

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Proses penyampaian informasi dari satu individu kepada individu lainnya dapat dijelaskan sebagai suatu bentuk interaksi yang esensial yang dikenal sebagai komunikasi. Pada umumnya, bentuk komunikasi terbagi menjadi dua, yaitu komunikasi lisan atau verbal yang melibatkan penggunaan kata-kata dan bahasa untuk menyampaikan pesan, serta komunikasi nonverbal yang melibatkan ekspresi tubuh, gerakan, atau sikap yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Komunikasi nonverbal mencakup berbagai bentuk, seperti senyuman, anggukan kepala, atau pengangkatan bahu, yang secara bersama-sama membentuk suatu wadah tambahan untuk menyampaikan maksud dan perasaan.

Kemampuan untuk berkomunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal, memegang peranan krusial dalam kehidupan sosial manusia, mengingat kita adalah makhluk sosial. Dalam konteks kehidupan bersosial, komunikasi berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan individu-individu, memungkinkan pertukaran ide, perasaan, dan informasi yang mendalam. Selain itu, komunikasi memainkan peran penting dalam membentuk hubungan antarindividu, baik dalam lingkup pribadi, profesional, maupun masyarakat luas.

Dalam kaitannya dengan kehidupan sosial, komunikasi menjadi landasan bagi terciptanya pemahaman bersama, kerja sama, dan harmoni antaranggota masyarakat. Keterampilan komunikasi yang efektif dapat memperkuat hubungan interpersonal, menghindari misinterpretasi, serta memfasilitasi pertukaran pemikiran yang produktif.

Oleh karena itu, kesadaran akan keberagaman bentuk komunikasi, baik verbal maupun nonverbal, menjadi kunci utama dalam menciptakan lingkungan

sosial yang sehat dan berdaya. Dengan demikian, komunikasi bukan hanya sebagai alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai fondasi bagi pembentukan dan pemeliharaan hubungan sosial yang positif.

Kafe digambarkan sebagai tempat yang menyajikan minuman seperti kopi, teh, dan jenis minuman lainnya, juga makanan ringan seperti gorengan, kue-kue, dan sebagainya. Saat ini, keberadaan kafe semakin meluas, terutama di kota-kota besar seperti Bekasi. Selain menawarkan beragam minuman dan makanan, kafe juga menyediakan fasilitas-fasilitas seperti akses wifi, pertunjukan musik langsung, serta desain interior yang dirancang untuk memberikan kenyamanan kepada pelanggan, baik saat mereka ingin bersantai, bekerja, maupun menyelesaikan tugas kelompok.

Kafe atau Kedai Kopi kini, menjadi gaya hidup terkini di kalangan masyarakat Indonesia, terutama generasi muda, kopi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya, kebiasaan, dan bahkan dianggap sebagai suatu keharusan di kalangan masyarakat. Awalnya, budaya minum kopi diidentifikasi dengan mengonsumsi kopi hitam yang kental, memiliki cita rasa pahit, dan disajikan dalam keadaan panas. Namun, dalam perkembangannya saat ini, muncul istilah baru yang menggambarkan tempat-tempat penyajian kopi yang disebut sebagai *coffee shop*.

Meningkatnya jumlah *coffee shop* telah menciptakan persaingan yang sengit, mendorong para pengusaha untuk berinovasi, termasuk dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan barista guna mempertahankan kepuasan pelanggan. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah melalui komunikasi.

Komunikasi dipandang sebagai suatu aspek penting dalam kehidupan sosial sehari-hari, dimana hampir setiap aktivitas manusia memanfaatkan komunikasi sebagai cara untuk menyampaikan ide dan pesan. Lebih dari sekedar pertukaran informasi, komunikasi dianggap sebagai sarana untuk berinteraksi secara saling memahami antara individu..

Salah satu faktor terpenting bagi barista yaitu Komunikasi. Faktor Komunikasi bukan menjadi hal yang harus disepelekan khususnya didalam dunia bisnis. Komunikasi menjadi kunci utama dalam berjalannya suatu bisnis yang bisa membuat bisnis dapat menjalin hubungan baik dengan para pelanggan sehingga pelanggan pun merasa nyaman dan tidak akan berpaling kepada pesaing bisnis lain

Kemahiran berkomunikasi memiliki peranan penting dalam membentuk hubungan interpersonal yang sukses, termasuk dalam konteks akademik, karir, dan bisnis. Dalam dunia perusahaan, terutama, kemampuan komunikasi interpersonal sangatlah penting untuk memperbaiki citra perusahaan di mata masyarakat. Sebagai contoh, peran seorang barista menjadi sangat penting dalam memastikan kepuasan pelanggan melalui komunikasi, baik verbal maupun non-verbal.

Seorang barista diharapkan memiliki pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pelanggan dan keterampilan dalam berkomunikasi interpersonal untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Meskipun istilah Barista digunakan untuk menyebut orang yang menyiapkan kopi, namun secara teknis Barista adalah seseorang yang telah terlatih secara profesional untuk membuat espresso, dan memiliki keahlian tingkat tinggi dalam meracik kopi yang melibatkan berbagai campuran dan rasio semacam latte atau cappuccino. Seorang Barista juga harus memiliki kemampuan menggunakan alat-alat untuk membuat kopi.

Dalam sebuah komunikasi antar pribadi, barista harus mempunyai kemampuan berkomunikasi dengan baik, harus bisa mengambil perhatian pelanggan, bersikap ramah, dan yang terutama harus memberikan kualitas kinerja yang baik agar bisa meningkatkan kepuasan pelanggan serta memberikan kesan baik. Karena itu, komunikasi interpersonal yang baik dan efektif harus dimiliki oleh barista agar nama baik dari Coffee shop tersebut tetap akan terus terjaga.

Hal yang mendasari peneliti melakukan penelitian ini karena di Indonesia bisnis kopi telah berkembang pesat, telah hadir kedai kopi atau Coffee shop di berbagai kota-kota besar, tak terkecuali kota Bekasi. Sudah dapat dibuktikan bisnis kopi yang telah hadir brand-brand yang di sukai di kalangan masyarakat terutama di kaum anak muda. Seperti 3 Cooks Bekasi

Peran barista sebagai petugas pelayanan di kafe 3 Cooks memiliki peran krusial sebagai ujung tombak dalam menyediakan layanan yang langsung berinteraksi dengan pelanggan. Para pelayan kafe 3 Cooks diharapkan mampu menciptakan citra positif, baik dari segi personal maupun dalam pelaksanaan pelayanannya.

Karena pelanggan dianggap sebagai aset yang sangat berharga, penting bagi para pelayan untuk menjaga dan mempertahankan kesetiaan pelanggan yang berkunjung. Kenyamanan pelanggan juga sangat tergantung pada lingkungan sekitarnya. Pelanggan yang merasa nyaman cenderung menjadi pelanggan setia, sehingga semakin antusias dalam berkunjung.

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi secara tatap muka, memungkinkan peserta untuk menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik melalui kata-kata maupun ekspresi non-verbal. Komunikasi berperan sebagai jembatan yang memfasilitasi interaksi antara pelayan dan pelanggan di kafe 3 Cooks. Melalui interaksi tersebut, dapat terjadi pertukaran pengalaman, ide-ide, dan berbagi informasi, yang pada gilirannya menciptakan hubungan yang nyaman dan membangun loyalitas pelanggan.

Kualitas layanan yang disediakan, khususnya dalam konteks peran seorang konsumen, memiliki dampak yang besar pada tingkat kepuasan. Kepuasan mencerminkan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan seseorang setelah membandingkan kinerja yang diterima dengan harapan mereka. Seorang konsumen akan merasa puas jika menerima layanan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Di sisi lain, ketidakpuasan akan muncul jika kinerja yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi mereka.

Pentingnya kepuasan pelanggan menjadi lebih jelas dalam konteks pelayanan kafe, di mana peran seorang barista sangat menonjol. Keterampilan barista dalam memberikan pelayanan berkualitas tinggi menjadi krusial untuk memastikan kepuasan pelanggan. Sebagai contoh, jika seorang pelanggan menerima pelayanan yang ramah, efisien, dan berkualitas, hal ini akan memberikan dampak positif tidak hanya pada pengalaman individu pelanggan tersebut tetapi juga pada reputasi *Coffee Shop* secara keseluruhan.

Kepuasan pelanggan bukan hanya sekadar respons seketika, tetapi juga mencakup perasaan yang muncul setelah pelanggan merasakan perbedaan antara harapan dan kenyataan pelayanan yang mereka terima. Oleh karena itu, barista yang mampu memberikan pelayanan yang memenuhi atau melampaui harapan pelanggan akan berkontribusi pada pembentukan pelanggan setia.

Pelanggan yang merasakan puas pasti akan tetap loyal dan tidak beralih ke pesaing lain, yang pada gilirannya, dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis *Coffee Shop*. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang diberikan oleh seorang barista bukan hanya memengaruhi kepuasan individual pelanggan, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan pada keseluruhan performa dan reputasi bisnis.

Salah satu kafe dibekasi dengan konsep yang unik, yaitu 3 Cooks yang mulai berdiri tahun 2016 yang berlokasi di Jl. Raya Pekayon No. 150, Pekayon Jaya, Kota Bekasi, Jawa Barat. Secara letak geografis kafe 3 Cooks ini dekat dengan kafe-kafe dibekasi yang ternama, seperti Mattea Social Space, Starbucks Pekayon, dan Kopi Masalalu Galaxy.

Ketiga tempat ini sangatlah ternama dibekasi terlebih dikalangan anak-anak muda, dengan besarnya ketiga tempat ini 3 Cooks tetap berdiri dengan konsep yang dimilikinya untuk mengundang anak-anak muda di Bekasi. Salah satu keunggulan utama yang membedakan 3 Cooks dari tempat kopi lainnya adalah keterampilan komunikasi yang unik antara barista dan pelanggan.

Komunikasi 3 Cooks bukan hanya sekedar pertukaran pesan, tetapi lebih sebagai seni berinteraksi dan menyampaikan pengalaman kopi secara

menyeluruh. Para barista di 3 Cooks tidak hanya menguasai seni menyajikan kopi berkualitas tinggi, tetapi juga memiliki kemampuan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan. Komunikasi yang terjalin di antara barista dan pelanggan menjadi bagian tak terpisahkan dari pengalaman yang membuat 3 Cooks begitu Istimewa.

Kemampuan barista untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan menjadi elemen kunci dalam mempertahankan tingkat kepuasan yang tinggi. Dalam atmosfer 3 Cooks, komunikasi interpersonal bukan sekadar pertukaran pesan, melainkan pengalaman berbagi pengetahuan tentang kehidupan, menciptakan suasana yang ramah, dan merespons dengan cepat terhadap preferensi pelanggan.

Pemahaman yang baik terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan menjadi dasar bagi 3 Cooks dalam menciptakan pengalaman yang tidak hanya memuaskan dari segi rasa kopi, tetapi juga dari segi hubungan antara barista dan pelanggan.

Komunikasi Interpersonal menjadi hal penting dalam membangun hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen. Konsumen merupakan aset berharga, berbagai upaya dilakukan pelaku usaha untuk menciptakan loyalitas tinggi pada pelaku usaha. Untuk itu, butuh upaya Komunikasi interpersonal yang baik agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan memiliki peranan krusial dalam membangun usaha, dan ini merupakan tanggung jawab utama seorang barista untuk memastikan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang diberikan. Kemampuan berkomunikasi secara efektif oleh barista kepada para pelanggan menjadi kunci dalam menarik minat pelanggan untuk kembali ke kedai kopi tersebut.

3 Cooks telah menggunakan konsep coworking space sebagai salah satu cara untuk menarik perhatian pelanggan. Kafe ini dirancang sebagai lingkungan yang cocok untuk bekerja dan belajar, memungkinkan pelanggan untuk menikmati kopi sambil menyelesaikan tugas sekolah atau pekerjaan mereka dengan kenyamanan. Untuk mendukung inisiatif ini, Head barista 3 Cooks perlu

merancang dan menerapkan rencana serta strategi yang efektif, dengan fokus pada peningkatan kinerja barista guna mempertahankan kepuasan pelanggan.

Salah satu strategi yang diterapkan adalah menunjukkan keramahan, memiliki keahlian dalam berkomunikasi baik secara lisan maupun non-lisan dalam memberikan pelayanan, serta memiliki kemampuan menyesuaikan diri dengan baik terhadap kebutuhan pelanggan. Melalui dukungan dari barista yang profesional, diharapkan 3 Cooks dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh Perusahaan.

Untuk menunjang hal tersebut maka 3 Cooks perlu menerapkan rencana dan cara memaksimalkan kinerja Barista untuk mempertahankan pelanggan. Salah satunya dengan menunjukkan sikap keramahan, pandai menguasai komunikasi verbal dan non-verbal dalam pelayanan dan pandai menyesuaikan diri terhadap pelanggan. Dengan dukungan Barista, diharapkan 3 Cooks akan mencapai target yang telah ditentukan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Komunikasi Interpersonal Barista 3 Cooks Dalam Mempertahankan Kepuasan Pelanggan

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti membuat suatu rumusan masalah sebagai fokus penelitian ini yaitu, bagaimana “Komunikasi Interpersonal Barista 3 Cooks Dalam Mempertahankan Kepuasan Pelanggan? “

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara mendalam bagaimana

“Komunikasi Interpersonal Barista 3 Cooks Dalam Mempertahankan Kepuasan Pelanggan”

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian dengan judul “Komunikasi Intepersonal Barista 3 Cooks Dalam Mempertahankan Kepuasan Pelanggan” dapat diuraikan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi keilmuan bagi penelitian selanjutnya, yang diharapkan dapat menambah kajian dalam ranah ilmu komunikasi, sehingga dapat dijadikan acuan ketika melakukan penelitian yang lebih khusus.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penilaian terhadap kinerja barista, dengan tujuan meningkatkan mutu pelayanan yang diberikan. Melalui evaluasi ini, diharapkan barista dapat lebih memahami aspek-aspek komunikasi interpersonal dengan pelanggan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini semoga dapat menyediakan data dan pertimbangan yang berharga terkait komunikasi interpersonal barista dalam mencapai kepuasan pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan sistematis ini telah dirancang dengan tujuan membantu penulis meningkatkan efektivitas tahapan proses penulisan, disusun secara terstruktur dan mendetail. Sistem penulisan dalam konteks penelitian ini mencakup:

a) **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, membahas latar belakang dan substansi dari isu-isu yang menjadi dasar penelitian ini. Oleh karena itu, keberadaan sumber data yang dapat diandalkan menjadi krusial dalam konteks penelitian ini. Formulasi masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan klasifikasi penelitian juga akan dijelaskan.

b) **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini, akan dibahas penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, teori, dan konsep-konsep yang relevan. Penelitian terdahulu akan dijadikan sebagai referensi untuk menilai kemiripan serta perbedaan antara karya penulis dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Konsep-konsep tersebut diharapkan dapat mempermudah proses penelitian serta presentasi data yang diperoleh.

c) **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas metode penelitian dan langkah-langkah yang perlu diambil selama proses penelitian. Metode penelitian mencakup pendekatan penelitian, jenis penelitian, penemuan pengetahuan, teknik pengumpulan data, karakteristik data, teknik pengolahan dan analisis data, serta metode data mining. Selain itu, pembahasan juga mencakup lokasi serta jadwal pelaksanaan penelitian.

d) **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini, penulis menjelaskan temuan dari penelitian yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan informan di lapangan, serta melalui studi kepustakaan. Hasil penelitian ini merupakan hasil analisis data yang dikumpulkan selama proses tersebut, yang kemudian dibahas oleh penulis. Fokus dari penelitian ini adalah pada Komunikasi Interpersonal Barista 3 Cooks Dalam Mempertahankan Kepuasan Pelanggan. Bagian hasil penelitian mencakup gambaran umum tentang kafe dan dilanjutkan dengan pembahasan mengenai komunikasi interpersonal barista.

e) **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Sebagai penutup dari bab-bab sebelumnya yang mengandung rangkuman seluruh penelitian, simpulan tersebut memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan dalam perumusan masalah. Dalam bab ini, peneliti juga dapat menyajikan rekomendasi akademis dan praktis untuk penelitian serupa yang mungkin dilakukan di masa mendatang.

