



Analisis dan Perancangan Ulang Praktik Human Resource Management (HRM) untuk Posisi Barista Pada Point Coffee Jatinangor

Muhammad Niam Makhali 190120240001

Profil Point Coffee

- Point Coffee didirikan pada 30 Mei 2016 oleh PT Inti Idola Anugerah (IIA). Sejak 2019, beroperasi di bawah kerja sama strategis dengan PT Indomarco Prismatama (Indomaret), menjadikan Point Coffee bagian dari jaringan outlet Indomaret.
- Mengusung konsep Grab & Go, Point Coffee menasar generasi milenial dan profesional yang menginginkan kopi berkualitas secara cepat dan praktis. Dengan komitmen Fresh Quality Coffee, Point Coffee menggunakan 100% biji kopi lokal Indonesia, disajikan oleh barista terlatih dengan mesin berstandar internasional.
- Per Desember 2022, Point Coffee telah memiliki lebih dari 1.000 outlet di seluruh Indonesia, termasuk ekspansi hingga Kota Sorong, Papua Barat Daya pada tahun 2023 (Point Coffee, 2025).





Perjalanan Point Coffee

2016

30 Mei 2016, Pertama kali hadir dengan nama Point Cafe, Outlet Pertama Point Coffee Indomart Fresh Rest Area KM 35 A

2019

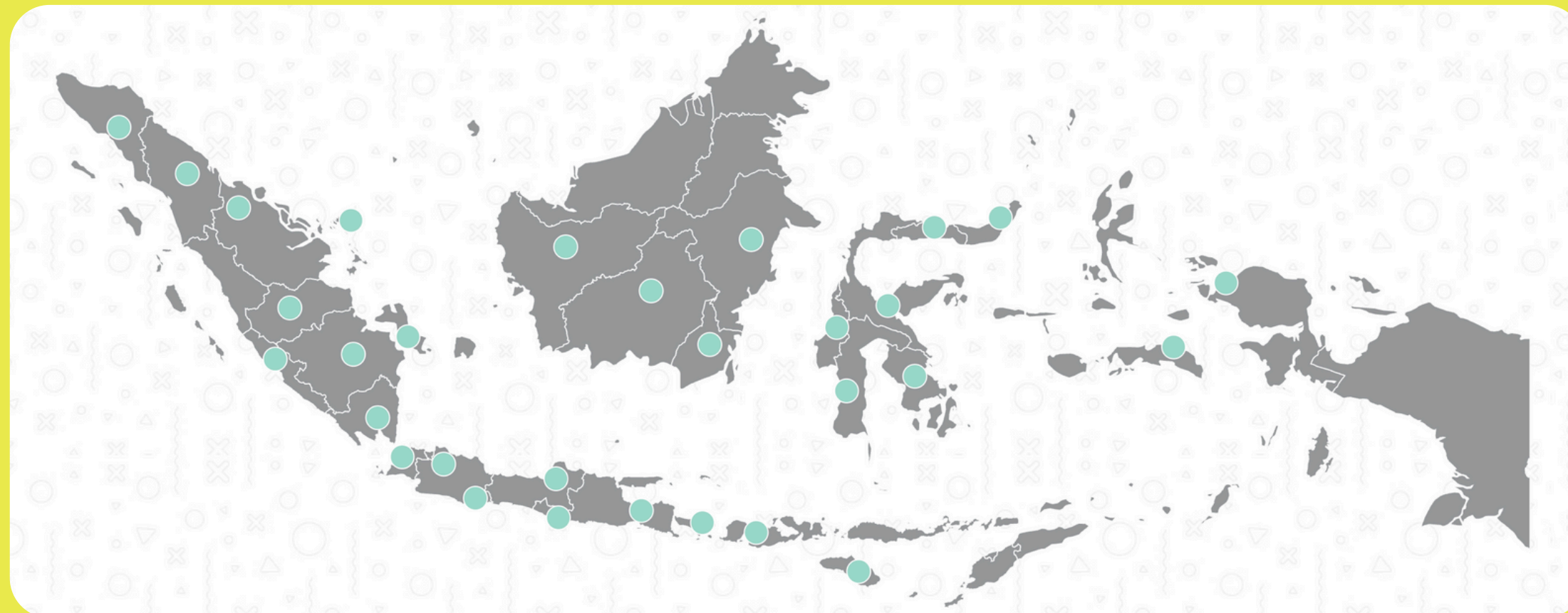
Di tanggal 30 Agustus 2019. Point Cafe hadir dengan wajah baru sebagai Point Coffee dan diperkenalkan pertama kali di event Jakarta Coffee Week (Jacowee)

2022

Point Coffeee sudah mencapai 1000 outlet yang bisa dijumpai di Indomart secara nasional

2023

Point Coffee terus berkembang dan hadir di tiap daerah di Indonesia, salah satunya hadir di Kota Sorong, Papua Barat Daya, Indonesia.



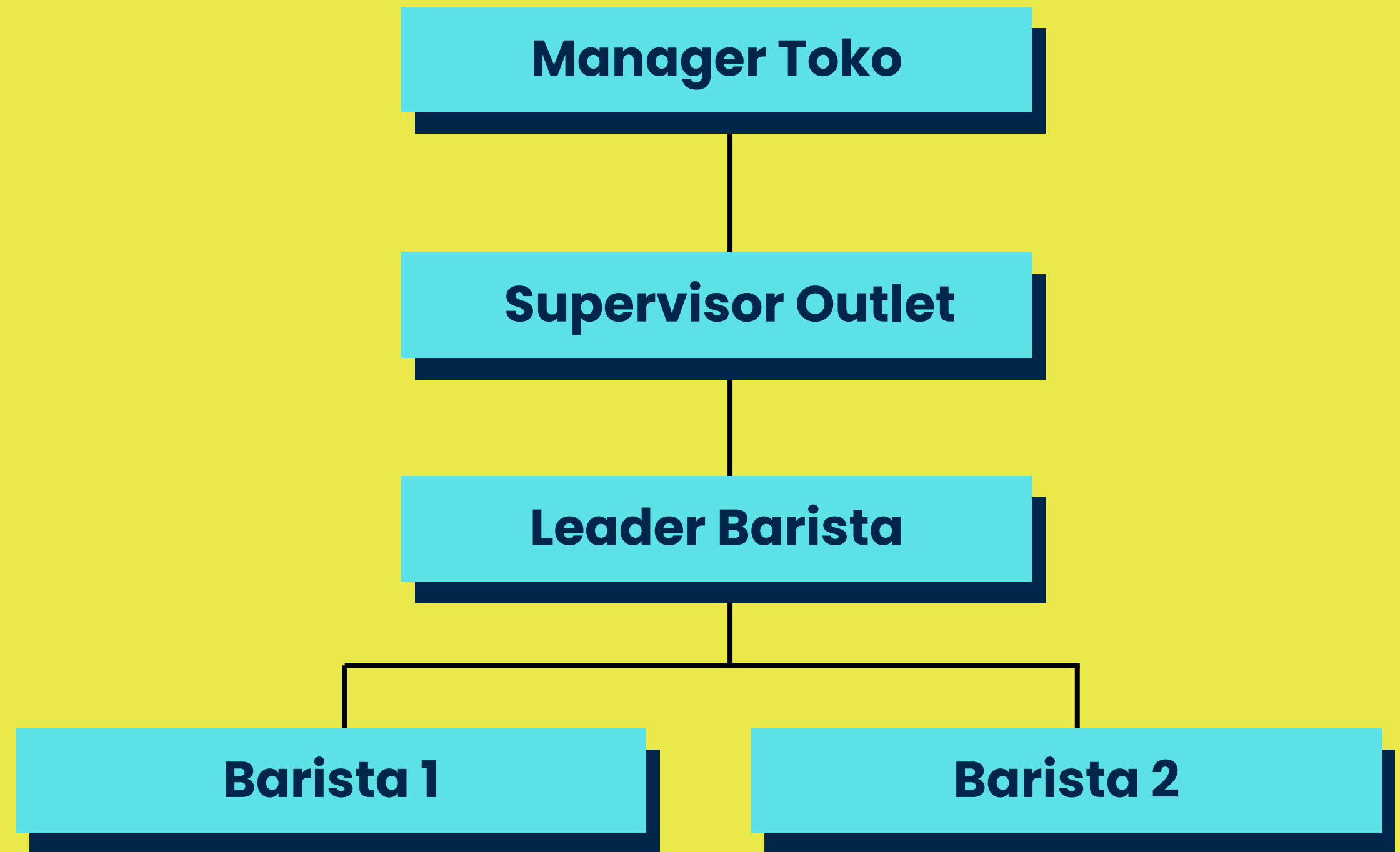
Visi dan Misi

Visi Point Coffee adalah menjadi coffee shop terkemuka dan dinamis dengan kualitas terjamin di Indonesia

Misi Point Coffee :

1. Menyajikan produk dengan mengutamakan kualitas
2. Menumbuhkan keterampilan dan pengetahuan karyawan guna mencapai performa operasional yang maksimal
3. Memberikan pelayanan terbaik bagi stakeholder dan customer
4. Mengembangkan usaha di berbagai tempat strategis untuk menjadi coffee shop terkemuka di Indonesia

Struktur Organisasi



Analisis Jabatan

Analisis jabatan Barista melibatkan tiga komponen utama: identifikasi jabatan, deskripsi jabatan, dan spesifikasi jabatan. Proses ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai tugas dan tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh Barista, serta kualifikasi yang diperlukan untuk menjalankan peran ini dengan efektif. Dengan pemahaman yang jelas tentang jabatan ini, Point Coffee dapat merancang strategi rekrutmen, pelatihan, dan penilaian kinerja yang lebih efektif.



Identifikasi Jabatan

Identifikasi Jabatan

Deskripsi jabatan Barista mencakup berbagai tugas yang harus dilaksanakan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang optimal. Ini termasuk menyajikan minuman berkualitas tinggi, menjamin kebersihan area kerja, serta memberikan pelayanan yang ramah dan efisien.

Komponen	Deskripsi
Nama Jabatan	Barista Point Coffee
Kode Jabatan	PC-BRST-01
Departemen	Operasional Toko
Lokasi	Gerei Indomaret Jatinangor
Melapor Kepada	Operasional: Kepala Toko Fungsional/Teknis: Point Coffee Area Coach
Tingkat Jabatan	Staf Pelaksana (Non-Exempt)

Tanggung Jawab dan Kewajiban Barista

Tanggung jawab dan kewajiban Barista meliputi penguasaan teknik penyajian kopi, manajemen inventaris bahan baku, serta interaksi positif dengan pelanggan. Barista juga diharapkan untuk berfungsi sebagai duta merek, mengedukasi pelanggan tentang produk yang ditawarkan.

Deskripsi Jabatan

Deskripsi jabatan merinci tugas, tanggung jawab, dan kewajiban dari sebuah pekerjaan. Tidak hanya sekedar tugas, deskripsi ini disusun berdasarkan Area Tanggung Jawab Utama (Key Responsibility Areas - KRAs) untuk memberikan pandangan yang lebih baik, menghubungkan aktivitas harian dengan tujuan peran yang lebih sesuai.

Komponen	Deskripsi
Ringkasan Jabatan (Job Summary)	Bertanggung jawab untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang "Always on Point" dengan menyajikan minuman kopi dan non-kopi berkualitas tinggi secara konsisten, cepat, dan ramah. Berperan sebagai duta merek (brand ambassador) yang merepresentasikan dualitas strategis Point Coffee: kualitas kopi spesialti dan efisiensi layanan ritel modern.
Area Tanggung Jawab Utama (Key Responsibility Areas - KRAs)	Persiapan dan Penyajian Minuman Berkualitas - Mengoperasikan dan melakukan kalibrasi harian pada mesin espresso, grinder, dan peralatan lainnya sesuai standar. - Mempersiapkan semua jenis minuman (kopi dan non-kopi) sesuai resep dan standar presentasi perusahaan dengan presisi dan konsistensi. - Menguasai dan menerapkan teknik milk steaming dan dasar-dasar latte art untuk meningkatkan nilai estetika produk. - Menjamin kesegaran bahan baku dan mengikuti prosedur first-in, first-out (FIFO). Pelayanan Pelanggan dan Representasi Merek - Menyapa setiap pelanggan dengan ramah, proaktif, dan personal untuk membangun hubungan positif. - Memberikan rekomendasi produk dan menjelaskan keunikan kopi Indonesia dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pelanggan awam. - Menangani pertanyaan, masukan, dan keluhan pelanggan dengan empati, profesional, dan berorientasi pada solusi. - Memproses transaksi pembayaran secara akurat dan cepat menggunakan sistem Point of Sale (POS). Efisiensi Operasional dan Kebersihan - Menjaga kebersihan dan sanitasi area kerja (bar), peralatan, dan area tempat duduk pelanggan sesuai standar kesehatan dan keselamatan (HACCP). - Mengelola alur kerja secara efisien untuk meminimalkan waktu tunggu pelanggan, terutama pada jam sibuk. - Bekerja sama secara efektif dengan tim gerai Indomaret (kasir, pramuniaga) untuk memastikan kelancaran operasional secara keseluruhan. - Melaksanakan tugas pembersihan pembukaan dan penutupan (opening & closing duties) sesuai daftar periksa. Manajemen Inventaris dan Penjualan - Melakukan pengecekan stok harian (stock opname) untuk bahan baku, kemasan, dan produk lainnya. - Membantu Kepala Toko dalam proses pemesanan barang untuk memastikan ketersediaan stok tanpa kelebihan. - Secara proaktif menawarkan dan mempromosikan produk atau penawaran khusus yang sedang berjalan untuk meningkatkan nilai transaksi rata-rata (average transaction value). - Meminimalkan tingkat pemborosan (waste) bahan baku melalui praktik kerja yang cermat dan akurat.

Sepesifikasi Jabatan

Spesifikasi jabatan, atau yang sering disebut sebagai KSAO, mendefinisikan kualifikasi manusia yang diperlukan untuk menjalankan pekerjaan dengan sukses. KSAO ini menjadi dasar untuk merancang kriteria seleksi dan kebutuhan pelatihan

Kategori	Deskripsi Kualifikasi yang Dibutuhkan
Pengetahuan (Knowledge)	K.1 (Esensial): Pengetahuan mendasar tentang jenis-jenis biji kopi (Arabika, Robusta), terutama yang berasal dari Indonesia, dan profil rasa dasarnya. K.2 (Esensial): Pemahaman tentang prinsip-prinsip dasar kebersihan dan keamanan pangan (HACCP/standar setara). K.3 (Diharapkan): Pengetahuan tentang berbagai metode seduh kopi manual dan otomatis.
Keterampilan (Skills)	S.1 (Esensial): Keterampilan mengoperasikan mesin espresso semi-otomatis, termasuk dosing, tamping, dan extraction. S.2 (Esensial): Keterampilan komunikasi verbal yang jelas, ramah, dan persuasif. S.3 (Esensial): Keterampilan dasar matematika untuk transaksi kasir dan perhitungan stok. S.4 (Diharapkan): Keterampilan milk steaming untuk menghasilkan microfoam yang baik dan teknik dasar latte art (misal: bentuk hati). S.5 (Esensial): Keterampilan menggunakan sistem Point of Sale (POS).
Kemampuan (Abilities)	A.1 (Esensial): Kemampuan untuk melakukan banyak tugas (multitasking) secara efektif di bawah tekanan (misalnya, menerima pesanan sambil membuat minuman). A.2 (Esensial): Kemampuan untuk berdiri dalam waktu lama dan melakukan gerakan berulang. A.3 (Esensial): Kemampuan untuk mengingat resep dan urutan pesanan secara akurat. A.4 (Esensial): Kemampuan untuk bekerja secara cepat dan efisien dengan tetap memperhatikan detail.
Karakteristik Lain (Other Characteristics)	O.1 (Esensial): Orientasi yang tinggi pada detail dan kualitas. O.2 (Esensial): Sikap proaktif, inisiatif, dan tidak menunggu perintah. O.3 (Esensial): Kepribadian yang ramah, positif, dan berorientasi pada pelayanan (service-oriented). O.4 (Diharapkan): Gairah atau ketertarikan yang tulus terhadap dunia kopi (passion for coffee). O.5 (Esensial): Integritas dan kejujuran yang tinggi.

Rekrutmen Seleksi dan Penempatan (RSP)



Rekrutmen

Point Coffee memiliki target pasar dan potensi karyawan dari kalangan muda serta kebutuhan akan volume rekrutmen yang cukup besar seiring dengan ekspansi gerai, pemilihan kanal dan metode rekrutmen yang tepat menjadi sangat penting. Kanal rekrutmen yang direkomendasikan untuk Point Coffee meliputi:

- Platform Online

Menggunakan portal kerja (Indeed, Jobstreet) & media sosial (Instagram, TikTok) yang populer di kalangan muda.

- Rekrutmen Internal

Optimalkan referensi karyawan Indomaret Group dengan proses seleksi yang tetap objektif.

- Pelamar Langsung (Walk-in)

Masih relevan di sektor ritel & F&B; membuka peluang bagi pelamar aktif.

- Kemitraan Institusional

Bangun kerja sama dengan SMK & akademi perhotelan/tata boga untuk menjangkau lulusan siap kerja.

Rekrutmen Seleksi dan Penempatan (RSP)

Tujuan dari sistem RSP adalah untuk menarik dan memilih kandidat yang paling sesuai dengan model kompetensi yang telah ditetapkan. Mengingat potensi volume pelamar yang tinggi untuk posisi di industri ritel dan F&B, serta keragaman kompetensi yang perlu diukur (teknis, perilaku, kepribadian), pendekatan yang paling valid dan efisien secara psikologis adalah sistem seleksi "multi-rintangangan" (multi-hurdle selection system).

Tahapan	Alat/Metode	Kompetensi Diukur	Proses
Sourcing & Screening	• Iklan Lowongan Kerja (Online/Offline) • Formulir Aplikasi Standar	• Disiplin dan Kepatuhan • Integritas	Iklan lowongan menekankan pada kebutuhan akan individu yang cepat, ramah, dan memiliki ketertarikan pada kopi. Formulir aplikasi mencakup pertanyaan pengalaman dasar dan pernyataan komitmen terhadap jadwal kerja. Kriteria Lulus: Pengalaman kerja di bidang F&B/layanan pelanggan (diutamakan), tidak ada riwayat kerja yang mencurigakan, dan ketersediaan untuk bekerja dalam sistem shift.
Behavioral Event Interview - BEI	Wawancara terstruktur menggunakan teknik STAR (<i>Situation, Task, Action, Result</i>)	• Kualitas Layanan Pelanggan • Duta Merek • Kerja Sama Tim • Integritas	Pewawancara (HR) mengajukan pertanyaan yang dirancang untuk menggali contoh perilaku spesifik di masa lalu. Contoh Pertanyaan: "Ceritakan pengalaman Anda saat menghadapi pelanggan yang sangat tidak puas. Apa situasinya, apa tugas Anda, tindakan apa yang Anda ambil, dan bagaimana hasilnya?" Kriteria Lulus: Kandidat mampu memberikan minimal dua contoh perilaku positif yang relevan untuk setiap kompetensi unggulan yang diukur, dengan detail yang logis dan konsisten.
Work Sample Test	Sesi praktik singkat (15-20 menit) di bar tiruan atau bar yang tidak sibuk.	• Keterampilan Teknis Kopi • Efisiensi Alur Kerja	Kandidat diminta untuk membuat 2-3 jenis minuman standar (misal: Caffe Latte, Americano) berdasarkan resep yang diberikan. Penilai (Area Coach/Barista Senior) mengamati proses kerja. Kriteria Lulus: Menunjukkan pemahaman dasar pengoperasian mesin, mengikuti resep dengan akurat, menjaga kebersihan area kerja, dan menunjukkan potensi untuk bekerja dengan cepat dan terorganisir. Tidak dinilai berdasarkan kesempurnaan, melainkan pada potensi dan kemampuan belajar.
Pemeriksaan Latar Belakang & Penawaran	• Pengecekan referensi dari tempat kerja sebelumnya. • Penawaran kerja (offering).	• Integritas • Disiplin dan Kepatuhan	Menghubungi referensi untuk memverifikasi informasi dan mendapatkan gambaran tentang etos kerja kandidat. Jika semua tahapan berhasil dilalui, kandidat diberikan penawaran kerja. Kriteria Lulus: Referensi memberikan ulasan positif yang konsisten dengan hasil wawancara dan simulasi. Kandidat menerima penawaran kerja.



Penempatan

Setelah seorang karyawan diterima, proses yang tidak kalah penting adalah orientasi dan sosialisasi, atau yang lebih dikenal dengan istilah onboarding. Pada tahap ini, karyawan baru diberikan gambaran mengenai tugas pokok dan fungsi (tupoksi) pekerjaannya, standar kinerja yang diharapkan, serta diperkenalkan dengan budaya dan lingkungan kerja perusahaan. Proses onboarding yang direkomendasikan untuk karyawan baru Point Coffee, khususnya untuk posisi Barista, sebaiknya mencakup beberapa tahapan:

Hari Pertama

Penyambutan, pengenalan visi-misi, tur outlet, administrasi, dan pengenalan tim.

Minggu Pertama

Pelatihan intensif: produk, layanan pelanggan, POS, kebersihan (HACCP), & peralatan kerja.

Bulan Pertama

On-the-job training (OJT) dengan pendampingan supervisor; evaluasi berkala & one-on-one feedback.

Performance Appraisal

Penilaian kinerja bukan sekadar alat administratif untuk menentukan bonus atau promosi, melainkan sebuah intervensi psikologis yang fundamental untuk mengarahkan perilaku, meningkatkan motivasi, dan mengidentifikasi kebutuhan pengembangan (Yovita Sari et al., 2020).

Untuk peran Barista Point Coffee yang kompleks, sistem penilaian harus mampu mengukur hasil (kuantitas, kecepatan) dan proses (kualitas perilaku) secara seimbang Instrumen penilaian akan terdiri dari dua komponen utama yang digunakan secara bersamaan, **BARS** untuk menilai kompetensi (perilaku), dan **KPI** untuk menilai hasil kerja (output).





Behaviorally Anchored Rating Scale – BARS

BARS adalah alat penilaian yang mengurangi subjektivitas penilai (seperti halo effect atau leniency bias) dengan menyediakan "jangkar" berupa contoh perilaku konkret untuk setiap titik pada skala penilaian (Sukmawati et al., 2025).

Dimensi kinerja yang dinilai diambil langsung dari Kompetensi Fungsional dan Unggulan yang telah didefinisikan sebelumnya.

Kompetensi	Skala	Deskripsi Perilaku (Jangkar)
Kualitas Layanan Pelanggan	5 (Luar Biasa)	Secara konsisten mengantisipasi kebutuhan pelanggan, mengingat nama dan pesanan pelanggan tetap, dan mampu mengubah interaksi negatif menjadi pengalaman positif yang membangun loyalitas.
	4 (Sangat Baik)	Secara proaktif menawarkan bantuan dan rekomendasi yang relevan, serta secara konsisten menerima umpan balik positif dari pelanggan.
	3 (Memenuhi Harapan)	Selalu menyapa pelanggan sesuai standar (senyum, sapa), menjawab pertanyaan produk secara akurat, dan memproses pesanan dengan efisien dan ramah.
	2 (Perlu Perbaikan)	Terkadang gagal menyapa pelanggan atau tampak kurang antusias; membutuhkan bantuan untuk menjawab pertanyaan produk yang kompleks.
	1 (Tidak Memenuhi Harapan)	Cenderung menghindari interaksi dengan pelanggan, menunjukkan sikap tidak sabar, atau memberikan informasi yang salah.
Duta Merek (Brand Ambassadors hip)	5 (Luar Biasa)	Mampu bercerita tentang produk dengan penuh semangat, menghubungkan cerita kopi dengan pengalaman pelanggan, dan secara aktif membangun citra positif merek di setiap interaksi.
	4 (Sangat Baik)	Dengan percaya diri menjelaskan perbedaan antar produk dan secara efektif melakukan upselling berdasarkan pemahaman akan kebutuhan pelanggan.
	3 (Memenuhi Harapan)	Mampu menjelaskan menu dan promosi yang sedang berjalan ketika ditanya oleh pelanggan.
	2 (Perlu Perbaikan)	Penjelasan produk bersifat mekanis dan kurang persuasif; sering kali lupa menawarkan promosi.
	1 (Tidak Memenuhi Harapan)	Tidak dapat menjelaskan produk dengan baik dan menunjukkan ketidaktertarikan pada merek.
Efisiensi Alur Kerja	5 (Luar Biasa)	Bergerak dengan sangat efisien, mampu mengantisipasi alur pesanan, dan menjaga stasiun kerja tetap optimal bahkan di bawah tekanan tertinggi, seringkali membantu rekan kerja.
	4. (Sangat Baik)	Mampu menangani volume pesanan tinggi dengan sedikit atau tanpa kesalahan, serta menjaga area kerja tetap bersih dan terorganisir.
	3 (Memenuhi Harapan)	Mengikuti alur kerja standar, mampu menyelesaikan pesanan dalam waktu yang wajar, dan melakukan tugas kebersihan sesuai jadwal.
	2 (Perlu Perbaikan)	Terkadang tampak kewalahan saat jam sibuk, menyebabkan penundaan; area kerja cenderung berantakan.
	1 (Tidak Memenuhi Harapan)	Sering membuat kesalahan dalam urutan kerja, lambat, dan secara konsisten gagal menjaga kebersihan stasiun kerja.
Kerja Sama Tim	5 (Luar Biasa)	Secara proaktif mengidentifikasi kebutuhan tim dan menawarkan bantuan tanpa diminta, menjadi penengah dalam konflik kecil, dan secara aktif berbagi pengetahuan dengan rekan kerja.
	4. (Sangat Baik)	Selalu berkomunikasi dengan jelas dan hormat, mudah beradaptasi dengan perubahan tugas, dan dapat diandalkan oleh rekan kerja.
	3 (Memenuhi Harapan)	Mampu bekerja sama dengan baik dengan staf lain, berbagi tugas, dan merespons permintaan bantuan secara positif.
	2 (Perlu Perbaikan)	Cenderung bekerja secara individualistik dan terkadang enggan membantu rekan kerja lain.
	1 (Tidak Memenuhi Harapan)	Sering menimbulkan gesekan dengan rekan kerja atau menolak untuk berkolaborasi.



Key Performance Indicators – KPI

KPI adalah indikator yang digunakan untuk mengukur pencapaian terhadap tujuan-tujuan kunci. KPI untuk Barista akan fokus pada aspek-aspek kinerja yang dapat diukur secara objektif, yang merefleksikan dimensi efisiensi, penjualan, dan kualitas dari peran tersebut.

Area Kinerja (KRA)	KPI	Definisi	Target per Bulan	Bobot
Efisiensi Operasional	Kecepatan Layanan Rata-rata	Waktu rata-rata dari pesanan diambil hingga disajikan kepada pelanggan.	<3 menit	30%
	Akurasi Pesanan	Persentase pesanan yang dibuat tanpa kesalahan (jenis minuman, kustomisasi, nama pelanggan).	>99%	25%
Penjualan	Tingkat Upselling Promosi	Persentase dari total transaksi yang berhasil menyertakan item promosi atau produk tambahan yang disarankan.	>15%	20%
Manajemen Inventaris	Tingkat Pemborosan (Waste)	Persentase biaya bahan baku yang terbuang (susu, sirup, biji kopi) dibandingkan total penggunaan.	<2%	15%
Pelayanan Pelanggan	Skor Kepuasan Pelanggan (CSAT)	Skor rata-rata dari survei singkat (misal: via kode QR di struk) yang menanyakan kepuasan pelanggan.	>4.5/5.0	10%
Total				100%

Evaluasi dan Penilaian

Metode Evaluasi

a. Metode Pengumpulan Data

- Observasi Langsung: Penilaian BARS oleh supervisor.
- Data POS: KPI berbasis laporan operasional real-time.
- Survei Pelanggan: CSAT melalui QR code di struk.

b. Frekuensi Evaluasi

- Bulanan: Pengukuran KPI.
- Triwulanan: Penilaian BARS.
- Tahunan: Tinjauan untuk promosi & pengembangan.

c. Penilai

- Supervisor langsung (BARS).
- Sistem otomatis/back office (KPI).
- Pelanggan (CSAT).

d. Pengolahan Data

- BARS → nilai rata-rata perilaku.
- KPI → skor berbobot (%).
- Digabung untuk: pemeringkatan, pelatihan, dan insentif.

e. Tindak Lanjut

- One-on-one review & penyusunan Individual Development Plan.

TNA Training Need Analysis

TNA adalah langkah diagnostik pertama untuk menentukan apakah ada kesenjangan kinerja, apakah kesenjangan tersebut disebabkan oleh kekurangan kompetensi, dan apakah pelatihan adalah solusi yang tepat untuk mengatasinya. Model klasik dari Goldstein & Ford (2002) menyediakan kerangka kerja tiga tingkat yang komprehensif untuk TNA: Analisis Organisasi, Analisis Tugas, dan Analisis Individu.



Analisis Kebutuhan Pelatihan (Training Needs Analysis – TNA)

a. Analisis Organisasi

Analisis ini bertujuan untuk memastikan bahwa program pelatihan sejalan dengan strategi perusahaan. Berdasarkan arah strategis Point Coffee menyajikan kopi spesialti dengan kecepatan layanan ritel—maka pelatihan harus dirancang untuk mendukung salah satu atau kedua pilar tersebut. Artinya, pelatihan yang dikembangkan harus memperkuat kompetensi teknis dalam pembuatan kopi berkualitas sekaligus meningkatkan efisiensi kerja di lingkungan layanan cepat.

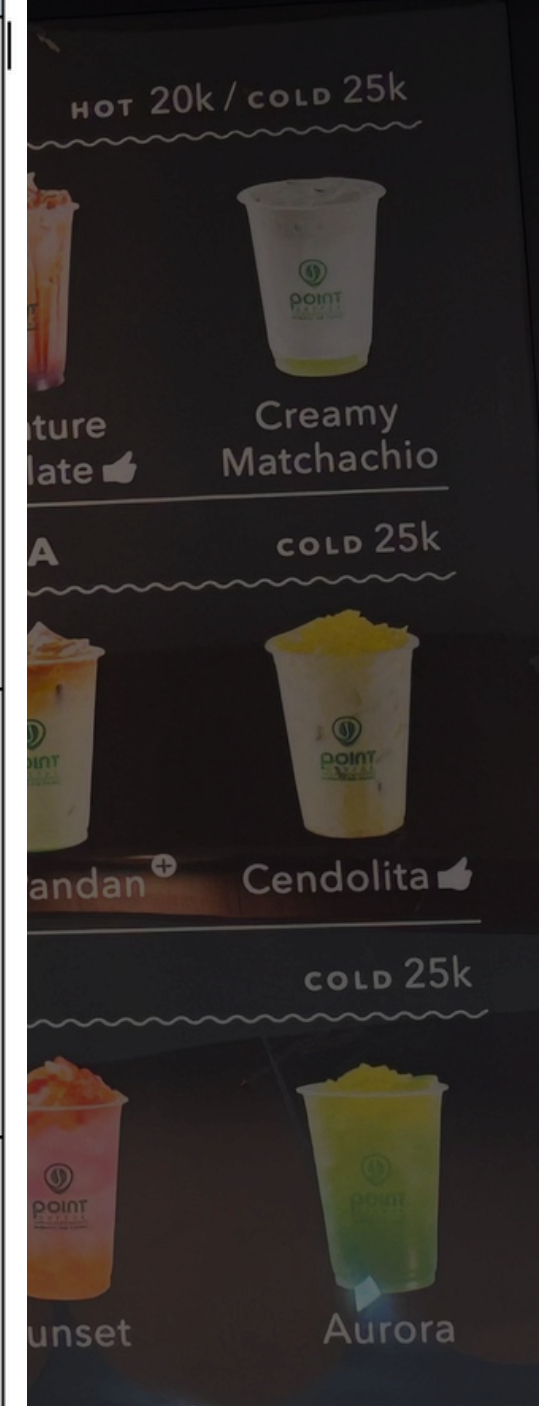
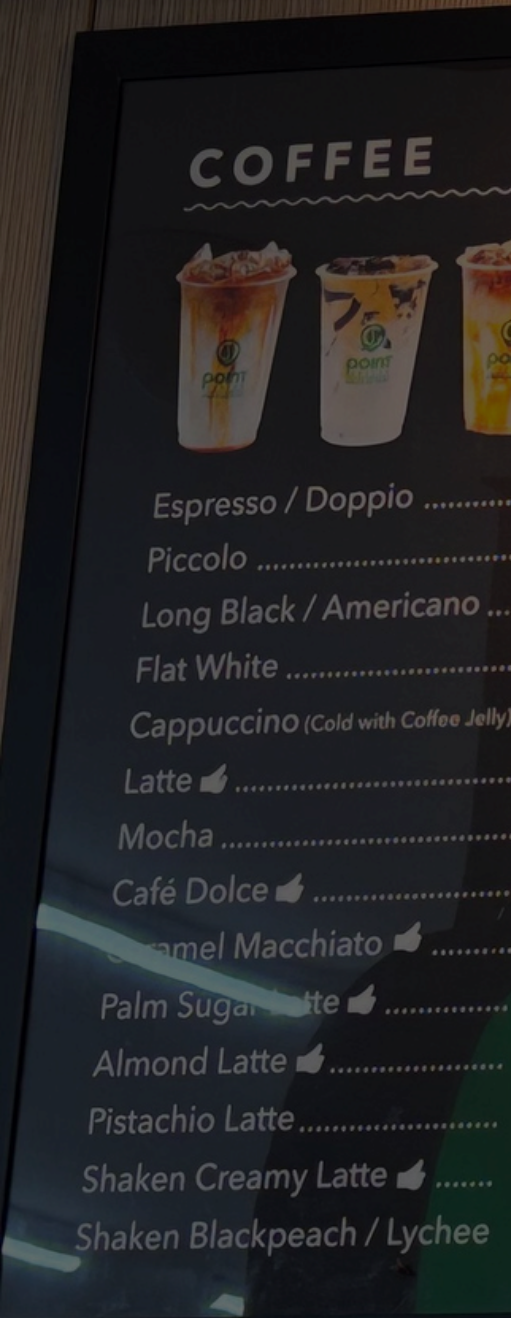
b. Analisis Tugas

Difokuskan pada identifikasi kesenjangan kinerja di tingkat pekerjaan secara agregat. Data dari BARS dan KPI seluruh barista dikumpulkan untuk menemukan pola atau tren kekurangan. Contohnya, jika skor dimensi "Duta Merek" dalam BARS rendah di banyak gerai, maka ini menunjukkan adanya kebutuhan pelatihan massal dalam hal komunikasi produk dan brand storytelling agar barista dapat menjadi representasi merek yang lebih efektif.

c. Analisis Individu

Bertujuan mengidentifikasi karyawan tertentu yang memerlukan pelatihan spesifik. Evaluasi dilakukan menggunakan data BARS dan KPI masing-masing barista. Misalnya, jika seorang barista memiliki skor tinggi dalam pelayanan pelanggan namun rendah dalam kecepatan layanan, maka pelatihan yang dibutuhkan adalah tentang efisiensi alur kerja atau penggunaan peralatan, bukan pelatihan layanan pelanggan. Pendekatan ini memastikan bahwa pelatihan bersifat personal dan tepat sasaran.

Tingkat	Pertanyaan	Sumber Data	Temuan	Kebutuhan Pelatihan
1. Analisis Organisasi	Apakah pelatihan mendukung tujuan strategis? Apakah ada sumber daya dan dukungan?	- Dokumen Visi & Misi	- Rencana Bisnis - Wawancara dengan Manajemen	- Tujuan: Meningkatkan repeat business sebesar 20% dalam setahun. - Sumber Daya: Terdapat anggaran pelatihan; ada Barista senior yang bisa menjadi pelatih internal. - Iklim: Manajemen mendukung peningkatan kualitas layanan sebagai pembeda kompetitif.
2. Analisis Tugas (Jabatan)	Apa standar kinerja untuk jabatan Barista? Di mana kesenjangan kinerja umum terjadi?	- Deskripsi & Spesifikasi Jabatan - Instrumen Penilaian Kinerja - Data agregat BARS & KPI	- Standar: Mampu menjelaskan produk dengan persuasif (BARS "Duta Merek"). - Kesenjangan Umum: Skor rata-rata BARS "Duta Merek" adalah 2.8 dari 5. Banyak Barista kesulitan menjelaskan perbedaan antara kopi single-origin.	Diperlukan modul pelatihan terstandar mengenai Pengetahuan Produk Mendalam (Coffee Knowledge) dan Teknik Komunikasi Persuasif.
3. Analisis Individu	Siapa yang membutuhkan pelatihan? Apa kesenjangan spesifik mereka?	- Data kinerja individu (BARS & KPI). - Observasi oleh Kepala Toko/Area Coach. - Umpan balik pelanggan.	- Individu: Barista A. - Kesenjangan: Skor BARS "Kualitas Layanan Pelanggan" tinggi (4), namun KPI "Kecepatan Layanan" rendah (rata-rata 4.5 menit). - Individu: Barista B. - Kesenjangan: KPI baik, namun sering mendapat keluhan terkait sikap (skor BARS rendah).	- Barista A: Pelatihan on-the-job (OJT) terstruktur mengenai Efisiensi Alur Kerja. - Barista B: Wajib mengikuti lokakarya Psikologi Pelayanan dan Penanganan Keluhan.



Perancangan Program Pelatihan (ADDIE Model)

Setelah kebutuhan pelatihan teridentifikasi, proses selanjutnya adalah merancang program pelatihan secara sistematis. Model ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation) adalah kerangka kerja desain instruksional yang paling umum digunakan dan teruji untuk memastikan pelatihan yang efektif dan terstruktur.

- Analysis (Analisis)

Fase ini telah diselesaikan melalui TNA, Kebutuhan utama yang teridentifikasi adalah (1) Peningkatan Kualitas Layanan & Perilaku sebagai Duta Merek, dan (2) Peningkatan Efisiensi Teknis & Alur Kerja.

- Design (Desain)

Fase ini melibatkan perancangan blue print pelatihan, termasuk tujuan pembelajaran, metode, dan materi. Pada tahap ini, penerapan teori belajar yang tepat menjadi krusial. Tidak semua tujuan belajar cocok dengan satu metode. Untuk tujuan yang bersifat afektif dan interpersonal (seperti layanan pelanggan), pendekatan Andragogi dari Malcolm Knowles sangat relevan. Orang dewasa belajar paling baik ketika mereka terlibat dalam proses, materi relevan dengan masalah nyata mereka, dan pengalaman mereka dihargai. Untuk tujuan yang bersifat psikomotor dan prosedural (seperti keterampilan teknis), Teori Belajar Sosial dari Albert Bandura lebih efektif. Teori ini menekankan pembelajaran melalui observasi, peniruan (modeling), dan penguatan, yang merupakan inti dari pelatihan on-the-job (OJT) yang terstruktur.

- Development (Pengembangan)

Fase ini adalah tentang membuat materi pelatihan yang sebenarnya, seperti modul, slide, video, dan studi kasus.

- Implementation (Implementasi)

Pelaksanaan program pelatihan. Untuk melacak partisipasi dan penyelesaian, sebuah Matriks Pelatihan (Training Matrix) akan digunakan sebagai alat administratif.

- Evaluation (Evaluasi)

Mengukur efektivitas pelatihan, idealnya menggunakan model evaluasi Kirkpatrick (Reaksi, Pembelajaran, Perilaku, Hasil), yang datanya dapat diambil dari survei pasca-pelatihan dan perbaikan skor BARS/KPI pada siklus penilaian berikutnya.

Blue Print Pelatihan

Komponen	Deskripsi
Nama Program	Pelatihan Pengetahuan Produk Kopi & Komunikasi Persuasif
Latar Belakang	Hasil TNA menunjukkan skor rata-rata BARS Duta Merek hanya 2.8 dari 5, menunjukkan kurangnya kemampuan Barista dalam menjelaskan produk kopi secara mendalam dan persuasif.
Tujuan Umum	Meningkatkan kompetensi Barista dalam pengetahuan produk kopi spesialti dan kemampuan menjelaskan/menjual produk dengan komunikasi yang menarik.
Tujuan Khusus	- Menjelaskan karakteristik kopi single-origin & house blend. - Membandingkan perbedaan varian kopi dan metode penyajian. - Melakukan upselling dengan pendekatan persuasif. - Menunjukkan perilaku kerja yang mendukung citra positif brand.
Materi Pokok	- Coffee Knowledge: asal biji kopi, metode sangrai, cita rasa. - Storytelling Produk: cara bercerita tentang kopi. - Teknik Komunikasi Persuasif: pendekatan upselling & rekomendasi. - Role Play & Studi Kasus Interaksi Pelanggan.
Metode Pelatihan	- Workshop interaktif. - Diskusi kelompok. - Simulasi / Role Play. - Presentasi mini.
Media & Alat Bantu	Slide presentasi, video pendek, contoh produk kopi, lembar studi kasus.
Durasi	1 hari (8 jam)
Peserta Sasaran	Semua Barista (prioritas yang BARS Duta Merek di bawah target)
Evaluasi	- Pre-test & post-test pengetahuan. - Observasi penampilan role play. - Umpan balik pelanggan setelah diterapkan di outlet.

Blue Print 1 Pelatihan Program Peningkatan Kualitas Layanan & Duta Merek

Komponen	Deskripsi
Nama Program	On-The-Job Training (OJT) Efisiensi Alur Kerja
Latar Belakang	TNA menunjukkan beberapa Barista memiliki skor KPI <i>Kecepatan Layanan</i> yang rendah meski kualitas layanan baik, menunjukkan perlunya pembelajaran langsung di area kerja.
Tujuan Umum	Meningkatkan kemampuan teknis Barista dalam menyusun alur kerja yang efisien dan cepat, khususnya di jam sibuk.
Tujuan Khusus	- Mengikuti SOP alur kerja dengan urutan yang benar. - Mengatur stasiun kerja agar tetap rapi & ergonomis. - Meminimalkan waktu tunggu pelanggan tanpa mengorbankan kualitas produk.
Materi Pokok	- SOP Alur Kerja Barista: urutan persiapan & penyajian minuman. - Manajemen Waktu & Penanganan Antrean. - Penataan Stasiun Kerja (mise en place). - Demonstrasi & praktik langsung.
Metode Pelatihan	- On-The-Job Training (OJT). - Demonstrasi oleh Barista senior. - Praktik mandiri di bawah supervisi. - Umpan balik harian.
Media & Alat Bantu	SOP visual, checklist evaluasi, timer kerja, form observasi.
Durasi	± 2 minggu: praktik harian 30–60 menit per shift
Peserta Sasaran	Barista dengan KPI <i>Kecepatan Layanan</i> di bawah target
Evaluasi	- Observasi harian oleh supervisor. - Checklist keterampilan. - Perbaikan skor KPI di laporan bulanan.

Blue Print 2 Program Pelatihan Peningkatan Efisiensi Teknis & Alur Kerja

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan:

Perancangan ulang sistem MSDM berbasis kompetensi berhasil menyelaraskan kebutuhan organisasi dengan peran barista secara spesifik.

- Model kompetensi mencakup tiga tingkatan: dasar, fungsional, unggulan mewakili tantangan dalam kualitas produk dan efisiensi layanan.
- Rekrutmen menggunakan multi-hurdle approach untuk efisiensi dan akurasi seleksi.
- Penilaian kinerja menggabungkan BARS dan KPI untuk mengukur perilaku dan hasil secara proporsional.
- Training Needs Analysis (TNA) berbasis data mempermudah pelatihan yang tepat sasaran dan berkelanjutan.

Rekomendasi:

1. Pilot Implementation: Uji coba sistem secara terbatas untuk mengukur efektivitas dan efisiensi.
2. Penguatan Peran Supervisor: Latih supervisor dan area coach dalam coaching, penilaian, dan feedback.
3. Digitalisasi Proses: Terapkan rekrutmen daring, pelatihan digital, dan integrasi sistem data kinerja.
4. Strategi Komunikasi Internal: Bangun budaya layanan dan perkuat peran barista sebagai brand ambassador.
5. Evaluasi Berkala: Sistem harus adaptif terhadap dinamika pasar, kebutuhan pelanggan, dan kemajuan teknologi.

Thank You

Jangan Lupa Ngopi dan Tersenyum :)

