e-ISSN 3021-8187
Sapta Pesona : Jurnal Kepariwisataan, Vol. 4, No. 1, Juli 2026

PERAN BARISTA DALAM MEMBENTUK KEPUASAN PELANGGAN DI *COFFEE SHOP* OLSEN SEMARANG

Aji Baskoro[1*]
Universitas Semarang

Email: @gmail.com[1]

Abstrak

Industri *coffee shop* saat ini mengalami perkembangan pesat, tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati minuman kopi, tetapi juga sebagai ruang untuk bersosialisasi, bekerja, belajar, dan melakukan berbagai aktivitas produktif lainnya. Perubahan fungsi *coffee shop* ini menjadikan kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.Dalam konteks tersebut, peran barista menjadi elemen yang sangat menentukan karena barista berinteraksi secara langsung dengan pelanggan secara keseluruhan.Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peran barista dalam membentuk kepuasan pelanggan di *coffee shop* olsen Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari barista dan pelanggan yang dipilih dengan teknik *purposive sampling* yang memenuhi kriteria penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa barista memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan melalui tiga aspek utama. Dalam (*cognitive outcomes*) barista menunjukkan pengetahuan mengenai produk kopi, jenis biji kopi, faktor yang memengaruhi rasa kopi, serta teknik penyeduhan, lalu (*skill based outcomes*) keterampilan dalam mengoperasikan mesin kopi, menjaga konsistensi rasa minuman, dan menjaga area kerja, serta (*affective outcomes*) sikap barista yang ramah, komunikatif, dan responsif dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Ketiga aspek tersebut terbukti dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta menjaga loyalitas pelanggan terhadap *Coffee Shop Olsen Semarang*

Kata Kunci : Barista, Kepuasan Pelanggan, *Coffee Shop*, Pelayanan.

Latar Belakang

Perkembangan industri kopi di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, khususnya di kawasan perkotaan. *Coffee shop* tidak lagi dipandang sekadar sebagai tempat menikmati kopi, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang sosial yang mendukung aktivitas bekerja, berdiskusi, dan berinteraksi antarindividu. Fenomena ini mendorong pelaku usaha *coffee shop* untuk meningkatkan daya saing melalui penyediaan produk berkualitas serta pelayanan yang mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan (Jaeroni & Wachdijono, 2023).

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator utama keberhasilan usaha di sektor jasa, termasuk industri *coffee shop*. Kepuasan tersebut terbentuk dari kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kualitas produk dan pelayanan yang diterima. Pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif berperan penting dalam menciptakan rasa nyaman serta meningkatkan kecenderunganpelanggan untuk melakukan kunjungan ulang (Samad et al., 2021). Oleh karena itu, kualitas pelayanan tidak dapat dipisahkan dari upaya membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dalam konteks *coffee shop*, barista memegang peranan strategis sebagai garda terdepan dalam interaksi dengan pelanggan. Barista tidak hanya bertanggung jawab terhadap penyajian minuman kopi, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi pelanggan melalui komunikasi, sikap, dan profesionalisme selama proses pelayanan. Pada era *third wave coffee*, peran barista semakin kompleks karena menekankan pada kualitas cita rasa, teknik penyajian, serta penciptaan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan (Jaeroni & Wachdijono, 2023).

Profesi barista juga dipandang sebagai ruang pengembangan keterampilan sosial dan pemahaman terhadap budaya kopi. Barista dituntut memiliki pengetahuan tentang kopi, keterampilan teknis dalam peracikan, serta sikap pelayanan yang ramah dan komunikatif. Selain itu, barista sering kali menjalankan peran tambahan sebagai kasir, pelayan, penanganan keluhan pelanggan, hingga menjaga kebersihan area kerja, sehingga kualitas pelayanan yang diberikan sangat bergantung pada

kompetensi dan sikap barista itu sendiri (Wachdijono & Yahya, 2021; Amarullah et al., 2023).

Pelayanan sebagai aktivitas yang bersifat tidak berwujud memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang diberikan secara optimal akan menciptakan kesan positif, meningkatkan kepercayaan, serta mendorong loyalitas pelanggan terhadap suatu usaha jasa (Utomo, 2023). Sebaliknya, pelayanan yang kurang responsif dan minim interaksi dapat menurunkan kualitas pengalaman pelanggan dan berdampak pada penilaian negatif terhadap coffee shop secara keseluruhan.

Coffee Shop Olsen Semarang sebagai salah satu pelaku usaha di industri kedai kopi menghadapi tantangan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat. Kepuasan pelanggan di *Coffee Shop* Olsen Semarang dipengaruhi oleh kualitas produk, konsistensi cita rasa kopi, pelayanan barista yang profesional, serta kenyamanan suasana coffee shop. Apabila faktor-faktor tersebut mampu dikelola dengan baik, maka kepuasan pelanggan dapat terbentuk secara optimal dan mendorong loyalitas serta rekomendasi dari pelanggan kepada pihak lain (Umbase & Areros, 2022).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis peran barista dalam membentuk kepuasan pelanggan di *Coffee Shop* Olsen Semarang. Fokus penelitian diarahkan pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap barista dalam

memberikan pelayanan, serta kontribusinya terhadap pengalaman dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam kajian manajemen pelayanan serta kontribusi praktis bagi pengelola *coffee shop* dalam meningkatkan kualitas pelayanan barista.

LANDASAN TEORI

Coffee Shop

Kopi merupakan tanaman hasil budidaya yang mengandung kafein dan banyak dikonsumsi sebagai minuman penyegar. Indonesia termasuk salah satu negara produsen kopi terbesar di dunia, khususnya sebagai penghasil kopi robusta, yang menjadikan kopi sebagai komoditas penting baik secara ekonomi maupun

budaya (Ridwan & Jahmi, 2023). Seiring perkembangan waktu, kopi tidak hanya dipandang sebagai minuman, tetapi juga sebagai bagian dari aktivitas sosial masyarakat.

Coffee shop berkembang sebagai ruang publik yang memfasilitasi interaksi sosial, kegiatan bekerja, belajar, hingga diskusi. Sejarah mencatat bahwa kedai kopi telah menjadi pusat aktivitas sosial sejak kemunculannya di Turki pada abad ke-15, yang kemudian menyebar ke berbagai belahan dunia dan membentuk budaya minum kopi secara kolektif (Strategi et al.,

2024). Fenomena ini menunjukkan bahwa

coffee shop memiliki fungsi sosial yang kuat selain fungsi komersial.

Secara konseptual, *coffee shop* didefinisikan sebagai usaha kuliner yang secara khusus menyajikan berbagai jenis minuman berbahan dasar kopi, seperti *espresso, cappuccino,* dan *latte*, serta minuman nonkopi dan makanan pendamping. *Coffee shop* umumnya dirancang dengan konsep interior yang menarik, suasana yang nyaman, dan fasilitas pendukung seperti Wi-Fi dan area kerja, sehingga menjadi bagian dari gaya hidup modern masyarakat perkotaan (Fauzi et al.,

2022; Sari & Utomo, 2021).

Menurut Fakhrunisa dalam (Widianita, 2023), *coffee shop* merupakan usaha kuliner berbasis gaya hidup yang memiliki potensi ekonomi besar karena mampu menarik konsumen melalui variasi produk, suasana santai, desain interior yang unik, serta pelayanan yang ramah. Dengan demikian, coffee shop tidak hanya menjual produk kopi, tetapi juga menjual pengalaman kepada pelanggan.

Barista

Barista adalah individu yang memiliki keahlian khusus dalam menyajikan minuman kopi kepada pelanggan. Istilah barista berasal dari bahasa Italia yang berarti pelayan bar, namun dalam konteks modern, barista dipahami sebagai profesional yang menguasai teknik peracikan kopi, khususnya espresso-based drinks (Muhammad Revanza & Tito, 2023).

Barista bertanggung jawab terhadap seluruh proses penyajian kopi, mulai dari

pemilihan biji kopi, penggilingan, teknik penyeduhan, hingga penyajian dengan tampilan yang menarik dan konsisten. Selain keterampilan teknis, barista juga dituntut menjaga kualitas rasa dan estetika sajian agar sesuai dengan standar *coffee shop* (Malasari, 2025).

Menurut *Barista Guild of Indonesia* dalam (Eliansi et al., 2024), barista berperan dalam menciptakan pengalaman rasa kopi yang dapat dinikmati dan diapresiasi oleh pelanggan. Peran tersebut mencakup pengoperasian mesin kopi, pengelolaan bahan dan peralatan, serta pemberian pelayanan yang prima. Dailami et al. (2024) menegaskan bahwa tugas barista tidak hanya terbatas pada penyajian kopi, tetapi juga mencakup menjaga kebersihan area kerja, berinovasi dalam menu, serta membangun interaksi positif dengan pelanggan.

Peran barista dapat diklasifikasikan ke dalam tiga aspek utama, yaitu pengetahuan (*cognitive outcomes*), keterampilan (*skill-based outcomes*), dan sikap (*affective outcomes*). Pada aspek pengetahuan, barista memahami jenis kopi dan faktor yang memengaruhi cita rasa. Pada aspek keterampilan, barista mampu mengoperasikan peralatan dan menyajikan kopi dengan teknik yang tepat. Sementara pada aspek sikap, barista menunjukkan keramahan, kesabaran, serta kemampuan berkomunikasi dan bekerja sama dalam tim (Yusuf & Rais, 2023).

Dalam persaingan bisnis coffee shop, kemampuan barista dalam membangun hubungan dengan pelanggan menjadi faktor penting. Pelayanan yang ramah, cepat, dan penuh perhatian dapat menciptakan rasa nyaman, meningkatkan kepuasan, serta mendorong loyalitas pelanggan (Afifzuren et al., 2023).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan kondisi emosional yang muncul ketika harapan pelanggan terpenuhi melalui produk atau layanan yang diterima. Tjiptono dalam (Naibaho et al., 2022) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terjadi ketika kinerja produk atau layanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan.

Oliver dalam (Fawzy et al., 2023) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan muncul sebagai perasaan senang setelah mengonsumsi produk atau layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kepuasan ini menjadi dasar bagi pelanggan untuk menilai apakah keputusan pembelian yang dilakukan sudah tepat.

Menurut Santoso dalam (Sulistianingsih et al., 2024), kepuasan pelanggan berkontribusi pada penciptaan nilai bagi perusahaan, seperti terbentuknya hubungan jangka panjang, loyalitas pelanggan, serta promosi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi tujuan utama dalam pengelolaan bisnis jasa.

Tjiptono dalam (Fahriani & Febriyanti, 2022) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kualitas produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas, dan suasana. Dalam konteks *coffee shop*, pelayanan barista dan suasana tempat menjadi faktor dominan yang membentuk pengalaman dan kepuasan pelanggan (Pariama & Susilawati, 2024).

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa barista memiliki peran penting dalam kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Yusuf dan Rais (2023) menemukan bahwa pengetahuan, keterampilan, dan sikap barista berpengaruh terhadap kualitas minuman kopi yang dirasakan pelanggan. Lestari (2022) menekankan peran komunitas barista dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta pertumbuhan ekonomi sektor kopi.

Penelitian Afifzuren et al. (2023) menunjukkan bahwa komunikasi verbal barista yang efektif mampu membangun hubungan positif dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas. Sementara itu, Delvia et al. (2025) menemukan bahwa kompetensi dan profesionalisme barista berkontribusi terhadap keberhasilan strategi bisnis dan loyalitas pelanggan *coffee shop*.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini secara khusus memfokuskan pada peran barista dalam membentuk kepuasan pelanggan di *Coffee Shop* Olsen Semarang, dengan meninjau aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap barista dalam pelayanan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kajian empiris terkait peran barista dalam industri *coffee shop* pada konteks lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di *Coffee Shop* Olsen yang berlokasi di Jl. Pekunden Timur No. 21, Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik *Coffee Shop* Olsen sebagai kedai kopi yang berada di pusat kota, memiliki jam operasional panjang (09.00–24.00

WIB), serta intensitas interaksi yang tinggi antara barista dan pelanggan. Kondisi tersebut dinilai relevan untuk mengkaji peran barista dalam membentuk pengalaman dan kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2025 hingga seluruh tahapan pengumpulan dan analisis data selesai.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena sosial yang diteliti, khususnya terkait peran barista dalam pelayanan *coffee shop*. Metode kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara sistematis

pengalaman, persepsi, dan bentuk interaksi yang terjadi antara barista dan pelanggan, meliputi aspek pengetahuan tentang kopi, keterampilan penyajian, sikap pelayanan, serta komunikasi yang terbangun selama proses pelayanan (Saefullah, 2024).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam dengan barista dan pelanggan *Coffee Shop* Olsen, Olsen. Informan barista ditetapkan dengan kriteria memiliki masa kerja minimal enam bulan, terlibat langsung dalam proses pembuatan dan penyajian minuman, serta berinteraksi langsung dengan pelanggan. Informan pelanggan dipilih dengan kriteria telah berkunjung minimal tiga kali, pernah berinteraksi langsung dengan barista, dan berusia minimal 17 tahun.

Tabel 1.

Informasi Informan

No	Narasumber	Keterangan
1	Informan 1	Masa kerja 6 bulan
2	Informan 2	Masa kerja 6 bulan
3	Informan 3	Masa kerja 9 bulan
4	Informan 4	Masa kerja 1 tahun
5	Informan 5	Masa kerja 1 tahun
6	Informan 6	Pelangan kunjungan ulang
7	Informan 7	Pelanggan kunjungan > 3 kali

8	Informan 8	Pelanggan kunjungan > 3 kali

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara di lakukan untuk menggali informasi mengenai peran barista dalam pelayanan serta persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dan kepuasan yang di rasakan. Observasi dilakukan selama jam operasional coffee shop untuk mengamati secara langsung proses pelayanan, interaksi barista dengan pelanggan, kecepatan dan ketepatan penyajian, serta respons barista terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan.

Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi serta menggambarkan kondisi nyata di lapangan.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu dengan membandingkan data yang diperoleh dari barista dan pelanggan, serta mencocokkan hasil wawancara dengan observasi dan dokumentasi. Triangulasi digunakan untuk mengurangi potensi bias dan meningkatkan kredibilitas temuan penelitian (Susanto et al., 2023).

Analisis data dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan. Tahapan analisis meliputi pengumpulan data, reduksi data dengan memilah dan mengelompokkan informasi yang relevan dengan fokus penelitian, penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel, serta penarikan kesimpulan yang dilakukan secara terus-menerus hingga diperoleh temuan yang konsisten dan dapat dipercaya mengenai peran barista dalam membentuk kepuasan pelanggan (Rifa'i, 2023).

HASIL DAN DISKUSI Gambaran Objek Penelitian

Coffee Shop Olsen merupakan usaha

di bidang *food and beverage* (FnB) yang didirikan oleh Wahyu Adam Febrito dan Yuma Christ Brahma Riyanda, yang telah menjalin pertemanan sejak jenjang sekolah

menengah pertama. Ketertarikan keduanya terhadap industri kopi berawal dari pengalaman langsung bekerja serta mengamati perkembangan *coffee shop* di

berbagai tempat, yang kemudian mendorong lahirnya gagasan untuk membangun *coffee shop* dengan konsep yang memiliki karakter berbeda di Kota Semarang.

Coffee Shop Olsen resmi beroperasi pada 21 September 2024 dan berlokasi di Jl. Pekunden Timur No. 21, Kecamatan Semarang Tengah, Kota Semarang. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan strategis, yaitu berada di kawasan dengan aktivitas sosial yang tinggi, pertumbuhan komunitas anak muda, serta meningkatnya tren *coffee shop* sebagai ruang interaksi sosial. Olsen mengusung slogan "*Caffeine Supply*" yang merepresentasikan komitmen kedai dalam memenuhi kebutuhan kafein pelanggan dengan kualitas yang terjaga.

Konsep yang diterapkan *Coffee Shop* Olsen terinspirasi dari gaya *coffee shop* Eropa, baik dari segi interior maupun suasana yang dihadirkan. Tema *homie* menjadi ciri utama, dengan tujuan menciptakan ruang yang nyaman, santai, dan ramah bagi pelanggan maupun komunitas. Selain mengutamakan kenyamanan ruang, Olsen juga menekankan kualitas produk, konsistensi rasa, serta penyajian minuman yang profesional sebagai bagian dari pengalaman pelanggan.

Hasil Penelitian

Hasil observasi menunjukkan bahwa barista memiliki peran sentral dalam membentuk pengalaman pelanggan di *Coffee Shop* Olsen. Sistem kerja dibagi ke dalam dua shift, yaitu shift pagi dengan satu barista dan shift malam dengan dua barista. Pembagian ini terbukti efektif dalam menjaga kecepatan dan ketepatan pelayanan, khususnya pada jam kunjungan tinggi antara pukul 19.00–

22.00 WIB.

Sejak pelanggan memasuki area *coffee shop*, barista secara konsisten memberikan sapaan ramah sebagai bentuk komunikasi awal. Sapaan tersebut menjadi kesan pertama yang berkontribusi pada kenyamanan pelanggan. Pada tahap pemesanan, barista tidak hanya berperan sebagai penerima pesanan, tetapi juga sebagai komunikator yang aktif, dengan memberikan penjelasan menu melalui menu digital, menawarkan rekomendasi, serta menyesuaikan pilihan minuman dengan preferensi rasa pelanggan.

Dalam proses pembuatan minuman, barista menunjukkan keterampilan teknis yang terstandar. Untuk menu *espresso- based*, barista melakukan penggilingan biji kopi, tamping, dan ekstraksi dengan memperhatikan waktu, suhu, serta tekanan.

Coffee Shop Olsen menggunakan racikan biji kopi Arabica dan Robusta dengan perbandingan 50:50 untuk menghasilkan keseimbangan rasa. Sementara itu, pada metode *manual brew* seperti V60 dan Kalita,

barista memperhatikan suhu air, rasio kopi dan air, serta teknik pour over untuk menjaga karakter rasa kopi.

Selain kualitas rasa, barista juga memperhatikan aspek estetika melalui pembuatan latte art serta penyajian minuman yang rapi. Proses pelayanan diakhiri dengan *final checking* sebelum minuman disajikan kepada pelanggan, baik untuk *dine-in* maupun *takeaway*. Setelah penyajian, barista secara konsisten menjaga kebersihan area kerja dan area pelanggan, yang menjadi bagian dari tanggung jawab pelayanan secara menyeluruh.

Hasil Wawancara

Hasil wawancara dengan lima barista menunjukkan kesamaan pandangan terkait pentingnya pengetahuan kopi, keterampilan teknis, serta sikap pelayanan. Barista memahami jenis-jenis kopi, faktor yang memengaruhi cita rasa, serta pentingnya kalibrasi untuk menjaga konsistensi rasa. Seluruh barista menekankan kebersihan area kerja sebagai prioritas utama, mengingat konsep open bar yang memungkinkan pelanggan melihat langsung proses kerja.

Dalam menghadapi pelanggan, barista menampilkan sikap ramah, komunikatif, dan profesional. Barista juga mampu menangani keluhan pelanggan dengan tenang melalui pendekatan solutif, seperti mengganti minuman atau memberikan kompensasi, demimenjagakepuasanpelanggan.

Sementara itu, hasil wawancara dengan pelanggan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap pelayanan barista. Pelanggan menilai barista memiliki pengetahuan yang baik, mampu memberikan rekomendasi menu, menjaga konsistensi rasa, serta menyajikan minuman dengan tampilan menarik. Keramahan, ketanggapan, dan komunikasi barista menjadi faktor utama yang mendorong pelanggan untuk kembali berkunjung.

Hasil Triangulasi Data

Triangulasi data antara wawancara barista, pelanggan, dan observasi menunjukkan konsistensi temuan pada tiga aspek utama, yaitu kognitif, keterampilan, dan afektif. Barista memiliki pemahaman produk yang baik,

keterampilan teknis yang memadai, serta sikap pelayanan yang ramah dan profesional. Ketiga aspek tersebut secara simultan membentuk pengalaman positif pelanggan dan berkontribusi langsung terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Shop* Olsen.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran barista dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Coffee Shop Olsen Semarang. Pembahasan dilakukan dengan mengacu pada tiga indikator peran barista menurut Wardani dalam Abd. Rahman Yusuf & Syafruddin Rais

(2023), yaitu *Cognitive Outcomes, Skill Based*

Outcomes, dan *Affective Outcomes*.

Cognitive Outcomes

Hasil penelitian menunjukkan bahwa barista *Coffee Shop* Olsen memiliki pengetahuan yang memadai mengenai jenis kopi, proses penyeduhan, serta faktor teknis yang memengaruhi cita rasa. Barista juga mampu menjelaskan menu dan memberikan rekomendasi yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Temuan ini sejalan dengan pendapat Wardani dalam Abd. Rahman Yusuf & Syafruddin Rais (2023) yang menyatakan bahwa kemampuan kognitif barista berperan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Pengetahuan yang baik memungkinkan barista berperan sebagai *product educator*, sehingga pelanggan merasa yakin dan puas terhadap pilihan minumannya.

Skill Based Outcomes

Dari aspek keterampilan, barista Coffee Shop Olsen menunjukkan kemampuan teknis yang baik dalam mengoperasikan mesin espresso, melakukan *manual brew*, menjaga konsistensi rasa, serta memperhatikan tampilan penyajian. Pelanggan menilai kualitas rasa kopi stabil dan penyajian menarik. Temuan ini mendukung penelitian Abd. Rahman Yusuf & Syafruddin Rais (2023) yang menyatakan bahwa keterampilan barista dalam proses produksi dan penyajian berpengaruh langsung

terhadap persepsi kualitas dan kepuasan pelanggan.

Affective Outcomes

Aspek afektif terlihat dari sikap barista yang ramah, sopan, dan komunikatif. Interaksi positif antara barista dan pelanggan menciptakan suasana yang nyaman dan homie, sesuai dengan konsep Coffee Shop Olsen. Hasil ini sejalan dengan penelitian Afifzuren et al. (2023) yang menegaskan bahwa sikap pelayanan dan komunikasi interpersonal mampu membangun ikatan emosional serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa peran barista di *Coffee Shop* Olsen tidak hanya terbatas pada pembuatan minuman, tetapi mencakup fungsi edukatif, teknis, dan emosional yang secara signifikan berkontribusi dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peran barista dalam membentuk kepuasan pelanggan di *Coffee Shop* Olsen Semarang, dapat disimpulkan bahwa barista memiliki peran yang sangat strategis dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan berujung pada kepuasan pelanggan. Peran barista tidak hanya terbatas pada aktivitas teknis penyajian minuman, tetapi mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, serta sikap pelayanan yang secara simultan memengaruhi persepsi dan pengalaman pelanggan selama berada di coffee shop.

Pada aspek *cognitive outcomes*, barista *Coffee Shop* Olsen menunjukkan pemahaman yang baik mengenai jenis biji kopi, metode penyeduhan, serta faktor-faktor teknis yang memengaruhi cita rasa kopi. Pengetahuan tersebut memungkinkan barista memberikan informasi dan rekomendasi menu yang sesuai dengan preferensi pelanggan, sehingga pelanggan merasa terbantu, lebih percaya, dan yakin terhadap pilihan minuman yang dipesan.

Pada aspek *skill based outcomes*, barista memperlihatkan keterampilan teknis yang memadai dalam mengoperasikan mesin espresso, melakukan teknik *manual brew*, menjaga konsistensi rasa, serta memperhatikan kebersihan dan kerapihan area kerja. Keterampilan ini berkontribusi langsung terhadap kualitas produk yang diterima pelanggan, baik dari segi rasa, tampilan, maupun standar kebersihan, yang menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Sementara itu, pada aspek *affective outcomes,* barista menunjukkan sikap ramah, sopan, komunikatif, dan responsif dalam melayani pelanggan. Kemampuan

barista dalam membangun interaksi yang positif, menangani keluhan dengan baik, serta menciptakan suasana yang nyaman dan homie menjadi elemen penting dalam membentuk pengalaman emosional pelanggan.

Secara keseluruhan, pelayanan yang diberikan barista memberikan kontribusi positif terhadap pengalaman pelanggan, menciptakan rasa nyaman, dihargai, dan puas. Pengalaman positif tersebut mendorong pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang serta membangun loyalitas terhadap *Coffee Shop* Olsen Semarang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan barista berperan signifikan dalam membentuk pengalaman dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Abd. Rahman Yusuf, & Syafruddin Rais. (2023). Peranan Barista Dalam Menyajikan Minuman Kopi Berkualitas Di Cafe Excelso Vitka Point Tiban Kota Batam. Jurnal https://doi.org/10.59193/jmt.v2i1.18

2Menata, 2(1), 44–49.

Afifzuren, Setiaji, F. R., Falah, M., & Firmansyah, R. (2023). Peran Komunikasi Verbal Dalam Membangun Hubungan. Jurnal Sains Student Research, 1(2), 1118–1129. https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.499

Amarullah, S., Maulidi, A., Syarifudin, E., & Fauzi, A. (2023). Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial. Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 10(10), 4607–4617.

Arta Naibaho, U., Akbar, H., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Strategic Marketing Management). Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.13463(2), 1079–1089.

Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. Jurnal Pendidikan Tambusai,7(3), 26320–26332.

Christovel Zuriel Umbase, William Areros, L. T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado. Productivity, 3(4), 394.76

Da'is, N., Syahputra, A., Limbong, J., Capah, E., & Satriadi. (2023). Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Pada Pt.Bintan Mobil. Jurnal Multidisiplin, 01(06),1279–1291.

Dailami, Syafruddin Rais, Tito Pratama, Natal Olotua Sipayung, & Ardiansyah Saputra. (2024). Pelatihan Barista Untuk Siswa-Siswi Di SMK Al-Azhar Batam. Jurnal Keker https://doi.org/10.59193/jkw.v2i2.259Wisata, 2(2), 261–271.

Delvia, A. S., Fenita, V. N., & Andika, E. T. (2025). LOYALITAS PELANGGAN DAN STRATEGI BISNIS KEDAI KOPI DAN MINUMAN : STUDI KASUS PADA COFFE SHOP CUT TIME. 3, 6107–6112.

Eliansi, N., Lubis, B., Jalil, A., Sosiologi, P. S., Riau, U., & Riau, P. (2024). Kehidupan Mahasiswa Profesi Barista di Kota Pekanbaru. 2(2), 1469–1475.

Fauzi, C. B., Mandey, S. L., & Rotinsulu, J. J. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing di Coffee Shop Pulang Manado. Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 10(2), 51. https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39392

Fawzy, I., Sumowo, S., & Saidah, N. (2023). Pengaruh Lokasi,Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Stasiun Cafe Balung Jember. Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME), 2(1), 47. https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2625

Jaeroni, A., & Wachdijono. (2023). The Influence of Barista on Coffee Shop Consumer Loyalty in The City of Bandung. Prosiding Seminar Nasional77Hasil Penelitian Agribisnis VII, 7(1), https://jurnal.unigal.ac.id/prosiding/a rticle/view/11486/6374109–117.

Kaharuddin. (2021). Equilibrium : Jurnal Pendidikan Kualitatif : Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. Jurnal Pendidikan, http://journal.unismuh.ac.id/index.ph p/equilibriumIX(1), 1–8.

Lestari, I. P. (2022). Peran Komunitas Barista Pada Industri Kopi di Pemalang Jawa Tengah. November, 1283–1294.

Malasari, D. D. (2025). Barista Training Using On The Job Training Method To Improve The Performance Of Locale Jeruju Barista Pelatihan Barista Dengan Metode On The Job Training Untuk Meningkatkan Kinerja Pada Barista Lokale Jeruju bervariasi dan menyajikan tempat dengan desain .6(1), 60–70.

Mucharom, M. Z. (2022). Pengaruh Problem Based Learning Terhadap Keaktifan Dan Berpikir Kritis Siswa dalam Karakter Kebangsaan di SPN Polda Jatim. Jurnal Ilmiah Mandala https://doi.org/10.36312/jime.v8i1.2701Education, 8(1), 494–508.

Muhammad Revanza, & Tito. (2023). Pengaruh Peranan Barista Terhadap Kualitas Pelayanan Di Appara Coffee Batam. Jurnal Menata, 2(1), 35–43. https://doi.org/10.59193/jmt.v2i1.183