Perusahaan

PENDAHULUAN

Starbucks didirikan di Seattle pada tahun 1971, dan menjadi salah satu perusahaan paling terkenal dan paling cepat berkembang di dunia (IBS Center for Management Research, 2005). Perusahaan ini mulai berkembang pesat pada akhir 1980-an dan 1990-an. Pada awal 2000-an, ada hampir 9.000 gerai Starbucks di seluruh dunia.

Starbucks memasuki abad ke-21 dengan tujuan meningkatkan nilai pemegang saham melalui konsolidasi posisinya di pasar yang matang dan meningkatkan margin dengan meningkatkan volume penjualan kopi premium. Untuk tujuan ini, pertanyaan strategis yang dihadapi manajemen adalah bagaimana mengembangkan produk premium mereka "Starbucks Coffee" menjadi merek unggulan perusahaan di pasar-pasar utama di seluruh dunia. Pasar kopi premium sedang tumbuh dan Starbucks ingin memanfaatkan margin keuntungan superior yang ditawarkan di sektor ini.

Starbucks telah mengambil strategi yang merugikan risiko dalam memperluas pangsa

pasarnya di seluruh dunia dan melalui perjanjian lisensi di pasar yang matang, Starbucks dapat memanfaatkan jaringan produksi dan distribusi yang sudah mapan. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1 dimana lokasi Starbucks di seluruh dunia mengalami peningkatan yang signifikan. Saat ini, Starbucks adalah perusahaan kedai kopi terbesar di dunia, dengan 23.571 lokasi ritel pada kuartal pertama 2016. Secara luas diyakini bahwa kesuksesan dan pertumbuhan perusahaan yang cepat sebagian besar dapat dikaitkan dengan tenaga kerjanya yang berkomitmen dan termotivasi. Untuk itu, kasus ini membahas tentang kebijakan manajemen sumber daya manusia dan budaya kerja di Starbucks. Juga untuk memahami hubungan antara kebijakan manajemen sumber daya manusia yang positif dengan budaya kerja dan motivasi karyawan.

Penulisan dokumen ini bertujuan untuk mendeskripsikan analisa kebijakan Starbucks dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan pendapatannya. Keuntungan berikut diprediksi sebagai hasil dari penerbitan artikel

ini yaitu, memberitahu apa saja bahaya yang dihadapi Starbucks serta membantu pelajar dalam menyediakan lebih banyak sumber informasi yang akan digunakan untuk bahan pembelajaran lebih lanjut.

METODE PENELITIAN

Dalam kegiatan penelitian ini penulis bertujuan untuk menganalisis berbagai masalah yang ada didalam perusahaan Starbucks dan menganalisis kebijakan perusahaan starbucks dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi dan pendapatannya sehingga harus adanya metode yang dilaksanakan dalam kegiatan penelitian. Berikut beberapa metode yang digunakan dalam proses penelitian ini yaitu, metode penelitian dan metode pengumpulan data.

Metode penelitian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan, menjelaskan, dan memvalidasi fenomena sosial yang menjadi obyek penelitian. Penelitian deskriptif ini juga bisa digunakan pada riset kuantitatif dan riset kualitatif. Dalam kegiatan ini, Penulis menggunakan pertanyaan dan wawancara untuk mendapatkan informasi yang lengkap. Data dan informasi dalam penelitian ini dikumpulkan dari wawancara dengan pelanggan dan staf yang menghadapi masalah untuk mendapatkan informasi yang rinci mengenai permasalahan yang terjadi. Tujuan dilakukan analisa data ini adalah untuk menganalisa “Kebijakan Perusahaan Starbucks dalam Meningkatkan Produktivitas, Efisiensi Dan Pendapatannya”.

Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka mencapai tujuan penelitian serta melihat kondisi sesungguhnya yang terjadi dalam perusahaan, pada penelitian ini penulis memperoleh data-data yang di perusahaan dengan menggunakan 2 cara yaitu observasi dan juga wawancara.

1. Metode observasi

Metode observasi merupakan suatu metode pengumpulan data yang dilakukan

dan mengamati, melihat dan mengambil suatu data yang dibutuhkan pada objek penelitian. Dengan kata lain, metode observasi ini juga bisa diartikan sebagai suatu proses pengumpulan data yang kompleks. Dikarenakan masih pandemi *Covid-19*, observasi yang dilakukan penulis di perusahaan dan toko Starbucks harus menggunakan internet sebagai media observasi untuk mendapatkan informasi mengenai bagaimana kondisi lingkungan kerja pada perusahaan ini.

2. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab antara pewawancara dan narasumber yang bisa terjadi antara dua orang maupun lebih yang digunakan untuk mengumpulkan informasi seakurat mungkin dari narasumber. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara sebagai metode untuk mendapatkan informasi dari perusahaan Starbucks dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat.

Proses Bisnis

Menurut wawancara dengan pelanggan dan staf yang menghadapi masalah ini, mereka semua membutuhkan manajemen yang lebih baik dengan antrian panjang pelanggan yang banyak ini. Beberapa pelanggan membutuhkan lebih banyak layanan staf untuk menerima pesanan mereka tepat waktu. Untuk barista Starbucks, mereka membutuhkan lebih banyak staf untuk mendukung mereka membuat pesanan ke pelanggan dengan cepat. Starbucks corporation merupakan perusahaan yang didirikan pada 1971 di Seattle, Washington. Perusahaan ini merupakan pengecer, dan pemasar kopi terbesar di dunia, saat ini perusahaan ini telah beroperasi dan berlisensi di 62 negara serta memiliki sekitar 182.000 karyawan di 19.767 perusahaan.

Desain Organisasi dan Manajemen Proses

Starbucks Pemecahan Masalah Etis dan Pengambilan Keputusan Proses Pengambilan Keputusan Organisasi 'Kantor pusat

perusahaan disebut Starbucks Support Center yang mencerminkan peran manajemen pusat sebagai penyedia informasi dan dukungan, bukan pembuat keputusan otokratis. Starbucks Coffee telah menjadi perusahaan global raksasa, tetapi apa sebenarnya proses dari biji kelapa di ladang hingga secangkir kopi nikmat yang mengepul?. Starbucks telah memperoleh rantai pasokan luar biasa yang membentang di hampir sembilan belas negara. Biji kakao dapat berasal dari satu negara sementara susu dapat berasal dari negara yang sama sekali berbeda yang jaraknya ratusan mil.

Masalah Utama yang Dihadapi Starbucks

Perancangan Ulang Proses Bisnis Pada Teknologi Informasi Starbucks Makalah penelitian ini membahas tentang pembalikan momentum pertumbuhan yang dicapai oleh Perusahaan Starbucks dan masalah-masalah yang dihadapi proses bisnis internalnya yang pada gilirannya akan menurunkan basis pelanggan perusahaan dalam jangka panjang. Starbucks terdiri dari berbagai segmen bisnis yang juga memainkan peran penting dalam membantu perusahaan menghasilkan pendapatan yang baik.

Setiap toko Starbucks ini memiliki suasana serta lingkungan yang santai dan nyaman, sehingga tempat ini menjadi pilihan untuk menghabiskan waktu oleh semua kalangan dengan teman mereka atau sendirian. Adalah melanggar kebijakan Starbucks (dan mungkin merupakan pelanggaran hukum) untuk menawarkan atau melakukan pembayaran atau hadiah dalam bentuk apa pun untuk memfasilitasi proses lokal atau untuk mempengaruhi pejabat pemerintah setempat. Dalam situasi apa pun, mitra tidak boleh melakukan pembayaran yang melanggar hukum atau membujuk pejabat pemerintah untuk berbisnis dengan Starbucks. Starbucks telah berkembang dengan baik selama perusahaan ini dibuka dan merupakan model teladan bagi orang lain untuk diikuti. Starbucks telah menghadapi kesulitan sepanjang pertumbuhannya. Mereka telah mampu mengatasi semua masalahnya dan keluar berayun, setiap kali lebih baik dari

sebelumnya. Bagian utama dari kesuksesan Starbucks bergantung pada struktur organisasi Starbucks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kebijakan manajemen sumber daya manusia dan budaya kerja telah diharapkan ketika pada Januari 2005 majalah *Fortune* menempatkan *Starbucks Coffee Company* kedua di antara perusahaan terbesar untuk "Perusahaan Terbaik untuk Bekerja". Starbucks menonjol karena kebijakan ramah karyawannya, dan budaya kerja yang mendukung. Perusahaan ini secara khusus terkenal karena perluasan program tunjangan kepada pekerja paruh waktu - sesuatu yang tidak ditawarkan oleh banyak perusahaan lain. Seperti yang ditunjukkan oleh Pusat Penelitian Manajemen IBS (2005) Starbucks peduli dengan karyawannya dan merupakan salah satu dari sedikit perusahaan di sektor ritel yang memberikan manfaat besar baik bagi pekerja penuh waktu maupun pekerja paruh waktu. Ini memastikan bahwa karyawan tetap termotivasi dan termasuk yang paling produktif di industri ini. Akibatnya, perusahaan memiliki reputasi karyawan yang relatif rendah. Teori motivasi kesetaraan mendukung praktik ini karena orang sangat termotivasi ketika mereka merasakan perlakuan yang adil dalam jumlah penghargaan yang dialokasikan oleh pemberi kerja, dan itu juga menghasilkan tingkat pergantian yang lebih rendah (Dessler, 2013). Selanjutnya, Noe et al. (2010) berpendapat bahwa untuk meningkatkan daya saing perusahaan, perusahaan harus berinvestasi tidak hanya dalam teknologi baru dan mempromosikan kualitas di seluruh organisasi tetapi juga berinvestasi dalam pelatihan, pelatihan, dan praktik kompensasi yang canggih.

Dessler (2013) melanjutkan dengan menyatakan bahwa rencana kompensasi perusahaan harus terlebih dahulu memajukan tujuan strategisnya. Ini berarti menyelaraskan strategi pemberian penghargaan dengan

membuat beraneka ragam kompensasi berupa upah, insentif, dan tunjangan yang dapat menciptakan perilaku dan semangat karyawan untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan. Para analis mengatakan bahwa, dalam kaitannya dengan program ekspansi ambisiusnya, Starbucks mengutamakan sumber daya manusia sebagai salah satu rencana strategis yang luar biasa. Hal itu dikarenakan Starbucks menjaga kualitas sumber daya manusia yang berpengalaman untuk mendukung ekspansinya. Tidak hanya itu, strategi pengembangan perusahaan Starbucks Coffee memfokuskan setiap sumber daya manusianya untuk memberikan pelayanan serta kualitas yang baik. Untuk menghasilkan lingkungan kerja dan usaha yang stabil, perusahaan ini menekankan pada layanan produktif, yaitu dengan melatih keterampilan, menambah wawasan, peningkatan kinerja dan loyalitas karyawan kepada perusahaan.

Gambaran human capital ini lebih lanjut dijelaskan oleh Noe et al. (2010) karyawan di organisasi saat ini tidak dapat dipertukarkan atau diganti dengan mudah karena mereka adalah sumber kesuksesan atau kegagalan perusahaan. Karyawan harus didorong untuk mengajukan proposisi untuk meningkatkan proses tetapi Starbucks harus berkonsentrasi pada peningkatan motivasi karyawan atas kinerja teknis, karena hanya ada sedikit potensi pertumbuhan melalui inovasi teknologi.

Iklim perubahan yang cepat melalui globalisasi dan tujuan perusahaan yang diperbarui mendukung kebutuhan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai. Pelanggan dan karyawan menanggapi nilai-nilai perusahaan. Karyawan dapat termotivasi dan berkomitmen terhadap arah perusahaan jika perusahaan menghargai karyawannya. Adapun pelanggan, mereka mengidentifikasi nilai-nilai perusahaan yang disampaikan dalam nama merek, reputasi dan teknologi, dalam proses berkomitmen untuk itu. Beamish dan Goerzen (2000) menyatakan

bahwa merek biasanya memiliki warisan ratusan tahun di belakang mereka dan telah menjadi bagian dasar dari kehidupan sehari-hari sehingga konsumen akan setia kepada mereka. Konsumen lebih suka dan bersedia membayar untuk produk bermerek yang dikenal dibandingkan dengan merek yang tidak bermerek atau tidak dikenal. Reputasi merek dan perusahaan adalah sumber daya berharga yang bergantung pada karyawan, pelanggan, investor, dan pemerintah (Grant, 2005).

Pembahasan

ada *human resources management* di Starbucks sudah diharapkan dari mereka yang akrab dengan kebijakan manajemen sumber daya manusia dan budaya kerja perusahaan ketika pada bulan Januari 2005 majalah Fortune menempatkan Starbucks Coffee Company kedua di antara perusahaan terbesar untuk "Perusahaan Terbaik untuk Bekerja." Starbucks menonjol karena kebijakan ramah karyawannya. dan budaya kerja yang mendukung.

Perusahaan ini secara khusus terkenal karena perluasan program tunjangannya kepada pekerja paruh waktu, sesuatu yang tidak ditawarkan oleh banyak perusahaan lain. Seperti yang ditunjukkan oleh Pusat Penelitian Manajemen IBS (2005) kepedulian Starbucks terhadap karyawannya, memberikan manfaat besar bagi pekerja penuh waktu maupun pekerja paruh waktu. Ini memastikan bahwa karyawan tetap termotivasi dan termasuk yang paling produktif di industri ini. Akibatnya, perusahaan memiliki perputaran karyawan yang relatif rendah.

Teori motivasi kesetaraan mendukung praktik ini karena orang sangat termotivasi ketika mereka merasakan perlakuan yang adil dalam jumlah penghargaan yang dialokasikan oleh pemberi kerja, dan itu juga menghasilkan tingkat pergantian yang lebih rendah (Dessler, 2013). Selanjutnya, Noe et al. (2010) berpendapat bahwa untuk meningkatkan daya saing perusahaan, perusahaan harus

berinvestasi tidak hanya dalam teknologi baru dan mempromosikan kualitas di seluruh organisasi tetapi juga berinvestasi dalam pelatihan, pelatihan, dan praktik kompensasi yang canggih.

Dessler (2013) terus menunjukkan bahwa rencana kompensasi perusahaan harus terlebih dahulu memajukan tujuan strategisnya. Ini berarti menyesuaikan strategi penghargaan dengan merumuskan rencana kompensasi, hal ini dilakukan untuk memotivasi mitra kerja untuk bersama-sama memajukan dan melebarkan sayap perusahaan. Dalam mengingat rencana ekspansi, Starbucks memiliki pandangan kedepan yang strategis dan luar biasa. Dengan adanya kebijakan pada SDM perusahaan akan memiliki pasokan SDM yang berpengalaman serta stabil, hal ini akan menjadi salah satu faktor pendukung untuk melakukan ekspansi. Noe dkk menjelaskan deskripsi human capital ini secara lebih rinci. (2010) Karyawan di organisasi saat ini tidak dapat dengan mudah ditukar atau diganti karena mereka adalah sumber keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Karyawan harus didorong untuk mengajukan saran untuk meningkatkan proses, tetapi Starbucks harus fokus pada peningkatan antusiasme karyawan terhadap kinerja teknis, karena potensi pertumbuhan melalui inovasi teknologi kecil.

Iklim perubahan yang cepat melalui globalisasi dan tujuan perusahaan yang diperbarui mendukung kebutuhan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai. Pelanggan dan karyawan menanggapi nilai-nilai perusahaan. Karyawan dapat termotivasi dan berkomitmen pada perusahaan secara langsung jika perusahaan menghargai karyawannya. Adapun pelanggan, mereka mengidentifikasi nilai-nilai perusahaan yang disampaikan dalam nama merek, reputasi, dan teknologi, dalam proses berkomitmen untuk itu. Beamish dan Goerzen (2000) menyatakan bahwa merek biasanya memiliki warisan ratusan tahun di belakang mereka dan telah menjadi bagian dasar dari kehidupan sehari-hari sehingga konsumen akan setia kepada mereka. Konsumen lebih

suka dan bersedia membayar untuk produk bermerek yang dikenal dibandingkan dengan merek yang tidak bermerek atau tidak dikenal. Reputasi merek dan perusahaan adalah sumber daya berharga yang bergantung pada karyawan, pelanggan, investor, dan pemerintah (Grant, 2005).

Kebijakan Publik dan Standar Internal di Starbucks

Starbucks percaya bahwa mereka memiliki tanggung jawab untuk mengadvokasi kebijakan internal dan publik yang mendukung kesehatan bisnisnya, mitra (karyawan) dan komunitas yang dilayaninya. Seperti yang ditunjukkan oleh Armstrong (2006), kebijakan sumber daya manusia adalah pedoman yang mendefinisikan nilai, prinsip, dan strategi perusahaan yang harus diterapkan dan diterapkan di bidang manajemen sumber daya manusia tertentu. Bagi Starbucks, kebijakannya menunjukkan komitmennya untuk menjadi bisnis yang bertanggung jawab mulai dari standar bisnis etis global, memilih pemasok kopi terbaik, dan memastikan tempat kerja sebaik mungkin. Standar ini harus konsisten dengan misinya: “untuk menginspirasi dan memelihara semangat manusia satu orang, satu cangkir, dan satu lingkungan pada satu waktu.”

Selain itu, Robbins dan Judge (2013) menyatakan bahwa kebijakan dan praktik sumber daya manusia organisasi menciptakan kekuatan penting yang membentuk perilaku dan sikap karyawan. Sejalan dengan teori ini adalah nilai-nilai inti Starbucks yang mengharuskan kebijakannya mematuhi hukum, serta perilaku etis. Berikut ini adalah beberapa kebijakan perusahaan Starbucks yang diambil dari Etika dan Kepatuhan Bisnis Starbucks: Buku pegangan Standar Perilaku Bisnis.

1. Kebijakan Anti-Pembalasan dendam. Starbucks tidak menoleransi pembalasan atau korban dari mitra mana pun yang mengajukan kekhawatiran atau pertanyaan tentang potensi pelanggaran terhadap Standar Perilaku Bisnis atau kebijakan

- Starbucks apa pun yang dia yakini telah terjadi.
2. Kebijakan rekrutmen. Konsisten dengan Standar Hak Asasi Manusia Global Starbucks, Starbucks mempromosikan kesempatan yang sama dalam praktik perekrutannya, membuat keputusan perekrutan hanya berdasarkan kriteria terkait pekerjaan dan tidak menggunakan kerja paksa.
 3. Lingkungan kerja. Di Starbucks, orang-orang memperlakukan satu sama lain dengan hormat dan bermartabat. Pada hal ini menjelaskan bahwa setiap mitra memiliki kedudukan dan keamanan yang setara.
 4. Perbedaan. Dalam menghadapi perbedaan yang ada, Starbucks menjadikannya sebagai keunggulan dalam bisnis. Dengan perbedaan ini Starbucks mengelola perbedaan ini peluang untuk menjadikannya sebagai perusahaan yang unik dan unggul
 5. K3 tempat kerja. Dalam menjalankan tugas yang ada hendaknya mitra kerja mengikuti protokol yang ada demi menjaga keselamatan diri sendiri dan mitra lainnya. Berpartisipasi dalam pelatihan keselamatan yang diperlukan. Dan segera laporkan semua kecelakaan, cedera, serta praktik dan kondisi berbahaya. Untuk meningkatkan keselamatan kerja, mitra perlu mengetahui dan mengikuti informasi dan pelatihan keselamatan yang diberikan.
 6. Perlindungan dan kualitas pelanggan Starbucks. Komitmen Starbucks terhadap kualitas mengartikan bahwa Starbucks akan mengambil tindakan-tindakan untuk menjaga keamanan, keselamatan dan kesehatan pelanggan.
 7. Penyalahgunaan zat dan senjata. Starbucks memiliki standar ketat untuk penyalahgunaan zat dan senjata. Anggota tidak boleh menggunakan atau memiliki minuman beralkohol di lokasi perusahaan kecuali alkohol secara khusus diizinkan di acara sosial yang disponsori Starbucks.
 8. Anggota tidak boleh memiliki atau memiliki senjata saat berada di toko Starbucks, pabrik, atau fasilitas Starbucks lainnya. Starbucks memperhatikan peraturan kesehatan, keselamatan, dan keamanan di tempat kerja dengan sangat serius, jadi sangat penting bagi mitra kami untuk memahami dan mengikuti kebijakan tersebut.
 9. Aturan Upah dan Jam. Starbucks telah menyetujui untuk mematuhi setiap undang-undang yang mengatur tentang upah dan jam kerja yang telah ditetapkan oleh negara. Untuk menjaga dan memastikan setiap mitra kerja mendapatkan haknya, perusahaan akan memberikan kompensasi terhadap mitranya sesuai dengan catatan maupun aturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
 10. Keterlibatan komunitas. Starbucks berkomitmen pada peran kepemimpinan lingkungan dalam semua aspek bisnisnya.
Misalnya yaitu:
 - a. Melakukan *sharing* informasi kepada mitra kerja dan memahami masalah yang kerap terjadi di lingkungan kerja.
 - b. Dalam melakukan perubahan dan menyelesaikan masalah perusahaan akan berusaha memberikan solusi yang paling tepat dan inovatif.
 - c. Dalam tujuan menjaga lingkungan, perusahaan menggunakan, menjual, dan juga membeli produk yang ramah lingkungan.
 - d. Tanggung jawab fiksial merupakan hal yang penting yang wajib dijalankan demi masa depan lingkungan sekitar.
 - e. Menjalankan tanggung jawab terhadap lingkungan sebagai nilai-nilai penting dari perusahaan

f. Setiap proyek yang dijalankan akan tetap dipantau dan diukur perkembangannya

g. Mengajak mitra kerja untuk bersama-sama menjalankan misi perusahaan.

Standar dan kebijakan Starbucks mungkin tidak semuanya berlaku dan juga bukan penjelasan yang komprehensif karena undang-undang yang berbeda yang berlaku di setiap gerai Starbucks secara global. Karena negara memiliki undang-undang yang berbeda, manajer sumber daya manusia perlu memahami masalah sosial, seperti status, yang mungkin memengaruhi operasi di negara lain (DeCenzo & Robbins, 2010). Namun, di Starbucks, para mitra terlibat dalam merumuskan kebijakan terbaik untuk mereka, dan setiap saran atau gagasan dihormati oleh manajemen puncak. Starbucks bahkan ingin setiap karyawan bergabung dalam membuat dan mengembangkan rencana, kemudian mencapai tujuan mereka bersama-sama. Akibatnya, kebijakan dan prinsip dikomunikasikan di antara semua staf, dan tidak ada batasan dalam pendapat pribadi karyawan. Praktik ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh The Great Place to Work Institute (2008) yang menemukan praktik manajemen terbaik untuk menciptakan budaya kerja yang mencapai kinerja superior adalah ketika karyawan merasakan kepercayaan, dan kenyamanan terhadap lingkungan dan rekan kerjanya, dengan ini mitra kerja akan menikmati dan merasa bangga terhadap pekerjaan yang akan dilakukan.

Working Culture di Starbucks

Starbucks Coffee memiliki budaya organisasi yang berhubungan dengan strategi perusahaan dalam pengembangan merek yang sukses serta untuk mencapai ekspansi global. Budaya organisasi Starbucks Coffee memiliki sejumlah karakteristik utama. Kombinasi karakteristik ini unik pada perusahaan. Perusahaan mengutarakan budaya organisasinya merupakan budaya yang memiliki inklusi dan keragaman. Dalam hal ini, fitur utama budaya dari Starbucks

adalah kepemimpinan yang melayani ("karyawan pertama"); pendekatan yang didorong oleh hubungan; kolaborasi dan komunikasi; keterbukaan; dan inklusi dan keragaman.

1. Kepemimpinan yang Melayani.

Starbucks memiliki pendekatan kepemimpinan yang melayani, yang secara signifikan mencirikan budaya organisasi perusahaan. Pada pendekatan ini, para *leader*, manajer, dan penyelia menegaskan dukungan kepada bawahan agar setiap orang dapat tumbuh pada perusahaan ini. Pada fitur budaya organisasi Starbucks dapat diterjemahkan menjadi pendekatan yang mengutamakan karyawan. Perusahaan menyoroti pentingnya kepedulian terhadap karyawan. Howard Behar yang merupakan mantan presiden Starbucks mengembangkan fitur budaya organisasi perusahaan ini karena beliau percaya bahwa karyawan yang diperhatikan merupakan orang-orang yang dapat menyebarkan rasa pedulinya kepada pelanggan.

2. Pendekatan yang digerakkan oleh hubungan.

Perusahaan Starbucks juga terdapat budaya organisasi yang mendukung hubungan hangan dan bersahabat untuk menciptakan kenyamanan pelanggan. Contohnya yaitu, saat di kafe Starbucks, barista menunjukkan rasa ikatan persahabatan yang hangat satu sama lain dengan bercanda ria, menciptakan momen hangat dengan sesama karyawan. Fitur budaya perusahaan ini meluas ke pelanggan yang juga diperlakukan dengan hangat dan bersahabat. Melalui penekanan hubungan antara satu dengan yang lain, Starbucks mengembangkan budaya kopi yang dapat mendorong permintaan konsumen mengenai produk kopi spesial yang dihidangkan perusahaan.

3. Kolaborasi dan Komunikasi.

Pada budaya perusahaan Starbucks yang mendorong upaya kolaboratif melalui komunikasi yang efektif. Pada saat di kafe, barista berkomunikasi dengan jelas antara satu sama lain (pelanggan) untuk memenuhi pesanan yang harus dilayani. Karyawan juga berkolaborasi sebagai tim untuk melaksanakan proses pemenuhan pesanan menjadi efisien dan cepat. Maka dengan demikian, budaya organisasi Starbucks mendukung efisiensi dalam proses bisnis yang berkontribusi pada kualitas layanan, pengalaman pelanggan dan efektivitas biaya bisnis.

4. Keterbukaan.

Salah satu karakteristik utama dalam sebuah organisasi yaitu keterbukaan terutama dalam budaya pada organisasi Starbucks Coffee. Pada awalnya, terdapat beberapa karyawan yang merasa takut untuk memberikan ide atau mendiskusikan suatu hal kepada atasan mereka. Dalam guna mengatasi masalah ini, Starbucks Behar yang merupakan mantan presiden memperkenalkan forum terbuka yang digunakan untuk mendorong karyawan untuk mengajukan pertanyaan serta agar dapat berkomunikasi dengan atasannya. Pada budaya keterbukaan ini pun akan berkembang dan dikembangkan. Melalui fitur keterbukaan ini juga, Starbucks akan memberdayakan karyawan dan memfasilitasi pemberian ide untuk berinovasi.

5. Inklusi dan Keberagaman.

Perusahaan Starbucks terdapat kebijakan yang dinamakan anti-diskriminasi yang membentuk budaya organisasinya. Kebijakan ini bertujuan untuk melarang segala hal yang berbentuk diskriminasi berdasarkan ras, suku, jenis kelamin, agama, usia, latar belakang budaya, pengalaman hidup dan orientasi seksual.

Melalui fitur budaya organisasi

ini, Starbucks akan memfasilitasi untuk berbagi dan meningkatkan hubungan yang harmonis di antara karyawan, serta menginovasi berdasarkan beragam ide yang diberikan. Aspek budaya organisasi perusahaan ini juga membuat pelanggan merasa diterima di Starbucks.

Starbucks telah mengalami perubahan signifikan dalam budaya organisasinya. Perubahan ini didasarkan pada isu dan masalah yang diidentifikasi oleh para pemimpin seperti Howard Schultz dan Howard Behar. Budaya organisasi mengontrol cara karyawan memandang dan menanggapi orang-orang dan situasi di sekitar mereka dan bagaimana mereka menggunakan informasi ini untuk membuat keputusan (George dan Jones, 2012). Sebagai cara untuk meningkatkan kinerja bisnis, Starbucks melembagakan reformasi dalam budaya organisasinya. Saat ini, budaya organisasi perusahaan merupakan ciri khas yang membangun keunggulan kompetitif dan mengembangkan populasi konsumen penggemar setia Starbucks.

Motivasi Karyawan di Starbucks

Motivasi penting dalam setiap organisasi karena memiliki korelasi yang kuat dengan perilaku kerja karyawan. Selain itu, George dan Jones (2012) menjelaskan motivasi melibatkan kekuatan psikologis dalam diri seseorang, oleh karena itu menentukan arah perilaku orang itu dalam suatu organisasi, tingkat usaha, dan ketekunan dalam menghadapi rintangan. Dalam banyak kasus, uang biasanya berpengaruh besar terhadap motivasi kerja. Namun, dalam bisnis saat ini, motivasi melampaui uang itu sendiri. Starbucks, misalnya, mitra (karyawan) menerima opsi saham, manfaat perawatan kesehatan penuh, dan pelatihan ekstensif. Faktor lain yang penting untuk meningkatkan motivasi karyawan adalah lingkungan kerja atau hubungan antara karyawan dan manajer.

Selain itu, mitra yang bekerja lebih dari 20 jam seminggu berhak atas tunjangan.

Starbucks juga berpikir bahwa pembiayaan utang bukanlah pilihan terbaik, sehingga memilih mengalokasikan dividen saham kepada semua karyawan dengan penerbitan bebas scrip. Dengan kebijakan ini, karyawan bisa mendapatkan keuntungan dari dividen perusahaan. Karena itu, mereka memiliki tujuan yang sama; dengan kata lain, mereka termotivasi untuk meningkatkan penjualan untuk mendapatkan lebih banyak keuntungan. *Chief executive officer Starbucks Corporation*, Howard Schultz, menilai bahwa ujung sukses pada perusahaan bukanlah produk kopi yang dihasilkan namun mitra kerjanya (karyawan). Mengumpulkan pengalaman kerja karyawan secara terus-menerus dan memberikan peluang promosi bagi mitra adalah cara untuk mengoperasikan keberlanjutan. Dia percaya bahwa rasa hormat yang diterima karyawan diartikan sebagai semangat perusahaan. Tujuan diperlukannya kebijakan pendidikan dan pelatihan merupakan untuk memberikan kinerja yang lebih baik dalam menjalankan sebuah perusahaan. Starbucks menawarkan struktur interaktif yang membuat karyawan belajar di antara mereka sendiri dalam pekerjaan mereka; karenanya mereka dapat mengajak mitra untuk memuaskan diri dan mencapai kinerja baru yang lebih terdepan.

PENUTUP

Kesimpulan

Nilai inti Starbuck adalah karyawannya karena mereka adalah aset terpenting. Budaya menghormati karyacawan dan lingkungan yang berkembang dengan baik telah mendorong Starbucks untuk menghasilkan kualitas kerja terbaik bagi pelanggan dan peningkatan keuntungan. Dari kedai kopi ritel kecil di Seattle, Starbucks berhasil menarik perhatian global dan menawarkan kopi berkualitas untuk pecinta kopi di seluruh dunia.

Saat ini, tidak hanya salah satu perusahaan dengan pertumbuhan tercepat, tetapi juga model bisnis yang luar biasa dengan tingkat pergantian karyawan yang lebih rendah dan kinerja laba yang lebih tinggi.

Berdasarkan kasus Starbucks, menunjukkan bahwa kebijakan perusahaan yang baik dan motivasi karyawan merupakan faktor kunci keberhasilan perusahaan. Semua karyawan, termasuk pekerja paruh waktu, memiliki suara di Starbucks yang secara emosional bermanfaat dan menghasilkan motivasi dan kepuasan pribadi yang tinggi. Selain itu, hubungan yang baik antara manajer dan karyawan adalah kunci dalam menjaga kinerja berkualitas tinggi agar dapat menjaga efisiensi, kualitas produk, dan memaksimalkan profit.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice (11th ed.)," *Ind. Commer. Train.*, vol. 41, no. 6, pp. 344–346, 2009, doi: 10.1108/00197850910983965.
- [2] S. WRIGHT, "Contemporary Strategy Analysis (5th ed.). Edited by Robert M. Grant and Cases to Accompany Contemporary Strategy Analysis (5th ed.). Edited by Robert M. Grant," *R&D Manag.*, vol. 36, no. 5, 2006, doi: 10.1111/j.1467-9310.2006.00453_1.x.
- [3] E. FERGUSON, "Starbucks Coffee Company's Organizational Culture - Panmore Institute," *panmore Inst.*, 2015.
- [4] J. A. Michelli, *The Starbucks Experience: 5 Principles for Turning Ordinary into Extraordinary*, vol. 253, no. 36. 2016.
- [5] D. Langford, R. F. Fellows, M. R. Hancock, and A. W. Gale, "Organizational behaviour," in *Human Resources Management in Construction*, 2020.
- [6] S. H. Hengky, "Fundamentals of Human Resource Management," *Journal of Human Resources Management and Labor Studies*. 2013, doi: 0470169680.
- [7] L.-F. Chen, "Denis Collins: Essentials of Business Ethics—Creating an Organization of High Integrity and Superior Performance," *J. Bus. Ethics*, vol. 113, no. 3, 2013, doi: 10.1007/s10551-013-1664-8.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN