

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang luas dan penuh dengan keragamannya. Ragam suku, adat, dan budaya ada di Indonesia. Bahkan, sebagian besar masyarakat Indonesia masih tetap mempertahankan budaya-budaya yang sudah ada sejak jaman nenek moyang mereka. Masyarakat yang tetap mau mempertahankan budaya tersebut dapat berasal dari kesadaran diri sendiri maupun dorongan dari lingkungan sekitar.

Salah satu budaya Indonesia yang sangat populer adalah budaya meminum kopi. Budaya meminum kopi telah ada dari Sabang hingga Merauke dan mereka meminumnya dengan cara mereka masing-masing. Di Aceh meminum kopi adalah suatu hal yang wajib dan telah menjadi kebutuhan. Budaya tersebut tidak dapat lepas dari masyarakat Aceh karena erat kaitannya dengan kopi arabika yang sangat terkenal dengan kenikmatan rasanya, yaitu Kopi Aceh Gayo. Kopi tersebut sangat terkenal tidak hanya di Aceh tetapi juga di seluruh Indonesia. Banyak pengusaha warung kopi yang mencari kopi arabika ini karena cita rasa yang sangat khas jika dibandingkan dengan kopi-kopi yang berasal dari Jawa.

Aceh memiliki budaya yang cukup unik untuk meminum kopi. Budaya meminum kopi ini bernama Kopi Khop yang artinya terbalik. Sesuai dengan arti namanya, cara meminum kopi ini adalah dengan membalikkan cangkir kopi. Teknik membalikkan cangkir kopi ini diperlukan keahlian khusus dari seorang barista agar tetap aman dan tidak tumpah saat membalik cangkir tersebut. Kopi

Khop tersedia dengan varian kopi hitam maupun kopi susu dan disajikan dengan es maupun panas. Meminum Kopi Khop ini perlu hati-hati karena apabila ketika membuka cangkir terlalu lebar maka kopi akan tumpah. Meskipun cara meminum kopi ini cukup menantang, tetapi hal tersebut yang membuat masyarakat penasaran, bahkan masyarakat dari luar Aceh dapat rela datang jauh-jauh untuk mencoba cara meminum kopi dengan cara yang unik ini.

Di Yogyakarta juga memiliki budaya meminum kopi yang unik dan sangat terkenal, yaitu Kopi Joss. Kopi Joss adalah kopi tubruk yang dicampuri dengan arang yang masih menyala. Kombinasi dari kopi tubruk dengan arang adalah panas kopi yang begitu tahan lama dan menjadikan rasanya sangat nikmat serta cocok untuk dinikmati berjam-jam. Kopi ini dapat ditemukan di angkringan pinggir jalan yang ada di Yogyakarta. Orang-orang biasa menikmati Kopi Joss ini sembari mengobrol atau mendiskusikan berbagai hal.

Budaya kopi di Indonesia sebenarnya sudah ada sejak jaman dahulu dan memiliki peran penting dalam beberapa ritual adat di beberapa tempat di Indonesia, khususnya Jawa. Salah satu ritual yang dilakukan di Keraton Solo yang dilakukan setiap hari Selasa dan Kamis adalah memberikan sesajen pada Kyai Petruk untuk melindungi ruang makan di Keraton. Sesajen ini terdiri dari kelopak mawar putih, dupa, teh, dan kopi. Kopi dalam hal ini dipercaya sebagai minuman para dewa, yang digunakan untuk memberikan pencerahan dan koneksi pada dunia spiritual.

Selain itu kopi juga memegang peranan penting dalam ritual lain. Selama perayaan tahun baru Jawa (Kirab Pusaka), Kerbau yang dikeramatkan diberi

makan pisang dan kopi sebelum perayaan dimulai. Dulunya ritual ini dilakukan jika terjadi suatu masalah besar yang menimpa masyarakat. Namun, semenjak Presiden Soeharto memerintah, beliau membuat peraturan untuk melakukan ritual ini setiap tahun.

Dari uraian diatas dapat terlihat bahwa kopi adalah salah satu cara untuk merayakan suatu kejadian penting. Selain itu, budaya meminum kopi pada jaman dahulu digunakan masyarakat sebagai sajian ketika ada tamu yang berkunjung ke rumah. Mereka menikmati sajian kopi tersebut sembari membicarakan tentang berbagai macam hal. Oleh karena itu, beberapa masyarakat beranggapan bahwa kopi merupakan salah satu sembako yang harus ada di rumah sebagai sajian untuk tamu selain teh.

Seiring berjalannya waktu, budaya meminum kopi berubah menjadi sebuah kebutuhan bagi setiap orang dan dapat digunakan sebagai salah satu alasan untuk bersosialisasi. Kopi yang pada awalnya sebagai sajian saat perjamuan tamu datang ke rumah, sekarang berubah menjadi peneman dalam melakukan kegiatan sehari-hari masyarakat. Ada yang meminum kopi sembari mengerjakan tugas baik kantor atau kuliah ataupun tugas lainnya. Terdapat juga masyarakat yang sengaja mempersiapkan kopi untuk dibawa selama perjalanan, hal ini dilakukan dengan maksud adalah sebagai peneman saat terjebak di kemacetan jalan serta masih ada banyak hal yang dapat orang lakukan dalam kehidupan sehari-hari sembari ditemani dengan meminum kopi.

Tidak hanya sebagai teman saat melakukan aktivitas sehari-hari, masyarakat terkadang menggunakan ajakan meminum kopi dengan sebutan

“*ngopi*” sebagai salah satu alasan untuk dapat berkumpul dan bersosialisasi. Berbagai macam topik pembicaraan dapat mereka bicarakan sembari menikmati kopi yang disajikan. Ajakan “*ngopi*” para masyarakat ini kebanyakan adalah bermaksud untuk berkumpul sembari meminum kopi di kafe atau *coffeeshop* atau warung kopi yang telah disepakati oleh mereka. Tempat yang ditentukan berdasarkan kesepakatan tentu merupakan pilihan tempat yang menurut mereka menarik dan nyaman untuk digunakan untuk berkumpul. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kopi saat ini merupakan hal yang cukup penting bagi kehidupan mayoritas masyarakat. Maka dari itu, erat kaitannya antara kehidupan seseorang dengan kopi yang seolah tidak dapat dipisahkan. Fenomena-fenomena tersebut mengakibatkan tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia semakin naik.

Tabel 1. Tingkat Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2016 – 2019

Satuan	Tahun			
	2016	2017	2018	2019
Ton	249.800	276.200	314.400	335.500

Sumber: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian Tahun 2019

Data diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat konsumsi kopi di Indonesia selama empat tahun terakhir dari tahun 2016 hingga 2019 selalu mengalami kenaikan. Tingkat konsumsi kopi dari tahun 2016 (249.800 ton) ke tahun 2017 (276.200) mengalami kenaikan mencapai 10,54 persen. Hal serupa juga terjadi dari tahun 2017 ke tahun 2018, kenaikan tingkat konsumsi kopi mencapai 13,83 persen. Sedangkan, dari tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami penurunan persentase yaitu menjadi 6,74 persen saja. Penurunan persentase ini

mengakibatkan tingkat konsumsi kopi pada tahun 2019 hanya mencapai 335.500 ton. Angka ini cukup tinggi dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Angka ini diprediksi semakin tumbuh dengan rata-rata konsumsi sekitar 8,2 persen selama periode 2016 hingga 2021 dengan total 370.000 ton. Menurut *Internasional Coffee Organization (ICO)*, pertumbuhan rata-rata konsumsi kopi di Indonesia ini berada di atas rata-rata dunia pada umumnya (<https://www.kumparan.com>).

Tingkat konsumsi kopi yang semakin meningkat setiap tahun ini dilihat oleh para pengusaha sebagai peluang untuk membuka bisnis atau usaha dibidang makanan dan minuman khususnya kopi. Membuka usaha kedai kopi saat ini menjadi tren yang sangat menarik dan memiliki peluang besar ketika ingin memiliki usaha sendiri. Sehingga tren yang ada bukan hanya tren meminum kopi saja tetapi juga membuka kedai kopi. Pemilik kedai kopi juga berasal dari berbagai kalangan, terdapat kedai kopi yang pemiliknya berasal dari kalangan anak muda dan ada juga yang berasal dari kalangan orang yang sudah berumur tua.

Tabel 2. Persentase Jumlah Penyedia Makanan dan Minuman di Pulau Jawa menurut Provinsi dan Jenis Usaha Tahun 2017

No.	Provinsi	Jenis Usaha			Jumlah (%)
		Restoran/Rumah Makan	Katering	Penyedia Makanan dan Minuman lainnya	
1.	DKI Jakarta	84,61	4,73	10,66	100
2.	Jawa Barat	82,14	6,73	11,12	100
3.	Jawa Tengah	85,90	2,08	12,02	100
4.	D.I. Yogyakarta	77,37	4,38	18,25	100
5.	Jawa Timur	83,14	6,00	10,86	100

6.	Banten	87,04	2,08	10,88	100
----	--------	-------	------	-------	-----

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia Tahun 2017

Dari Tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa usaha penyedia makanan dan minuman lainnya, seperti kafe, *coffee shop*, bar, dan sebagainya menjadi pilihan kedua bagi masyarakat ketika ingin mendirikan usaha selain restoran/rumah makan. Usaha penyedia makanan dan minuman lainnya (kafe, *coffee shop*, bar, dan sebagainya) di Jawa Timur pada tahun 2017 mencapai 10,86 persen menempati posisi kelima setelah D.I. Yogyakarta, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Banten. Namun pada tahun berikutnya terjadi perubahan, menurut Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia Jawa Timur (Apkrindo Jatim) mencatat pertumbuhan sektor usaha kuliner di Jawa Timur mengalami pertumbuhan hingga lebih dari 20 persen sepanjang tahun 2018 (<https://radarsurabaya.jawapos.com>). Dengan begitu dapat dikatakan bahwa pertumbuhan usaha kafe, *coffee shop*, bar, dan lain lain sebanding dengan meningkatnya tingkat konsumsi kopi dari tahun 2017 ke tahun 2018.

Pertumbuhan usaha sejenis kafe dan *coffee shop* yang sangat pesat ini menyebabkan ketatnya persaingan usaha yang terjadi. Persaingan usaha dapat ditemui dalam UU No.5 tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat. Adanya persaingan usaha yang ketat ini memberikan dampak positif dan optimis sehingga kompetisi bisa diarahkan pada kesiapan dan kemampuan untuk mencapai kemajuan dan kesejahteraan manusia. Kompetisi seperti ini merupakan motivasi diri sekaligus faktor penggali dan pengembang potensi diri dalam menghadapi bentuk-bentuk kompetisi, sehingga kompetisi tidak semata-mata diarahkan untuk mendapatkan kemenangan dan mengalahkan

lawan. Tuntutan dunia bisnis yang semakin tinggi dan keras mensyaratkan sikap dan pola kerja yang profesional. Persaingan dalam dunia bisnis mendorong pebisnis meningkatkan efisiensi dan kualitas produk untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain dan pelanggan merasa puas dengan produk tersebut. Selain itu persaingan usaha memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan kreatifitas sumber daya manusia untuk menggunakan sumber daya yang ada secara optimal dan menghasilkan barang-barang yang bernilai tinggi dengan harga yang kompetitif. Secara tidak sadar, persaingan bisnis yang sengit antar penjual justru memberikan efek positif kepada konsumen/pembeli. Mereka seperti selalu mendapatkan *service excellent* (pelayanan yang terbaik) dari para penjual akibat dari sulitnya mendapatkan pembeli (<https://www.onlenpedia.com>).

Maraknya usaha kafe dan *coffee shop* saat ini tentu tidak akan lepas dari seseorang yang cukup ahli untuk meracik minuman kopi. Pekerja yang ahli dibidang ini dan bertugas menyalani konsumen di kafe disebut Barista. Agar konsumen dapat menikmati kopi yang nikmat dan berbeda dari lainnya diperlukan keahlian khusus bagi Barista dalam meracik dan menyajikan kopi sesuai dengan permintaan konsumen.

Tugas-tugas seorang Barista ini berbeda dengan pelayan toko biasa karena seorang Barista diharuskan bisa menjadi seorang *multi tasked person*. Artinya, Barista tidak hanya membuat minuman saja tetapi berfungsi sebagai *waiter*, kasir, dan bisa menjadi *housekeeping* yang dapat merawat dan membersihkan barang-barang yang berkaitan dengan rumah tangga, seperti piring, gelas dan lainnya. Selain itu, Barista juga diharapkan dapat mengoperasikan semua alat operasional

yang digunakan. Bahkan dapat memperbaiki alat yang bermasalah atau sedikit rusak, kecuali jika memang alat tersebut sudah benar-benar membutuhkan bantuan teknisi. Untuk menjadi seorang Barista diharuskan bisa memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan juga bisa mengurus segala urusan bagian belakang dapur. Inilah yang membuat seorang Barista dapat dipandang lebih dari profesi yang sejenisnya seperti pramusaji. Untuk menjadi seorang Barista tentunya juga harus mengerti dengan berbagai macam jenis kopi

Pelayanan yang baik erat hubungannya dengan industri perhotelan. Industri perhotelan tidak hanya terdiri dari hotel saja tetapi di dalamnya juga termasuk restoran, kafe, *coffe shop*, bar, dan lain-lain. Ilmu yang diajarkan di dalam industri ini selalu berkaitan dengan jasa dan pelayanan. Menurut Kotler (2008:266) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berkaitan dengan kepuasan batin dari penerima pelayanan. Berbicara tentang pelayanan maka yang banyak menjadi pertanyaan bagi konsumen adalah bagaimana kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Kualitas suatu pelayanan berasal dari kinerja dan upaya yang dilakukan oleh karyawan perusahaan tersebut.

Upaya-upaya yang dapat dilakukan tersebut penting dan seharusnya perlu diterapkan pada suatu perusahaan yang bergerak dibidang perhotelan yang meliputi kafe dan *coffee shop*. Operasional sebuah kafe atau *coffe shop* juga akan terganggu apabila *Barista* tidak melakukan upaya-upaya yang dapat memperbaiki

kualitas pelayanan perusahaan tersebut. Begitu pula dengan *Barista* tersebut juga harus memiliki pengetahuan dasar mengenai pekerjaan yang mereka kerjakan. Pelayanan yang baik diharapkan akan berdampak positif terhadap kelangsungan dan operasional kafe. Dampak positif yang dimaksud adalah tidak akan lepas kaitannya dengan keuntungan yang diperoleh dari kafe tersebut.

Berdasarkan data dan fenomena diatas mengenai ketatnya persaingan usaha kafe dan *coffee shop* di industri perhotelan ini dan salah satu faktor yang berpengaruh untuk memenangkan persaingan yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah penelitian untuk lebih mengetahui penerapan ilmu perhotelan terkait pelayanan pada sebuah kafe dan *coffee shop*, apakah pelayanan tersebut sepenuhnya diterapkan atau tidak semua diterapkan atau bahkan tidak diterapkan sama sekali. Penelitian ini akan meneliti seperti apa penerapan ilmu-ilmu perhotelan khususnya pelayanan yang diterapkan oleh Kroesel House of Coffee Surabaya. Usaha apa saja yang dilakukan oleh *barista* Kroesel House of Coffee Surabaya sebagai karyawan yang biasanya akan berkomunikasi secara langsung dengan tamu/konsumen serta dengan adanya hal tersebut bagaimana pengaruhnya terhadap kelangsungan kafe.

1.2 Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu:

1. Bagaimana upaya Barista dalam melayani konsumen di Kroesel House of Coffee Surabaya?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah ingin mengetahui upaya Barista dalam melayani konsumen di Kroesel House of Coffee Surabaya.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti, pembaca, D3 Kepariwisata/Bina Wisata, dan Kroesel House of Coffee Surabaya. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

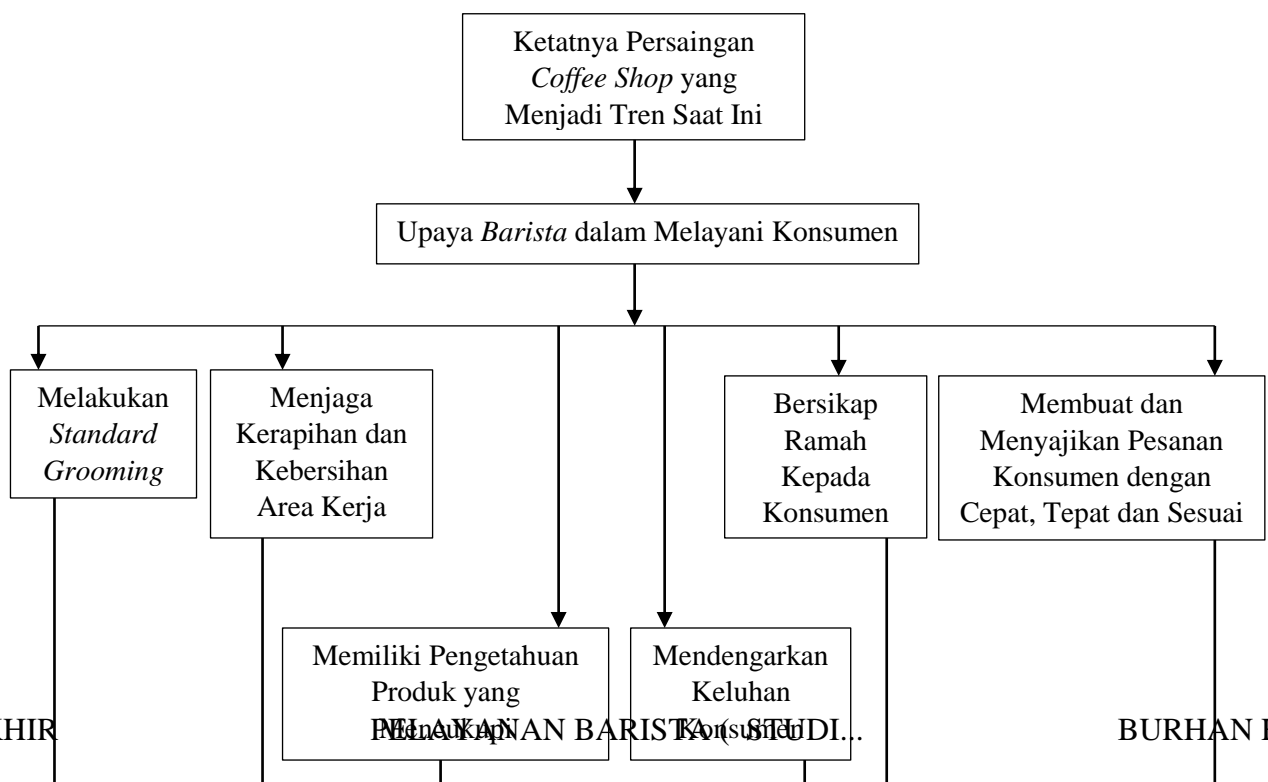
- a. Peneliti
 1. Dapat mengetahui upaya Barista dalam melayani konsumen di Kroesel House of Coffee Surabaya.
 2. Mengetahui cara kerja Barista.
- b. Pembaca
 1. Memberi informasi kepada pembaca mengenai upaya Barista dalam melayani konsumen yang baik.
 2. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
- c. D3 Kepariwisata/Bina Wisata
 1. Sebagai literatur yang dapat digunakan dalam pembuatan penelitian.
 2. Menambah pengetahuan yang tidak diperoleh saat berada di perkuliahan.
- d. Kroesel House of Coffee Surabaya

1. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan kepada Kroesel House of Coffee Surabaya dalam mengupayakan Barista untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.
2. Menambah wawasan kepada Kroesel House of Coffee Surabaya agar dapat menerapkan beberapa solusi yang disarankan di dalam penelitian ini.

1.4 Kerangka Pemikiran

Penulis mencoba menghubungkan masing-masing konsep pemikiran melalui kerangka pemikiran yang dimiliki oleh penulis serta memberikan penjelasan-penjelasan yang bersifat teoritis mengenai berbagai konsep yang memiliki hubungan dengan masalah penelitian. Sehingga dapat digambarkan alur pemikiran penulis dalam mengolah data hasil penelitian tentang upaya barista dalam melayani konsumen di Kroesel House of Coffee Surabaya.

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran



Dari kerangka pemikiran di atas, terdapat beberapa pokok bahasan. Pokok bahasan yang pertama yaitu membahas tentang ketatnya persaingan *coffee shop* yang sedang menjadi tren saat ini. Pokok pembahasan yang kedua yaitu upaya *barista* Kroesel House of Coffee Surabaya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yang datang. Dari pokok pembahasan yang kedua tersebut akan memberikan beberapa kemungkinan dampak atau pengaruh terhadap perusahaan tersebut.

1.4.1 Melakukan *Standard Grooming*

Penampilan diri (*grooming*) merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Penampilan menarik akan mencerminkan kepribadian seseorang. Orang yang berpenampilan menarik akan dinilai sebagai orang yang berkepribadian baik. Sebaliknya, orang yang kurang memperhatikan penampilannya dinilai sebagai orang yang berkepribadian kurang menarik.

Penampilan yang menarik akan memberikan kesan yang positif bagi orang lain. Kata "*groom*" menurut kamus bahasa Inggris memiliki arti mengurus, merawat, rapi atauelihara. Dari arti kata tersebut dapat disimpulkan bahwa

seorang petugas harus bisa menjaga penampilan dirinya untuk tetap menarik. Apabila hal ini kurang diperhatikan, maka penampilan seorang petugas yang kurang menarik akan mengakibatkan tamu berkesimpulan hal yang sama untuk seluruh kafe, restoran atau hotel, termasuk didalamnya penampilan makanan dan minuman yang dihidangkan. Menurut Sihite (2000:33-34) bahwa pekerjaan seorang petugas tata hidangan maka kerapihan dan kebersihan diri pribadi merupakan persyaratan utama yang harus dipenuhi oleh setiap pramusaji (*barista*). Berikut merupakan beberapa cara yang dapat dilakukan untuk selalu menjaga kebersihan diri sendiri, antara lain:

- a. Rambut, harus selalu bersih dalam arti sering dicuci, tersisir rapi dan tidak terlalu panjang, hal ini berkaitan dengan alasan kesehatan. Sebagai ukuran dapat disarankan bahwa sebaiknya panjang rambut tidak melampaui leher baju.
- b. Tangan dan kuku, harus mencuci tangan dengan menggunakan sabun agar selalu bersih sebelum menangani makanan atau minuman, terutama apabila setelah keluar dari toilet. Kuku selalu dalam keadaan pendek dan bersih untuk menghindari bersarangnya bakteri yang dapat menularkan penyakit ke dalam makanan. Bagi pramusaji wanita sebaiknya tidak memakai cat kuku yang menyolok, perhiasan serta parfum yang berlebihan.

- c. Gigi, membersihkan gigi setidaknya dua kali sehari dengan sikat gigi dan pasta gigi. Dianjurkan setidaknya dua kali setahun membersihkan nikotin ke dokter gigi.
- d. Kaki, model sepatu sebaiknya tidak bertumit tinggi untuk mencegah keletihan ataupun kecelakaan. Kaki harus selalu bersih dan kuku dipotong pendek. Usahakan untuk mengganti kaos kaki setiap hari untuk mencegah keringat dan menimbulkan bau yang kurang sedap.
- e. Kumis, beberapa kafe, restoran dan hotel melarang karyawannya memelihara kumis. Namun, di beberapa tempat juga tidak melarang untuk memelihara kumis karena terkadang kumis dapat menjadikan penampilan yang lebih menarik bagi yang sesuai, dengan ketentuan tipis dan tidak terlalu menyolok. Kumis juga harus selalu dijaga kebersihan dan kerapiahannya.
- f. Janggut, untuk alasan kesehatan dan juga penampilan yang baik dan menarik maka pramusaji (*barista*) tidak diperbolehkan untuk memelihara janggut. Oleh karena itu, janggut harus selalu dicukur bersih.

Selain menjaga kebersihan diri sendiri, diperlukan adanya standar pakaian seragam. Pakaian seragam dimaksudkan untuk menimbulkan rasa kebersamaan, membedakan antara karyawan dengan tamu, selain itu dimaksudkan agar dapat menimbulkan rasa ikut memiliki terhadap perusahaan. Oleh karena itu pakaian seragam harus selalu dijaga kelengkapannya dan kebersihannya. Pakaian seragam yang menarik dapat menciptakan suasana yang lebih menyenangkan. Standar

pakaian seragam akan bervariasi antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Menggunakan seragam untuk bekerja dapat menambah nilai penampilan diri karyawan yang menarik sehingga konsumen merasa disambut oleh karyawan yang bekerja.

1.4.2 Menjaga Kerapihan dan Kebersihan Area Kerja

Menurut Soekresno (2001:57) tamu datang di restoran dengan harapan untuk mendapatkan makanan dan minuman yang sehat. Untuk mewujudkan semua itu, menjadi tanggung jawab pengelola restoran dan seluruh jajarannya. Oleh karena itu, petugas restoran harus selalu menjaga kebersihan baik dirinya maupun di tempat dimana ia berada (Sihite, 2000:36). Kesehatan seorang pegawai restoran sangat penting untuk dirinya sendiri, teman kerja, lingkungannya dan terutama sekali bagi tamu yang dilayani. Tindakan nyata untuk mencapai tujuan ini, antara lain sebagai berikut:

- a. Membiasakan mandi dua kali sehari dengan menggunakan sabun.
- b. Pakaian dalam diganti secara teratur.
- c. Bersikat gigi secara teratur.
- d. Membiasakan diri mencuci tangan sebelum bertugas terutama setelah dari toilet.
- e. Hilangkan bau badan dan nafas yang tidak sedap.

Selain menjaga kebersihan diri sendiri, kebersihan dan kerapihan dari area kerja merupakan hal penting yang tujuannya untuk memudahkan dalam

melakukan pekerjaan. Menurut Soekresno (2001:58 – 61) terdapat enam prinsip sanitasi yang dapat dilaksanakan untuk menciptakan makanan dan minuman yang sehat, aman dan higienis:

1. Kebersihan peralatan makan dan minum.

Menempatkan peralatan makan dan minum yang bersih dan sehat, dicuci dan disimpan ditempat yang bersih serta bebas dari kotoran lainnya. Menyimpan peralatan dengan memilah-milah sesuai jenisnya, seperti *silver ware, china ware, glass ware, bar equipment, kitchen equipment* dalam tempat tersendiri dan terpisah. Menyusun piring-piring harus sama ukurannya dan tidak boleh dicampur. Membersihkan segala peralatan makan dan minum yang habis digunakan di bawa ke area pencucian dan segera dicuci (tidak lebih dari 5 menit), dan lain sebagainya.

2. Kebersihan cara menyimpan bahan makanan.

Menyimpan dan mengeluarkan bahan makanan mentah disesuaikan dengan kebutuhan, tidak terlalu berlebihan dan menerapkan sistem FIFO (*first in first out*) serta dengan suhu dan cara penyimpanan yang sesuai. Tidak menyimpan dan menggunakan bahan makanan kaleng yang sudah rusak dan kadaluwarsa. Menempatkan bahan makanan dan minuman harus tertata rapi, mudah dilihat, dan mudah dikeluarkan.

3. Kebersihan dalam pengolahan makanan dan minuman.

Tenaga pengolah makanan dan minuman harus memakai seragam kerja secara lengkap dan bersih seperti *head chef, necktie, apron, dan dishtowel*.

Kuku, rambut, dan kumis harus bersih terawat dan tidak panjang serta tidak mengidap penyakit menular atau tidak sedang sakit. Peralatan untuk mengolah makanan dan minuman harus berfungsi normal termasuk *blower* untuk menyedot asap ketika menggunakan kompor. Tersedia wastafel dengan air bersih dan tempat pembuangan sampah yang tertutup. Lantai tidak licin dan selalu bersih. Usahakan seminim mungkin menyentuh makanan dengan tangan telanjang, selalu mencuci tangan dan peralatan baik sebelum maupun sesudahnya.

4. Kebersihan dalam penyimpanan makanan matang.

Meletakkan makanan matang di suatu tempat yang bersih dengan ketinggian 50 cm dari lantai. Menutup makanan matang sebelum disajikan ke tamu dan usahakan untuk tidak mengalami persentuhan dengan udara terbuka. Makanan matang disimpan sesuai dengan kondisinya baik dingin maupun panas.

5. Kebersihan proses pemindahan makanan dan minuman.

Memindahkan makanan siap hidang dari dapur ke restoran dengan memakai alat bantu *tray*, *trolley*, dan sebagainya. Membawa *tray* besar berisi makanan disangga dengan satu tangan kiri, diatas bahu kiri. Menutup setiap makanan dengan *plate cover* dari dapur sampai ke meja tamu.

6. Kebersihan proses penyajian makanan dan minuman.

Memegang pisau, sendok dan sejenisnya pada bagian pegangannya dan piring pada bagian bawah dan pinggirnya. Gelas tidak dipegang pada bagian bibir, baik pada saat penyajian maupun pada saat *clear up*. Membawa minuman dari bar ke meja tamu dengan menggunakan *round tray*, disangga dengan satu tangan kiri dengan ketinggian sejajar dengan siku.

1.4.3 Bersikap Ramah Kepada Konsumen

Pengertian ramah menurut Sihite (2000:37) adalah sopan santun, lembut, luwes, riang, suka memaafkan serta hormat. Sifat ini sangat penting bagi orang yang bertugas dalam usaha pelayanan makanan dan minuman karena dengan demikian tamu merasa disambut serta ditunggu kedatangannya. Dalam hal ini tamu harus dilayani tanpa membeda-bedakan, meskipun sifat tamu yang berbeda-beda. Oleh karena itu, seorang petugas restoran perlu memberikan kesan pertama yang baik kepada para tamunya, sehingga mereka tidak jera dan akan mau datang kembali. Sikap yang ramah dan sopan harus selalu tercermin pada saat:

- a. Menyambut tamu yang datang di restoran sehingga tamu merasakan seperti di rumah sendiri.
- b. Setiap tamu harus diterima dan diberikan pelayanan yang sama.
- c. Membiasakan diri menggunakan ungkapan-ungkapan yang sopan seperti: ucapan selamat pagi, selamat makan, silahkan, terima kasih, maafkan, baik tuan/nyonya, selamat jalan, serta pengharapan agar mereka (tamu datang lagi di kemudian hari.
- d. Selalu mengingat dan memanggil tamu dengan menyebutkan namanya.

- e. Bersikap membantu kepada setiap tamu.
- f. Menghindari meniru atau mengoreksi sikap tamu.
- g. Menghindari pembicaraan tentang politik, agama atau permasalahan lainnya yang dapat menimbulkan perdebatan.
- h. Berusaha berbicara tentang keadaan mereka sehingga menimbulkan keakraban, kegembiraan, dan kesempatan sehingga tamu lebih betah.
- i. Menghindari berteriak, bersiul atau berbicara sambil mengunyah sesuatu.
- j. Tidak merokok, bersin, berkumur, meludah dan tindakan tidak terpuji lainnya selama berada di tempat kerja terutama pada saat berbicara dengan tamu.
- k. Menghindari berdiri berkelompok dan membicarakan masalah-masalah pribadi selama bertugas.

1.4.4 Membuat dan Menyajikan Pesanan Konsumen dengan Cepat, Tepat, dan Sesuai

Menurut Goodman (2002:4) salah satu dari 10 (sepuluh) perilaku terpenting seorang pramusaji berdasarkan penilaian para profesional restoran adalah menyajikan pesanan sesuai dengan apa yang telah dipesan oleh tamu. Hal ini sesuai dengan salah satu perilaku terpenting seorang pramusaji berdasarkan penilaian para tamu, yaitu mengambil pesanan yang tepat dari dapur untuk disajikan pada tamu. Berdasarkan dua sudut pandang penilaian tersebut bahwa ketepatan dan kesesuaian pesanan yang disajikan merupakan hal yang penting

bagi tamu. Namun, kecepatan dalam membuat dan mengantarkan pesanan juga unsur yang sangat penting untuk menjaga suasana hati para tamu.

Menurut Maslow rasa lapar dan haus merupakan salah satu cakupan dari kebutuhan fisiologis dari manusia (Goodman, 2002:5). Pesanan yang dibuat dan disajikan dengan waktu yang lama akan merusak suasana hati tamu yang memesannya. Oleh karena itu, kecepatan dalam membuat dan menyajikan pesanan tamu juga termasuk dalam unsur keberhasilan suatu pelayanan. Untuk menghindari adanya komplain tamu yang berkaitan dengan kecepatan, ketepatan, dan kesesuaian pesanan tamu maka diperlukan beberapa tindakan, yaitu seperti mencatat pesanan tamu, mencatat meja atau nomor kursi tamu, mencatat nama tamu, dan konfirmasi kembali pesanan tamu. Hal tersebut juga dapat mempermudah *barista* dalam melakukan pekerjaannya sehingga meminimalisir kesalahan.

1.4.5 Memiliki Pengetahuan Produk yang Mencukupi

Pada sub bab sebelumnya telah sedikit disinggung berkaitan dengan kesesuaian pesanan tamu. Yang dimaksud dengan kesesuaian pesanan tamu adalah pesanan yang disajikan ke tamu dapat sesuai dengan ekspektasi yang dimiliki tamu atau dapat sesuai dengan penjelasan dari produk yang dipesan baik penjelasan melalui lisan dari *barista* maupun tertulis pada menu, bisa juga sesuai dengan gambar yang tertera.

Mengambil pesanan tamu merupakan momentum yang sangat penting baik bagi pramusaji maupun untuk pihak tamu (Sihite, 2000:190). Keterampilan

seorang pramusaji dapat dilihat dari cara ia mengambil pesanan tamu (*taking order*) karena pada saat inilah ia mulai mengadakan kontak yang baik kepada tamu. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengambil pesanan tamu, antara lain:

- a. Setiap *barista* (pramusaji) harus benar-benar menguasai apa yang dijual. Disamping itu juga para pramusaji juga harus mempunyai inisiatif untuk mempelajari menu, menanyakan sesuatunya yang berkaitan dengan menu.
- b. Setiap *barista* harus mengetahui waktu yang dibutuhkan untuk mempersiapkan atau memasak jenis makanan tertentu. Dengan demikian *barista* dapat memberikan saran kepada tamu, makanan atau minuman apa yang sebaiknya dipesan apabila ia tidak mempunyai banyak waktu.
- c. Menu yang disodorkan kepada tamu harus dalam keadaan utuh, bersih, dan tidak ada coretan-coretan. Menu juga merupakan media promosi untuk suatu kafe, restoran, maupun hotel sehingga penampilannya harus mendapatkan perhatian yang serius.
- d. Setiap *barista* harus sangat memahami tentang persediaan makanan dan minuman yang ada. Mereka juga harus tahu makanan dan minuman yang habis atau tidak tersedia pada suatu waktu tertentu.
- e. *Barista* harus menguasai pengetahuan tentang minuman, sehingga dapat memberikan saran kepada tamu minuman apa yang cocok diminum sebelum ataupun ketika menikmati makanan.

Dari penjelasan diatas terkait hal yang perlu diperhatikan saat mengambil pesanan, maka menurut Sihite (2000:191) mengatakan bahwa dengan penguasaan menu secara baik dan tahu bagaimana menawarkannya kepada tamu diharapkan hasil penjualan restoran akan meningkat.

1.4.6 Mendengarkan Keluhan Konsumen

Komplain atau keluhan konsumen merupakan hal yang umum terjadi pada saat terjadi suatu transaksi antara penjual dan pembeli, baik transaksi berwujud (produk/barang) maupun transaksi tidak berwujud (jasa/pelayanan). Suatu komplain atau keluhan tamu dapat menjadi efek positif dan negatif bagi suatu usaha. Efek positif bagi perusahaan adalah sebagai masukan atau evaluasi agar perusahaan dapat menjadi yang lebih baik lagi dan tidak mengulangi kesalahan tersebut. Namun, komplain juga dapat menjadi efek negatif bagi perusahaan karena sebuah komplain buruk akan lebih mudah tersebar dari mulut ke mulut maupun sosial media yang mengakibatkan reputasi perusahaan juga cepat menurun.

Komplain atau keluhan tamu harus dapat ditangani dengan baik. Menurut Atmodjo (2004:80) bahwa menangani keluhan tamu harus dengan ramah dan sopan. Dalam hal ini tamu adalah raja, oleh karena itu ia selalu benar. *Barista* sebaiknya mencoba mendengarkan keluhan atau komplain tamu. Apabila keluhannya mengenai minuman, maka bereskan segera atau buat minuman yang sama atau bisa juga menawarkan minuman yang lain. Reputasi dari sebuah

coffee shop akan cepat naik apabila memiliki minuman yang nikmat dengan pelayanan yang sopan dan ramah.

Setelah mengetahui beberapa hal yang dapat dilakukan oleh *barista* sebagai bentuk upaya dalam melayani konsumen, maka dapat disimpulkan apabila *coffee shop* tersebut menerapkan beberapa kegiatan tersebut, maka kemungkinan kepuasan tamu akan terpenuhi sehingga tamu sangat ingin untuk datang kembali ke tempat tersebut. Selain itu, hasil penjualan juga akan meningkat karena reputasi pelayanan dan kualitas produk yang dihasilkan baik.

1.5 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah data yang berupa kata – kata, gambar, dan bukan angka-angka. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, catatan atau memo (Moleong, 2004). Pendekatan yang dilakukan adalah kualitatif, yaitu tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya (Moleong, 2004).

1.5.1 Batasan Konsep

Batasan konsep adalah usaha untuk menetapkan batasan dari masalah penelitian yang akan diteliti, sehingga dapat menjelaskan data sedemikian rupa

agar mudah dimengerti hubungan antara satu dengan yang lain. Agar penelitian ini lebih terarah dan terfokuskan, maka penulis perlu melakukan pembatasan masalah dalam penelitian yaitu berkaitan dengan upaya *barista* dalam melayani konsumen di Kroesel House of Coffee Surabaya. Maksud dari kata upaya adalah usaha kegiatan yang mengarahkan tenaga, pikiran untuk mencapai suatu tujuan (Kamus Bahasa Indonesia Lengkap, 2003 : 902). Sehingga yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah usaha apa saja yang dapat dilakukan oleh *barista* Kroesel House of Coffee Surabaya dalam melayani konsumen datang. Sedangkan, pengertian *barista* secara etimologi, kata *barista* berasal dari Bahasa Italia yang berarti *bartender*, yaitu mereka yang menyajikan segala macam minuman, bukan hanya kopi. Namun seiring perkembangan jaman dan masuknya tren kopi ke Amerika dan Eropa, kata ini kemudian diadopsi menjadi yang sekarang kita kenal pada umumnya. (<https://majalah.ottencoffee.co.id>).

Menurut Kotler (2008:266) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dalam penelitian ini yang dimaksudkan pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan *barista* kepada konsumen yang datang. Baik atau buruknya suatu kualitas pelayanan yang diberikan akan memberikan dampak bagi perusahaan tersebut, yaitu seberapa puas konsumen terhadap pelayanan yang diberikan yang mengakibatkan konsumen menjadi nyaman dan ingin untuk kembali datang ke tempat tersebut serta pengaruhnya dengan tingkat penjualan kafe tersebut.

Dengan beberapa penjelasan yang telah disebutkan dapat diambil kesimpulan bahwa batasan konsep upaya pelayanan Barista pada penelitian ini adalah berbagai macam bentuk usaha yang dilakukan oleh seorang Barista dalam melayani konsumen untuk mencapai suatu tujuan, yaitu terpenuhinya kepuasan tamu dan hasil penjualan yang meningkat dari suatu perusahaan.

1.5.2 Teknik Penentuan Lokasi

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian ini adalah Kroesel House of Coffee Surabaya. Kroesel House of Coffee Surabaya terletak di Jalan Krukah Selatan No. 52 Surabaya. Alasan peneliti memilih tempat ini sebagai lokasi penelitian adalah karena Kroesel House of Coffee Surabaya memiliki konsep kafe yang berbeda dengan kafe lainnya yang ada di Surabaya. Keunikan kafe tersebut yang menetapkan konsep sebagai "*house of coffee*" yang berarti rumah kopi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di tempat tersebut. Kafe yang berdiri mulai tahun 2014 ini meskipun telah beberapa kali berganti-ganti konsep tetapi hingga saat ini masih dapat bertahan dan berani untuk bersaing dengan kafe lainnya. Bahkan ketika penelitian ini dilaksanakan, kafe ini baru saja *re-opening* setelah melakukan renovasi interior kafe dan merekrut karyawan baru. Kondisi seperti ini juga menjadi alasan peneliti untuk menetapkan Kroesel House of Coffee Surabaya, peneliti ingin mengetahui upaya barista baru yang direkrut oleh Kroesel House of Coffee Surabaya untuk berupaya memberikan pelayanan kepada konsumen dengan kondisi kafe yang baru buka kembali setelah selama enam bulan tutup. Selain itu, peneliti merasa tempat yang dijadikan sebagai

penelitian ini cukup mudah dan strategis karena lokasinya tidak terlalu jauh dari rumah peneliti dan juga kampus Universitas Airlangga tempat peneliti berkuliah.

1.5.3 Teknik Penentuan Informan

Dalam sebuah penelitian diperlukan adanya seseorang yang dapat diminta informasi terkait permasalahan yang diteliti, orang tersebut dinamakan informan. Pengertian informan adalah orang – orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2004 : 90).

Informan berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal. Sebagai anggota tim dengan kebaikannya dan dengan kesukarelaannya dapat memberikan pandangan dari segi orang dalam tentang nilai-nilai, sikap, bangunan, proses, dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian tersebut. Ada persyaratan dalam memilih dan menentukan informan, yaitu informan harus jujur, taat pada janji, patuh pada peraturan, suka berbicara, dan mempunyai pandangan tertentu tentang peristiwa yang terjadi.

Informan yang menjadi sumber informasi penelitian ini adalah:

a. *Barista*

Barista Kroesel House of Coffee Surabaya merupakan informan utama dari penelitian ini. Informasi yang diberikan oleh seorang *barista* sangat dibutuhkan karena berhadapan langsung dengan konsumen dan bertanggung jawab membuat pesanan serta memberikan pelayanan kepada konsumen. Dari *barista* ini peneliti juga dapat memperoleh informasi masalah apa saja yang biasanya atau pernah dihadapi serta penyelesaiannya.

b. *Operational Manager*

Peneliti membutuhkan *Operational Manager* sebagai informan karena bertanggung jawab terhadap berjalannya operasional kafe, termasuk mengawasi kinerja *barista* saat melayani konsumen selama operasional. Selain itu juga membutuhkan informasi berkaitan dengan bagaimana pengaruh dari pelayanan *barista* terhadap kepuasan konsumen dan tingkat penjualan kafe.

c. *Owner* atau pemilik kafe

Peneliti memilih pemilik kafe sebagai informan karena membutuhkan informasi berkaitan dengan sejarah, konsep, dan segala informasi yang berkaitan dengan gambaran tempat Kroesel House of Coffee Surabaya.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah observasi, wawancara, dan penggunaan bahan dokumen. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi ke dalam kata – kata dan tindakan, sumber data tertulis, dan foto (Moleong, 2010 : 157). Data-data yang akan dijadikan bahan pembahasan permasalahan dapat dengan mencari data sekunder yaitu mencatat data yang ada hubungannya dengan permasalahan. Sedangkan data primer akan diperoleh dengan wawancara secara langsung kepada informan.

Dalam kegiatan pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Wawancara

Menurut Moleong (2004:135) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu

pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dari yang akan diwawancarai (*interview*) yang memberikan atas itu. Wawancara akan dilakukan secara bertahap mulai bulan Agustus hingga bulan September 2019 karena mengikuti waktu yang telah ditentukan oleh informan yang bersangkutan. Lokasi yang dipilih untuk melakukan wawancara adalah di Kroesel House of Coffee Surabaya karena informan hanya bersedia ditemui saat berada di kafe. Pertanyaan yang akan ditanyakan kepada informan pada saat wawancara adalah berkaitan dengan beberapa pokok bahasan yang tercantum dalam pedoman wawancara yang telah disiapkan. Pokok bahasan yang pertama yaitu yang berkaitan dengan bagaimana cara Kroesel House of Coffee Surabaya dapat bertahan serta pentingnya pelayanan *Barista* dalam menghadapi ketatnya persaingan usaha kafe dan *coffee shop* di Surabaya saat ini. Pertanyaan selanjutnya berkaitan dengan pokok bahasan yang kedua yaitu upaya *Barista* dalam memberikan pelayanan kepada konsumen di Kroesel House of Coffee Surabaya.

b. Observasi

Pengertian observasi menurut Sugiyono (2015:204) merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek. Apabila dilihat pada proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi ada dua macam yaitu observasi peran serta dan observasi tanpa peran serta (Moleong, 2000 : 126). Observasi tanpa peran serta (non partisipan) adalah pengamat hanya melakukan satu fungsi yaitu mengadakan pengamatan. Observasi peran serta (partisipan) adalah pengamat berperan serta melakukan dua peranan sekaligus, yaitu

sebagai pengamat sekaligus menjadi anggota resmi dari kelompok yang diamatinya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi partisipan, karena peneliti ikut serta menjadi anggota dari kelompok yang diamati. Observasi yang dilakukan secara terbuka yaitu diketahui oleh subjek, sedangkan sebaliknya subjek secara sukarela memberikan kesempatan kepada pengamat untuk mengamati peristiwa yang terjadi dan mereka menyadari bahwa ada orang yang mengamati hal yang dilakukan oleh mereka. Waktu pelaksanaan observasi dilaksanakan mulai bulan Agustus hingga bulan September 2019. Pengamatan ini meliputi berbagai kegiatan yang dilakukan atau yang ada di lokasi penelitian terutama dalam upaya *barista* dalam melayani konsumen di Kroesel House of Coffee Surabaya serta permasalahan yang pernah atau biasanya dihadapi oleh *barista* ketika melayani konsumen.

c. Penggunaan Bahan Dokumen

Dokumen adalah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari record, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik (Moleong, 2010 : 216). Dalam hal ini dokumen yang digunakan peneliti adalah berupa data-data yang diperoleh dari buku-buku tentang pelayanan dan *bar* serta literatur lain seperti formulir-formulir, video, dan foto yang berhubungan atau mempunyai relevansi dengan masalah penelitian. Selain itu peneliti juga memperoleh data-data berupa teori-teori yang merupakan hasil penelitian sebelumnya yang telah teruji kebenarannya dan telah dibukukan untuk memperkuat data yang didapat.

1.5.5 Teknik Analisis Data

Analisa adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan (Singarimbun & Effendi, 2006 : 263). Data yang terkumpul banyak sekali dan terdiri dari catatan lapangan dan tanggapan peneliti, gambar, foto, dokumen berupa laporan, biografi, artikel, dan sebagainya. Setelah peneliti memperoleh data yang dibutuhkan, selanjutnya peneliti melakukan beberapa langkah untuk menganalisis data tersebut, yaitu pemilihan data-data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber.

Data-data hasil wawancara, catatan lapangan, dokumen, dan bahan lainnya tersebut dibaca secara teliti, kemudian memberi tanda dan mencatat pokok-pokok pikiran yang dianggap penting dipelajari dan disortir agar data tersebut dapat digunakan sebagai pendukung atau tidak. Setelah dikelompokkan, peneliti melakukan peninjauan kembali apakah data tersebut sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan. Data yang diperoleh tersebut kemudian dituangkan dalam kata-kata yang lebih ilmiah. Langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah menyajikan data tersebut ke dalam suatu bentuk kumpulan data. Melalui kumpulan data yang disajikan tersebut akan muncul kemungkinan-kemungkinan penarikan kesimpulan serta tindakan-tindakan selanjutnya. Setelah data disajikan, peneliti melakukan penilaian-penilaian terhadap data tersebut dengan tujuan untuk menarik suatu kumpulan akhir dari data itu sendiri. Selama proses ini, peneliti juga kembali mencocokkan data yang diperoleh dengan keadaan sebenarnya yang terjadi di lapangan agar data yang disajikan benar-benar sesuai dengan keadaan yang terjadi di lokasi penelitian.

Penjabaran selanjutnya adalah dengan analisa deskriptif yang menitikberatkan pada interpretasi yang bersifat kualitatif, untuk itulah penelitian ini dimaksud untuk tidak menguji hipotesis tertentu melainkan menampilkan secara deskriptif permasalahan yang berkaitan dengan upaya *barista* dalam memberikan pelayanan kepada konsumen di Kroesel House of Coffee Surabaya. Dari hasil analisa tersebut kemudian akan membantu dalam pemecahan masalah dan penarikan kesimpulan.