

# MEMPERTAHANKAN KUALITAS PRODUK DAN KULITAS PELAYANAN BARISTA DI SENJA *COFFEE AND MEMORIES* YOGYAKARTA

Syafnur Saputra<sup>1</sup>, Emmita Devi Hari Putri<sup>2</sup>, M.Fathurrahman Nurul Hakim<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, syaf212121@gmail.com

<sup>2</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, emmita.evr@bsi.ac.id

<sup>3</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, m.fathurrahman.mfi@bsi.ac.id

## ABSTRAK

Perkembangan minuman *coffee* sangat menarik untuk di pelajari karena akan memberikan nilai ekonomi yang sangat tinggi, dalam serat centhini minuman *coffee* sudah ada di sebut dengan wedhang Kahwa dinikmati dengan gula batu atau gula siwalan, dalam perkembangannya pada masa penjajahan *coffee* menjadikan komoditas ekspor yang bernilai tinggi untuk perdagangan VOC, sehingga banyak sekali pembudidayaan tanaman *coffee* dengan berbagai varian seperti Robusta, Arabica, Excelsa, dalam perkembangannya industry *coffee* mengalami pasang surut. Pada era milenial seperti sekarang minuman *coffee* sudah menjadi gaya hidup dan kebutuhan hidup banyak kedai-kedai yang mewarkan minuman ini dengan berbagai macam variannya serta tehnik pengolahannya salah satunya Senja *Coffee Memories*, diharapkan pelanggan yang menikmati *coffee* di tempat ini mempunyai kenangan yang terbaik dalam menikmati *coffee* dengan berbagai macam variannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif menggambarkan dari informasi tentang tempat penelitian. Metode pengumpulan data yang diusulkan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan studi literatur. Untuk mempertahankan kualitas produk dan pelayanan Barista di senja *Coffee* dan memories harus menjaga dan meningkatkan serta mengadakan pelatihan yang berkesinambungan untuk menjaga tampilan produk. Proses produksi dan konsistensi rasa di samping harus memiliki pribadi pelayanan prima didukung dengan penampilan diri yang terbaik sesuai dengan Standart Operasional Perusahaan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Barista

## ABSTRACT

*In the development of coffee drinks is very interesting to learn because it will give a very high economic value, in the centhini books coffee drink is already called the Kahwa wedhang enjoyed with sugar cystal or siwalan sugar, in its development during the colonial period of coffee made high-value export commodities for VOC trade, so there is a lot of coffee plant cultivation with various variants such as Robusta, Arabica, Excelsa, in its development the coffee industry experiences ups and downs. In the millennial era like now coffee drinks have become a lifestyle and the necessities of life of many shops that deliver this drink with a variety of variants and processing techniques one of which is expected to be that customers who enjoy coffee at this place have the best memories of enjoying coffee with various kinds of variants. This study uses a qualitative descriptive method describing information about the research site. Data collection methods proposed in this study are interviews, observation and literature study. To maintain the quality of Barista's products and services at dusk, Coffee and memories must maintain and improve and hold ongoing training to maintain the appearance of the product, the production*

*process and the consistency of taste in addition to having personal service excellence supported by the best personal appearance in accordance with the Company's Operational Standards.*

**Keyword:** *Product Quality, Service Quality, Barista*

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri pariwisata yang semakin maju memberikan dampak positif bagi para pelaku bisnis untuk mencari keuntungan. Para pelaku bisnis membuka peluang bisnis yang berhubungan dengan pariwisata. Bisnis pariwisata yang saat ini banyak diminati para wisatawan adalah wisata kuliner. Wisata kuliner yang menyajikan produk yang mempunyai daya tarik yang berbeda baik dari segi rasa, presentasi dan cara menyajikan akan menjadi incara wisatawan. Menu makanan dan minuman yang beragam dapat memberikan nilai dan image baik bagi wisatawan namun dengan memperhatikan harga yang kompetitif sehingga keuntungan yang menjadi tujuan utama pelaku bisnis dapat terpenuhi.

Yogyakarta menawarkan berbagai macam makanan dan minuman mulai dari yang tradisional hingga modern. Salah satu Wisata kuliner yang saat ini sedang berkembang dengan pesat adalah kedai kopi. Minuman kopi yang banyak diminati oleh masyarakat, baik orang tua maupun anak muda, memberikan inspiratif bagi penulis untuk melakukan penelitian. Kopi merupakan bahan komoditi ekonomis yang dapat diolah menjadi minuman sehingga memiliki nilai harga jual tinggi. Ada pun jenis kopi yang banyak dikenal oleh masyarakat yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Minuman kopi berasal dari seduhan biji kopi yang diolah dan diproses dengan metode roasting kemudian dihaluskan menjadi bubuk kopi.

Bagi masyarakat luas kopi bukan sebatas minuman selingan namun saat ini kopi sudah menjadi gaya hidup. Salah satu kedai kopi yang ada di

Yogyakarta adalah Senja Coffee and Memories. Kedai ini menyediakan minuman kopi andalan yang berbeda dengan kedai kopi lainnya. Upaya untuk meningkatkan produktivitas mutu kopi terus dilakukan sehingga memiliki daya saing yang tinggi. selain dengan mempertahankan kualitas produk kopi, Senja Coffee and Memories juga memberikan pelayanan yang maksimal dengan pelanggan diantaranya yaitu memberikan fasilitas yang memadai untuk pelanggan sehingga pelanggan tidak jenuh selama menikmati kopi di Senja Coffee and memories, pelanggan diperbolehkan membawa tumbler sendiri untuk menikmati kopinya dengan memberikan potongan harga, membangun pelayanan dengan system pertemanan dengan pelanggan sehingga pelayanan dilakukan non formal.

Hal ini bertujuan demi mempertahankan dan memberikan kepuasan bagi pelanggan maupun merekomendasikan kepada orang lain, sehingga pelanggan yang pernah datang akan kembali menikmati kopi di Senja Coffee and Memories dengan mengajak orang lain untuk menikmati kopi di Senja Coffee and Memories. Senja Coffee and Memories merupakan sebuah Coffee Shop yang ada di Jl. Godean km 4,5 Yogyakarta, tepatnya di Jl. Tatabumi, Perum Gading Sari 1 No.2, Banyuraden, Gamping, Sleman, Yogyakarta. Senja Coffee and Memories berdiri pada tanggal 13 Maret 2018 dan baru mulai beroperasi tgl 10 September 2018. Awal mula berdirinya Coffe Shop ini dikarenakan pemilik sangat menyukai hal tentang kopi dan mulai mengembangkannya menjadi sebuah product yang bisa dinikmati para pecinta kopi maupun semua kalangan dengan menanamkan citarasa yang khas dan berbeda dari Coffee Shop lainnya. Jenis kopi yang dijual di Senja Coffee and

Memories diantaranya bermacam-macam Es Kopi Susu dan satu KopiAmericano yang merupakan kopi tanpa susu, dengan memakai biji kopi Houseblend Kalingga Jawa Barat Robusta 30% dan Arabica 70%. Selain menawarkan product kopi, Senja Coffee and Memories juga menawarkan varian Latte, Macchiatto, dan juga Tea yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Senja Coffee and Memories mulai berkembang pesat setelah 4 bulan beroperasi dengan mengunggulkan kualitas produk kopi dengan karakteristiknya sendiri. Dan menghasilkan satu menu yang selalu menjadi best seller setiap bulannya, yaitu es kopi susu gula aren. Karena Senja Coffee and Memories membuat bahan gula aren secara manual dengan mengkombinasikan dengan bahan dasar kopi espresso yang di kalibrasi dengan teliti dan sangat rinci setiap harinya. Selain itu, Senja Coffee and Memories juga sangat berusaha untuk mempromosikan produknya melalui Food Blogger atau sejenisnya agar produknya lebih di kenal oleh masyarakat luas. Fasilitas yang tersedia di Senja Coffee and Memories yaitu (1) Digdong atau permainan pada zama 1990-an yang dimainkan menggunakan koin, (2) Smoking Area, (3) ruang baca. Dalam penelitian ini, peneliti ingin membahas tentang apa yang dilakukan kedai Senja Coffee and Memories dalam mempertahankan dan memberikan kepuasan pada pelanggan.

## KAJIAN LITERATUR

### Kualitas Produk

Menurut Prawirosentono dalam Yahya (2015) mengemukakan, “Kualitas produk merupakan keadaan fisik, fungsi, dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang dikeluarkan”. Perusahaan perlu mengadakan standar operasional perusahaan untuk mencapai kualitas

produk. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk yaitu:

**Manusia:** Sumber daya manusia adalah unsur utama yang memungkinkan terjadinya proses penambahan nilai

**Metode:** hal ini meliputi prosedur kerja dimana setiap orang harus melaksanakan kerja sesuai dengan tugas yang dibebankan pada masing-masing individu. Metode ini merupakan prosedur kerja yang terbaik agar setiap orang dapat melaksanakan tugasnya secara efektif dan efisien

**Mesin:** mesin atau peralatan yang digunakan dalam proses penambahan nilai menjadi output. Dengan memakai mesin sebagai peralatan pendukung pembuatan suatu produk memungkinkan berbagai variasi dalam bentuk, jumlah dan kecepatan proses penyelesaian kerja

**Bahan:** bahan baku yang diproses produksi agar menghasilkan nilai tambah menjadi output, jenisnya sangat beragam. Keragaman bahan baku yang digunakan akan mempengaruhi nilai output yang beragam pula

**Ukuran:** dalam setiap tahap produksi harus ada ukuran sebagai standar penilaian agar setiap tahap produksi dapat dinilai kinerjanya. Kemampuan dari standar ukuran tersebut merupakan factor penting untuk mengukur kinerja seluruh tahapan proses produksi, dengan tujuan agar hasil yang diperoleh sesuai dengan rencana

**Lingkungan:** lingkungan dimana proses produksi berada sangat mempengaruhi hasil atau kinerja proses produksi. Bila lingkungan kerja berubah, maka kinerja pun akan berubah pula. Bahkan faktor lingkungan eksternal pun dapat mempengaruhi kelima unsur tersebut di atas sehingga dapat menimbulkan variasi pekerjaan

Menurut Martinich dalam Badri (2011), ada enam spesifikasi dari dimensi kualitas produk barang yang relevan dengan pelanggan yaitu:

**Performance:** hal yang menjadi perhatian dari pelanggan yaitu kualitas

produk dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau pemberian pelayanan dilakukan dengan cara yang benar

*Range and type of features:* Kemampuan atau keistimewaan produk dan pelayanan menjadi salah satu hal yang dapat menarik para pelanggan

*Reliability dan durability:* Seberapa handal produk dapat digunakan secara normal dan seberapa lama produk bisa digunakan hingga diperlukan perbaikan.

*Maintainability and serviceability :* kemudahan dalam pengoperasian produk dan memberikan kemudahan produk maupun tersedianya komponen pengganti.

*Sensory Characteristic:* rasa, penampilan, daya tarik, selera, merupakan aspek penting dalam kualitas produk.

*Ethical profile and image:* kualitas merupakan salah satu kesan dari pelanggan terhadap produk dan pelayanan.

### **Kopi**

Kopi adalah sejenis minuman yang berasal dari proses pengolahan dan ekstraksi biji tanaman kopi (Rukmana, 2015). Kopi merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa Negara, melainkan juga merupakan sumber penghasilan tidak kurang dari satu setengah juta jiwa para petani kopi di Indonesia. Konsumsi kopi dunia mencapai 70% berasal dari spesies kopi arabika dan 26% berasal dari spesies kopi robusta (Rahardjo, 2017). Terdapat beberapa golongan kopi di pasaran, namun yang sering dibudidayakan oleh petani hanya kopi arabika, robusta, dan liberika. Kopi robusta bukan nama spesies, karena jenis kopi ini merupakan keturunan dari beberapa spesies kopi yang termasuk dalam *Coffea Canephora* (Rahardjo, 2017).

Pelayanan

Suatu pelayanan akan terbentuk jika adanya suatu interaksi antara pemberi layanan dengan yang dilayani (Brata:2003). Ada tiga hal penting yang harus diperhatikan dalam pelayanan yaitu (1) pihak penyedia layanan, (2) pihak penerima layanan, (3) jenis atau bentuk layanan. Ada pun faktor yang mempengaruhi dan mengevaluasi kualitas jasa pelanggan menurut Parasuraman dkk (1998), yaitu:

*Tangibles* Bukti nyata dari penyedia jasa kepada konsumen berupa kepedulian dan perhatian.

*Reliability* atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu

*Responsiveness* atau daya tanggap pemberian pelayanan dengan tepat dan tanggap secara langsung oleh karyawan merupakan kemampuan perusahaan

*Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee dalam membangun keyakinan dan kepercayaan kepada konsumen untuk mengkonsumsi jasa yang ditawarkan,

*Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian secara individu kepada konsumen dan dilakukan langsung oleh karyawan.

### **Kepuasan pelanggan**

Menurut Lovelock et al (2005) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah "*Satisfaction can be defined as an attitude-like judgement following a purchase act or series of consumer product interactions. Satisfaction is a function of positively disconfirmed expectations (better than expected) and positive affect.*"

Kotler & Keller (2013) menyampaikan kepuasan pelanggan adalah "*Satisfaction reflects a persons judgement of a products perceived performance in relationship to expectations. If the performance fall short of expectations, the customer is dissapointed. If it matches expectation,*

*the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted”.*

Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon atau tanggapan dari seseorang terhadap sesuatu yang telah diterima dan dianggap baik, memadai dan menyenangkan atau sebaliknya setelah menerima dan mengkonsumsi produk atau jasa setelah membandingkan harapan yang dimiliki terhadap produk atau jasa dengan apa yang telah diterima dari produk atau jasa. Menurut Kotler (2013) pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan (1) Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dengan pelanggan, (2) Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan, (3) Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan, (4) Mengembangkan dan menerapkan *partnership accountable*, proaktif, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Menurut Irawan (2007), ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu

Harga, bagi pelanggan yang sensitive, harga murah merupakan sumber kepuasan dikarenakan pelanggan akan mendapatkan keuntungan yang tinggi

Kualitas layanan, kepuasan kualitas pelayanan merupakan suatu cara yang sulit untuk ditiru sehingga kualitas pelayanan dapat disebut dengan sopir atau driver yang memiliki banyak dimensi dengan kata lain yaitu *Servqual*.

Kualitas produk, pelanggan merasa puas jika pelanggan sudah membeli dan menggunakan produk.

*Emotional Factor*, setelah pelanggan membeli dan menggunakan produk maka akan timbul emosional value dan pelanggan merasa puas dengan apa yang pelanggan dapatkan dari produk tersebut.

Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas jika

pelanggan mendapatkan kemudahan, kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan produk yang diinginkan.

### **Barista**

Barista adalah seseorang yang menyiapkan dan menyajikan kopi-kopi. Istilah barista digunakan untuk menyebutkan orang yang menyiapkan kopi, namun barista ini merupakan seseorang yang sudah ahli dalam hal meracik minuman kopi, yang mana barista sudah terlatih secara professional dalam membuat dan meracik minuman kopi.

Beberapa syarat penting untuk menjadi barista, hal ini tidak membedakan usia dan kelamin, diantaranya yaitu: (Ramadhan, 2015 dalam Lutfi: 2019)

Keinginan Menjadi Barista, menurut para pelaku, seseorang barista harus diawali dengan keinginan karena dapat menentukan sikap dan proses apa yang kedepannya akan di pilih. Barista yang menekuni pekerjaan karena menjalankan suatu dengan tujuan yang harus di capai, ada yang ingin menjadi barista yang bertujuan untuk memenangkan kompetisi, bahkan ada juga yang mau menjadi barista hanya mencari keuntungan finansial. Bagi para pelaku barista, tujuan kedepannya bergantung pada niat awal mereka.

Menjadi Penikmat Kopi, Barista harus siap menjadi penikmat kopi karena setiap barista berintraksi dan merasakan kopi. Barista tidak boleh mudah bosan dan jenuh karena kopi itu sendiri dapat berubah-ubah setiap harinya jadi barista di tuntutan untuk jadi penikmat kopi. Keunikan yang di miliki kopi membuatnya menarik untuk dipelajari setiap harinya.

Mempelajari Tentang Kopi, Barista harus siap untuk mempelajari rumitnya kopi setiap harinya, sebuah teori umum yang berkembang di kalangan barista, dalam segelas kopi yang memenuhi standar terdapat peran barista 10 %, roaster 30% dan petani 60%. Peran barista ini sangat kecil sekali, namun bagi para pelaku barista, peran kecil mereka lakukan ini memiliki



tanggung jawab. Barista merupakan pelaku terdepan yang akan berinteraksi langsung dengan tamu, jadi barista memiliki tanggung jawab yang paling besar. Tanpa sepuluh persen peran dari barista, kopi yang standar tidak akan pernah sempurna hasilnya. Para pelaku barista, menilai konsep dan kualitas barista berjalan beriringan karena keluhan sering sekali terjadi pada kualitas barista bukan pada konsep restoran, oleh karena itu harusnya konsep dan kualitas barista harus berkembang. Setiap hari berlutat di dunia kopi, tentunya membuat barista memaknai kopi lebih dari pada penikmat kopi dari biasanya.

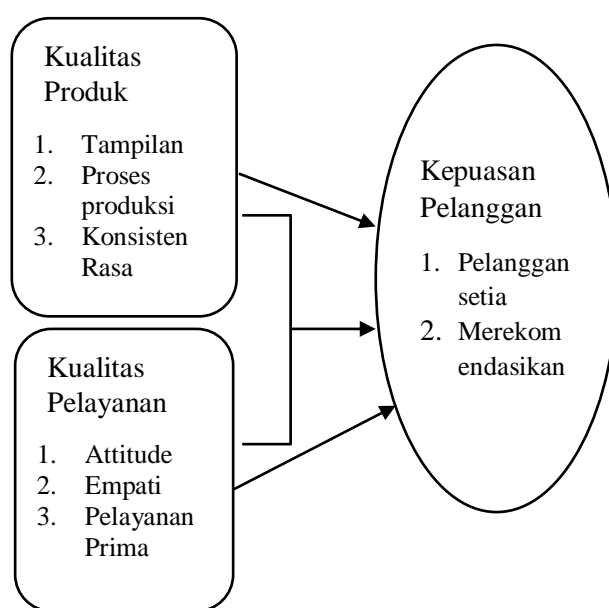
Bagi barista, kopi bukan lagi hanya sekedar cairan hitam yang memiliki banyak khasiat, kopi lebih dari itu. Bagi barista, kopi adalah suatu minuman keakraban masalah apapun dapat dibicarakan dengan ditemani secangkir kopi. Kopi juga dimaknai sebagai sebuah perjalanan-perjalanan panjang kopi hingga menjadi cairan hitam yang nikmat.

### Kerangka Pemikiran

Setiap orang memiliki kepuasan tersendiri dalam menikmati kopi. Sebagai contoh orang yang menikmati kopi karena gaya hidup, cara yang dilakukan untuk menikmati kopi memilih coffee shop sebagai tempat untuk menikmati kopi tersebut dengan pelayanan yang prima. Ada juga yang hanya menikmati kopi cukup di kedai kopi yang harganya relative murah tetapi dapat memberikan kepuasan tersendiri mulai dari suasana yang santai namun memiliki tetap memperhatikan fasilitas dan kualitas produk yang dihasilkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Salah satunya adalah kedai Senja Coffee and Memories yang ada di Yogyakarta. Kedai ini merupakan tempat untuk menikmati kopi yang beda dengan yang lainnya. Senja Coffee and Memories memiliki produk andalan yang banyak diminati oleh pelanggannya yaitu es kopi susu gula

aren. Kedai Senja Coffee and Memories menetapkan standar operasional prosedur untuk mendapatkan kualitas produk yang dihasilkan, diantaranya yaitu pemilihan bahan baku, proses produksi kopi, mesin dan peralatan yang digunakan untuk mendukung operasional di kedai Senja Coffee and Memories. Hal ini dilakukan karena kedai Senja Coffee and Memories sangat memperhatikan kepuasan pelanggannya. Ada pun kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka pemikiran  
Sumber: Peneliti

### METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian, faktor terpenting dari penelitian yaitu metode penelitian. Adanya metode penelitian maka penelitian yang akan dihasilkan akan lebih jelas dan terarah. Hal ini dilakukan guna untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Tanpa adanya metode penelitian maka penelitian tidak dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Metode penelitian adalah usaha untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji suatu kebenaran pengetahuan dengan cara-cara ilmiah, oleh karena metode yang digunakan harus dengan metode yang

tepat. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

Pengamatan (*observasi*) menurut Sugiyono (2015) mengemukakan bahwa “observasi merupakan kegiatan terjun langsung ke lapangan, dimana penulis terlibat dengan kegiatan sehari-hari yang digunakan sebagai sumber data penelitian”. Peneliti melakukan pengamatan di Senja Coffee and Memories pada tanggal 15 November 2018 sampai dengan 15 April 2019. Peneliti mengamati serta mendokumentasikan kegiatan pengolahan kopi yang berlangsung di Senja Coffee and Memories sesuai dengan agenda yang sudah dijadwalkan. Beberapa kegiatan diantaranya, pengambilan biji kopi dari petani dan roaster langsung, penyeduhan minuman kopi, peracikan saus gula aren, serta cara penerapan pelayanan prima ke pelanggan.

Wawancara menurut Prastowo (2016) menerangkan bahwa suatu metode pengumpulan data yang berupa pertemuan dua orang atau lebih secara langsung untuk bertukar informasi dan ide dengan tanya jawab secara lisan sehingga dapat dibangun makna dalam suatu topik tertentu”. Sedangkan menurut Sugiyono (2015) menjelaskan wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu dan dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi dan tidak mungkin bisa ditemukan melalui observasi atau pengamatan.

Dalam memperoleh data yang diinginkan, peneliti melakukan wawancara kepada Philiakishi Bilha selaku Manager Senja Coffee and Memories, Okta Firmansyah selaku peneliti kopi, Ilham Maulidin selaku Kapten Senja Coffee and Memories, Agus Setyawan selaku pelanggan Senja Coffee and Memories, serta pihak-pihak

terkait lainnya. Hal ini dilakukan peneliti guna memperkuat data supaya hasil dari penelitian valid.

Study pustaka, menurut Sugiyono (2015) menegaskan bahwa “studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan”. Peneliti mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian melalui buku, jurnal, serta sumber referensi yang mendukung dalam penelitian.

Dokumentasi menurut Sulistyو Basuki (2005) mengemukakan bahwa “dokumentasi adalah pekerjaan mengumpulkan, menyusun, dan mengelola dokumen-dokumen literer yang mencatat semua aktifitas manusia dan yang dianggap berguna untuk dijadikan bahan keterangan dan penerangan mengenai berbagai soal”. Peneliti mendapatkan dokumentasi berupa foto yang di ambil secara langsung dan gambar yang di ambil dari internet selama kegiatan pengolahan kopi yang dilakukan oleh beberapa pihak yang terkait di Senja Coffee and Memories.

## PEMBAHASAN

### **Kualitas Produk Es Kopi Susu Gula Aren Senja Coffee and Memories Yogyakarta**

Kualitas produk merupakan hal utama yang harus diperhatikan dalam setiap perusahaan. Kualitas produk yang bagus akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang diperhatikan di Seja Coffee and memories yaitu:

#### **Tampilan atau fisik**

Secara fisik produk es kopi susu gula aren di Senja Coffee and Memories sangat menarik, dari segi presentasinya dapat di lihat gradasi warna dan

kemasannya yang unik sehingga sangat menarik perhatian pelanggan. Presentasi fisik produk es kopi susu gula aren di Senja Coffee and Memories sangat diperhatikan kualitasnya karena penampilan fisik suatu produk merupakan *first impression* bagi konsumen.

Tampilan atau fisik pada es kopi gula aren di senja coffee and memories dikemas menggunakan cup plastik minuman yang disablon khusus tertuliskan "SENJA COFFEE AND MEMORIES" dan ditutup rapat menggunakan alat pres khusus cup minuman sehingga produk tidak mudah tumpah.



Gambar 2  
Sumber: Instagram senja memories (2019)

### Proses produksi

Proses produksi di Senja Coffee and memories dilakukan secara teliti dan cermat, mulai dari pemilihan biji kopi sampai dengan mengolah kopi untuk siap di sedu. Pemilihan biji kopi diambil langsung dari petani penghasil kopi sehingga pihak senja coffee and memories dapat mengetahui langsung letak penanaman kopi, hal ini dilakukan karena rasa kopi akan berpengaruh terhadap rasa dengan tanaman yang berada disamping tanaman kopi. Sebagai contoh tanaman kopi berada di lingkungan tanaman buah strawberry maka rasa dari biji kopi pun juga akan terkontaminasi dengan tanaman yang

berdekatan dengan tanaman kopi tersebut.

Proses produksi kopi dari petani diproses (*roasting*) menggunakan mesin hingga menghasilkan serbuk kopi yang siap untuk disedu. Proses *roasting* kopi juga sangat berpengaruh dalam konsistensi rasa, hal ini dipengaruhi karena proses *roasting* mempunyai peran vital dalam menjaga biji kopi agar selalu siap dalam proses penyeduhan atau ekstraksi kopi. Karena jika proses *roasting* kopi sedikit agak gosong atau sebaliknya, konsistensi rasa dalam sebuah produk minuman kopi bisa berubah bahkan bisa gagal dalam menjaga rasa. Target pasar kaum milenial, maka senja Coffee harus mengikuti selera pasar yang kebanyakan masyarakat kurang suka dengan rasa pahit yang disajikan single origin ataupun kopi manual brew, Senja Coffee & Memories menyajikan es kopi susu gula aren dengan rasa manis aren bercampur pahit dengan ketebalan kopi yang sudah diracik sedemikian rupa.

Racikan kopi susu ini dibuat dengan adonan susu yang sudah tercampur resep, double shot espresso, dan gula aren yang sudah di racik oleh barista. Es kopi susu ini selalu menjadi best seller di Senja Coffee & Memories selama 6 bulan terakhir. Biji kopi yang digunakan adalah campuran kopi Arabika 70% dan kopi Robusta 30%. Selain menyasar kaum milenial dan memenuhi selera pasar, kualitas produk minuman es kopi susu gula aren harus dimaksimalkan untuk mengimbangi kualitas pelayanan di Senja Coffee & Memories. Oleh sebab itu, barista harus teliti dalam setiap proses penyeduhan terutama pada saat membuat espresso.

Setiap langkah harus diperhatikan seperti grind size, scale, dose, tamping, dan ekstraksi biji kopi. Senja Coffee & Memories sangat menghindari kopi gosong ataupun watery, karena seandainya pada langkah awal membuat produk kopi sudah salah maka kualitas produk kopi pun menjadi buruk saat disajikan ke konsumen.

### Konsisten rasa



Konsistensi rasa merupakan hal yang sangat penting dalam menjual sebuah produk kopi. Hal ini dipengaruhi karena pelanggan tidak terlalu menyukai coffee shop yang karakteristiknya selalu berubah, oleh karena itu barista di Senja Coffee and Memories selalu menjaga konsistensi rasa yaitu dengan cara melakukan kalibrasi ulang setiap memulai shift atau pekerjaan, menerapkan standar resep yang baku, menerapkan standar operasional prosedur dalam menyeduh kopi menggunakan mesin.



Gambar 3. Proses penyeduhan menggunakan mesin espresso  
Sumber : Peneliti (2019)

### **Kualitas Pelayanan Es Kopi Gula Aren di Senja Coffee and Memories**

Menerapkan pelayanan prima kepada pelanggan merupakan kunci utama untuk mempertahankan pelanggan. Pelayanan dilakukan mulai dari pelanggan datang hingga pelanggan meninggalkan tempat yang dikunjungi. Keramah-tamahan selalu diinginkan oleh pelanggan. Di Senja Coffee and Memories selalu mengutamakan kualitas pelayanan, ada pun kualitas pelayanan yang selalu diberikan oleh pelanggan di Senja Coffee and Memories yaitu:

#### ***Attitude***

Selain memiliki keahlian yang bagus, *attitude* seorang barista harus diutamakan karena dalam menyeduh sebuah kopi, barista dilarang keras berperilaku selengkan dan harus tetap fokus pada pekerjaannya dalam menyeduh sebuah kopi. Barista di Senja Coffee and Memories tetap selalu

menerapkan 3S yaitu senyum, salam dan sapa, selalu memperhatikan konsentrasi dalam setiap menyeduh kopi, menjaga kerapian atau penampilan

#### ***Empati***

Empati merupakan kemampuan dalam memperlakukan konsumen sebagai individu-individu yang spesial. Jika kelima dimensi tersebut jika terpenuhi maka kualitas produk sebuah Coffee Shop akan semakin maksimal dan menunjang kecepatan, ketepatan, keramahan, dan keterampilan barista yang selama ini dimiliki.

#### **Pelayanan Prima (*Service Excellent*)**

Pelayanan prima yang dilakukan untuk mempertahankan kepuasan tamu di *Senja Coffee and Memories* yaitu selalu menyambut pelanggan yang datang dengan ramah tamah sesuai dengan standar operasional prosedur pelayanan, hal ini diterapkan bagi seluruh karyawan yang bekerja di *Senja Coffee and Memories*.

Menyambut pelanggan dengan menyebutkan nama pelanggan jika pelanggan sudah sering menikmati kopi di *Senja Coffee and Memories* dan menanyakan nama pelanggan jika ada pelanggan baru. Memberikan pelayanan yang santai kepada pelanggan namun tidak melanggar etika, moral dan sopan santun, pelayanan yang diberikan bersifat non formal.

Pelayanan prima yang dilakukan di *Senja Coffee and Memories* merupakan salah satu tujuan untuk mewujudkan kepuasan terhadap pelanggan sehingga pelanggan akan setia dengan produk kopi yang dijual oleh *Senja Coffee and Memories* dan dengan harapan jika pelanggan bisa setia maka akan merekomendasikan kepada pelanggan lain.

### **PENUTUP**

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam mempertahankan kualitas produk dan layanan di *Senja Coffee and Memories* dipengaruhi oleh tampilan fisik

(presentasi) produk, proses produksi dan konsistensi rasa di *Senja Coffee and Memories* secara maksimal dan berkelanjutan diterapkan hal ini memberikan kesan yang mendasar kepada pelanggan dimana yang terlihat pertama kali akan memberikan penilaian ataupun keputusan untuk pembelian, di *senja coffee and memories* telah menerapkan konsep ini dimana presentasi produk, prose produksi dan konsistensi rasa selalu di utamakan dan terus ditingkatkan.

Kualitas Pelayanan yang mengaju pada pelayanan prima di terapkan dengan baik ditambah personal grooming yang baik memberikan kesan yang tidak terlupakan oleh pelanggan, pelayanan di *Senja Coffee Memories* mengaju pada tingkat kepuasan tamu dimana tamu yang datang dan mengkonsumsi produk dari *Senja Coffee and Memories* pasti akan datang lagi.

Mengimplikasikan paradigma pelayanan prima *better* yang lebih baik dan unggul dari segi produk dan layanan, *faster* dalam pembuatan produk dan pelayanan serta mengerti kebutuhan tamu, *Newer* mengerti kebutuhan dan trend kekinian serta inovasi dalam produk, *cheaper* dengan harga yang sesuai dengan produk dan layanan yang ditawarkan membuat *Senja Coffee and Memories* lebih diminati pelanggan, serta *more simple* dalam system dan pelayanan serta akses yang mudah untuk mendapatkan produk dari *Senja Coffee and Memories* menjadi suatu kenangan yang tidak terlupakan.

## REFERENSI

- Badri, Markoni. (2011). Pengaruh Dimensi kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan, Jurnal ilmiah orasi bisnis ke-VI
- Baiquni, Sandy Yusta, Nuning Kurniasih dan Rully Khairul Anwar. (2015). Pertukaran informasi Oleh Oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu Jurnalistik Melalui Media Kompasiana. Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan, III (1), 71-80.
- Brata, atep. (2013). Dasar-dasar Pelayanan Prima, Jakarta, Gramedia
- Derianto, Panji Septian dan Yuliana Pinaringsing Kristiutama. (2015). Standar Operasional Prosedur *Room Service* Amarossa Hotel Bandung. Jurnal Pariwisata, II (1), 19-20.
- Irawan. (2007.) 10 prinsip kepuasan pelanggan, Yogyakarta, Elex Media Komputindo
- Kotler, keller. (2013). Manajemen pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Perfecto, Ivette dan John Vandermeeter. (2015). *Coffee Agroecology: A New Approach to Understanding Biodiversity, Ecosystem Services, and Sustainable Development*. Routledge.
- Prastowo, Andi. (2016). Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Rahardjo, Pudji. (2017). Berkebun Kopi. Jakarta: Media Kita.
- Rahman, Lutfi dan Emmita Devi Hari Putri. (2019). Upaya Meningkatkan Kinerja Barista Untuk mengurangi Keluhan Tamu di Rock Gilis Coffee Lombok. Jurnal Khasanah Ilmu, X (1)
- Raimond, Feil. (2016). *Coffee Roasting Made Simple*. California: Coffee Roasting Book.
- Rukmana, Rahmat. (2015) Agribisnis Kopi, Yogyakarta, Andi
- Sugiyono, (2015). Metode Penelitian kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung Alfabeta
- Sulistyo. (2005). Kamus istilah kearsipan, Yogyakarta, Kanisius
- Wijayanti, Ani, Janianto Damanik Chafid Fandeli dan Sudarmadji. (2017). Upaya Mewujudkan Peran Edukasi Melalui Budaya

Berfikir Di Museum Biologi Yogyakarta, III (1), 83.

Yahya, Manshur. (2015) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Barista Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Espresso Bar Solo. Jurnal Keguruan dan Ilmu pendidikan, II (4), 11-13.

#### **BIODATA PENULIS**

**Syafnur Saputra**, lahir di Kulon Progo, 06 Juli 1996. Sejak lahir hingga saat ini tinggal di Kulon Progo, Yogyakarta, menempuh pendidikan formal tamat SD tahun 2008, melanjutkan SMP dan lulus tahun 2011, dan SMA lulus tahun 2014. Setelah lulus SMA melanjutkan studi jenjang diploma di Universitas Bina Sarana Informatika, lulus pada tahun 2019. Mulia tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 sudah bekerja di Kiko Japanese Food Restaurant sebagai server dan barista, pada tahun 2018 hingga saat ini bekerja di Senja Coffee and Memories sebagai Barista.

**Emmita Devi Hari Putri, S. Par; M.M**, lahir di Kota Yogyakarta, 11 Januari 1987, sejak kecil sampai saat ini tinggal di Kota Yogyakarta. Dari Sekolah Dasar hingga SLTA sekolah di Yogyakarta dan melanjutkan perkuliahan Diploma III jurusan perhotelan pada tahun 2006 di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo (STIPRAM)

kemudian melanjutkan studi S1 pada tahun 2009 di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo (STIPRAM) jurusan Hospitality, lulus tahun 2011. Mengajar jurusan perhotelan di AKPAR “BSI Yogyakarta” sejak tahun 2013 hingga sekarang. Pada tahun 2015 telah menyelesaikan program pascasarjana di STIEPARI Semarang Jurusan Magister Manajemen Pariwisata. Pendidikan non formal yang sudah diikuti meliputi sertifikasi kompetensi pada bidang *pastry and bakery*, juga pelatihan asesor dibidang pariwisata perhotelan. Karya yang sudah dimiliki sebagai penulis buku ajar Pengantar Akomodasi dan Restoran, *Pastry and Bakery, Operational Patisserie*. Hingga saat ini aktif sebagai dosen di Universitas Bina Sarana Informatika.

**M Fathurrahman Nurul Hakim., S.Par.,M.M.**, lahir di Yogyakarta, 08 Mei 1975, menyelesaikan Pendidikan S1 Program Studi Kepariwisata Sekolah Tinggi Ambarukmo tahun 2013 dan menyelesaikan Program S2 pada tahun 2015 di sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia di Semarang Program Study Magister Manajemen, lebih dari 17 tahun bekerja di dunia Industry Perhotelan, aktif sebagai pembicara di sejumlah Training Konsultan, juga sebagai asesor di *food and beverage service*, hingga saat ini beliau juga aktif sebagai Dosen di Universitas Bina Sarana Informatika.