BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri coffee shop di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Coffee shop tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati makanan dan minuman, tetapi juga menjadi ruang untuk bekerja, belajar, berdiskusi, maupun bersosialisasi. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya persaingan antar pelaku usaha sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks industri jasa, karyawan merupakan ujung tombak perusahaan karena berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan menjadi representasi citra usaha di mata pelanggan.

Interaksi antara karyawan dan konsumen dalam pelayanan tidak selalu berjalan dengan baik. Selain menghadapi pelanggan yang kooperatif dan menghargai pelayanan, karyawan juga sering berhadapan dengan konsumen yang menunjukkan perilaku tidak sopan. Perilaku tersebut dapat berupa berbicara dengan nada tinggi, menggunakan kata-kata yang kasar, meremehkan kemampuan karyawan, melanggar aturan yang berlaku di coffee shop, memberikan tuntutan yang berlebihan, hingga menyalahkan karyawan atas kondisi yang berada di luar kewenangannya. Situasi seperti ini menjadi

tantangan tersendiri karena karyawan tetap dituntut untuk memberikan pelayanan yang profesional sesuai dengan standar operasional perusahaan.

Perilaku konsumen yang tidak sopan dapat memberikan dampak yang cukup besar terhadap kondisi psikologis maupun kinerja karyawan. Tekanan yang muncul akibat perlakuan konsumen dapat memicu stres kerja, kelelahan emosional (*emotional exhaustion*), menurunkan motivasi kerja, bahkan memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan lainnya. Di sisi lain, karyawan sering kali harus menahan emosi dan mengendalikan respons demi menjaga citra perusahaan serta menghindari konflik yang dapat merugikan usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pekerjaan di sektor jasa tidak hanya membutuhkan kemampuan teknis, tetapi juga kemampuan mengelola emosi dan berkomunikasi secara efektif.

Setiap karyawan memiliki cara yang berbeda dalam menghadapi perilaku konsumen yang tidak sopan. Ada karyawan yang memilih tetap tenang dan bersikap ramah, ada yang menggunakan teknik komunikasi persuasif, meminta bantuan rekan kerja atau supervisor, maupun mengandalkan pengalaman kerja untuk menyelesaikan situasi yang sulit. Perbedaan strategi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman kerja, karakter individu, dukungan dari rekan kerja dan atasan, budaya organisasi, serta kebijakan perusahaan dalam menangani keluhan maupun konflik dengan pelanggan. Strategi yang digunakan menjadi penting untuk dipahami karena berkaitan dengan kemampuan karyawan

mempertahankan profesionalisme sekaligus menjaga kesejahteraan psikologisnya.

Fenomena tersebut menarik untuk diteliti karena interaksi antara karyawan dan konsumen merupakan pengalaman yang kompleks dan tidak dapat sepenuhnya dijelaskan melalui data kuantitatif. Pengalaman menghadapi konsumen yang tidak sopan mengandung makna yang berbeda bagi setiap individu, sehingga diperlukan pendekatan yang mampu menggali pengalaman, persepsi, dan cara karyawan memaknai situasi yang mereka hadapi. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif dipandang sesuai karena memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi yang diterapkan karyawan dalam menghadapi perilaku konsumen yang tidak sopan berdasarkan pengalaman mereka secara langsung.

Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya kajian yang secara khusus membahas pengalaman karyawan coffee shop dalam menghadapi perilaku konsumen yang tidak sopan, terutama dalam konteks industri coffee shop di Indonesia. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak membahas kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, atau perilaku konsumen dari sudut pandang pelanggan. Sementara itu, perspektif karyawan sebagai pelaku utama yang berinteraksi langsung dengan konsumen masih memerlukan perhatian yang lebih mendalam. Padahal, pemahaman mengenai pengalaman dan strategi yang diterapkan karyawan dapat menjadi dasar bagi perusahaan dalam menyusun kebijakan pelayanan,

memberikan pelatihan penanganan konflik, serta menciptakan lingkungan kerja yang lebih sehat dan suportif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memahami secara mendalam strategi yang digunakan oleh karyawan coffee shop dalam menghadapi perilaku konsumen yang tidak sopan. Perkembangan media digital memudahkan konsumen menyampaikan pendapat terhadap produk dan layanan. Namun, kemudahan tersebut juga diikuti dengan meningkatnya perilaku konsumen yang tidak sopan (consumer incivility), seperti penggunaan kata-kata kasar, penghinaan kepada karyawan, ancaman, serta penyebaran komentar negatif yang tidak konstruktif. Perilaku tersebut tidak hanya memengaruhi kesejahteraan karyawan, tetapi juga kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi munculnya perilaku tidak sopan konsumen serta dampaknya terhadap organisasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bentuk-bentuk perilaku konsumen yang dihadapi, pengalaman yang dirasakan oleh karyawan, strategi yang mereka gunakan dalam mengelola situasi tersebut, serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen sumber daya manusia dan perilaku organisasi, serta menjadi bahan masukan bagi pengelola coffee shop dalam meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus menjaga kesejahteraan karyawan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengalaman karyawan pekerja coffe shop dalam menghadapi perilaku konsumen yang tidak sopan?
2. Apa saja tantangan karyawan pekerja coffe shop dalam mengimplementasikan strategi menghadapi perilaku konsumen yang tidak sopan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan strategi karyawan pekerja coffe shop dalam menghadapi perilaku konsumen yang tidak sopan
2. Mengetahui bagaimana karyawan pekerja coffe shop mengimplementasikan perilaku konsumen yang tidak sopan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen sumber daya manusia, perilaku organisasi, dan manajemen pelayanan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai strategi yang digunakan

karyawan dalam menghadapi perilaku konsumen yang tidak sopan melalui pendekatan kualitatif yang berfokus pada pengalaman dan makna yang dimaknai oleh informan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji topik serupa, terutama yang berkaitan dengan interaksi antara karyawan dan konsumen dalam industri jasa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi karyawan coffe shop

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai berbagai strategi yang dapat digunakan dalam menghadapi perilaku konsumen yang tidak sopan, sehingga karyawan mampu mengelola emosi, mempertahankan sikap profesional, serta memberikan pelayanan yang optimal.

b. Bagi pengelola atau pemilik coffe shop

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan pelayanan, standar operasional prosedur (SOP), serta program pelatihan bagi karyawan mengenai komunikasi, penyelesaian konflik, dan penanganan konsumen yang berperilaku tidak sopan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu menciptakan lingkungan kerja yang lebih aman, nyaman, dan mendukung kesejahteraan karyawan.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan bahan perbandingan bagi penelitian berikutnya yang membahas strategi menghadapi perilaku konsumen, kualitas pelayanan, maupun kesejahteraan karyawan pada sektor industri jasa dengan pendekatan maupun objek penelitian yang berbeda.

d. Bagi institusi Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah literatur ilmiah mengenai perilaku konsumen dan strategi karyawan dalam industri jasa, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam kegiatan pembelajaran maupun penelitian di bidang manajemen, psikologi industri dan organisasi, serta ilmu komunikasi

1.5 Metode Pengumpulan Data

1. Objek Penelitian

   Objek penelitian dalam tugas akhir ini adalah fenomena perilaku konsumen yang tidak sopan (consumer incivility) dalam proses pelayanan pada Kopi Oz Parak Gadang. Penelitian difokuskan pada bentuk-bentuk perilaku konsumen yang tidak sopan, faktor-faktor yang melatarbelakanginya, serta dampaknya terhadap karyawan dan kualitas pelayanan.

2. Metode Penulisan

   Metode penulisan yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena yang terjadi berdasarkan data

yang diperoleh di lapangan, sehingga menghasilkan informasi yang sistematis, faktual, dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

3. Metode Studi Pustaka

   Metode studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari berbagai sumber referensi yang berkaitan dengan topik penelitian. Sumber-sumber tersebut meliputi buku, jurnal ilmiah, artikel, skripsi, tesis, serta publikasi lainnya yang membahas perilaku konsumen, kualitas pelayanan, dan consumer incivility. Studi pustaka digunakan sebagai landasan teori dan acuan dalam menganalisis hasil penelitian

4. Metode Wawancara

   Metode wawancara dilakukan secara langsung dengan informan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait objek penelitian, seperti pemilik usaha, manajer, karyawan, atau pihak lain yang terlibat dalam proses pelayanan. Wawancara menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur sehingga penulis dapat memperoleh informasi secara mendalam mengenai bentuk perilaku konsumen yang tidak sopan, penyebab terjadinya perilaku tersebut, dampaknya terhadap pelayanan, serta upaya yang dilakukan untuk mengatasinya.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan proposal ini akan dibagi atas IV(empat) bab dengan urutan pembahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metoden penulisan, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, metode penulisan, serta sistematika penulisan.

BAB III : PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari proses wawancara, observasi, dan dokumentasi di Kopi OZ Parak Gadang. Selanjutnya, hasil penelitian dianalisis dan dibahas berdasarkan teori yang digunakan sehingga dapat menjelaskan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang tidak sopan, faktor-faktor penyebabnya, dampaknya terhadap pelayanan, serta upaya yang dilakukan dalam menghadapi perilaku tersebut.

BAB IV : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari tugas akhir yang berisi kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan. Selain itu, bab ini juga memuat saran-saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi Kopi OZ Parak Gadang maupun bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik sejenis.