

Kompetensi Komunikasi Interpersonal Karyawan Coffee Shop Delapan Meter dan Toko Kopi Bersaudara dalam Interaksi dengan Pelanggan

Gagastama Nanglares¹, Imanuel Deny Krisna Aji²

Universitas Ciputra

gnanglares@student.ciputra.ac.id¹ immanuel.aji@ciputra.ac.id²

ABSTRACT

Interpersonal communication competence is an important aspect in the coffee shop business which can have an impact on productivity, service quality, customer satisfaction, and even customer loyalty. Toko Kopi Bersaudara features a unique concept by combining coffeeshop and space. Meanwhile, Eight Meter Coffeeshop has a minimalist and elegant concept with complete facilities such as meeting rooms, VIP rooms and smoking rooms. This research aims to analyze the interpersonal communication competence of employees in two coffeeshops with different characteristics. Exploration of the differences in characteristics between the two coffeeshops in relation to the interpersonal communication competence of employees in each place. Research method with a positivism paradigm, quantitative approach. Through data analysis with descriptive statistics, data was collected using a survey method using a questionnaire. The results of the research illustrate that the Kopi Bersaudara shop has a higher value on the dimensions of interpersonal competence than the Eight Meter Coffee Shop. Suggestions that can be given are that the Eight Meter Coffee Shop must review the performance of its employees and provide training on how to behave appropriately towards customers.

Keywords: *Interpersonal Communication Competence, Coffee Shop Employees, Comparison, Cafe Industry, Mojokerto.*

ABSTRAK

Kompetensi komunikasi interpersonal menjadi aspek penting dalam usaha *coffee shop* yang dapat berdampak pada produktivitas, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, bahkan loyalitas pelanggan. Toko Kopi Bersaudara menonjolkan konsep unik dengan menggabungkan *coffee shop* dan *space*. Sementara *Coffee shop* Delapan Meter memiliki konsep minimalis dan elegan dengan fasilitas lengkap seperti ruang *meeting*, ruang VIP, dan ruang *smoking*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kompetensi komunikasi interpersonal karyawan di dua *coffee shop* yang berbeda karakteristik. Eksplorasi tentang perbedaan karakteristik antara kedua *coffee shop* dalam kaitannya dengan kompetensi komunikasi interpersonal karyawan di masing-masing tempat. Metode penelitian dengan paradigma positivisme pendekatan kuantitatif. Melalui analisis data dengan statistik deskriptif, data dikumpulkan dengan metode *survey* menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menggambarkan bahwa Toko Kopi Bersaudara lebih tinggi nilai dimensi kompetensi interpersonalnya dibandingkan Coffee Shop Delapan Meter. Saran yang dapat diberikan yaitu Coffee Shop Delapan Meter harus meninjau ulang kinerja karyawannya dan memberikan pelatihan bagaimana bersikap yang tepat kepada pelanggan.

Kata kunci: Kompetensi Komunikasi Interpersonal, Pegawai Coffee Shop, Perbandingan, Industri Kopi, Mojokerto.

PENDAHULUAN

Di Indonesia saat ini, terdapat berbagai perkembangan industri UMKM, seperti *coffee shop* yang berada di Mojokerto. Menurut data dari International Coffee Organization, Indonesia masuk dalam daftar 10 negara konsumsi kopi terbesar di dunia pada tahun 2016/2017. Pada tahun 2018, konsumsi kopi nasional mencapai 314.400 ton dan diprediksi terus tumbuh rata-rata sebesar 8,22persen per tahunnya.

Dikutip JatimNetwork.com ada sepuluh provinsi produsen kopi terbesar di Indonesia yaitu Provinsi Produsen Kopi Terbesar di Indonesia, yaitu di posisi pertama Sumatra Selatan dengan jumlah produksi 198.945 ton dan luas area 250.305 Ha, Lampung dengan jumlah produksi 117.311 ton dan luas area 156.460, Aceh dengan jumlah produksi 73.419 ton, luas area 126.289 ton, Sumatera Utara dengan jumlah produksi 76.597 ton dan luas area 95.477 ton, Bengkulu dengan jumlah produksi 62.279 ton, Jawa Timur dengan jumlah produksi 45.279 ton dan luas area 90.735 ton, Sulawesi Selatan dengan jumlah produksi 35.573 ton dan luas area 79.393 ton, Jawa Tengah dengan jumlah produksi 26.179 ton dan luas area 47.757 ton, Nusa Tenggara Timur dengan jumlah produksi 23.930 ton dan luas area 72.919 Ha, dan terakhir Jawa Barat dengan jumlah produksi 22.980 ton dan luas area 47.757 ton. Dari data tersebut, terlihat bahwa Jawa Timur merupakan salah satu provinsi penghasil kopi terbesar di Indonesia dengan produksi sebanyak 8,93% dari total produksi nasional pada tahun 2018. Hal ini sejalan dengan pertumbuhan *coffee shop* di Jawa Timur yang meningkat sebanyak 16-18% menurut data dari APKRINDO Jawa Timur (Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia).

Gaya hidup masyarakat Jawa Timur yang semakin modern menjadi salah satu factor penggerak banyak pengusaha muda yang mendirikan *coffee shop* ini. *Coffee shop* ini tidak hanya menjadi tempat makan dan minum, namun banyak anak muda yang lebih memilih berkumpul, rapat organisasi, mengerjakan tugas, ataupun sekedar menikmati *live music* yang disediakan *coffee shop* tersebut. Masyarakat memilih untuk melakukan aktivitasnya di *coffee shop* dikarenakan berbagai fasilitas menarik yang ditawarkan, seperti suasana yang tenang, *live music*, sinyal Wifi yang memadai, makanan dan minuman yang terjangkau, dan lainnya. Meskipun *coffee shop* saat ini sedang marak dan banyak yang mendirikannya, tiap owner dari *coffee shop* tersebut, selalu berusaha berinovasi dan menciptakan kesan yang berbeda dari pesaingnya, seperti fasilitas, menu yang ditawarkan hingga ke penyajiannya.

Berdasarkan berbagai factor tersebut, peneliti tertarik untuk membandingkan apa saja hal yang berbeda dari setiap *coffee shop*, peneliti memilih *Coffee Shop Delapan Meter* dan *Toko Kopi Bersaudara* sebagai objek penelitian. *Toko Kopi Bersaudara* adalah salah satu *coffee shop* yang hits dan *instagramable* di Mojokerto. Tempat ini menawarkan berbagai jenis kopi, baik lokal maupun internasional, dengan harga yang terjangkau. *Toko Kopi Bersaudara* juga memiliki

konsep yang unik, yaitu menggabungkan coffee shop dan space untuk mengadakan event. Toko Kopi Bersaudara juga sering mengadakan berbagai acara, seperti *talkshow*, *workshop*, dan *live music*, yang menarik minat pengunjung.

Coffeeshop Delapan Meter adalah coffee shop yang baru berdiri pada tahun 2023, namun sudah memiliki banyak pelanggan setia. Coffeeshop Delapan Meter memiliki konsep industrial yang minimalis, namun elegan. Tempat ini juga memiliki fasilitas yang lengkap, seperti ruang outdoor, ruang indoor, dan ruang smoking. Coffee shop Delapan Meter juga menyediakan berbagai menu minuman, mulai dari kopi *specialty*, kopi susu, kopi regal, serta berbagai macam menu-menu baru yang selalu dikembangkan. Selain itu, Coffee shop Delapan Meter jugamemiliki menu makanan yang variatif, seperti *pizza*, *chicken wings*, dan lain lain.

Dari perbedaan fasilitas dan inovasi yang ditawarkan, peneliti ingin mengetahui bagaimana perbedaan pola komunikasi interpersonal antara karyawan dan pelanggan dari kedua coffee shop ini. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan industri coffee shop di Mojokerto, khususnya dalam hal peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan masalah yang dikaji, maka penelitian ini dirancang dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif yaitu mean. Penelitian ini menggunakan pendekatan survei, dimana penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner akan digunakan untuk menganalisis sekaligus menguji hipotesis.

Penelitian dilakukan secara alamiah, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen yang bersifat mengukur. Hasilnya dianalisis secara statistik untuk mencari perbedaan diantara variabel-variabel yang diteliti. Penelitian komparatif juga dapat memberikan hasil yang dapat dipercaya, selain karena menggunakan instrumen yang sudah diuji juga karena kelompok-kelompok yang dibandingkan memiliki karakteristik yang sama atau hampir sama. Untuk menjelaskan lebih rinci penelitian ini, dilampirkan juga definisi operasional sebagai berikut:

Tabel 1.1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi operasional	Dimensi	Indikator
Kompetensi komunikasi interpersonal karyawan	Kemampuan karyawan untuk melakukan komunikasi tatap muka antara karyawan dengan pengunjung	Berdasarkan pada jenis jenis komunikasi yang ditulis oleh Silfia, 2017:23), antara lain ; Keterbukaan (<i>Openness</i>) Empati (<i>Emphaty</i>) Dukungan (<i>Supportiveness</i>) Sikap Positif Kesetaraan Rasa	Indikator untuk dimensi Keterbukaan (<i>Openness</i>)(dalam Silfia, 2017:23), sebagai berikut ; Pemberian informasi yang terbuka dan mudah diakses Informasi diberikan sesuai realita Pemberian in formasi dengan jujur Indikator untuk dimensi Empati (<i>Emphaty</i>) (dalam Silfia, 2017:23), sebagai berikut ; Berupaya memahami keinginan pengunjung Informasi dikomunikasikan dengan

Sumber: Penulis, 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Subyek dalam penelitian ini adalah Coffee Shop Delapan Meter. Coffee Shop Delapan Meter merupakan salah satu Coffe shop (café) adalah salah satu café dengan konsep industrial dan modern yang sangat disukai oleh kaum milenial untuk dikunjungi. Tidak hanya dari segi fasilitas, kedai kopi (*coffee shop*) ini lebih mengutamakan rasa dan bentuk inovasi dari olahan berbagai menu yang akan ditawarkan untuk para pelanggannya. Olahan karena itu berbagai menu yang akan ditawarkan dengan cita rasa yang khas tentunya dengan kualitas terbaik perlu diperhatikan oleh pengusaha kedai kopi (*coffe shop*).

Subyek kedua dalam penelitian ini adalah Toko Kopi Bersaudara. Toko Kopi ini adalah salah satu coffee shop yang telah melakukan banyak improvisasi fasilitas yang ada, terutama dalam konsepnya. Contoh improvisasinya yaitu dengan membangun *skatepark* dan *self photo studio* di bagian depan serta menyediakan jasa roasting kopi. Toko Kopi merupakan salah satu kedai kopi yang ramai pengunjung pada setiap jam operasionalnya.

Hasil Analisis Data

Sumber data penelitian ini didapatkan dari melakukan sebaran kuesioner melalui google form. Berdasarkan data hasil sebaran kuesioner yang dilakukan, peneliti membagi beberapa kategori dalam analisis data, yakni :

1. Keterbukaan (*Openness*)

kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi Keterbukaan (*Openness*). Perbandingan kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi Keterbukaan (*Openness*) terdiri dari pertanyaan ; selalu memberikan informasi kepada pelanggan secara jujur, selalu memberikan informasi kepada pelanggan sesuai dengan kenyataan, selalu memberikan kemudahan akses bagi pelanggan yang ingin berinteraksi. Tabel 4.1 dan tabel 4.2 memaparkan kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi Keterbukaan (*Openness*), sebagai berikut ;

Tabel 1.2. Hasil Uji Statistik Keterbukaan

	Toko Kopi Bersaudara	Coffee Shop Delapan Meter
Open1	4.6	4.3
Open2	4.6	4.5
Open3	4.4	4.3
Mean	4.52	4.39

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Diketahui dari tabel nilai diatas, maka dapat diperoleh pernyataan bahwa Dimensi Keterbukaan (*Openness*) pada Toko Kopi Bersaudara lebih tinggi dari Coffeshop Delapan Meter sebesar 0,13. Hal tersebut diketahui dari selisih perbandingan nilai rata rata kedua sampel.

2. Empati (*Emphaty*)

kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi Empati (*Emphaty*). Perbandingan kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi Empati (*Emphaty*) terdiri dari pertanyaan ; berupaya memahami keinginan pengunjung dalam pemberian informasi, mengkomunikasikan informasi terkait keinginan pengunjung dengan sungguh-sungguh, berupaya menyampaikan informasi dari sudut pandang pengunjung. Tabel 4.3 dan tabel 4.4 memaparkan kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi Empati (*Emphaty*), sebagai berikut ;

Tabel 1.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif Tingkat Empati

	Toko Kopi Bersaudara	Coffee Shop Delapan Meter
Emphaty1	4.6	4.2
Emphaty2	4.6	4.2

Emphaty3	4	4.2
Mean	4.38	4.22

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Diketahui dari tabel nilai diatas, maka dapat diperoleh pernyataan bahwa Dimensi Empati (*Emphaty*) pada Toko Kopi Bersaudara lebih tinggi dari Coffeshop Delapan Meter sebesar 0,16. Hal tersebut diketahui dari selisih perbandingan nilai rata rata kedua sampel.

3. Dukungan(*Supportiveness*)

kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi Dukungan(*Supportiveness*). Perbandingan kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi Dukungan(*Supportiveness*) terdiri dari pertanyaan ; melakukan komunikasi dalam pemberian informasi melalui sikap yang menyenangkan, melakukan komunikasi dengan pengunjung dalam suasana yang mendukung, berkomunikasi dengan pengunjung secara fleksibel. Tabel 4.5, tabel 46 memaparkan kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi Dukungan(*Supportiveness*), sebagai berikut;

Tabel 1.4. Hasil Uji Statistik Deskriptif Tingkat Dukungan

	Toko Kopi Bersaudara	Coffee Shop Delapan Meter
Support1	4.6	4.7
Support2	4.3	4.2
Support3	4.6	4.8
Mean	4.48	4.56

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Diketahui dari tabel nilai diatas, maka dapat diperoleh pernyataan bahwa Dimensi Dukungan(*Supportiveness*) pada Coffeshop Delapan Meter lebih tinggi dari Toko Kopi Bersaudara sebesar 0,08. Hal tersebut diketahui dari selisih perbandingan nilai rata rata kedua sampel.

4. Sikap Positif

kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi sikap positif. Perbandingan kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi sikap positif terdiri dari pertanyaan ; melakukan komunikasi dengan pengunjung berdasar pada perasaan saling menghargai, melakukan komunikasi dengan pengunjung dengan ramah, melakukan komunikasi dengan pengunjung sedemikian rupa agar berkesan di hati pengunjung. Tabel 4.8 memaparkan kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi sikap positif, sebagai berikut;

Tabel 1.5. Hasil Uji Statistik Deskriptif Tingkat Sikap Positif

	Toko Kopi Bersaudara	Coffee Shop Delapan Meter
Positif 1	4.4	4

Positif 2	4.9	4.6
Positif 3	4.4	4.4
Mean	4.57	4.33

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Diketahui dari tabel nilai diatas, maka dapat diperoleh pernyataan bahwa Dimensi sikap positif pada Toko Kopi Bersaudara lebih tinggi dari Coffeshop Delapan Meter sebesar 0,24. Hal tersebut diketahui dari selisih perbandingan nilai rata rata kedua sampel.

5. Kesetaraan Rasa

kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi kesetaraan rasa. Perbandingan kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi kesetaraan rasa terdiri dari pertanyaan; melakukan komunikasi dengan pengunjung dengan dasar saling memerlukan, melakukan komunikasi dengan pengunjung dengan meniadakan perasaan lebih unggul, melakukan komunikasi dengan pengunjung dengan tidak memaksakan kehendak. Tabel 4.9 memaparkan kompetensi komunikasi interpersonal dalam dimensi kesetaraan rasa, sebagai berikut ;

Tabel 1.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif Tingkat Kesetaraan Rasa

	Toko Kopi Bersaudara	Coffee Shop Delapan Meter
Rasa1	4	4.2
Rasa2	4.6	4.3
Rasa3	4.4	4.2
Mean	4.33	4.22

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Diketahui dari tabel nilai diatas, maka dapat diperoleh pernyataan bahwa Dimensi Kesetaran Rasa pada Toko Kopi Bersaudara lebih tinggi dari Coffeshop Delapan Meter sebesar 0,11. Hal tersebut diketahui dari selisih perbandingan nilai rata rata kedua sampel.

KESIMPULAN

Hasil penelitian analisis kompetensi komunikasi interpersonal karyawan *coffee shop* Delapan meter dengan Toko Kopi bersaudara menunjukkan bahwa dari segala penilaian baik dari keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif dan ketenggangan rasa dari Toko Kopi Bersaudara lebih baik dibanding Coffee Shop Delapan Meter. Toko Kopi Bersaudara lebih unggul di aspek keterbukaan dari karyawan ke pelanggan dalam pelayanan dan komunikasi, rasa empati karyawan yang lebih tinggi, sikap positif karyawan yang lebih tinggi sehingga memunculkan rasa nyaman kepada pelanggan dan kesetaraan rasa antara karyawan dan pelanggan. Sementara Coffee

Shop Delapan Meter lebih unggul pada tingkat dukungan, artinya Coffee Shop Delapan Meter dapat memberikan aspek baik dari dukungan moral yang lebih baik kepada pegawainya. Saran yang dapat diberikan yaitu agar Coffee Shop Delapan Meter dapat lebih meninjau kinerja karyawannya dan memberikan pelatihan bagaimana bersikap yang benar kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Ruslam. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar Ruzz
- Amir Hamzah. (2019). *Metodologi Penelitian Kepustakaan*. Batu: Literasi Nusantara
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Darmawan, Deni. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Edi Harapan dan Syarwadi Ahmad (2014) *Komunikasi Antar Pribadi: Perilaku Insani dalam Organiasasi Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Pres.
- Fathoni, Abdurrahmat. (2011). *Metodologi penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta : Rieneka Cipta
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <https://www.jatimnetwork.com/nasional/pr-436598543/10-provinsi-produsen-kopi-terbesar-di-indonesia>, diakses 5/9/2023 10.00 WIB).
- <https://www.undip.id/2022/fenomena-coffee-shop-bisnis-kekinian-di-indonesia>/diakses 5/9/2023 : 10.00 WIB).
- Hutapea, Parulian, Thoha, Nurrianna (2014) *Kompetensi Plus*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Jogiyanto Hartono. (2018). *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: ANDI
- Makmun Khairani. (2015). *Psikologi Komunikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Aswaja Pressino.
- Maoleong. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung :Remaja Rosdakarya.
- Moehariono. (2013). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Mulyadi. (2013). *Sistem akuntansi*. Edisi ketiga, cetakan ke Empat. Jakarta : salemba Empat
- Mulyana, Dedy. (2013). *Ilmu Komunikasi, Suatu pengantar*. Bandung :Remaja Rosdakarya
- Nofrion. (2018). *Komunikasi Pendidikan*, Jakarta: Prenamedia Group

- Ria Kania Kurniawati. (2014). *Komunikasi Antarpribadi*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Silfia, Hanani. (2017). *Komunikasi Antar Pribadi : Teori dan praktik*. Sleman : Ar Ruzz
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (2013). *Competence Work: Model for Superior Performance* (1st ed.). Chicago, IL: John Wiley and Sons, Inc.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyani, Ambae teguh, Rosyidah. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Yogyakarta Press
- Syofian Siregar. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara)