

PELATIHAN *CUSTOMER SERVICE QUALITY* DALAM MENINGKATKAN KINERJA LAYANAN BARISTA

¹Ida Ayu Karina Widya Apsari, ^{2*}Ni Luh Putu Sariani, ³Anak Agung Gde Alit Wiradyatmika³

^{1,2,3}Universitas Pendidikan Nasional

¹Ayukarina898@gmail.com, ^{2*}putusariani@undiknas.ac.id, ³agungwiradyatmika@undiknas.ac.id

Abstract: *The development of coffee in Indonesia continues to experience significant progress. This is due to the increasing consumption of coffee among the Indonesian people. So that the growth of coffee shops has increased rapidly and experienced intense competition. Intense competition makes coffee shop entrepreneurs compete to offer their best service to attract customers. The absence of five-dimensional customer service excellence is one of the deficiencies that Humble Espresso coffee shop. Therefore, the goal of this training activity program is to improve is to increase service quality knowledge and improve barista performance in order to provide fast and professional service to customers. The activity method used is observation, training, and evaluative. The results of the activities achieved were an increase in service quality knowledge and an increase in barista service performance based on the results of the previous questionnaire distribution of 60% and an increase of 80% after training and positive customer perceptions on Google reviews.*

Keywords: *Training, Customer Service Quality, Coffee Shop, Barista*

PENDAHULUAN

Perkembangan konsumsi kopi di kalangan masyarakat Indonesia saat ini meningkat (Perindustrian, 2017). Sehingga pertumbuhan *coffee shop* mengalami peningkatan pesat dan persaingan yang ketat. Hal ini membuat para pengusaha *coffee shop* berlomba menawarkan pelayanan terbaik mereka untuk menarik pelanggan. Tetapi kinerja nyata yang dihadapi bahwa pelayanan yang diberikan oleh *coffee shop* masih kurang maksimal. Hal ini terjadi pada barista *coffee shop Humble Espresso* Denpasar yang berada di bawah naungan PT. Kopie Humble Indonesia.

Nama *Humble* sendiri memiliki pengertian seperti ramah dan kekeluargaan, sedangkan *Espresso* adalah kopi. Dengan ini *Humble Espresso* memiliki konsep melayani konsumen dengan ramah dan kekeluargaan sehingga konsumen merasa nyaman dan merasa bagian dari komunitas. *coffee shop Humble Espresso* memiliki produk kopi berkualitas dengan menawarkan berbagai macam variasi kopi. Selain itu, juga menghasilkan olahan biji kopi mandiri untuk ditawarkan kepada pelanggan atau perusahaan sejenis lainnya. *Coffee shop* ini sangat mementingkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, mulai dari konsep melayani pelanggan dengan ramah dan kekeluargaan hingga varian produk yang diberikan untuk pelanggan. Namun, ditengah persaingan yang ketat masih terdapat kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh barista terhadap pelanggan yang mengakibatkan *coffee shop* mengalami penurunan kualitas pelayanan yang diindikasikan kurangnya pihak manajemen memberikan pelatihan mengenai *customer service quality*.

Berdasarkan penjabaran fenomena permasalahan di atas, maka sebagai kontribusi dalam kegiatan praktek kerja lapangan (PKL) ini, dilakukan program kegiatan pelatihan *customer service quality* dalam meningkatkan kinerja layanan Barista *coffee shop Humble Espresso Denpasar*. Kegiatan pelatihan tersebut didukung Nandang, et al (2022) yang menyarankan pada kegiatan pengabdian yang telah dilakukannya bahwa pentingnya pengadaan pelatihan praktis sesuai dengan kebutuhan mitra karena dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta yang berhubungan dengan bidang kerjanya. Selain

itu, juga didukung hasil penelitian Lengkong, et al (2021) bahwa lima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kinerja layanan karyawan. Dengan demikian program kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan mengenai kualitas layanan dan meningkatkan kinerja layanan Barista.

METODE

Kegiatan pelatihan *customer service quality* dalam meningkatkan kinerja layanan Barista dilaksanakan secara luring kepada lima barista *coffee shop Humble Espresso* yang berlokasi di Denpasar dengan metode observasi, pelatihan singkat dan evaluatif. Pada kegiatan pengabdian Rodhiah, et al (2022), Nasution & Rambe, (2022), Barokah, et al (2020), Insani, et al (2020) menjelaskan penerapan ketiga metode tersebut, yaitu

1. Observasi merupakan tahap awal sebelum menentukan program kerja dengan melakukan *interview* kepada manajer untuk mengetahui fenomena permasalahan yang dihadapi mitra sehingga program kerja yang dirancang sesuai dengan kebutuhan mitra
2. Pelatihan dengan ceramah singkat mengenai kualitas layanan dan simulasi mengenai penerapan dimensi kualitas layanan.
3. Evaluatif bertujuan mengetahui tingkat pencapaian sasaran dari kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan melalui kuesioner pre-test dan post-test yang dibagikan kepada peserta pelatihan. Evaluatif terhadap indikator keberhasilan dari keseluruhan tahapan kegiatan, bila skor post-test mengalami peningkatan $\geq 80\%$ dari pada skor pre-test. Selain itu, melihat persepsi pelanggan pada *google review* pasca kegiatan sebagai evaluatif ketercapaian tujuan kegiatan.

Pelaksanaan kegiatan pada bulan Juli dan agustus 2022. Tabel 1 berikut adalah rincian jadwal kegiatan yang disampaikan kepada peserta.

Tabel 1. Rincian Jadwal Kegiatan

No	Tanggal	Waktu (Wita)	Kegiatan
1	27 Juli 2022	10.00-12.00	- Observasi
2	12 Agustus 2022	10.00-12.00	- Pelatihan mengenai kualitas layanan - Penyebaran kuesioner pre-test dan post-test

HASIL KARYA UTAMA DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi awal yang telah dilakukan dengan manajer *coffee shop Humble Espresso* adalah barista kurang memahami arti pentingnya kualitas layanan bagi perusahaan sehingga kurang percaya diri saat melayani pelanggan.



Gambar 1. Observasi

Berdasarkan hasil observasi tersebut, pelatihan yang telah dilakukan difokuskan pada kualitas layanan. Adapun materi singkat yang dipaparkan dalam pelatihan ini, mencakup:

1. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan upaya perusahaan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan sehingga pelanggan akan senang dan loyal terhadap produk perusahaan (Purwanti & Ernawati, 2021).

2. Arti Pentingnya Kualitas Layanan

Rodhiah, et al (2022) mengungkapkan Kualitas layanan yang berkualitas sangat penting bagi sebuah perusahaan karena beberapa alasan, yakni:

- a. Pelanggan akan melakukan pembelian berulang secara teratur sehingga penjualan meningkat
- b. Menghemat biaya pemasaran dengan mempertahankan pelanggan yang sudah ada daripada menarik pelanggan baru
- c. Memperkuat merek perusahaan berdasarkan rekomendasi pelanggan yang puas atas pengalaman kualitas layanan bisnis yang baik

d. Dimensi Kualitas Pelayanan

Zeithaml, et al yang dikutip Mayaputri, et al (2021), terdapat lima dimensi dari kualitas layanan, yakni:

- 1) Bukti Fisik (*Tangibles*): adanya bukti nyata yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pelanggan seperti, fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan personel.
- 2) Keandalan (*Reliability*): penyedia layanan memiliki kemampuan untuk melaksanakan layanan yang diinginkan pelanggan untuk menepati janji mengenai hasil layanan dan layanan inti.
- 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*): ketersediaan daya tanggap dan komitmen penyedia layanan dalam membantu dan memberikan layanan secara cepat seperti memberi bantuan, keramahan, dan ketersediaan
- 4) Jaminan (*Assurance*): kemampuan pegawai seperti pengetahuan produk, kesopanan, dan kemampuan untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan.
- 5) Empati (*empathy*): perusahaan peduli dan memberikan perhatian individu dengan memahami kebutuhan, komunikasi, dan melakukan pendekatan agar pelanggan merasa berharga dan *special*.



Gambar 2. Paparan singkat materi pelatihan Kualitas Layanan

Peserta pelatihan tidak hanya diberikan paparan singkat mengenai materi kualitas layanan tetapi, peserta juga diberikan simulasi penerapan lima dimensi kualitas layanan

yang dibantu oleh manajer *coffee shop Humble Espresso* Denpasar agar keterampilan peserta lebih meningkat dalam melayani pelanggan. Pemberian simulasi tersebut mengacu pada kegiatan pengabdian yang dilakukan Barokah, et al (2020), antara lain:

1. *Tangibles*, yaitu bagaimana barista mampu menyiapkan alat-alat yang dibutuhkan dalam melayani pelanggan dan memperhatikan penampilan dengan menggunakan atribut saat jam kerja.
2. *Reliability*, yaitu bagaimana barista mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan terkait kecepatan dan ketepatan waktu karena pelanggan tidak menyukai pelayanan yang membuat pelanggan harus menunggu pesanan terlalu lama.
3. *Responsiveness*, yaitu bagaimana barista dapat merespon pelanggan dengan ramah



Gambar 3. Simulasi *Tangibles, Reliability, Responsiveness*

4. *Assurance*, yaitu bagaimana barista dapat memberikan rekomendasi atau menjelaskan variasi produk kopi pada pelanggan, sehingga pelanggan tidak merasa ragu dalam memilih produk.



Gambar 4. Simulasi *Assurance*

5. *Empathy*, yaitu bagaimana barista dapat memiliki rasa empati dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan. Hal ini dilakukan agar pelanggan merasa berharga dan *special*.



Gambar 5. Simulasi *Empathy*

Peserta pelatihan terlebih dahulu diberikan kuesioner sebelum kegiatan berkaitan materi kualitas layanan dan simulasi lima dimensi dari kualitas layanan guna meningkatkan pengetahuan kualitas layanan dan meningkatkan kinerja Barista dalam melaksanakan layanan yang baik kepada pelanggan. Adapun hasil yang diperoleh dari kuesioner tersebut dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Respon peserta sebelum pelatihan (Pre-test)

No	Barista (B)	Dimensi <i>Service Quality</i>				
		<i>Tangible</i>	<i>Reliability</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Assurance</i>	<i>Empathy</i>
1	B1	62%	70%	66%	60%	66%
2	B2	65%	70%	65%	60%	66%
3	B3	70%	72%	72%	70%	68%
4	B4	70%	74%	72%	70%	70%
5	B5	70%	74%	72%	70%	70%
Total Rata-rata		67,4%	72%	69,4%	66%	68%

Setelah seluruh kegiatan selesai terlaksana, peserta kembali diberikan post-test dengan pertanyaan yang sama. Adapun hasil post-test disajikan pada tabel 2.

Tabel 3. Respon peserta sebelum pelatihan (Pre-test)

No	Barista (B)	Dimensi <i>Service Quality</i>				
		<i>Tangible</i>	<i>Reliability</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Assurance</i>	<i>Empathy</i>
1	B1	80%	82%	85%	80%	85%
2	B2	80%	84%	80%	80%	85%
3	B3	82%	85%	85%	84%	86%
4	B4	80%	82%	85%	82%	85%
5	B5	84%	80%	85%	82%	82%
Total Rata-rata		81,2%	82,6%	84%	81,6%	84,6%

Terlihat keseluruhan respon peserta pada tabel 2 dan tabel 3 dari pelatihan yang telah dilakukan, diketahui bahwa pada keseluruhan tahapan kegiatan skor post-test mengalami peningkatan $\geq 80\%$ dari pada skor pre-test. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan yang telah dilakukan dinyatakan berhasil. Hal ini dikarenakan terdapat peningkatan pengetahuan peserta pelatihan mengenai kualitas layanan dan mampu

memberikan kinerja terbaiknya dengan menerapkan lima dimensi kualitas layanan ketika berhubungan dengan pelanggan, seperti hasil penelitian yang dilakukan Lengkong, et al (2021).

Evaluatif pasca kegiatan selain melalui penyebaran kuesioner juga dilihat dari persepsi pelanggan yang positif pada *google review* mengenai pengalaman atas kepuasan layanan kinerja barista *coffee shop Humble Espresso* Denpasar.



Gambar 6. Persepsi Pelanggan pada *google review*

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan yang dilakukan berjalan secara efektif dan tujuan dari kegiatan tercapai, yaitu terjadi peningkatan pengetahuan kualitas layanan dan peningkatan kinerja layanan barista *coffee shop Humble Espresso* Denpasar. Dampak dari kegiatan ini adalah pihak manajemen dapat menggunakan tabel penilaian lima dimensi kualitas layanan sebagai evaluasi dan strategi kedepannya untuk meningkatkan kinerja barista ketika berhubungan dengan pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa bahwa kegiatan pelatihan dapat selesai tepat waktu. Penulis berterima kasih kepada pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Pendidikan Nasional yang telah mendukung pendanaan dan membantu melancarkan pelaksanaan kegiatan. Penulis juga berterima kasih kepada perusahaan PT. Kopie Humble Indonesia yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan dan kepada seluruh pihak yang membantu dan mendukung pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Barokah, S., Abimanyu, A., & Riyana, E. (2020). Strategi Meningkatkan Intensitas Pembelian Ulang dengan Memperkuat Service Quality Kedai Kopi “Coffeebreak” Purwokerto. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, 4(2), 24–32.
- Insani, S. F., Wijayanti, A. W., & Cahyaningrum, B. N. (2020). Pendampingan Pelaksanaan Survey Kepuasan Pelanggan Pada Coffee Shop Cekopi di Mendungan, Kartasura. *Warta LPM*, 23(2), 94–104.
- Lengkong, O., Lengkong, V. k., & Pandowo, M. H. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Berbintang di Manado. *EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1286–1295.
- Mayaputri, G. B., Februadi, A. C., & Hardiyanto, N. (2021). Evaluasi Kualitas Layanan untuk Pengembangan Strategi: Studi Kasus Kedai Kopi Duduk Cerita Di Cimahi. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1254–1259.

- <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2923/2264>
- Nandang, Jamaludin, A., Firmansyah, Y., Wanta, & S. (2022). Pelatihan Pelayanan Prima Pada Pelaku Ekowisata Kampung Kopi Desa Mekar Buana Kabupaten Karawang. *Jurnal Buana Pengabdian*, 4(2), 79–101.
- Nasution, A. A., & Rambe, R. F. (2022). Optimalisasi Kualitas Layanan dan Promosi Delikoffie di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (SINAPMAS) 2021*, 24–28.
<http://conference.um.ac.id/index.php/sinapmas/article/view/3187%0Ahttp://conference.um.ac.id/index.php/sinapmas/article/viewFile/3187/1739>
- Perindustrian, K. (2017). *Peluang Usaha IKM Kopi*. Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- Purwanti, D., & Ernawati, H. I. (2021). Peningkatan Kualitas Pelayanan Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pizza Hai dengan Menggunakan Aplikasi GoFood. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)*, 5(2), 95–102.
- Rodhiah, Nuraisyah, I., & Aisyah, A. (2022). Pengenalan Kualitas Pelayanan Pada UKM Shintya's Kitchen di Jambi. *PRIMA: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1–10.