

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Yogyakarta merupakan Kota Istimewa dengan julukan Kota Pelajar yang memiliki banyak sekolah dan perguruan tinggi. Keistimewaan dan banyaknya perguruan tinggi bergengsi yang berada di Yogyakarta menjadikan penduduk dari kota lain berbondong-bondong datang dan tinggal di Yogyakarta untuk menempuh pendidikan. Banyaknya pengunjung dan pendatang baru di Yogyakarta membuka peluang bagi pelaku bisnis agar kreatif dan inovatif untuk menciptakan pasar baru. Salah satu usaha yang menjamur dengan pesat di Yogyakarta adalah kedai kopi / *Coffee Shop*. *Coffee Shop* merupakan salah satu industri yang populer di kalangan masyarakat Indonesia, karena kegiatan minum kopi sudah menjadi sebuah budaya dan gaya hidup bagi sebagian masyarakat Indonesia (Tania & Hurdawaty, 2022: 2). Menurut Utama (2021: 2) faktor penyebab pertumbuhan jumlah konsumsi kopi Indonesia salah satunya adalah dominasi populasi anak muda atau mahasiswa. Berdasarkan hal tersebut, mahasiswa menjadi pasar yang potensial dan target pasar yang tepat untuk *Coffee Shop*.

*Coffee Shop* hampir ditemui di setiap sudut kota Yogyakarta, mulai kedai kopi yang mahal hingga yang murah sekalipun memiliki penikmatnya masing-masing. Berdasarkan data yang dimuat pada web resmi Pandangan Jogja bahwa pertumbuhan kopi di Yogyakarta saat ini telah mencapai 3000 *coffee shop* pada 2023, atau bertambah sekitar 1700 dari tahun 2017, dengan hal itu Yogyakarta menjadi kota dengan kedai kopi/*coffee shop* terbanyak di Indonesia. Banyaknya jumlah *Coffee Shop* membuat banyaknya pilihan preferensi pelanggan terhadap

*Coffee Shop*, sehingga keinginan untuk mencoba-coba *Coffee Shop* yang lain menjadi semakin tinggi.

Salah satu *Coffee Shop* di Yogyakarta yaitu Jinawi Kopi. Jinawi Kopi Kabupaten Sleman mempunyai suasana kafe yang cukup baik dengan desain interior dan eksterior yang menarik, suasana yang tenang, *smoking area*, *live music* serta menyelenggarakan even tertentu seperti nonton bareng pertandingan siaran langsung sepakbola, sehingga menjadikan tempat ini selalu dipadati pengunjung pada setiap harinya, selain suasananya yang unik tempatnya juga strategis. Selain sebagai tempat nongkrong, kafe ini juga dijadikan tempat berkumpul keluarga, teman, tempat untuk mengerjakan tugas atau kepentingan lain. Jinawi Kopi Kabupaten Sleman buka setiap hari dari pukul 08.00-22.00 WIB. Data menunjukkan bahwa terdapat penurunan pengunjung antara tahun 2021-2023, seperti pada Gambar 1.



**Gambar 1. Grafik Jumlah Pengunjung Jinawi Kopi Tahun 2021-2023**

Berdasarkan grafik di atas, menunjukkan adanya kecenderungan penurunan jumlah pengunjung Jinawi Kopi dari tahun 2021-2023, penurunan terjadi pada tahun 2023 yaitu hanya 3259 pengunjung. Adanya penurunan jumlah pengunjung dikarenakan banyak persaingan tempat usaha sejenis dengan konsep

yang baru dan berbeda. Perusahaan untuk dapat bersaing di pasar ini, harus membangun diferensiasi agar konsumen tetap tertarik untuk datang ke *Coffee Shop*. Maka dari itu, untuk menciptakan rasa kepuasan pelanggan, perusahaan juga harus memberikan citra dan kesan terbaik kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi kelangsungan berjalannya sebuah bisnis. Kepuasan adalah tanggapan pengunjung berupa penilaian terhadap suatu bentuk keistimewaan dari barang atau jasa yang memberikan kenyamanan. Mempertahankan pelanggan yang sudah ada biasanya lebih diutamakan daripada memperoleh konsumen baru. Retensi pelanggan membutuhkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Sebagai konsekuensinya, untuk menghasilkan kesenangan pelanggan, sebuah perusahaan harus memiliki rencana yang solid untuk mencapai kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, keterlibatan pelanggan adalah sesuatu yang harus dipikirkan oleh bisnis dalam hal mencapai kepuasan pelanggan, termasuk kepuasan pelanggan pada bisnis *Coffee Shop*.

*Coffee Shop* yang menawarkan berbagai jenis produk atau jasa mengakibatkan pada meningkatnya tuntutan masyarakat atau pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan *Coffee Shop* itu sendiri. Sebagai ujung tombak perusahaan seorang karyawan hendaknya mampu memahami mengenai komunikasi yang tepat terhadap pelanggan. Karena cara berkomunikasi karyawan kepada pelanggan menentukan kepuasan pelanggan. Konsumen akan lebih merasakan kepuasan dengan karyawan yang memiliki kemampuan dalam teknik berinteraksi dengan orang lain dan memiliki kemampuan dalam persepsi sosial agar mampu membaca perasaan, sikap, dan keyakinan konsumen atau pelanggan. Karyawan harus berinteraksi dengan pelanggan, mulai dari mendiskusikan

pesanan hingga masalah pribadi (Alvarizy & Deliana, 2021), yang dalam konteks komunikasi disebut komunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal merupakan dasar pemaknaan dalam hubungan manusia yang melibatkan dua atau tiga orang akan tetapi menekankan pada kualitas tertentu, atau karakter dan interaksi dengan tipe yang berbeda, meliputi komunikasi non verbal dan komunikasi verbal. Kemampuan berkomunikasi antarindividu (komunikasi interpersonal) adalah salah satu kecakapan yang sangat penting bagi siapapun, baik seorang pemimpin ataupun rakyat biasa. Hal ini disebabkan, setiap orang perlu menjalin hubungan harmonis dan kerjasama dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu, maka komunikasi adalah tanggung jawab dari masing-masing individu.

Banyak perusahaan yang semakin yakin bahwa pemasaran dengan konsep mempertahankan pelanggan sangatlah menguntungkan. Oleh karena itu, cara berkomunikasi yang baik atau berkualitas seperti menggunakan tutur kata yang lemah lembut yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan menjadi hal yang patut dipertahankan oleh perusahaan. Komunikasi interpersonal merupakan suatu bentuk penilaian oleh pelanggan terhadap tingkat kepuasan yang diperoleh dari jasa yang diberikan. Hal ini dikarenakan, pada setiap orang perlu menjalani komunikasi secara baik dan kerjasama dengan oranglain/karyawan guna mencapai tujuan utamanya.

Berdasarkan hasil observasi di Jinawi Kopi, menunjukkan bahwa komunikasi antara pelayan dan pelanggan kurang begitu terjaga dengan baik, seperti pelayanan yang kurang ramah kepada pelanggan, pelayan kurang bersikap ramah damah setiap pelayanannya dengan pelangga, pelayan yang sering tidak meminta/mengucapkan kata maaf dan terimakasih kepada pelanggan. Teori ini

sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Benedica (2019) yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh dalam peranan terhadap kepuasan pelanggan yang berakibat pelanggan merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh staff pelayananya.

Berdasarkan hasil penelitian Firmansyah & Wongso (2023) menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan Pribadi & Bathesta (2023) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara komunikasi interpersonal barista terhadap kepuasan pelanggan *coffee house* Kembali ke Kala dengan arah yang kuat dan positif sebesar 81,7% sedangkan 18,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian Pambayun & Soedarsono (2019) menunjukkan bahwa variabel komunikasi interpersonal berpengaruh secara positif dan signifikan, serta memberi kontribusi sebesar 48,2% terhadap kepuasan konsumen pada Sekutu Kopi, sedangkan 51,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

*Coffee Shop* memiliki keberhasilan yang tidak terlepas pada sumber daya SDMnya. Oleh sebab itu, agar mencapai tujuan yang diinginkan guna meraih hasil sebaik mungkin, terutama perihal komunikasi interpersonal, komunikasi antara pelayan dengan pelanggan harus dipahami dengan seksama agar menjadi baik untuk ke depannya. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan di Jinawi Kopi Yogyakarta".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian adalah: "Apakah terdapat

pengaruh komunikasi interpersonal karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Jinawi Kopi Yogyakarta?”.

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang ada, untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Jinawi Kopi Yogyakarta.

### D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoretis maupun praktis sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoretis

- a. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan topik komunikasi pemasaran.
- b. Penelitian ini akan dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu komunikasi yang ada hubungannya dengan pengaruh komunikasi interpersonal karyawan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai masukan dan saran bagi mahasiswa untuk lebih mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Jinawi Kopi Yogyakarta.

##### b. Bagi Jinawi Kopi

Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan untuk dapat memaksimalkan komunikasi interpersonal karyawan guna meningkatkan kepuasan konsumen.

c. Bagi Akademisi

- 1) Penelitian ini diharapkan menjadi tambahan referensi serta menjadi rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh komunikasi interpersonal karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Jinawi Kopi Yogyakarta.
- 2) Menambah wawasan bagi para praktisi di bidang Ilmu Komunikasi pada umumnya, bahwa ilmu komunikasi mengenai komunikasi pemasaran dapat dikembangkan di lingkup masyarakat, lembaga, dan seterusnya.