



Manajemen Komunikasi Pelayanan dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan di Asimetri Kopi Kabupaten Bogor

Service Communication Management in Overcoming Customer Complaints at Coffee Asymmetry, Bogor Regency

Halimatusha'diah^{1*}

Meryana Chandri
Kustanti²

Dian Sari³

*1,2,3 Program Studi Teknik
Informatika, Universitas
Indraprasta PGRI, Indonesia

*email:
halimatusha'diah@gmail.com

Abstrak

Asimetri kopi merupakan coffee shop yang ingin memberikan pelayanan prima bagi pelanggannya. Pelayanan prima dinilai sangat penting untuk membangun kenyamanan dan loyalitas pelanggan. Permasalahan mitra adalah belum adanya pedoman dalam mengatasi keluhan pelanggan yang berdasarkan manajemen komunikasi oleh karenanya salah satu upaya yang perlu dilakukan adalah dengan memaksimalkan kemampuan komunikasi dalam meningkatkan pelayanan prima sehingga pelanggan tetap puas dan nyaman. Dalam mewujudkan tujuan tersebut, perlu adanya dilakukan pembekalan kepada staf Asimetri Kopi dalam meningkatkan kemampuan berkomunikasi. Pembekalan tersebut dilakukan oleh Dosen Teknik Informatika Universitas Indraprasta PGRI melalui LPPM Universitas Indraprasta PGRI dalam program Pengabdian kepada Masyarakat. Pembekalan dilakukan secara luring di Asimetri Kopi. Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah penyampaian materi, pendampingan praktik, dan diskusi/tanya-jawab. Berdasarkan observasi lanjutan, hasil yang diperoleh dari kegiatan ini diketahui bahwa 1) semua peserta sudah dapat memahami tentang bagaimana memberikan pelayanan prima dan mampu berkomunikasi dengan percaya diri; 2) semua peserta antusias akan berusaha mempraktekkan materi manajemen komunikasi dalam menghadapi keluhan pelanggan; 3) hampir semua peserta sudah terlihat percaya diri pada saat berhadapan dengan pelanggan; 4) peserta dapat memahami dengan jelas pentingnya rasa percaya diri untuk menghadapi situasi menghadapi keluhan pelanggan; dan 5) hampir semua peserta sudah memahami cara komunikasi yang baik pada saat menghadapi keluhan pelanggan, meskipun harus terus berlatih agar lebih luwes dan tidak kaku.

Kata Kunci:

Komunikasi
Pelayanan Prima
Coffee Shop

Keywords:

Communication
Excellent service
Coffee Shop

Abstract

Coffee Asymmetry is a coffee shop that wants to provide excellent service to its customers. Excellent service is considered very important to build customer comfort and loyalty. The partner's problem is that there are no guidelines for dealing with customer complaints based on communication management, therefore one of the efforts that needs to be done is to maximize communication skills in improving excellent service so that customers remain satisfied and comfortable. In realizing this goal, it is necessary to provide training to Coffee Asymmetry staff in improving communication skills. The debriefing was carried out by Lecturers of Informatics Engineering at Indraprasta PGRI University through the LPPM at Indraprasta PGRI University in the Community Service program. The debriefing is done offline at Coffee Asymmetry. The method of implementing this activity is material delivery, practical assistance, and discussion/question-and-answer. Based on further observations, the results obtained from this activity revealed that 1) all participants were able to understand how to provide excellent service and were able to communicate confidently; 2) all enthusiastic participants will try to practice communication management materials in dealing with customer complaints; 3) almost all participants looked confident when dealing with customers; 4) participants can clearly understand the importance of self-confidence in dealing with customer complaints; and 5) almost all participants already understand how to communicate properly when dealing with customer complaints, although they must continue to practice so that they are more flexible and not rigid.



PENDAHULUAN

Berdasarkan riset independent Toffin dalam inews Dahwilani (2019) bisnis kopi kian berkembang di Indonesia dan tidak hanya menjadi trend namun menjadi salah satu bisnis yang menguntungkan dimana market value bisa menghasilkan sampai Rp, 4,8 triliun. Berdasarkan nilai market tersebut, maka bisnis kopi termasuk salah satu bisnis makanan dan minuman yang sangat menjanjikan. Hal ini juga diperkuat dengan hasil data dari Badan Pusat Statistik (2017) tentang pendapatan secara keseluruhan bisnis makanan dan minuman di Indonesia rata-rata per tahun sebesar Rp. 458.900.000.000 (empat ratus lima puluh delapan milyar sembilan ratus juta rupiah) yang tersebar di berbagai provinsi.

Persaingan bisnis kopi yang ketat menciptakan suatu kreatifitas dimana kedai kopi tidak hanya kedai biasa. Kedai kopi di zaman ini merubah stigma kedai kopi dahulu hanya untuk minum kopi. Kedai kopi saat ini seiring perubahan zaman memiliki target pasar yang luas dan menciptakan gaya hidup baru di kalangan masyarakat modern. Tidak hanya menjual kopi namun kedai kopi menjadi salah satu daya tarik tempat bertemu, bekerja, bersosialisasi dan menjadi salah satu nilai budaya yang baru di Indonesia. Hal ini diperkuat dalam artikel Warung Kopi dan Gaya Hidup, dimana dikatakan bahwa kedai kopi menjadi pusat interaksi sosial (Irwanti, 2017). Kedai kopi berlomba menciptakan berbagai macam inovasi produk serta tempat yang memiliki keunikan dan kenyamanannya untuk menjadi daya tarik pengunjung juga yang tidak kalah penting adalah pelayanan prima.

Asimetri Kopi adalah kedai kopi kekinian yang sudah berdiri tiga tahun, namun dimasa awal berdirinya sudah mulai dikenal banyak orang dan memiliki pelanggan tetap. Ditengah semakin banyaknya coffee shop di daerah Bogor, maka untuk mempertahankan dan meningkatkan pelanggan, diperlukan pembekalan untuk menciptakan pelayanan prima dan komunikasi yang nyaman dengan pelanggan.

PKM ini dengan judul Manajemen Komunikasi Pelayanan dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan di Asimetri Kopi Kabupaten Bogor, untuk meningkatkan pelayanan prima pada saat berinteraksi dengan konsumen berdasarkan tugas dan tanggung jawab seorang waiter (pelayan) dalam (Wiwoho, 2019) yaitu tentang bagaimana tahapan melayani sejak konsumen datang, melayani pesanan sampai setelah selesai dan tanggung jawab keseluruhan sebagai seorang waiter dengan memaksimalkan kemampuan komunikasi yang baik.

Materi pelayanan prima yang digunakan dalam pembekalan ini diantaranya menggunakan 6 dimensi pelayanan prima yang dipaparkan oleh Barata 2004, yaitu dimensi kemampuan (ability), sikap (attitude), penampilan (appearance), perhatian (attention), tindakan (action), dan tanggung jawab (accountability). Mitra kerja sama pengabdian masyarakat kami yaitu Asimetri Kopi yang berlokasi di Jl. Raya Baru Alternatif No. 354, Sentul, Kec. Babakan Madang, Bogor, Jawa Barat (16810), tepatnya di lingkungan The Cozy Djoglo Restaurant.

Kesulitan yang dihadapi bagi karyawan yang biasa disebut barista di Asimetri Kopi yaitu memiliki tugas yang multitasking. Dimana barista selain membuat kopi juga bertugas menghidangkan dan menjadi kasir. Sehingga, situasi tersebut pada saat melayani pengunjung mereka tidak melayani dengan maksimal.

Hasil wawancara dengan pemilik yaitu Ibu Lingga Lilianie Nursafqi bahwa komunikasi dan pelayanan staf masih perlu ditingkatkan dalam manajemen di Asimetri Kopi, diantaranya yaitu mengenai bagaimana meningkatkan manajemen komunikasi pelayanan oleh pegawai dalam menghadapi dan menangani keluhan yang disampaikan oleh pelanggan Asimetri Kopi. Hal tersebut didasarkan pada kondisi di lapangan yang menunjukkan adanya beberapa keluhan pelanggan yang belum cukup tertangani dengan baik oleh para pegawai sehingga dikhawatirkan dapat

menurunkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Asimetri Kopi.



Gambar 1. Asimetri Kopi

METODOLOGI

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian di Asimetri Kopi yaitu sebagai berikut:

- a) Tahap awal yaitu mengadakan wawancara dengan pemilik Asimetri Kopi yaitu Bapak Praditya.
- b) Tahap kedua yaitu melakukan observasi ke Asimetri Kopi untuk mengamati permasalahan coffee shop serta bagaimana cara waiter/barista melayani konsumen/pelanggan.
- c) Tahap ketiga, melakukan diskusi mendalam dengan pemilik untuk merancang materi pelayanan prima sesuai dengan kebutuhan.
- d) Tahap keempat, memberikan pembekalan tentang kemampuan komunikasi dalam meningkatkan pelayanan prima.
- e) Tahap kelima, melakukan pendampingan kepada barista yang sudah diberikan pembekalan untuk langsung mempraktikkan materi yang telah diberikan dalam berinteraksi dengan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan pada 14 Juni 2022 dengan memberikan pembekalan materi berupa ceramah dan diskusi antara narasumber dengan

peserta. Kegiatan ini dilaksanakan dalam 3 sesi yaitu sesi mengenai pelayanan prima, kemampuan komunikasi dan tanya jawab terkait materi yang disampaikan.

Setiap sesi tersebut diselipkan sesi tanya jawab dari peserta di mana peserta pembekalan sangat antusias bertanya. Pertanyaan yang kerap muncul adalah bagaimana menunjukkan sikap-sikap kepemimpinan kepada orang lain meskipun mereka masih berusia muda sehingga kerap kali diremehkan oleh orang yang lebih tua umurnya. Serta pertanyaan yang dilontarkan oleh peserta salah satunya yaitu bagaimana berkomunikasi dengan orang lain yang lebih tinggi jabatan serta umurnya, seperti pejabat-pejabat pemerintahan, yang kerap kali mereka temui di lapangan.

Hasil kegiatan pembekalan yang dilakukan pada Asimetri kopi adalah:

- a) Semua peserta sudah dapat memahami tentang bagaimana memberikan pelayanan prima dan mampu berkomunikasi dengan percaya diri.
- b) Semua peserta antusias akan berusaha mempraktekkan materi manajemen komunikasi dalam menghadapi keluhan pelanggan.
- c) Hampir semua peserta sudah terlihat percaya diri pada saat berhadapan dengan pelanggan.
- d) Peserta dapat memahami dengan jelas pentingnya rasa percaya diri untuk menghadapi situasi menghadapi keluhan pelanggan.
- e) Hampir semua peserta sudah memahami cara komunikasi yang baik pada saat menghadapi keluhan pelanggan, meskipun harus terus berlatih agar lebih luwes tidak kaku.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi serta diskusi dengan pihak manajemen Asimetri Kopi Kabupaten

Bogor, bahwa memberikan pembekalan dan evaluasi pembekalan dapat bahwa kegiatan PKM ini terlaksana dengan baik meskipun terdapat beberapa kendala diantaranya, pada saat pelaksanaan kegiatan Asimetri Kopi sedang ramai dengan pelanggan. Sehingga, beberapa pegawai bergantian untuk mengikuti pembekalan dikarenakan harus melayani pelanggan sehingga kurang fokus. Juga, pada saat sesi praktek karena ruangan dipadati pelanggan membuat pegawai terlihat malu-malu dalam mengikuti sesi praktek.

Adapun saran dari tim sebagai pelaksana PKM adalah perlu dilakukannya pembekalan selanjutnya di Asimetri Kopi mengenai pemantapan materi komunikasi yang berkaitan dengan cara komunikasi yang efektif serta diperbanyak sesi praktek langsung serta waktu pelaksanaan yang lebih fokus di jam sepi pengunjung.

REFERENSI

- BPS. (2017). Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2017. In S. E. Bahrudin, Tantowi A (Ed.), 06330.1903 (Vol. 66). Badan Pusat Statistik Nasional.
- Dahwilani, D. M. (2019). Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia. Inews.id. <https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>
- Diwan, Parag. (1999). Communication Management. Kuala Lumpur: Golden Books.
- Irwanti, S. (2017). Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern. Jurnal Al-Khitabah, III(1), 33–47.
- Kaye, Michael. (1994). Communication Management. Sidney: Prentice Hall.
- Robbins, S. (2015). Manajemen Jilid Ed. 13. Jakarta: Erlangga.
- Wati, F. W., Prihantoro, F., & Sushartami, W. (2007). Analisis Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Pelaksanaan Pelayanan Prima (Service Excellence) Barista di Starbucks Coffee Malioboro Yogyakarta. (Skripsi, Universitas Gajah Mada, 2007).
- Wiwoho, A. (2019). Pengetahuan Tata Hidang. Erlangga.