

Sumber: Kompas, <http://www.kompas.co.id/kompas-cetak/0708/27/jogja/1041580.htm>
Senin, 27 Agustus 2007

Bisnis Warung Kopi Potensial Banyak Prinsip Manajemen Starbucks Bisa Diterapkan untuk Apa Saja

Oleh Muhammad Syaifullah

Yogyakarta, Kompas - Keberhasilan kedai minuman asal Amerika Serikat, Starbucks Coffee, yang mampu mengubah secangkir kopi menjadi fenomena bisnis dunia, bisa menjadi pelajaran bagaimana membangun kedai-kedai serupa di Tanah Air.

Demikian dikemukakan Guru Besar Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Mudrajat Kuncoro pada peluncuran buku *The Starbucks Experience*, Lima Prinsip untuk Mengubah Hal yang Biasa menjadi Luar Biasa, yang ditulis oleh Joseph Michelli, ahli psikologi organisasi, terbitan Esensi, di Starbucks Coffee, Plaza Ambarrukmo, Yogyakarta, Sabtu (25/8).

Menurut Mudrajat, kesuksesan meramu lima prinsip yang dipegang Starbucks, yakni lakukan dengan cara Anda sendiri, semuanya penting, surprise, dan delight, terbuka terhadap kritik dan *leave your mark*, bisa membuka lima gerai baru setiap harinya di seluruh dunia. Sejak didirikan tahun 1992, sahamnya juga melejit hebat hingga 5.000 persen.

Selain di Yogyakarta dan Bali yang baru dibuka, di Jakarta saja dalam setiap beberapa kilometer ditemukan Starbucks Coffee Shop dengan mudah. Bahkan, pada satu tempat perbelanjaan terdapat dua hingga tiga gerai Starbucks.

"Starbucks berhasil mendobrak kebiasaan-kebiasaan orang Indonesia dalam menikmati kopi. Tidak banyak orang kita yang memahami kopi dan cara minumnya yang benar. Tetapi karena prestise, orang rela mengeluarkan puluhan ribu rupiah untuk segelas kopi ini. Dari buku inilah, orang akan tahu kenapa membeli minuman tersebut," tutur Mudrajat.

Yang menarik untuk dilihat, kata Mudrajat, apakah ada kepedulian terhadap petani kopi. Apakah keberhasilan Starbucks juga turut mengangkat ekonomi mereka? Tak bersentuhan

Farah Milda, Manajer Pemasaran Starbucks, menyatakan perusahaan ini tak bersentuhan langsung dengan para petani kopi, tetapi membeli kopi yang terbaik di dunia, termasuk dari Indonesia, dengan harga lebih tinggi 30 hingga 40 persen di pasaran kopi dunia. Selain itu, Starbucks juga memberikan pinjaman modal usaha untuk 25.000 petani.

Menurut Farah, *The Starbucks Experience* bukan buku penuh teori atau praktik manajemen yang sulit diterapkan. Selain prinsip-prinsipnya mudah diterapkan dalam sebuah bisnis, juga tidak perlu modal besar. Yang terpenting adalah niat kuat untuk melakukannya sekarang juga.

Anas Abdullah, Kepala Cabang Penerbit Erlangga, Yogyakarta, menyatakan Starbucks memang sebuah fenomena. Karena itu, pengalaman-pengalaman bisnisnya patut dipelajari. Buku ini menelaah bagaimana kinerja perusahaan yang telah mengolah produksi biasa, bahkan tak menarik, kemudian mengubahnya menjadi bisnis yang sukses luar biasa.