

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang memiliki arti, berupa informasi dari pemberi pesan kepada penerima pesan (Walgito, 2001:75). Komunikasi tidak hanya menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan saja, tetapi ada umpan balik dari pesan yang disampaikan (Lunandi, 1992:37).

Komunikasi sangat berhubungan dengan perilaku manusia untuk memenuhi kepuasan kebutuhannya. Hampir setiap orang membutuhkan hubungan sosial dengan orang lain, dan kebutuhan ini dapat terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan sesama manusia. Yang mana tanpa berkomunikasi mereka akan terasingkan. Pesan-pesan tersebut dapat terlihat dari perilaku manusia (Mulyana dan Rakhmat, 2006:12).

Perilaku merupakan suatu fungsi dari interaksi antara seseorang individu dengan lingkungannya. Perilaku komunikasi sendiri yaitu suatu tindakan baik berupa verbal ataupun nonverbal yang ada pada tingkah laku seseorang dalam sebuah kelompok. Perilaku komunikasi pada seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologi dan sosial. Namun faktor sosial menjadi panutan penting bagi seseorang dalam berkomunikasi, begitu juga perilaku komunikasi antara barista terhadap pelanggannya.

Barista itu sendiri merupakan pekerjaan membuat dan menyajikan kopi yang berbasis *espresso* kepada pelanggannya. Secara etimologi, istilah Barista berasal

dari bahasa Italia yang berarti “pelayan bar” dan barista memiliki posisi terhormat di dalam suatu kedai kopi. Di Italia sebutan untuk barista laki-laki adalah *baristi* dan untuk perempuan disebut *bariste*. Seiring perkembangan waktu dan masuknya tren kopi ke Amerika dan Eropa, kata Baritsa kemudian diadopsi menjadi sebutan untuk para peracik kopi (Masdakaty, 2015).

Melihat banyaknya pencinta dan penikmat kopi dari berbagai golongan, hal ini menjadi kan peluang bisnis yang sangat bagus khususnya di bidang kopi. Pasalnya dengan adanya tren baru ini, membuat para investor untuk berlomba-lomba membuka kedai kopi yang unik dan menarik sehingga dapat menarik pelanggannya.

Sukokopi Padang merupakan salah satu kedai kopi di Padang yang berdiri sejak pertengahan bulan September tahun 2017. Tujuan awal dari dibangunnya kedai kopi ini adalah sebagai *workspace* untuk mahasiswa, maka dari itu Sukokopi Padang terletak dikawasan kampus Universitas Andalas di daerah Jati. Konsep yang dibuat oleh Sukokopi sendiri adalah konsep rumahan. Memang konsep rumahan ini sedikit berbeda dengan konsep kedai kopi yang lain. Mereka percaya dengan konsep rumahan ini akan membuat suasana menjadi tenang, nyaman untuk bersenda gurau dengan kerabat dan teman-teman sejawat. Sehingga dengan ketenangan dan kenyamanan yang diciptakan dari pihak Sukokopi Padang akan membawa keadaan dan aura positif bagi pelanggan yang datang. Walaupun kedai kopi ini merupakan kedai kopi yang tergolong baru dan tempatnya tidak terlalu besar tetapi mereka mampu menyediakan berbagai macam menu-menu kopi dari

berbagai daerah, misalnya ada kopi dari daerah Toraja dan Bali, kopi Sumatera pun tidak ketinggalan.



Gambar 1.1 Keadaan di Sukokopi Padang

Sukokopi Padang memiliki beberapa pegawai yang biasa disebut dengan Barista. Barista di Sukokopi Padang selain dilatih meracik kopi dan minuman lain, mereka dibekali ilmu-ilmu tentang bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan dalam hal melayani mereka. Hal ini memiliki tujuan agar dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman melakukan kegiatan di Sukokopi Padang.



Gambar 1.2 Bentuk Pelayanan di Sukokopi Padang

Sukokopi Padang memiliki cara yang menarik agar pelanggan tersebut mau mengunjungi kembali ke Sukokopi Padang. Diantaranya adalah memberikan pelayanan komunikasi yang terbaik yang dilakukan oleh Barista dari Sukokopi Padang. Maka dari itu untuk menunjang pelayanan yang terbaik ini, diperlukan pelatihan dari Barista. Karena akan memberikan nilai tambah bagi pelanggan untuk mengunjungi kembali ke Sukokopi Padang selain tempat yang nyaman atau pun harga makanan atau minuman yang tersedia di Sukokopi Padang.

Seorang Barista diwajibkan membangun *image* yang baik serta menarik dalam melakukan pelayanan yang terbaik agar memberikan kesan atau *image* yang baik dihati pelanggannya. Jika Barista memiliki kepribadian yang baik dan menarik, biasanya orang sulit melupakan, hal ini merupakan salah satu cara promosi yang menarik. Sebaliknya jika Baristanya berkepribadian buruk akan mengecewakan pelanggan sehingga merugikan perusahaan. Oleh karena itu seorang Barista harus memiliki keterampilan berkomunikasi yang baik agar komunikasi yang dilakukan kepada pembeli memberikan kesan yang baik sehingga mudah di ingat oleh pembeli.

Pelayanan yang dilakukan barista tadi meliputi komunikasi secara verbal maupun secara nonverbal. Seperti menyapa pelanggan ketika datang dengan senyuman, menyapa pelanggan ketika datang dengan ramah, bertanya dengan ramah pesanan pelanggan, siap selalu ketika pelanggan membutuhkan pertolongan barista, selain itu pakaian yang barista kenakan juga memberikan nilai positif di mata pelanggan. Karena membuat pelanggan bisa membedakan mana yang barista dan mana yang pelanggan lain.

Yang melatarbelakangi dari penelitian ini adalah peneliti ingin melihat apakah perilaku komunikasi yang dilakukan oleh barista dapat mempengaruhi keuntungan dari pihak Sukokopi. Pasalnya selain harga ataupun tempat yang nyaman pun juga dapat mempengaruhi keuntungan dari pihak Sukokopi. Penelitian ini dilakukan karena peneliti melihat kegiatan yang berlangsung di Sukokopi Padang selalu ramai setiap hari nya maka dari itu peneliti penasaran dengan hal ini sehingga peneliti ingin melakukan penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Perilaku Komunikasi Barista Terhadap Loyalitas Pelanggan di Sukokopi Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana perilaku komunikasi barista (X) di Sukokopi Padang?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan (Y) di Sukokopi Padang?
3. Bagaimana hubungan antara perilaku komunikasi barista (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Sukokopi Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian mengacu pada hasil yang akan diperoleh dari penelitian untuk menjawab masalah yang akan diteliti. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui perilaku komunikasi (X) barista di Sukokopi Padang
2. Mengetahui loyalitas pelanggan (Y) di Sukokopi Padang

3. Mengetahui hubungan perilaku komunikasi (X) barista terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Sukokopi Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah:

a. Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam rangka penerapan teori-teori yang telah didapat di bangku perkuliahan serta untuk mengetahui sejauh mana tingkat kemampuan peneliti dalam meneliti sebuah masalah.
2. Dapat menambah perbendaharaan referensi di perpustakaan Universitas Andalas serta menambah pengetahuan dan informasi khususnya mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi yang akan meneliti masalah yang sama.
3. Sebagai bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang dikaji dalam penelitian ini.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi saran bagi pihak Sukokopi Padang untuk meningkatkan pelayanannya atau service terhadap customer / pelanggan yang melakukan pembelian di Sukokopi Padang baik itu pelanggan baru maupun pelanggan lama.