BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

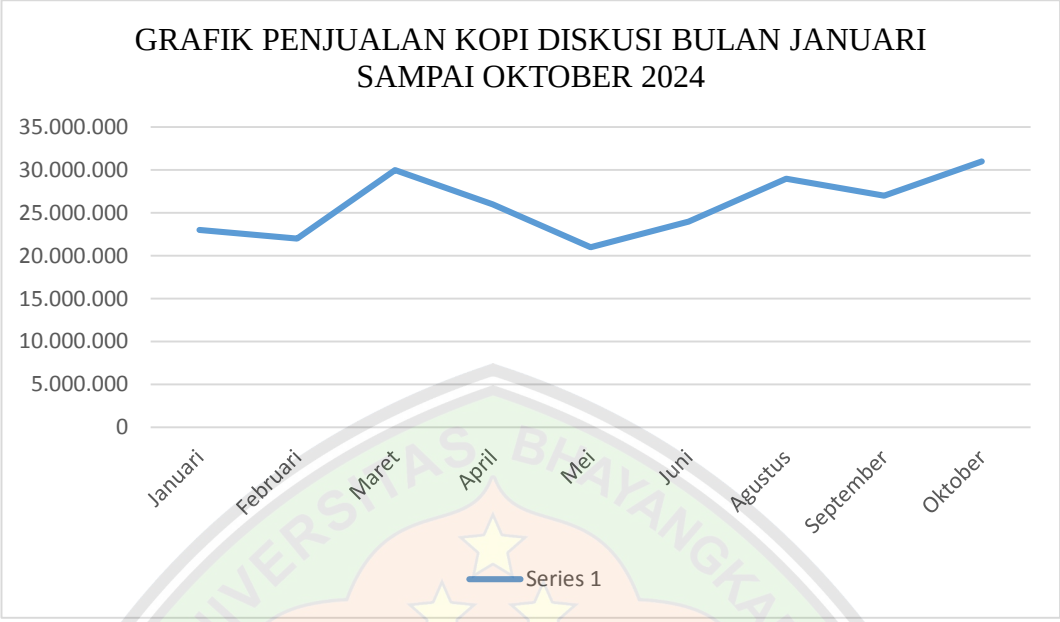
Sekarang ini, bisnis kopi atau *coffee shop* sedang berkembang pesat di berbagai wilayah. Setiap *coffee shop* berusaha menawarkan fasilitas dan karakteristik yang unik dan terbaik guna meningkatkan perkembangan bisnis kopinya dan mendapatkan banyak pelanggan. Sehingga pelanggan tidak hanya dapat menikmati makanan dan minuman saja, melainkan juga dapat menikmati fasilitas dan keunikan dari kedai kopi yang dikunjunginya.

Menurut (Atmodjo, 2005), kedai kopi adalah tempat di mana Anda dapat menikmati kopi espresso yang lezat dan camilan ringan. Seiring berkembangnya waktu, *coffee shop* juga menawarkan makanan ringan selain kopi sebagai produk utamanya. *Coffee shop* telah tersebar luas di berbagai kawasan, termasuk di Kabupaten Bekasi, tepatnya di Kecamatan Tambun Selatan. Biasanya kafe ini cocok untuk anak muda., seperti pada *coffee shop* Kopi Diskusi yang berlokasi di Jl. Setia Darma Ⅰ, Setiadarma, Kec. Tambun Sel., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17510.

Pemilik dari kedai Kopi Diskusi ini juga merupakan seorang yang menjadi satu-satunya barista disana, konsep dan tema yang dipilih untuk kedai kopinya ini mengarah kepada konsep dan tema rumahan. Sehingga pemilik *coffee shop* Kopi Diskusi ini masih bisa menjangkau dan memperhatikan semua pelanggannya yang berdatangan. Sehingga pelanggan dan penjualan kedai Kopi Diskusi akan terus meningkat.

Peningkatan yang terjadi pada setiap kedai kopi tentunya karena kedai kopi tersebut memiliki ciri khasnya sendiri yang ditawarkan kepada para pelanggan, sehingga pelanggan kopi pastinya dapat dengan mudah menentukan tempat kopi yang ditujunya. Menurut Aziz dalam wawancara observasi, Kopi Diskusi sudah dikenal banyak oleh para pelanggan karena pelayanannya yang sangat interaktif yang membuat penjualan dapat meningkat setiap bulannya. Di bawah ini adalah grafik penjualan yang telah dicapai oleh kedai Kopi Diskusi.

Komunikasi Interpersonal.., Johannes Heben Hezer, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Kedai Kopi Diskusi 2024

Menurut pernyataan Aziz selaku pemilik sekaligus barista di kedai Kopi Diskusi, kenaikan penjualan yang terjadi dari mulai bulan Januari hingga Oktober terjadi karena usaha yang dilakukan pemilik sekaligus barista dalam bentuk pendekatan secara khusus dengan cara berkomunikasi langsung dengan para pelanggan, sehingga pelanggan merasa nyaman dan juga disambut oleh pihak kedai kopi tersebut. Komunikasi yang dimaksud adalah berbentuk komunikasi interpersonal, sehingga pelanggan mendapatkan kenyamanan dari tempat atau konsep kedai kopi dan juga perhatian secara khusus dan mendalam dari pemilik dan barista kopi.

Ketika munculnya isu seputar ketidaknyamanan pelanggan di Kopi Diskusi yang hanya memiliki satu barista, hal ini mencerminkan betapa esensialnya tingkat kenyamanan dan loyalitas pelanggan. Faktor yang memengaruhi tingkat kenyamanan ini termasuk kualitas layanan komunikasi yang disajikan oleh barista yang bersangkutan dengan para pelanggan kopinya. Tingkat kenyamanan pelanggan adalah bagaimana mereka merasa setelah membandingkan harapan mereka dengan apa yang mereka terima. Kenyamanan pelanggan tercipta berkat komunikasi yang baik antara Barista dan pelanggan (Pribadi & Bathesta, 2023).

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan kepada Aziz selaku pemilik dari kedai Kopi Diskusi, membangun komunikasi secara interpersonal barista dengan pelanggan adalah hal yang penting untuk dilakukan karena pelangga juga mendapatkan kenyamanan dan sambutan yang baik dari kedai kopi yang didatanginya.

Menurut (Effendy, 2009), komunikasi merupakan proses yang mengalirkan pesan dari satu individu kepada individu lainnya dengan maksud untuk memberikan informasi atau mengajarkan cara baru untuk mengubah sikap serta perilaku. Pentingnya peran komunikasi yang harus dimiliki oleh pemilik Kopi Diskusi, seorang barista, ketika berinteraksi dengan pelanggan, sangatlah berpengaruh. Barista perlu memiliki kemampuan komunikasi yang baik supaya bisa membuat pelanggan kagum. Dengan demikian, *coffee shop* akan tetap hadir dengan baik.

Pelanggan akan merasa senang ketika pelayanan yang diberikan berkualitas, termasuk ketika barista sebagai pemilik Kopi Diskusi memiliki keterampilan dalam membaca sikap dan berkomunikasi secara baik, yang tercermin dalam pola komunikasi. Menurut (Djamarah, 2004) Ide komunikasi sebagai urutan merujuk pada proses yang berjalan terus di mana beragam metode simbolik dipakai untuk pertukaran gagasan antara individu yang terlibat dalam komunikasi.

Komunikasi yang harus dilakukan pada barista atau pemilik kedai kopi adalah komunikasi interpersonal, interpersonal juga memiliki peran besar dalam meningkatkan penjualan serta meningkatkan pelanggan yang datang ke kedai kopi tersebut, karena setiap pelanggan akan merasa diperhatikan dan disambut dengan baik kedatangannya oleh barista dan pemilik seperti yang dilakukan oleh barista dan pemilik kedai Kopi Diskusi. Hal ini dilihat peneliti pada saat observasi mendatangi tempat kedai Kopi Diskusi, kedai My Kopi O, Kopi Mino Tambun, dan Kopi Wijaya. Selain itu, komunikasi interpersonal penting untuk dilakukan karena untuk menjalin kedekatan pihak barista dan pemilik kepada para pelanggannya.

Menurut Mulyana dalam Anggraini (2022), komunikasi interpersonal secara garis besar adalah proses interaksi yang dilakukan antara manusia secara langsung atau tatap muka, setiap orang yang melakukan komunikasi tersebut saling memengaruhi satu dengan yang lain secara persepsi. Komunikasi interpersonal

biasanya dilakukan dengan tujuan menangkap respon dengan bereaksi atas interaksi yang dilakukan lawan bicaranya secara langsung.

Dari hasil pengamatan oleh peneliti, yang telah dilihat dari beberapa kedai kopi yang berada di daerah Tambun Selatan seperti My Kopi O Bekasi, Kopi Mino Tambun, dan Kopi Wijaya pada Google Maps. Para pelanggan *coffee shop* Kopi Diskusi ini hanya berniat datang dan membeli kopi di Kopi Diskusi. Seperti yang dialami salah satu pelanggan yang bernama Galih, saat dirinya sedang berada di Kopi Diskusi.

Dari latar belakang yang disebutkan, peneliti berkeinginan untuk meneliti interaksi komunikasi antara pemilik Kopi Diskusi yang juga berperan sebagai barista dengan pelanggan. Hasilnya diharapkan akan membuat komunikasi antara pemilik Kopi Diskusi yang berperan sebagai barista dengan pelanggan menjadi lebih aktif serta informatif. Sehingga peneliti melaksanakan penelitian dengan judul **"Komunikasi Interpersonal Barista dan Pelanggan Kopi Diskusi di Daerah Pasar Tambun".**

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian pada skripsi ini adalah tentang komunikasi interpersonal barista dan pelanggan Kopi Diskusi di daerah pasar Tambun.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana komunikasi interpersonal barista dan pelanggan Kopi Diskusi di daerah pasar Tambun?

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui komunikasi interpersonal barista dan pelanggan Kopi Diskusi di daerah pasar Tambun.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis dari hasil penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat dalam mengembangkan teori-teori yang berkaitan dengan ilmu komunikasi, khususnya adalah komunikasi interpersonal yang dilakukan barista kedai Kopi Diskusi kepada pelanggannya.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini ialah kemampuan untuk mendapatkan interaksi komunikatif yang intens antara pemilik Kopi Diskusi selaku Barista dengan para pelanggan, sekaligus usaha untuk meningkatkan kepuasan para pelanggan yang telah mengunjungi kedai kopi lainnya.