

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi interpersonal barista di Jore Coffee dalam membangun kepuasan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal memainkan peran yang sangat penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi terkait menu dan layanan, tetapi juga sebagai media untuk membangun hubungan emosional yang kuat antara barista dan pelanggan. Strategi komunikasi ini secara langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan serta loyalitas pelanggan terhadap Jore Coffee.

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa strategi komunikasi interpersonal barista mencakup penerapan komunikasi verbal dan non-verbal secara simultan. Dalam komunikasi verbal, barista menggunakan sapaan yang ramah, menyampaikan rekomendasi menu dengan jelas, serta memberikan respons yang sopan dan solutif terhadap pertanyaan maupun keluhan pelanggan. Sementara itu, komunikasi non-verbal ditunjukkan melalui ekspresi wajah yang bersahabat, kontak mata yang sopan, serta penggunaan bahasa tubuh terbuka yang menciptakan suasana santai dan akrab bagi pelanggan.

Ketika dianalisis berdasarkan lima dimensi utama komunikasi interpersonal menurut DeVito yakni keterbukaan (openness), empati (empathy), dukungan (supportiveness), kepositifan (positiveness), dan kesamaan (equality) dapat disimpulkan bahwa sebagian besar aspek tersebut telah diterapkan oleh barista di Jore Coffee. Barista menunjukkan keterbukaan melalui komunikasi yang informatif dan interaktif dalam menjelaskan menu. Empati tercermin dari sikap barista yang responsif terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan. Dukungan dan kepositifan hadir dalam bentuk komunikasi yang bersahabat, sopan, dan penuh perhatian. Kesamaan atau sikap tidak membedakan pelanggan juga ditunjukkan dalam perlakuan yang konsisten kepada pelanggan baru

maupun pelanggan tetap.

Namun demikian, masih terdapat kelemahan dalam penerapan dimensi kesamaan (equality) dan dukungan (supportiveness) secara konsisten. Meskipun barista berupaya melayani semua pelanggan dengan setara, dalam beberapa kasus ditemukan perbedaan sikap ketika menghadapi pelanggan yang dominan, arogan, atau memiliki ekspektasi tinggi, sehingga komunikasi menjadi lebih pasif atau defensif. Selain itu, dukungan berupa komunikasi dua arah yang mendalam masih belum sepenuhnya terjadi pada pelanggan yang tidak proaktif atau kurang ekspresif. Ini menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi masih cenderung responsif daripada proaktif.

Dengan demikian, kelemahan dalam penerapan aspek kesamaan dan dukungan ini dapat menjadi celah untuk penelitian selanjutnya, seperti bagaimana barista membangun komunikasi interpersonal dengan pelanggan dari latar belakang sosial atau budaya yang berbeda, atau bagaimana strategi komunikasi dapat ditingkatkan untuk menjangkau pelanggan yang pasif dan kurang komunikatif. Penelitian lanjutan juga dapat menggali lebih dalam peran pelatihan komunikasi lintas budaya dan sensitivitas emosional dalam konteks pelayanan coffee shop.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa komunikasi interpersonal yang ramah, personal, dan responsif menjadi strategi kunci dalam membangun pengalaman pelanggan yang berkesan. Jore Coffee, melalui praktik komunikasi yang efektif, berhasil memperkuat posisinya sebagai coffee shop yang tidak hanya unggul dalam kualitas produk, tetapi juga dalam kualitas hubungan antar manusia.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan oleh Jore Coffee untuk terus meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal barista dan pengalaman pelanggan. Berikut adalah rekomendasi yang disarankan:

A. Bagi Barista

Salah satu langkah yang dapat diambil oleh Jore Coffee untuk meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal adalah

dengan mengadakan pelatihan khusus bagi barista. Pelatihan ini bertujuan untuk menyesuaikan gaya komunikasi barista dengan berbagai tipe pelanggan yang ada. Beberapa hal yang dapat diajarkan dalam pelatihan tersebut antara lain teknik komunikasi verbal yang baik, penggunaan bahasa tubuh yang efektif, serta cara menangani keluhan pelanggan dengan lebih profesional. Dengan demikian, barista dapat mengoptimalkan keterampilan mereka dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

Selain itu, barista dapat lebih aktif membangun hubungan personal dengan pelanggan tetap, seperti dengan mengingat preferensi mereka atau memberikan rekomendasi menu sesuai dengan selera yang mereka sukai. Pendekatan personal ini akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan membuat mereka merasa lebih dihargai. Meskipun barista sudah cukup baik dalam menangani keluhan pelanggan, Jore Coffee dapat memperkenalkan sistem umpan balik yang lebih terstruktur, seperti melalui survei kepuasan pelanggan atau kotak saran, guna mendapatkan masukan yang lebih terorganisir dan memungkinkan perbaikan lebih cepat.

B. Bagi Pihak Jore Coffee

Pihak Jore Coffee, khususnya pemilik dan manajer, disarankan untuk memperhatikan faktor lingkungan yang turut berperan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih menyenangkan. Salah satu langkah yang bisa dilakukan adalah dengan meningkatkan kenyamanan tempat, dengan memperhatikan desain interior, pencahayaan yang lebih baik, serta pemilihan musik latar yang dapat mendukung suasana santai. Dengan suasana yang mendukung, interaksi antara barista dan pelanggan akan menjadi lebih akrab dan nyaman.

C. Untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang akan melanjutkan penelitian serupa, disarankan untuk memaksimalkan waktu penelitian guna menggali lebih dalam mengenai penerapan strategi komunikasi interpersonal barista. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperkuat dasar teori

yang digunakan serta melibatkan perspektif pelanggan sebagai penerima pesan dalam interaksi dengan barista. Pendekatan ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang sejauh mana strategi komunikasi yang diterapkan oleh barista berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

