

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Budaya minum kopi saat ini semakin tumbuh berkembang dan menjadi gaya hidup dari berbagai kalangan. Gaya hidup menjadi salah satu faktor dalam mengkonsumsi kopi. Rasa dan aroma khas kopi menjadi daya tarik dalam berbagai suasana untuk di minum. Kopi sendiri memiliki keunikan yaitu, bagaimana rasa dan aroma kopi dapat mencairkan suasana sekaligus membuat komunikasi berjalan lancar dengan sekitar.

Kalangan usia bukan lagi menjadi pembatas dalam mengkonsumsi kopi. Di zaman sekarang kopi sudah banyak yang di mix dan tidak hanya kopi hitam saja. Rasa kopi yang pahit menjadi daya tarik untuk bervariasi kopi untuk dinikmati segala kalangan dan suasana. Banyak varian kopi yaitu, vietnam drip, signature, single origin, kopi susu, Latte Art. Di kedai kopi sendiri menghadirkan kopi yang enak untuk dinikmati sehingga tidak ada alasan untuk berlama-lama singgah di kedai kopi. Semakin banyaknya permintaan kopi, memancing munculnya brand-brand dan kedai kopi di Indonesia, khususnya Yogyakarta. Di Yogyakarta sendiri sudah banyak sekali kedai kopi yang bersaing untuk masyarakat kunjungi. Beberapa kedai kopi yang menyajikan kualitas pelayanan dan kualitas kopinya saja, yang dimana lebih menjual kualitas biji-biji kopi. Sejumlah kedai kopi pun saling menghadirkan inovasi-inovasinya untuk menarik dan

mempertahankan konsumennya. Bahkan, ada beberapa kedai kopi yang hanya menyajikan kualitas kopinya saja, seperti Filosofi Kopi, Kopi Ketjil, Klinik Kopi, dan lain-lainnya. Budaya dalam mengkonsumsi kopi sudah semakin meningkat, tidak hanya sebagai pemuas para pecinta kopi saja melainkan menjadi gaya hidup tersendiri. Kedai kopi tidak hanya sekedar untuk minum kopi, namun juga dapat mendapatkan relasi dan pengetahuan dalam dunia perkopian. Konsumen akan lebih terbuka dan nyaman apabila pelayan dapat memberikan kualitas pelayanannya yang memuaskan. Adanya interaksi pelayan dengan konsumen, tentu konsumen akan mendapatkan perhatian yang sesuai dengan keinginannya.

Peran pelayan yang menjadi petugas pelayanan merupakan ujung tombak kafe jasa pelayanan yang akan berhadapan langsung dengan konsumen atau pelanggan kafe. Para pelayan kafe harus mampu menanamkan citra yang positif bagi dirinya dan dalam pelayanannya, karena pelanggan adalah aset yang penting dan harus dipelihara serta mempertahankan kesetiaannya dalam berkunjung. Pelanggan akan merasa nyaman apabila lingkungan sekitar mendukungnya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanannya, sehingga memungkinkan antusias dalam berkunjung.

Menurut Trenholmdan Jensen dalam buku Suranto, Komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka, sifat ini meliputi: (a) Spontan dan informal, (b) saling

menerima feedback secara maksimal, (c) partisipan berperan fleksibel<sup>1</sup>. Sedangkan menurut Deddy Mulyana, komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun non-verbal<sup>2</sup>. Komunikasi merupakan jembatan bagi pelayan dan konsumen untuk melakukan interaksi. Interaksi tersebut dapat berupa pengalaman, ide-ide atau sekedar sharing. Tentu dengan adanya interaksi pelayan dengan konsumen, dapat menjadi wadah untuk berelasi dan membuat nyaman konsumen hingga menciptakan loyalitas pelanggan.

Dapat dilihat bahwa loyalitas pelanggan tergantung bagaimana sikap pelanggan dalam mengunjungi dan melakukan pembelian barang atau jasa secara berulang-ulang. Loyalitas pelanggan muncul karena adanya layanan yang baik dan memotivasi konsumen untuk datang berulang-ulang. Pada dasarnya setiap aktivitas manusia selalu berhubungan dengan adanya motivasi dan kemauan. Pelanggan yang loyal tentu tidak akan mempertimbangkan untuk membeli dan mengunjungi. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, layanan sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu kelompok ke kelompok lainnya berupa sesuatu yang bersifat *intangibile*<sup>3</sup>. Intangible bukan hanya menawarkan produk jasa saja, tapi juga lebih tepatnya kepada proses penyampaiannya. Layanan yang prima akan terbayar karena menciptakan konsumen yang

---

<sup>1</sup> Suranto. AW. Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta; Graha Ilmu. 2011. Hlmn. 3

<sup>2</sup> Mulyana, Deddy. Ilmu Komunikasi (Suatu Pengantar). PT Remaja Rosdakarya. Hlmn. 81

<sup>3</sup> Kartajaya Hermawan. 2009. Service Operation. Esensi Erlangga Group Hlmn. 7

loyal, yaitu konsumen yang senang karena memilih tempat setelah merasakan pelayanannya. Layanan yang baik akan menghasilkan konsumen untuk datang kembali dan menyebarkan informasi kepada konsumen lainnya. Sehingga pelayan harus dapat membuka interaksi dan menjaga citra dirinya dan perusahaan didepan konsumen.

Salah satu kedai kopi yang unik di Yogyakarta adalah Klinik Kopi yang mulai berdiri tahun 2013 oleh Mas Pepeng. Berlokasi di Gang Bima, Jalan Kaliurang KM 7,5, Sleman, Yogyakarta. Bangunannya mirip rumah dengan tema bambu yang dihiasi berbagai tanaman yang hijau dan sejuk. Layanan di kedai ini sangat unik dan mirip sekali dengan datang ke dokter yaitu, konsumen datang untuk mengambil nomor antrian, menunggu panggilan, hingga akhirnya masuk ke sebuah ruangan bernama “Roasting”. Di kedai ini ada beberapa ruangan untuk menikmati hidangan kopi. Namun tidak hanya menjual kopi saja, ada makanan yang dapat menemani seperti donat, roti, dan lainnya. Klinik Kopi juga tidak menyediakan gula dan susu untuk pemanisnya, karena memang hanya menyajikan kopi *Single Origin* yang memang asli dari biji kopi arabika. Konsumen akan diajak konsultasi seperti kopi seperti apa yang disukai, hingga mas Pepeng akan senang hati menceritakan darimana biji kopi didapatkan, bagaimana memetikanya, hingga benar-benar konsumen akan mendapatkan informasi seputar kopi.

Atas dasar pemikiran inilah yang ingin peneliti angkat untuk penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Komunikasi Interpersonal Barista Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif komunikasi Pada Barista di Klinik Kopi Yogyakarta)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

Bagaimana Komunikasi Interpersonal Barista Klinik Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana komunikasi interpersonal barista dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi dan acuan untuk penelitian selanjutnya, yang berkaitan dengan Komunikasi Interpersonal (antarpribadi) dan loyalitas pelanggan.

### **2. Manfaat Praktisi**

- a. Bagi kedai Klinik Kopi, dapat memberikan data dari konsumen terkait pelayanan yang diberikan sehingga dapat menjadi acuan

dan pilihan untuk menentukan memperbaiki kinerja kedai tersebut

- b. Bagi peneliti, menambah wawasan dan informasi terkait bagaimana konsumen dapat setia dalam sebuah layanan yang memuaskan. Serta menambah pengetahuan dan pengalaman sebagai bekal untuk terjun ke dunia kerja, serta sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- c. Bagi Universitas Mercu Buana Yogyakarta, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan kajian mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

#### **E. Metodologi Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara yang dilakukan untuk mengumpulkan, menyusun serta menganalisis data sehingga diperoleh makna yang sebenarnya. Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Leedy & Ormord; Patton; Saunders, Lewis & Thornhill dalam buku Samiaji, penelitian kualitatif adalah penelitian yang mencoba memahami fenomena dalam setting dan konteks naturalnya dimana peneliti tidak berusaha untuk memanipulasi fenomena yang diamati<sup>4</sup>. Penelitian deskriptif diartikan sebagai suatu

---

<sup>4</sup> Sarosa, Samiaji. Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar. Jakarta ; PT. INDEKS. 2012. Hlmn. 7

penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu fenomena atau peristiwa secara sistematis sesuai dengan apa yang diperoleh. Penelitian deskriptif kualitatif dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai situasi saat ini. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk menentukan sikap situasi sebagaimana adanya pada waktu penelitian dilakukan. Penelitian deskriptif kualitatif lainnya mengutamakan penjelasan yang cermat dalam melakukan analisis dan menyajikan temuan-temuannya. Penelitian ini memberikan pengertian tentang seperti apa sebenarnya kenyataan yang sedang diamati pada tempat penelitian dilaksanakan. Penelitian deskriptif kualitatif ini tidak untuk pengujian hipotesis, karena penelitian ini bertujuan membuat gambaran secara sistematis, sesuai fakta dan sifat pada suatu objek penelitian tertentu.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian untuk mendapatkan data yang diperlukan digunakan metode dan teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data adalah segala sesuatu yang menyangkut bagaimana cara atau dengan apa data dapat dikumpulkan. Menurut Sugiyono dalam buku Andi Prastowo, Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data<sup>5</sup>. Adapun pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik yaitu, pengamatan (observasi), wawancara, dan dokumentasi. Untuk lebih jelasnya akan diuraikan sebagai berikut:

---

<sup>5</sup> Prastowo, Andi. Metode Penelitian Kualitatif; dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Yogyakarta. AR-RUZZ MEDIA. 2016. Hlmn. 208

## 1. Pengamatan (observasi)

Menurut Sutrisno Hadi dalam buku Andi Prastowo, menerangkan bahwa observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap suatu gejala yang tampak pada objek penelitian<sup>6</sup>. Observasi yang dilaksanakan di kedai kopi ini adalah dengan mengamati dan mencari data yang dilakukan dalam wawancara terhadap Mas Pepeng selaku barista. Data yang akan saya deskripsikan seperti adanya pelayanan yang cukup unik, manajemen di Klinik Kopi, deskripsi bangunan dan fasilitas di Klinik Kopi, menu dan produk di Klinik Kopi. Observasi yang dilakukan penulis adalah ditemukan dilapangan adalah cukup efektif yaitu, barista dalam melakukan komunikasi dengan konsumen yang mengusung konsep unik yaitu *Story Telling*. Dalam konsep ini, barista akan melayani sekaligus mengedukasi konsumen dari bagaimana biji kopi didapatkan, asal darimana, dan bagaimana meminum kopi dengan benar.

Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang kelakuan manusia seperti yang terjadi dalam kenyataan. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data atau informasi yang tidak

---

<sup>6</sup> Prastowo, Andi. Metode Penelitian Kualitatif; dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Yogyakarta. AR-RUZZ MEDIA. 2016. Hlmn. 220



diungkapkan oleh informan dalam wawancara. Data informasi yang diperoleh melalui pengamatan selanjutnya dijelaskan dalam tulisan.<sup>7</sup>

Dengan ini penelitian akan dilakukan pengamatan langsung ke objek penelitian yaitu kedai Klinik Kopi.

## 2. Wawancara

Menurut Sugiyono, wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada Mas Pepeng selaku owner Klinik Kopi. Dalam penelitian ini penulis mengajukan pertanyaan tentang bagaimana sejarah Klinik Kopi berdiri sehingga bisa dikenal masyarakat sampai bagaimana mampu bersaing hingga sekarang ini lalu proses produk diterima di masyarakat dan bagaimana fasilitas yang diberikan Klinik Kopi.

Deddy Mulyana menjelaskan bahwa wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Deddy Mulyana juga menambahkan wawancara terbagi menjadi

---

<sup>7</sup> Nasution, S. (2002). Metodologi Penelitian Naturalistik Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara. Hlmn. 106

dua, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tak terstruktur<sup>8</sup>. Wawancara terstruktur mirip dengan percakapan. Metode ini bertujuan memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden, tetapi susunan pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara termasuk sosial-budaya. Sedangkan wawancara terstruktur susunan pertanyaannya sudah ditetapkan sebelumnya (biasanya tertulis) dengan pilihan-pilihan jawaban yang juga sudah disediakan.

Penelitian ini akan menggunakan wawancara tak terstruktur, karena hanya akan melakukan wawancara kepada owner dengan santai dan melakukan pengamatan langsung di objek penelitian.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan dengan pengumpulan data ini dilakukan mendokumentasikan secara langsung kegiatan di kedai dan juga mengumpulkan dokumentasi langsung ke tempatnya. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa penting yang berupa gambar dan karya lainnya dari seseorang. Dokumentasi menjadi sebuah bukti bahwa benar adanya apa yang sedang terjadi di objek penelitian.

---

<sup>8</sup> Mulyana, Deddy. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.hlm. 180

Dalam penelitian ini dokumentasi berbentuk foto dan data-data yang dilakukan peneliti untuk melengkapi hasil observasi dan wawancara yang telah dilaksanakan.

## **G. Teknik Analisis Data**

Setelah semua data terkumpul, maka data-data akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman. Model interaktif yang terdapat dalam buku Prastowo yaitu reduksi data, display data, dan kesimpulan atau verifikasi<sup>9</sup>.

### 1) Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang penting, fokus pada hal yang penting dicari tema dan membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang direduksi dan memberikan gambaran lebih jelas tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila dibutuhkan.

Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah temuan. Oleh karena itu, kalau peneliti menemukan hal-hal asing, tidak dikenal, justru itu yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam mereduksi data.

### 2) Data Display

Langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dalam bentuk uraian singkat berbentuk teks yang bersifat naratif. Dengan

---

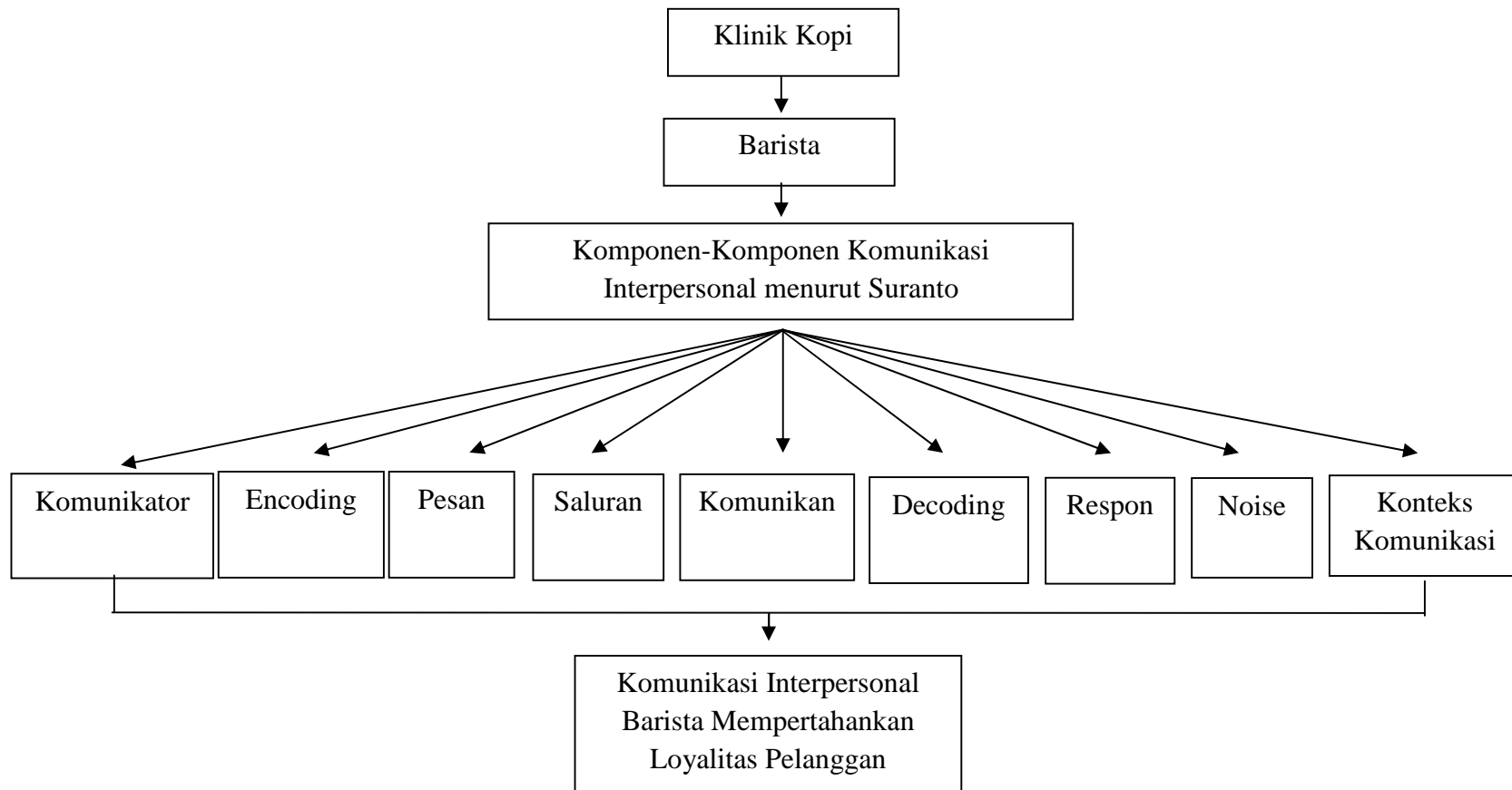
<sup>9</sup> Prastowo, Andi. Metode Penelitian Kualitatif; dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Yogyakarta. AR-RUZZ MEDIA. 2016. Hlmn. 250

menyajikan data maka akan memudahkan untuk memenuhi apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

### 3) Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan awal merupakan kesimpulan sementara, dan akan berubah bila tidak ada bukti-bukti yang kuat untuk melangkah ke tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila kesimpulan yang dikemukakan di awal didukung adanya bukti-bukti yang kuat dan konsisten saat peneliti melakukan data ke lapangan kembali, maka kesimpulan akan semakin valid apabila selalu diverifikasi kelapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru sebelumnya belum pernah dilakukan. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang awalnya belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

## H. Kerangka Konsep Pemikiran



Tabel 1.1 Kerangka Pemikiran Penulis