

Penerapan *Customer Service* di Departemen *Barista Rodo Coffee Shop* Surabaya

Kevin

Manajemen / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

kevin_cls_knights@yahoo.com

Intisari - Laporan ini bertujuan untuk mengamati cara penerapan *Customer Service* di Departemen *Barista Rodo Coffee Shop*. *Customer Service* yaitu suatu keadaan dimana konsumen mengetahui apa yang mereka butuhkan dan perusahaan mencari tahu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Terdapat 9 aturan pada standart layanan yang dapat membantu perusahaan untuk mencapai harapan pelanggan. Penyelesaian *Customer Service* pada Departemen *Barista* menyangkut penempatan jumlah karyawan sesuai dengan *daily activity*, Pemberlakuan kepada semua *waiters* maupun *daily workers*.Pemberlakuan evaluasi kerja bulanan yang bertujuan untuk mengontrol kinerja para *waiters* maupun *daily worker*, dan menjalin kerjasama dengan pihak Perguruan tinggi, dan sekolah-sekolah kejuruan tinggi.

Aktivitas yang dilakukan selama Praktik Kerja Lapangan adalah menjalankan aktivitas sebagai *hotline service* di Departemen *Barista Rodo Coffee Shop* sesuai dengan standar layanan yang telah ditentukan. Adapun aktivitas yang sering dilakukan adalah melayani konsumen dengan baik. Setelah semua aktivitas tersebut dilakukan, ditemukan beberapa aktivitas standar layanan yang tidak sesuai dengan penerapan *Customer Service*. Sehingga menyebabkan beberapa masalah yang terjadi pada aktivitas tersebut yang menyebabkan layanan menjadi tidak maksimal. Oleh karena itu, perlu adanya perbaikan yang berhubungan dengan layanan karyawan yang dilihat dari penerapan *customer service*.

Aktivitas yang dilakukan dikaitan dengan konsep dari *Customer Service*. Berdasarkan hasil pengamatan dapat dilaporkan bahwa dalam penerapan *Customer Service* belum dapat diterapkan dengan maksimal. Untuk itu, Departemen *Barista Rodo Coffee Shop* perlu melakukan perbaikan penerapan *rule* pada *Customer Service* untuk meningkatkan kualitas layanan yang diterapkan khususnya untuk *Customer Service*.

Kata Kunci : *Service, Customer Service, Rodo Coffee Shop Surabaya*

Abstract - *This report aims to observe the implementation of the Customer Service, in Front Office Cafe Coffee Rodo. Customer Service is a state where the consumer knows what they need and employers to find out what the needs and desires of consumers. There are 9 rules on the standard of services that can help companies to achieve customer expectations. Completion of Customer Service at the Front Office regarding the placement of the number of employees in accordance with the daily activity, Entry to all staff and daily communication hotline worker to fill a book, Enabling monthly employment evaluation that aims to control the performance of the staff and daily worker, and formed a partnership with the colleges, and vocational high schools.*

Activities performed during Fieldwork Practice is running the activities of the Front Office hotline at Rodo Coffee Cafe in accordance with the specified service standards. The activity is often done to serve customers well. After all the activities carried out, found some standard of service activity that is incompatible with the application of Customer Service. This caused some problems that occur in the event that caused the service to be not optimal. Therefore, the need for improvement relating to employee service application that views of customer service.

Activities undertaken attributed to the concept of Customer Service. Based on the observations can be reported that the implementation of the Customer Service can not be applied to the maximum. To that end, Front Office Cafe Coffee Rodo need to repair the application of the rule on Customer Service to improve the quality of service being applied specifically to Customer Service.

Keywords : *Service, Customer Service, Rodo coffee Shop Surabaya*

PENDAHULUAN

Industri yang saat ini disebut sebagai faktor penggerak perekonomian terbesar di dunia adalah industri telekomunikasi, industri teknologi dan informasi, dan industri pariwisata. Ketiga industri tersebut memberikan pengaruh yang sangat signifikan dalam perkembangan perekonomian di era globalisasi pada saat ini. Industri pariwisata sebagai salah satu sektor bisnis hospitality industri merupakan suatu bisnis besar dalam penyediaan barang dan jasa untuk wisatawan dan menyangkut setiap pengeluaran oleh atau untuk wisatawan dalam perjalanannya.

(<http://repository.upi.edu>)

Industri pariwisata terdiri dari beberapa industri yang mendukung misalnya industri tour and travel, industri perhotelan, dan industri food and beverages. Industri food and beverages bersangkutan dengan restoran yang juga menyediakan produk dan jasa. (www.kompasinteraktif.com)

Seiring dengan perkembangan jaman, pertumbuhan ekonomi juga semakin berkembang pesat di Indonesia. Semakin banyak usaha yang bermunculan, baik yang sudah menjamur maupun yang masih termasuk usaha baru. Dengan demikian maka dapat dilihat bahwa sektor dunia usaha telah menjadi suatu arena persaingan yang sengit dan tidak ada henti-hentinya bagi perusahaan yang berperan di dalamnya, termasuk restoran saat ini makanan bukan hanya kebutuhan melainkan juga menjadi bagian dari gaya hidup seseorang. Peningkatan minat masyarakat untuk mengunjungi restoran disebabkan oleh perubahan pola pikir bahwa makan diluar meningkatkan harga diri. (<http://repository.ipb.ac.id>)

Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia. Sebagai salah satu Kota Metropolitan, Kota Surabaya memiliki pertumbuhan ekonomi yang cukup baik dari tahun ke tahun. Data dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur menunjukkan bahwa ekonomi Surabaya pada triwulan I tahun 2012 mengalami pertumbuhan sebesar 7,19% jika dibandingkan ekonomi Surabaya pada triwulan yang sama tahun 2011. Berdasarkan data tersebut, maka tidak berlebihan jika muncul anggapan bahwa Surabaya telah menjadi salah kota destinasi bisnis di Indonesia.

Salah satu bisnis yang memiliki pertumbuhan yang baik di Surabaya adalah bisnis restoran dan cafe. Data dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur menunjukkan bahwa sektor perdagangan, hotel, dan restoran merupakan salah satu sektor bisnis yang memiliki pertumbuhan tertinggi, yaitu sebesar 9,69%. Memang, pertumbuhan sektor ini masih kalah jika dibandingkan dengan sektor pengangkutan dan komunikasi yang mencapai pertumbuhan sebesar 13,01% dan sektor konstruksi yang mencapai pertumbuhan sebesar 10,18%. Namun, secara keseluruhan sektor perdagangan, hotel, dan restoran merupakan sektor yang mendominasi struktur ekonomi Surabaya jika dibandingkan dengan sektor- sektor bisnis yang lain, yaitu sebesar 45,06%.

Terdapat sebuah *cafe* yang sangat menarik. Dimulai di tahun 2011 Coffee Shop berdiri pertama kali di Surabaya (east java) di Jalan Arif Rahman Hakim Klampis 36A. Dimana Rodo Muara Nauli sebagai konseptor lahirnya *Rodo Coffee Shop* dengan tujuan mimpi dan warisan untuk keluarga dan Negara kita ini tentunya asal muasalnya adalah dimana Rodo Muara Nauli melihat sebuah budaya *Europe* yang dapat di bawa di Indonesia sebagai budaya Coffee shop yang dapat membuat warna di industri ini menjadi lebih menarik.

Rodo Coffee Shop adalah Coffee shop yang memiliki kosep *Europe sidewalk cafe* yang pertama kali berdiri di kota Surabaya Indonesia, dimana konsep *Rodo Coffee Shop* di persepsikan kepada pelanggan adalah “*nuansa sidewalk* sebenarnya” layaknya Coffee shop di *Europe*. Dimana main businessnya adalah menawarkan produk *espresso classic, espresso flavor, Ice and Hot Drinks* serta blended ciri khas Rodo Coffee sendiri yakni *Espresso Flavour and coffee freddo* dengan kualitas kopi yang berkualitas sesuai dengan passion dari Rodo Coffee sendiri, dan dengan bangga kami menceritakan culture kami sebagai Coffee shop yang membuat konsep sidewalk di Indonesia. Menjadi seorang *customer service* yang baik tentu banyak hal yang harus diperhatikan yaitu memastikan bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik atau belum. Sehingga seorang *customer service* dekat dengan konsumen dengan cara melayani konsumen dengan baik dengan melaksanakan 9 aturan sesuai dengan standart layanan yang diberikan yaitu *provide high standart of service, provide information to your customers, be open and honest with your customers, offer*

choice to your costumers, consult with your customer, be courteous to your customer, be helpful to your customers, put thing right for your customers, dan provide value for money.

GAMBARAN PERUSAHAAN

Dimulai di tahun 2011 Coffee Shop kami berdiri pertama kali di Surabaya (east java) di Jalan Arif Rahman Hakim Klampis 36A. Dimana Rodo Muara Nauli sebagai konseptor lahirnya Rodo Coffee Shop dengan tujuan mimpi dan warisan untuk keluarga dan Negara kita ini tentunya asal muasalnya adalah dimana Rodo Muara Nauli melihat sebuah cultural Europe yang dapat di bawa di Indonesia sebagai cultural Coffee shop yang dapat membuat warna di industri ini menjadi lebih menarik.

Rodo Coffee Shop adalah Coffee shop yang memiliki kosep *Europe sidewalk cafe* yang pertama kali berdiri di kota Surabaya Indonesia, dimana konsep Rodo Coffee Shop di persepsikan kepada pelanggan adalah “*nuansa sidewalk sebenarnya*” layaknya *Coffee shop* di *Europe*. Dimana main businessnya adalah menawarkan produk *espresso classic, espresso flavor, Ice and Hot Drinks* serta blended ciri khas Rodo Coffee sendiri yakni *Espresso Flavour and coffee freddo* dengan kualitas kopi yang berkualitas sesuai dengan passion dari Rodo Coffee sendiri, dan dengan bangga kami menceritakan culture kami sebagai *Coffee shop* yang membuat konsep sidewalk di Indonesia. Misi dari *Rodo Coffee shop* adalah menciptakan suasana sidewalk dengan adanya live band perform yang diadakan setiap hari Rabu, Kamis, Sabtu pukul 20.00 WIB untuk menemani para sidewalkers. Dimana *Rodo Coffee Shop* juga terus berinovasi secara terus menerus untuk menu makanan dan minuman yang akan di sajikan ke konsumen.



Logo *Rodo Coffee Shop* diambil dari nama depan pemilik *Rodo Coffee Shop* yaitu Huruf “R” saja, dan Huruf “R” tersebut terdapat garis putus berwarna putih yang berbentuk seperti jalanan. Cafe *Rodo Coffee* memiliki kosep *Europe sidewalk cafe* yang pertama kali berdiri di kota Surabaya Indonesia, dimana konsep *Rodo Coffee* di persepsikan kepada pelanggan adalah “*nuansa sidewalk sebenarnya*” layaknya *Coffee shop* di *Europe*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengalaman praktik kerja lapangan yang telah di jelaskan dalam Bab IV, *Rodo Coffee Shop* Surabaya memiliki masalah yang berkaitan dengan standar layanan. Pada Bab ini dapat dilihat *rule* apa saja yang telah diterapkan dan *rule* apa saja yang belum diterapkan oleh pihak *Rodo Coffee Shop* Surabaya. Dijelaskan pula mengenai *rule* yang tidak maksimal diterpkan oleh karyawan sehingga perlu untuk diperhatikan dan ditingkatkan. Inti dari masalah yang dihadapi adalah kurangnya karyawan tetap, tingkat pergantian karyawan yang tinggi, dan fasilitas yang kurang memadai. Masalah yang dihadapi ini yang menyebabkan *customer service* tidak dapat diterapkan maksimal. Berikut akan dibahas lebih lanjut mengenai masalah tersebut.

AKTIVITAS YANG DILAKUKAN DI DEPARTEMEN *BARISTA*

1. Aktivitas pelayanan konsumen

Tata cara berkomunikasi yang dilakukan pada saat *trainee* melayani konsumen. Aktivitas ini menuntut kepada *trainee* agar mampu merespon dan melayani konsumen yang ingin menikmati suasana di *Rodo Coffee Shop* Surabaya. Selain itu *trainee* juga dituntut untuk mengetahui informasi terkait yang ada di *cafe*. Aktivitas ini tentunya harus sesuai dengan standar layanan yang ada di *Rodo Coffee Shop* Surabaya. Beberapa aktivitas yang sering dilakukan oleh *trainee* pada saat melayani konsumen., yaitu : (a) Aktivitas penerimaan konsumen, (b) Aktivitas pencatatan pesanan konsumen, (c) Aktivitas mengantarkan daftar pesenan ke bagian *Departemen Barista*, (d) Aktivitas mengantarkan pesenan ke konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Di tahun 2011 Coffee Shop kami berdiri pertama kali di Surabaya (east java) di Jalan Arif Rahman Hakim Klampis 36A. Dimana Rodo Muara Nauli sebagai konseptor lahirnya *Rodo Coffee Shop* dengan tujuan mimpi dan warisan untuk keluarga dan Negara kita ini tentunya.asal muasalnya adalah dimana Rodo Muara Nauli melihat sebuah budaya *Europe* yang dapat di bawa di Indonesia sebagai budaya Coffee shop yang dapat membuat warna di industri ini menjadi lebih menarik.

Rodo Coffee Shop adalah Coffee shop yang memiliki kosep *Europe sidewalk cafe* yang pertama kali berdiri di kota Surabaya Indonesia, dimana konsep Rodo Coffee di persepsikan kepada pelanggan adalah “*nuansa sidewalk sebenarnya*” layaknya Coffee shop di *Europe*. Dimana main businessnya adalah menawarkan produk *espresso classic*, *espresso flavor*, Ice and Hot Drinks serta blended ciri khas Rodo Coffee sendiri yakni *Espresso Flavour* and *coffee freddo* dengan kualitas kopi yang berkualitas sesuai dengan passion dari Rodo Coffee sendiri.

Berdasarkan hasil pengamatan dan praktik kerja lapangan yang dilakukan, ditemukan kekurangan dalam penerapan *customer service* dan fasilitas yang mendukung. Dampak yang terjadi adalah *customer service* menjadi tidak

maksimal. Tabel-tabel aktivitas yang telah dibuat menunjukkan tahapan layanan dari sebuah aktivitas yang menceritakan kekurangan dari penerapan *rule* dan *customer service*.

Rule 1, diterapkan pada beberapa aktivitas dengan baik. Hal ini ditunjukkan melalui berbagai macam aktivitas dalam pemesanan, komunikasi yang baik terhadap pelayanan yang diberikan dan kesediaan menghadapi masalah dengan tepat, dan mengambil tindakan yang sesuai. Aktivitas yang kurang diterapkan dengan baik oleh trainee ditunjukkan melalui ketidakecepatan pelayanan dalam melayani pelanggan yang harus menunggu lama untuk dilayani dan keterbatasan informasi yang dapat disampaikan trainee sehingga pelanggan tidak mendapatkan informasi secara jelas.

Rule 6, telah diterapkan dengan baik pada aktivitas di Departemen *Barista*. Hal ini ditunjukkan ketika *waiters* maupun *trainee* bersikap sopan kepada pelanggan dengan menyapa dan memberi salam kepada pelanggan serta merespon pelanggan dengan cara yang tepat. Namun hal yang membuat *rule* ini menjadi tidak konsisten adalah seorang *waiters* maupun *trainee* melayani pelanggan lain, ketika belum menyelesaikan pelayanan kepada pelanggan yang sedang dilakukan saat itu. Hal ini membuat pelanggan yang dilayani merasa tidak nyaman karena merasa *waiters* tidak fokus terhadap pelanggan yang dilayani dan tidak sesuai dengan *rule*-nya.

Rule 4, *Rule 7*, dan *Rule 8*, telah dilakukan dengan sangat baik pada tiap aktivitasnya. Hal ini ditunjukkan oleh *waiters* maupun *trainee* melalui kemauan untuk mengerti kebutuhan pelanggan dengan menawarkan pilihan dalam proses pemesanan dimana trainee memberikan pilihan untuk memesan langsung atau memberi waktu kepada pelanggan untuk memilih, sehingga pelanggan dapat memilih mana yang sesuai dengan kebutuhannya. Trainee juga berusaha memberikan layanan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan seperti saat trainee mengantarkan pelanggan untuk memilih tempat duduk dan mencarikan tempat duduk yang sesuai dengan permintaan atau kebutuhan pelanggan. Hal yang penting diketahui pula saat trainee mampu melakukan tindakan yang tepat dalam menyelesaikan permasalahan ketika terjadi kesalahan

sehingga pelanggan tidak merasa kecewa dan merasa nyaman berada di Rodo Coffee Shop. Tindakan-tindakan tersebut berguna untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan membantu membangun *image* positif dari *cafe*.

DAFTAR PUSTAKA

Lovelock C., Laurent Wright, 2002, *Principle of service Marketing and Management*, (2nd ed.), Prentice Hall: New York.

Lovelock, Christopher H., and Lauren K, Wright, 2005, *Principles of service Marketing Management*. Prentice-Hall, Inc.: New Jersey.

Marcer , Jillian, 2003, *May I Help You?: Great Customer Service For Small Business*, Griffin Pers: South Australia.