# **BAB V**

# **PENUTUP**

## **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di lakukukan oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan bahwa proses interaksi simbolik yang terjadi antara *barista* dan pelanggan terbentuk dari hasil pemaknaan verbal dan nonverbal pelanggan yang datang. Pelanggan menunjukkan perilaku vebal dan nonverbal kepada *barista. Barista* melihat gerak-gerik, isyarat, ekspresi wajah yang tidak enak, menggeser gelas, dan meninggalkan minuman yang dipesan sebagai bentuk pesan ketidakpuasaan atau ketidakcocokan yang pelanggan alami, tetapi tidak disampaikan langsung kepada *barista.*

*Barista,* berusaha diungkap menggunakan empat fungsi nonverbal. Ada lima fungsi pesan nonverbal. Fungsi repitisi, fungsi yang terkait dengan pengulangan ungkapan verbal. Biasanya, uangkapan nonverbal berjalan sering dengan pengungkapkan verbal atau berselang sesaat. Penngamatan yang sering dilakukan *barista* dan terjadi berulang-ulang melalui ekspresi, gerak-gerik, dan meninggalkan minuman meninggalkan makna pada *barista*, bahwa pelanggan merasa tidak puas atau tidak cocok.

Fungsi subtitusi, yaitu fungsi pengungkapan perasaan atau pesan nonverbal hanya dengan menggantikan lambang-lambang verbal. Perilaku yang terjadi membuat *barista* merasa pesan verbal tergantikan oleh perilaku pelanggan. Pelanggan yang menunjukkan perilaku nonverbal tersebut tidak pernah menyampaikan keluhan tersebut secara langsung, sehingga menggantikan makna verbal menjadi perilaku nonverbal yang dilakukan pelanggan. Fungsi kontradiksi, yakni ungkapan yang memberikan makna lain dari ungkapan verbal atau menolak pesan verbal.

Perilaku tersebut akhirnya membuat *barista* yakin bahwa, dengan terlihatnya perilaku tersebut adalah sama dengan bentuk ketidakpuasan atau ketidakcocokan pelanggan tanpa perlu mengetahui secara verbal. Fungsi komplementer, yakni fungsi pengungkapan nonverbal untuk memperkaya makna makna dari ungkapan verbal. Dengan terus berlanjutnya pengalaman *barista* semakin memperkaya makna yang *barista* miliki oleh terjadinya perilaku nonverbal tersebut. Fungsi eksentuasi, yaitu fungsi untuk menegaskan atau memperkuat pengungkapan verbal. Setelah pengalaman tersebut terjadi berulang kali semakin menegaskan pengalaman *barista* adalah benar apabila ada pelanggan yang memperlihatkan perilaku tersebut artinya pelanggan merasa tidak puas atau tidak cocok.

 Pengalaman nonverbal yang dialami *barista*, yang tadinya sebatas pengamatan akhirnya mendapatkan pengakuan secara verbal oleh *barista* dengan mempertanyakannya langsung kepada pelanggan yang memperlihatkan perilaku tersebut. Melalui hal tersebut akhirnya *barista* bisa memiliki makna atas perilaku nonverbal yang diperlihatkan oleh pelanggan.

Mengungkapakan komunikasi secara verbal adalah mengungkapkan perasaan melalui kata-kata baik secara langsung mendeskripsikan perasaan yang kita alami maupun tidak. *Barista* yang tidak yakin dengan apa yang mereka lihat, akhirnya terdorong melakukan komunikasi secara verbal dalam rangka mencari arti atau makna dari perilaku nonverbal pelanggan.

Dalam mengartikan atau mencari makna verbal, *barista* melaui lima tahapan. Tahapan tersebut dimulai dengan proses mengamati *(sensing)* perilaku lawan bicara. Dapat menilai seseorang dalam kondisi stabil atau tidak, dalam kondisi bermasalah atau tidak, dalam kejujuran atau sebaliknya. *Barista* melihat bagaimana intonasi, penggunaan kata dan cara pelanggan menyampaikan keluhan yang mereka alami.

Proses menafsirkan *(interpretating)* selama berlangsungnya komunikasi dengan orang yang berkomunikasi dengan kita. Menafsirkan tidak hanya terkait dengan ungkapan kata-kata yang diucapkannya, tetapi semua yang kita tafsir dari perilaku, raut wajah, intonasi dan seterusnya. *Barista* melihat konteks kalimat yang digunakan pelanggan, apakah pelanggan menyampaikan pesan tersebut secara gambling atau hanya tersirat. Salah satu ungkapan yang sering terjadi dan dialami *barista* adalah “kok kopinya terlalu pahit ya”. Melalui pernyataan seperti ini *barista* harus bisa menafsirkan apa maksud dari pelanggan yang berinteraksi dengan *barista.* Hal itu *barista* lihat dengan pertimbangan intonasi dan raut wajah. Diamana biasanya apabila pernyataan seperti ini dikeluarkan dari mulut pelanggan. Biasanya, maksud yang pelanggan tujukan kepada *barista* adalah “minuman ini gak enak, bisa ganti nggak”.

Proses menanggapi dari perasaan yang ada pada kita pada waktu itu. Dari tanggapan ini akan muncul perasaan simpati atau sebaliknya dalam diri kita, kemudian melakukan sejalan apa yang diarahkan oleh perasaan. Proses ini merupakan tahap *barista* ikut merasakan atau tahu persis apa yang dirasakan oleh pelanggan. Sehingga, *barista* akan memberikan tindakan yang secara alamiah dilakukan *barista* yaitu mengganti minuman yang tidak cocok dengan pelanggan.

Proses mengungkapkan dari perasaan yang kita miliki ketika itu. Jika kita menanggapinya dengan simpati, maka uangkapkan simpatiknya adalah memberikan solusi terbaik yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Solusi tersebut bisa berupa mengganti minuman, mengatur komposisi minuman, atau bahkan mengganti minuman lain yang harganya setimpal dengan harga produk yang pelanggan rasa tidak cocok dengan seleranya, demi kepuasan pelanggan.

Melalui alur tersebut *barista* memiliki makna interaksi simbolik yang diperlihatkan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut menjadikan tiga pemis utama Blumer dalam interaksi simbolik yaitu tindakan manusia berdasarkan makna yang dimiliki, manusia memperoleh makna berdasarkan interaksi, makna tersebut disempurnakan selama proses interaksi berlangsung.

*Barista* bertindak menghampiri pelanggan yang yang memperlihatkan perilaku verbal maupun nonverbal yang berimplikasi ketidakpuasan atau ketidakcocokan dengan minuman yang dipesan. *Barista* memperoleh makna tersebut disaat *barista* membuktikan sendiri kepada pelanggan yang memperlihatkan perilaku tersebut. Interaksi yang berlangsung mempertegas bahwa perilaku-perilaku tersebut merupakan cerminan rasa tidak puas atau tidak cocok dari pelanggan.

Bentuk tindakan yang dilakukan *barista,* pada saat hal itu terjadi adalah menghampiri pelanggan dan menanyakan minuman yang mereka konsumsi. Apabila terjadi ketidakcocokan, maka *barista* akan segera mengganti minuman tersebut untuk menjamin kepuasan pelanggan. Komunikasi juga dijalin dengan baik oleh *barista* dengan tujuan membuat pelanggan nyaman, tidak ada jarak, dan lebih mudah untuk berkomunikasi satu sama lain. Hal ini dilakukan dalam rangka, membentuk *atmosphere* yang baik antara *barista* dan pelanggan. Sehingga, apa bila suatu saat terjadi keluhan, maka penyelesaian dan komunikasi akan lebih mudah dikarenakan ikatan atau faktor kedekatan yang dimilik *barista* dengan pelanggan.

Hal-hal tersebut dilakukan dalam upaya memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Dengan memberikan pelayanan terbaik, maka akan mendatangkan lebih banyak pelanggan melalui citra baik yang tersebar. Oleh sebab itu, pelayan yang baik akan mempertahankan keberlangsungan usaha tersebut.

Berdasarkan pernyataan diatas, peneliti menyimpulkannya menjadi tiga bagian :

1. Interaksi simbolik *barista* di Moven Coffee dihasilkan dari pemaknaan verbal dan nonverbal oleh *barista. Barista* mengamati perilaku pelanggan yang sedang mencicipi minuman yang disuguhkan. Setelah minuman sudah dicicipi, *barista* menunggu akan perilaku nonverbal yang diperlihatkan oleh pelanggan. Pelanggan yang memperlihatkan pertdana tertentu yang dimaknai oleh *barista* sebagai suatu pertdana ketidakpuasan atau ketidakcocokan, maka *barista* yang bersangkutan akan menghampiri dan mempertanyakan perihal kondisi apa yang terjai dengan minuman yang disuguhkan. *Barista* melakukan ini untuk mendapatkan penegasan secara verbal bahwa, pertdana tersebut memang benar sebagai tdana ketidakpuassan atau ketidakcocokan.
2. *Barista* menggunakan bahasa yang sopan dan santun, dalam upaya mempertanyakan hambatan yang terjadi diminuman yang dipesan oleh pelanggan. Pelanggan yang merasa tidak puas atau tidak cocok dengan minumannya, maka *barista* akan melakukan pendekatan secara persuasif untuk menyelesaikan hambatan tersebut dan menyakinkan pelanggan, bahwa pelanggan akan mendapatkan apa yang pelanggan inginkan. Komunikasi secara verbal yang digunakan *barista* bersifat persuasif akan menyakinkan pelanggan, bahwa mereka tahu benar apa yang terjadi, meminta permohonan maaf akan apa yang terjadi, memberikan solusi terbaik, dan memastikan pelanggan tersebut akan puas. Sehingga, pengalaman tersebut akan menjadi pengalaman baik bagi pelanggan yang akhirnya akan membuat pelanggan tersebut kembali lagi.
3. *Barista* yang sudah tahu pasti makna yang dihasilkan dari interaksi simbolik tersebut akan berusaha memberikan kompensasi berbentuk minuman pengganti untuk pelanaggan atau mengatur ulang komposisi minuman sesuai kehendak pelanggan. Langkah-langkah yang diambil *barista* merupakan refleksi dari kehendak pelanggan yang merasa minuman yang dipesan tidak puas atau tidak cocok. Tindakan tersebut diambil melihat dari karakter masing-masing pelanggan. Hal ini dilakukan untuk membuat pelanggan puas dengan, hal yang memang pelanggan itu kehendaki untuk memberikan kepuasan pelanggan. Sehingga, dengan memiliki orientasi pelanggan yang baik, maka pengalaman baik itu akan tersimpan dengan baik dibenak pelanggan. Pengalaman baik tersebut, akan membuat pelanggan memberikan citra yang baik terhadap *barista* ataupun Moven Coffee.

## **Saran**

Dari hasil analisa yang dilakukan oleh peneliti dalam membentuk penelitian ini, peneliti memiliki saran baik secara akademis maupun praktis yang kiranya mampu menunjang berbagai pihak dan berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian ini.

Saran Akademis

Peneliti memberikan saran bagi penelitian selanjutnya yang membahas kembali mengenai interaksi simbolik intrapersonal *barista*, sehingga kita dapat mengetahui bagaimana cara *barista* berfikir dalam memberikan solusi bagi pelanggan. Tentunya tidak dapat dipungkiri, solusi yang diberikan pasti berasal dari suatu pemikiran yang kompleks. Dalam hal ini, tujuan untuk mengetahui komunikasi intrapersonal *barista*  untuk mengetahui dasar *barista* mengambil suatu keputusan. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk mengambil sudut pdanang lain dari bagian industri kopi dan mencari informan yang memiliki dua pemikiran yang bertolak belakang, sehingga penelitian bisa mencakup bahasan yang lebih luas. Peneliti selanjutnya dapat meneliti *standard of procedure* LATTE, sebagai suatu tolak ukur yang baik yang dapat diadopsi atau sebagai inovasikan sebagai suatu standar yang baik yang dapat dipraktekan kepada pelanggan guna, perbaikan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

Saran Praktis

Dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan diperlukan pelatihan *public speaking,* dan *anger management* dalam menangani keluhan pelanggan. Penanaman nilai-nilai perusahaan juga penting untuk dilakukan agar karyawan atau *barista* memiliki visi dan misi yang sama dengan tempat bekerja. Kebijakan yang pasti juga diperlukan untuk memberikan bentuk tanggung jawab yang sama antara satu *barista* dengan *barista* lainnya. *Stdanard of Procedure* harus dibuat seluas mungkin dan sedetil mungkin agar kualitas pekerjaan tetap terjaga, walaupun berbeda individu. Melalui *Stdanard of Procedure* yang baik, maka akan menghasilkan kualitas produk dan pelayanan yang baik. Hal ini dikarenakan tiap individu memiliki stdanar kerja yang sama-sama baik satu dengan yang lainnya. LATTE atau tahapan yang dimiliki Moven Coffee merupakan langkah penyelesaian yang baik untuk *coffee shop.* Hal ini patut dijadikan contoh bagi *coffee shop.* Langkah ini peneliti anggap baik karena, memverifikasi kesalahan dari awal kesalahan itu muncul sampai dengan memastikan pelanggan puas dengan solusi lain yang diberikan oleh pihak *coffee shop.*

Melalui penelitian ini, peneliti ingin memberikan masukan saran bagi masyarakat yang senang berpergian untuk menhabiskan waktu diluar rumah, agar bisa menyampaikan keluhan secara langsung kepada siapapun yang berwenang atau berkepentingan dimana masyarakat menghabiskan waktunya, sehingga pihak pengelola dapat mengetahui dan memperbaiki hambatan tersebut. Dalam penelitian ini pun, peneliti juga mengajak masyarakat untuk membuka wawasan tentang kopi, bahwa kopi itu tidak hanya pahit saja, melainkan memiliki berbagai rasa yang kompleks. Kopi memiliki berbagai varian sajian yang bisa disesuaikan dengan selera pelanggan, sehingga kopi dapat dinikmati oleh siapa saja dan kapan saja. Peneliti mengajak masyarakat untuk mendukung petani kopi lokal dengan mencicipi dan membeli beranekaragam kopi khas Indonesia.