

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam Industri Pariwisata saat ini sangat berkembang pesat dikarenakan arus globalisasi dalam bidang teknologi dan informasi. Produk sektor Pariwisata sangat menjadi perhatian bagi pemerintah karena dapat menghasilkan devisa bagi negara. Kelebihan dalam sektor pariwisata ialah produk pariwisata takan habis begitu cepat dan bisa dinikmati oleh siapapun.

Adapun pengertian pariwisata menurut Richardson and fluker (2004) adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Salah satu subsektor pariwisata tidak kalah pentingnya adalah sarana akomodasi berupa hotel dengan berbagai fasilitas ,mutu pelayanan yang diberikan. Namun diluar dunia industri perhotelan ada juga sub sektor pendukungkegiatan pariwisata yaitu industri *food and beverage* seperti *café* ataupun *coffee shop* yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minum. Adapun pengertian dari *Coffee shop* adalah Restoran dengan menu terbatas. Artinya tempat makan dan minum yang menyediakan menu cepat dan sederhana serta menyediakan minuman ringan untuk orang yang santai atau menunggu sesuatu. Menurut Kamus Istilah Pariwisata Dan Perhotelan (2003:66)

Menurut catatan sejarah, Kiva Han adalah *coffee shop* pertama kali di dunia dan bisa jadi sebelum itu sudah ada *coffee shop* lainnya di negara lain dan tidak terekam sejarah. *Coffee shop* ini terletak di Konstatinopel, Istanbul dan dibuka pada tahun 1555, pada pemerintahan Suleiman, dan yang membukanya ialah Ozdemir Pasha, Gubernur Ottoman untuk Yemen ketika itu. Di Istana

Ottoman, mereka membuat kopi dengan cara *roasting* (menyangrai) biji kopi dengan api, digiling, lalu di masak dengan kecepatan rendah dengan air dan pemanasnya adalah arang dan pasir yang sekarang dengan sebutan “*ibrik turkish coffee*”

Perkembangan *Coffee shop* di Palembang berkembang sangat pesat dimulai awal tahun 2015 hingga 2019 tercatat lebih dari 30 *coffee shop*. Hal ini ditunjukkan dengan banyak berdirinya *coffee shop* baru yang merupakan pemasukan bagi pemerintah dimana *coffee shop* sendiri salah satu pemasukan bagi negara. Dan tak hanya itu ternyata *coffee shop* memiliki daya Tarik suatu negara. tepatnya di Indonesia, seorang *tourist* yang berkunjung ke Indonesia hanya untuk mencicipi kopi *single origin* atau kopi khas suatu daerah misalnya seperti kopi sumatera, jawa, Sulawesi maupun bali dan dikenal dengan kopi bali kintamani.

Sampai sekarang produk minuman kopi mulai banyak di gemari, mulai dari orang tua, dewasa bahkan anak-anak remaja pun tergiur dengan nikmatnya minuman kopi. Banyak varian metode seduh yang digunakan seorang barista sehingga timbulnya daya Tarik terhadap pelanggan itu sendiri. Metode seduh ini sering sekali disebut dengan *Manual brew*, alat-alat pun yang digunakan sangat unik yaitu metode seduh saring dan menuang atau disebut *pour over* merk alat yang digunakan berupa *kalita wave*, *v60 dripper*, *chemex*, dan metode seduh lainnya seperti (*Moka pot dan syphoon*).

Dan sekarang beralih dengan seni melukis kopi atau yang dikenal *latte art*. Menurut helendrianto dicuplik oleh kompasiana, seorang *latte art artist* dan pemenang *latte art throwdown* starbucks indonesia tahun 2016 menyebutkan bahwa membuat *latte art* merupakan sebuah *passion* dari setiap Barista karena jika seorang Barista memiliki *passion* di dalam *latte art* mereka akan menggali kembali kemampuan mereka dalam membuat *latte art*. Kemudian presisi antara seni dan konsistensi menjadi hal yang penting dalam membuat seni kopi ini. Untuk menjadi seorang Barista yang memiliki *passion* di dalam *latte art* juga harus banyak mengetahui *pattern* (pola) atau gambar-gambar yang cantik di dalam membuat *latte art*.

Pattern(pola gambar)menjadi hal terpenting dalam *latte art*, banyak sekali *Latte artist*(Seniman Latte) kopi telah banyak membuat *pattern* ini sebagai acuan para Barista untuk membuat sebuah *latte art*. Perlu diketahui *pattern* adalah bentuk-bentuk dasar atau gambar yang biasa di buat dalam latte art bentuk-bentuk itu biasanya bisa menyerupai hewan, tumbuhan ,bahkan manusia. (<https://www.kompasiana.com>)

Seni melukis di atas kopi atau *latte art* sangat menarik di mata pelanggan dan sebagai acuan daya tarik itu sendiri banyak *coffee shop* menggunakan *latte art* sebagai *Standard operational procedure(SOP)*perusahaan *coffee shop* besar dan ternama di Indonesia. Dan seorang Barista yang memiliki passion dibidang tersebut harus wajib memiliki skill *latte art* yang memadai atau sudah ahli bahkan sudah pernah menjadi juara di kompetisi.

Maka dari itu persaingan antar *coffee shop* dalam sektor pariwisata itu sendiri sangatlah tinggi, sehingga peningkatan mutu pelayanan, kualitas SDM, dan produk harus dilakukan. Industri *food and beverage*. Di *coffee shop* memiliki jenis-jenis produk yaitu berupa produk nyata (*tangible*) dan produk tidak nyata (*intangibile*). Produk nyata(*tangible*) adalah produk yang dapat dilihat,dirasa,dan diraba yaitu makanan ,minuman,lokasi,dan fasilitas *coffee shop* itu sendiri, sedangkan produk tidak nyata(*intangibile*) adalah produk yang tidak tampak tetapi sangat dibutuhkan sebagai penunjang produk nyata(*tangible*)seperti pelayanan,keramah-tamahan,dan kebersihan.(Marsum W.A. 2005:7)

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ada baiknya *coffee shop* meningkatkan mutu pelayanan baik dari segi edukasi ,keramah-tamahan, dan kebersihan bagi pelangganya. Mengingat hal tersebut, dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dari segi mutu pelayananmaka sangat di butuhkan kualitas kinerja SDM(sumber daya manusia) yang tangguh.

The understanding of service quality according to Kotler (2012: 49) he argues that service quality is the overall characteristics and characteristics of a product or service that affect its ability to satisfy expressed or implied needs.

Adapun pengertian dari kualitas pelayanan menurut Kotler (2012:49) ia mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan maka tidak heran seorang barista harus terampil dan cekatan dalam mengambil suatu tindakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun pengertian dari kepuasan pelanggan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) yang dikutip dari buku manajemen pemasaran mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang di harapkan.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

Suatu hari ada seorang pelanggan atau bisa disebut *regular customer* (pelanggan tetap) datang dan memesan produk minuman kopi yang sama setiap hari. Ketika pelanggan tersebut memesan kopinya pada hari ini yang di sajikan ternyata tidak sesuai harapan pelanggan tersebut, bisa dibayangkan kopinya seperti tidak layak untuk di sajikan karena rasanya tidak enak. Setelah di selidiki masalah tersebut terjadi dikarenakan seorang barista di *shift* tersebut tidak menjalankan *SOP (standard operational procedure)*. Akhirnya pelanggan tersebut kecewa terhadap kualitas produk yang ada dan cenderung memutuskan tidak akan kembali lagi.

Karena terjadi masalah tersebut Barista pun harus dan wajib meningkatkan mutu kualitas produk minuman apakah produk minuman *coffee* atau *non coffee* tersebut sudah sesuai *standard operational procedure (SOP) recipe* perusahaan. Peningkatan mutu kualitas produk minuman yang di sajikan sangat diperlukan sebagai penunjang keberhasilan perusahaan itu sendiri ,agar mutu pelayanan

seimbang maka kualitas produk harus ditingkatkan untuk menjaga kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Amstrong (2001: 346) kualitas produk adalah "Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan".

Dan ketika membicarakan soal kualitas produk maka *coffee shop* (kedai kopi) juga menetapkan standar-standar operasional untuk mempertahankan dan menjaga kualitas produknya. Diantaranya jenis dan jumlah bahan baku, lama proses pembuatan, mesin dan peralatan yang digunakan. Jenis bahan yang digunakan adalah *espresso* yang menggunakan biji arabika (100%). *Coffee shop* menetapkan standar resep *espresso* untuk setiap satu shot *espresso* dan biasa menggunakan teknik kalibrasi dengan variabel Gramasi bubuk kopi, *Yield* (berat ekstraksi), *Time* (Waktu). Dalam pembuatan standar resep *espresso* maka *barista* harus mengunci satu variabel dan mengubah variabel lainnya untuk menentukan rasa lalu *barista* harus mencoba satu persatu shot *espresso* yang telah dibuat apakah rasa tersebut sesuai sudah sesuai atau nyaman jika di nikmati. *Coffee shop* juga menggunakan peralatan penunjang yang terbaik seperti mesin kopi dengan merk slayer dan lamarzoco dengan penggiling mahlkonig EK43 dikarenakan hal ini akan menunjang proses pembuatan *espresso*. Banyaknya produk minuman yang menggunakan *basic/based espresso* jika *espresso* tersebut tidak enak maka produk minuman yang lain juga akan tidak terasa enak di sajikan untuk pelanggan.

Semua menu diracik dan dihidangkan oleh para *barista* yang mempunyai kecepatan, ketepatan, keramahan, dan keterampilan. Kecepatan yang dimaksud adalah dalam hal pembuatan karena mesin dan peralatan terbatas sedangkan pelanggan yang banyak selain itu juga membuat pelanggan lebih nyaman jika tidak harus menunggu lebih lama menu yang di pesan. Kedua *barista* harus mempunyai ketepatan yaitu *barista* harus tepat dalam membuat produk baik ukuran maupun takaran jika sedikit saja salah maka akan berkurang kualitas dan rasa dari produk kopi. Ketiga *barista* harus menjaga keramah-tamahan terhadap pelanggan yaitu sikap ramah yang langsung diberikan kepada pelanggan datang sebagai kesan pertama sampai dengan pelanggan selesai menikmati menu

pesanan. *Barista* juga harus memiliki keterampilan yaitu seluruh keahlian yang dimiliki barista mulai dari pembuatan produk hingga sampai menyajikan produk terhadap pelanggan. Pelayanan *barista* inilah yang membuat lengkap *coffee shop* dan membuat pelanggan semakin tertarik akan kembali lagi ke *coffee shop*.

Palembang merupakan pusat kota dari Sumatera Selatan yang penduduknya rata-rata menyukai minuman berbasis kopi. Di jaman modern ini banyak sekali perkembangan dan pengetahuan kopi secara mendetail dan apa saja pengaruh *Barista* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu:

1. Mengikuti trend minum kopi yang baik dan benar.
2. Mendapat pengetahuan secara detail tentang keseluruhan produk kopi yang dipesan
3. Mengetahui beberapa teknik menyeduh dan nama alat seduh.

Dari uraian sebelumnya penulis tertarik membahas di karenakan terdapat beberapa masalah yang penulis urai berdasarkan kepuasan pelanggan yang ada di outlet *Common Grounds Coffee & Roastery* sesuai dengan judul “**Tinjauan Barista dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di *Common Grounds Coffee & Roastery***” diharapkan dengan penelitian ini dapat membantu memecahkan permasalahan yang terjadi.

1.2 Identifikasi Permasalahan

Dalam pembuatan Tugas Akhir ini, penulis mengidentifikasi masalahnya sebagai berikut :

1. Terdapat kualitas produk minuman yang belum maksimal karena tidak konsisten dalam proses pembuatan produk.
2. standar operasional prosedur yang telah dibuat oleh perusahaan belum berjalan secara keseluruhan.

Rumusan masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah, bahwa penulis dapat merumuskan masalahnya adalah:

1. Bagaimana upaya dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk minuman di *Common Grounds Coffee & Roastery*?
2. Bagaimana Standar operasional prosedur di *Common Grounds Coffee & Roastery*?

1.3 Tujuan dan manfaat penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dalam Tugas Akhir ini merupakan salah satu akademis dalam memenuhi Tugas Akhir program Diploma III Fakultas Vokasi Program Studi Manajemen Perusahaan Universitas Bina Darma Palembang dan juga penulis akan menerapkan teori untuk mengemukakan permasalahan yang ada di lapangan,

1. Untuk mengetahui bagaimana upaya meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk minuman di *Common Grounds Coffee & Roastery*.
2. Untuk mengetahui standar operasional prosedur di *Common Grounds Coffee & Roastery*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penulis akan menguraikan manfaat penelitian ini baik secara praktis maupun teoritis sebagai berikut :

a. Manfaat Praktis

- a) Dengan penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan seorang barista dalam menjaga kualitas produk dan kepuasan pelanggan, serta paham dalam menjaga standar operasional prosedur yang telah dibuat oleh perusahaan dengan baik.
- b) Dengan penelitian ini diharapkan sebagai sarana informasi serta referensi bagi peneliti atau orang lain khususnya tentang kesejahteraan petani kopi di Indonesia kemudian tentang ilmu pengetahuan pekerjaan Barista dalam menjalankan standar operasional prosedur dan menjaga kualitas produk serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Teoritis

Selain manfaat praktis yang dikemukakan diatas, Penelitian ini juga memiliki manfaat teoritis yaitu sebagai sarana informasi dan referensi bagi peneliti lain dalam pengembangan penelitian lain yang sejenis serta pengetahuan perusahaan khususnya tentang kepuasan pelanggan dan standar prosedur operasional di industri pariwisata tepatnya *coffee shop*.

1.4 Metodologi Penelitian

1.4.1 Metode penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana menurut Bogdan & Biklen, S. (1992: 21-22) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Dengan metode ini penulis akan mencoba menggambarkan bagaimana standar operasional prosedur barista, kegiatan Barista di *shift* Opening dan Closing, peralatan pendukung didalam bar, pengetahuan barista dalam menjaga kualitas produk

minuman, dan sikap barista terhadap pelanggan serta menampilkan beberapa data pendukung.

1.4.2 Teknik pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan baik pengumpulan data sekunder maupun primer dalam penyusunan tugas akhir ini, yaitu :

1. Data Primer

a) Observasi

Permana (1988:36) menjelaskan bahwa “Pengertian observasi adalah sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis tentang fenomena fenomena yang diteliti”.

Menurut penjelasan metode observasi diatas maka penulis melakukan observasi serta mengamati aktifitas di tempat penelitian dan melihat bahwa adanya hal-hal yang tidak sesuai seperti menjalankan standar operasional prosedur dan pelayanan Barista yang kurang *optimal* terhadap kepuasan pelanggan.

b) Wawancara

Menurut Gulo (2010: 15) “Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya-jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang dilengkapi kata – kata verbal.”

Tehnik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara menemui responden dengan cara tatap muka langsung untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti .Penulis melakukan wawancara dengan seorang pelanggan *regular*(tetap)serta para pelanggan baru di *Common Grounds Coffee & Roastery* mengenai bagaimana standarisasi produk minuman dan standar operasional prosedur Barista dalam menjaga danmeningkatkan kepuasan pelanggan

2. Data Sekunder

a) Studi Pustaka

Adapun pengumpulan data primer diatas maka penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data sekunder yaitu melalui Studi pustaka menurut Nasution (1996:146)mengatakan, “Studi kepustakaan diperlukan untuk memperoleh bahan yang mempertajam orientasi dan dasar teoritis penulisan proyek akhir dan masalah yang ditemui selama melakukan penelitian”. Penulis mencari landasan serta teori melalui buku ataupun *electronic book (e-book)* mengenai tingkat kepuasan pelanggan dan standarisasi pelayanan seorang Barista dalam menjaga kualitas produk yang mana membantu penulis membuat rancangan dan kerangka dalam penyusunan tugas akhir.

1.5 Lokasi dan Waktu penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian langsung di *Common Grounds Coffee & Roastery, Social market(SoMa)* yang bertempat di jalan Veteran No.999, Palembang, Sumatera Selatan 30111. Telp 0711 5732211

2. Waktu penelitian

Penulis melakukan penelitian praktik kerja lapangan di *Common Grounds Coffee & Roastery, Social Market(SoMa)* selama 3 bulan mulai dari bulan Oktober 2017 sampai dengan Desember 2017.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1. PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis mengemukakan beberapa sistematika penulisan yang terdiri : latar belakang masalah ,identifikasi masalah ,metodologi penelitian ,tujuan dan manfaat ,serta sistematika penulisan.

BAB II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis menerangkan tentang gambaran umum perusahaan meliputi sejarah ,jenis produk makan & minuman ,struktur organisasi restaurant ,*job description*,dan lokasi perusahaan

BAB III. PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang ruang lingkup, pengertian kepuasan pelanggan, pengertian Barista, pengertian *coffee shop*, alat penunjang operasional, tugas dan tanggung jawab seorang Barista, Standar operasional prosedur, Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk

BAB IV, PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan mengenai hasil penelitian tentang kesimpulan serta saran dan lampiran-lampiran.