

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Selama menjalani kehidupan manusia menghabiskan 70% waktunya digunakan untuk berkomunikasi (Mahadi, 2021). Komunikasi menjadi aspek penting karena dapat mempengaruhi kualitas hidup manusia. Manusia dalam melangsungkan kehidupannya pasti berkomunikasi dengan individu yang lainnya. Komunikasi tidak hanya dijadikan sebagai sarana pertukaran pesan dari seorang komunikator kepada komunikan namun juga untuk saling berinteraksi dan berhubungan antara seseorang dengan orang lain. Menurut Zamzami dan Sahana (2021) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses interaksi yang dilakukan oleh sesama makhluk hidup dengan berbagai cara seperti menggunakan simbol, sinyal ataupun tindakan dan perilaku. Komunikasi sendiri merupakan salah satu aspek penting dan sangat vital yang mendukung manusia dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Arti lain dari komunikasi adalah proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian yang mendalam (Rogers E. M. 1976). Komunikasi juga dapat menjadi seni mengembangkan dan mendapatkan pengertian diantara orang-orang. Komunikasi berperan dalam penukaran informasi dan perasaan diantara dua orang atau lebih, dan penting bagi manajemen yang efektif (George, R, Terry, Leslie W. Rue. 2003). Komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) kepada pihak lain.

Salah satu bentuk dari komunikasi yaitu komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal merupakan bentuk komunikasi yang lazim dijumpai dalam kehidupan sehari-hari antara dua orang atau lebih mencapai tujuan tertentu. Sebuah komunikasi interpersonal disebut efektif ketika pertemuan komunikasi adalah hal yang membuat senang untuk komunikasi. Pada umumnya Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau biasa disebut dengan komunikasi diadik. Komunikasi interpersonal dilakukan oleh dua orang atau lebih yang bertujuan untuk membangun hubungan positif dan saling

percaya satu sama lain (Wulanda et al, 2023). Komunikasi interpersonal tidak dapat dihindari dan bersifat sangat penting. Komunikasi interpersonal berperan dalam sebuah hubungan yang berdampak pada hubungan dan mengartikan hubungan itu sendiri. Komunikasi interpersonal ini juga merupakan salah satu strategi yang banyak dilakukan oleh perusahaan atau bisnis karena dampak positifnya yang sangat banyak untuk perusahaan. Semakin baik kualitas komunikasi interpersonal yang terjalin dalam suatu perusahaan maka akan menjadikan banyak keuntungan untuk perusahaan atau bisnis itu sendiri.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu komunikasi interpersonal. Hal ini seperti apa yang dikemukakan oleh Kotler (1999) bahwa pelanggan akan lebih merasakan kepuasan dengan karyawan yang memiliki kemampuan dalam teknik berinteraksi dengan orang lain dan mempunyai kemampuan dalam persepsi sosial agar mampu membaca perasaan (Amstrong dan Kotler, 1999). Komunikasi interpersonal yang baik dalam suatu perusahaan antara pegawai atau karyawan atau barista dengan pelanggan akan menimbulkan perasaan yang nyaman dan puas. Karena pelanggan merupakan salah satu aspek yang penting yang membuat sebuah perusahaan dapat bertahan maka perlu kemampuan komunikasi yang baik bagi seluruh karyawan perusahaan yang berhubungan langsung dengan pelanggan yang akhirnya akan menimbulkan kepuasan pelanggan. Bagi seorang barista, komunikasi interpersonal sangat diperlukan untuk dapat memikat kepuasan pelanggan dalam bisnis *Coffee Shop*. Barista adalah suatu pekerjaan yang menyajikan kopi kepada pelanggan. Barista sendiri merupakan suatu ujung tombak kesuksesan dari sebuah *Coffee Shop*, seorang barista tidak hanya harus memiliki kemampuan dalam meracik minuman atau meracik sebuah kopi namun juga pengetahuan dan skill yang baik untuk penerapan dalam komunikasi dengan pelanggan. Komunikasi yang berjalan dengan baik tentunya akan semakin memperlancar bisnis yang dijalani. Menurut Effendi (2000) dalam jurnalnya Mahadi (2021) menjelaskan bahwa terjadinya komunikasi adalah sebuah bentuk konsekuensi dari hubungan sosial "social relations".

Peran komunikasi interpersonal yang efektif dari seorang barista menjadi sangat vital karena pada dasarnya barista akan menjadi ganda terdepan dalam menjalin hubungan komunikasi dengan tamu dan berinteraksi dengan tamu. Barista sangat menentukan kesan dari para tamu terhadap hotel. Barista diharapkan mampu memberikan informasi yang jelas mengenai hotel dan segala pertanyaan dari pelanggan atau tamu. Selain itu barista diharapkan mampu untuk bersikap ramah dengan pelanggan dan menyelesaikan permasalahan pelanggan dengan profesional dan cekatan. Beberapa manfaat yang dapat diberikan apabila komunikasi interpersonal berjalan dengan efektif antara barista dan tamu adalah seperti tamu merasa dihargai dan dihormati melalui komunikasi yang baik dan akan cenderung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh hotel (Wulanda et al, 2023). Hal tersebut nantinya akan berpengaruh terhadap pengalaman menginap di hotel dan akan mempengaruhi keputusan mereka dalam menginap kembali. Komunikasi yang berjalan dengan lancar dan efektif antara barista dengan pelanggan juga akan mempengaruhi citra hotel sebagai tempat yang profesional dan ramah. Citra yang terbentuk akan menarik tamu tamu baru untuk datang ke hotel dan dapat mempertahankan tamu yang sudah pernah datang atau menginap. Penelitian yang dilakukan oleh Estikowati (2016) menjadi salah satu data yang dapat menjelaskan bahwa tamu yang puas terhadap pelayanan hotel nantinya akan kembali lagi ke hotel dan akan merekomendasikan kepada orang lain sehingga menciptakan lingkaran umpan baik positif yang berkelanjutan. Namun apabila barista tidak dapat melakukan komunikasi interpersonal yang baik maka justru sebaiknya menimbulkan masalah yang berkebalikan. Hambatan-hambatan yang terjadi dalam komunikasi interpersonal menjadikan suatu bisnis salah satunya hotel menjadi terhambat karena akan mempengaruhi citra dari hotel tersebut.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan *Bar Supervisor* Taman sari Pool and Bar yang berada di The Jayakarta Hotel Yogyakarta, menyatakan bahwasannya sangat dibutuhkan Komunikasi Interpersonal yang baik antara barista dan pelanggan. Selain meracik kopi yang diinginkan pelanggan, barista harus mampu menjalin Komunikasi interpersonal yang baik antara barista dan pelanggan seperti halnya memberikan pengetahuan tentang kopi kepada pelanggan, memberikan

rekomendasi tentang kopi yang akan dipesan oleh pelanggan, bersikap menghargai dengan memberikan keputusan penuh terhadap pelanggan, bersikap ramah kepada pelanggan yang datang dan melayani sepenuh hati.

Melihat fenomena yang saat ini terjadi, dibutuhkan kemampuan komunikasi interpersonal yang baik bagi seorang barista untuk dapat memikat kepuasan pelanggan. Dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut akan berdampak positif bagi perusahaan atau bisnis tersebut. Apabila pelanggan atau konsumen merasa puas akan suatu produk atau pelayanan tentunya pelanggan tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Berdasarkan poin permasalahan di atas maka akan dilaksanakan penelitian mengenai "Hambatan Komunikasi Interpersonal Barista The Jayakarta Hotel Yogyakarta dalam Upaya Mempertahankan Kepuasan Pelanggan". Penelitian ini dilakukan mengingat pentingnya kemampuan komunikasi interpersonal yang dijalin oleh seorang barista kepada pelanggan agar dapat memikat kepuasan pelanggan sehingga diharapkan dapat mempertahankan kepuasan pelanggan bisnis atau perusahaan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil penjelasan di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang ada sebagai berikut ini:

1. Meskipun semua barista di Taman sari Pool and Bar yang berada di The Jayakarta Hotel Yogyakarta sudah memiliki sertifikat kompetensi di bidang barista, akan tetapi masih perlu adanya pendampingan dan pengetahuan yang lebih mengenai komunikasi interpersonal dalam diri barista untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Konsistensi barista dalam menjalankan komunikasi interpersonal kepada pelanggan serta harus bersikap positif kepada pelanggan dan selalu siap untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka peneliti menemukan adanya rumusan masalah yang akan dikaji yaitu:

1. Bagaimana upaya barista dalam menjalin komunikasi interpersonal untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?
2. Apa saja peran serta hambatan komunikasi interpersonal dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?

D. Tujuan Penelitian

Adapun merujuk dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari adanya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana upaya barista dalam menjalin komunikasi interpersonal untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisis peran serta hambatan komunikasi interpersonal dalam meningkatkan kepuasan pelanggan

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis

1. Manfaat Teoritis

Dapat memberikan masukan ilmu pengetahuan terhadap kajian ilmu komunikasi, khususnya bagi rekan mahasiswa yang lain untuk melakukan penelitian mengenai komunikasi interpersonal barista dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan penjelasan otentik yang dapat dipertanggungjawabkan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yaitu sebagai berikut :

Bagi perusahaan : penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberikan informasi kepada perusahaan mengenai peran penting komunikasi interpersonal dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Hambatan komunikasi interpersonal yang terjadi diharapkan mampu diperbaiki oleh perusahaan sehingga dapat mempertahankan kepuasan pelanggan.

Bagi penulis : penelitian ini menambah informasi serta wawasan penulis mengenai hambatan komunikasi interpersonal yang terjadi di suatu perusahaan serta peran komunikasi interpersonal antara barista dan tamu. Pengetahuan ini diharapkan mampu menjadi modal masa depan bagi penulis ketika menjalin suatu bisnis.

Bagi mahasiswa : bermanfaat sebagai bahan acuan dan bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai hambatan komunikasi interpersonal dalam suatu bisnis khususnya bagian barista hotel dalam upaya mempertahankan kepuasan pelanggan.

