

STRATEGI KENDALI ORGANISASI COFFEE SHOP DALAM MENINGKATKAN KINERJA TIM TERHADAP PELANGGAN: STUDI KASUS TALK BOGOR

Coffee Shop Organizational Control Strategies for Improving Team Performance toward Customers: A Case Study of Talk Bogor

Salomon A. M. Babys; Raden Cahyo Prabowo

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Bung Karno

*Email: salomonkiryl@gmail.com; cahyo.2035@gmail.com

Abstract: *The growth of coffee shops in Bogor creates competition that requires consistent team performance and customer-oriented service. This study examines the organizational control strategy used by Talk Bogor to improve team performance toward customers. It applies a post-positivist paradigm, a qualitative descriptive approach, and a case-study method. Data were collected through observation, interviews with the owner and relevant informants, and documentation, then checked through source triangulation. The analysis uses the organizational control framework associated with Philip Tompkins and George Cheney, covering simple, technical, bureaucratic, and concertive control. The findings indicate that Talk Bogor combines direct direction from the owner, operational use of digital media, service routines, and team dialogue. Two-way communication is used to discuss customer feedback, menu development, pricing, and service conditions. Concertive control is the most visible pattern because shared values and cooperation guide daily work. However, the evidence is limited to a single case and does not establish a causal increase in customer numbers.*

Keywords: Organizational control; Team performance; Marketing communication; Coffee shop; Case study

Abstrak: Pertumbuhan coffee shop di Bogor menciptakan persaingan yang menuntut konsistensi kinerja tim dan pelayanan berorientasi pelanggan. Penelitian ini mengkaji strategi kendali organisasi yang digunakan Talk Bogor untuk meningkatkan kinerja tim terhadap pelanggan. Penelitian menggunakan paradigma post-positivistik, pendekatan deskriptif kualitatif, dan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan pemilik dan informan terkait, serta dokumentasi, kemudian diperiksa melalui triangulasi sumber. Analisis menggunakan kerangka kendali organisasi Philip Tompkins dan George Cheney yang mencakup kendali sederhana, teknis, birokratis, dan konsertif. Hasil menunjukkan bahwa Talk Bogor memadukan arahan langsung pemilik, penggunaan media digital, rutinitas pelayanan, dan dialog tim. Komunikasi dua arah digunakan untuk membahas umpan balik pelanggan, pengembangan menu, harga, dan kondisi pelayanan. Kendali konsertif menjadi pola yang paling terlihat karena nilai bersama dan kerja sama mengarahkan kegiatan sehari-hari. Namun, bukti penelitian terbatas pada satu kasus dan tidak menetapkan hubungan kausal terhadap peningkatan jumlah pelanggan.

Kata Kunci: Kendali organisasi; Kinerja tim; Komunikasi pemasaran; Coffee shop; Studi kasus

1. Pendahuluan

Pertumbuhan penduduk dan perubahan gaya hidup di Kabupaten Bogor mendorong berkembangnya usaha kuliner, termasuk coffee shop. Tempat minum kopi tidak hanya digunakan untuk mengonsumsi produk, tetapi juga untuk mengerjakan tugas, melakukan pertemuan, dan berinteraksi sosial. Peluang tersebut sekaligus meningkatkan persaingan sehingga pengelola memerlukan strategi yang mampu menjaga kualitas produk, pelayanan, dan pengalaman pelanggan.

Talk Bogor berlokasi di kawasan Cilebut, Kabupaten Bogor, dan mulai beroperasi pada 8 Oktober 2021. Naskah sumber mencatat bahwa lebih dari 3.000 cup minuman telah terjual sejak pembukaan hingga periode penelitian. Pengelola menawarkan makanan dan minuman dengan harga mulai sekitar Rp10.000 serta menggunakan komunikasi tatap muka dan media sosial untuk menjangkau pelanggan.

Kinerja pelayanan tidak hanya bergantung pada promosi. Arahan pemilik, pembagian tugas, penggunaan teknologi, kebiasaan kerja, dan komunikasi antarpersonel menentukan konsistensi interaksi dengan pelanggan. Penelitian ini menjawab pertanyaan: bagaimana strategi kendali organisasi Talk Bogor digunakan untuk meningkatkan kinerja tim terhadap pelanggan? Tujuannya adalah mengidentifikasi bentuk kendali yang digunakan, hubungan kerja dalam tim, dan peran komunikasi pemasaran dalam pelayanan.

2. Kajian Literatur

2.1. Kendali Organisasi

Kendali organisasi mengarahkan anggota untuk mencapai sasaran melalui hubungan struktural dan praktik kerja yang saling mendukung (Suadi, 1995). Dalam kerangka Tompkins dan Cheney, kendali dapat berlangsung secara langsung maupun tertanam dalam teknologi, aturan, dan nilai bersama. Anggota tidak selalu merasakan kendali sebagai perintah karena disiplin dapat menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari.

Tabel 1: Bentuk Kendali Organisasi dalam Kerangka Tompkins dan Cheney

Bentuk	Mekanisme	Relevansi pada Talk Bogor
Sederhana	Kekuasaan langsung dan terbuka	Arahan langsung pemilik kepada tim
Teknis	Penggunaan alat dan teknologi	Telepon pintar, Instagram, WhatsApp, dan daftar menu
Birokratis	Aturan, kebijakan, prosedur, dan evaluasi	Rutinitas pemesanan, pembagian kerja, dan harapan pelayanan
Konsertif	Nilai bersama dan kerja sama tim	Dialog, saling merangkul, dan respons kolektif terhadap masukan

Sumber: kerangka teori dan temuan naskah sumber.

Kendali konsertif berkaitan dengan identifikasi anggota terhadap organisasi. Ketika anggota menerima nilai dan tujuan bersama, keputusan kerja lebih mungkin mengikuti kepentingan organisasi. Mekanisme ini mendukung koordinasi, tetapi juga perlu dijaga agar kesepakatan kelompok tidak menutup kritik atau membuat tanggung jawab menjadi kabur.

2.2. Komunikasi Pemasaran dan Kinerja Tim

Komunikasi pemasaran merupakan pertukaran informasi yang membantu organisasi mengenalkan, membujuk, dan mengingatkan konsumen mengenai produk. Unsurnya dapat dibaca melalui produk, harga, tempat, dan promosi. Penyampaian pesan harus disesuaikan dengan karakteristik produk, sasaran pasar, dan tujuan perusahaan (Kennedy & Soemangara, 2006).

Tim berbeda dari kumpulan individu karena anggotanya memiliki tujuan, struktur, dan ketergantungan kerja. Kualitas kerja sama dapat mendukung partisipasi, inovasi, pengurangan kesalahan, pelayanan, efisiensi, dan kepuasan anggota. Dalam coffee shop, hasil kerja tim terlihat pada kecepatan layanan, konsistensi produk, respons terhadap keluhan, dan kenyamanan pelanggan.

3. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan paradigma post-positivistik, pendekatan deskriptif kualitatif, dan metode studi kasus. Pendekatan deskriptif digunakan untuk memaparkan proses kendali dan komunikasi yang berlangsung pada satu organisasi tanpa menguji hubungan sebab-akibat atau membuat generalisasi statistik (Rahmat, 1985). Objek penelitian adalah strategi kendali organisasi dan kinerja tim Talk Bogor dalam berhubungan dengan pelanggan.

Data primer diperoleh melalui observasi kegiatan di lokasi dan wawancara dengan pemilik sebagai informan kunci serta informan terkait. Data sekunder berasal dari dokumentasi produk, komunikasi pemasaran, dan catatan yang tersedia. Data direduksi, dikelompokkan menurut bentuk kendali dan praktik pelayanan, lalu disajikan secara tematik. Keabsahan diperiksa melalui triangulasi sumber. Naskah sumber tidak menjelaskan jumlah, identitas, maupun kriteria informan secara lengkap; keterbatasan tersebut dipertahankan dalam penafsiran hasil.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Profil dan Strategi Pelayanan Talk Bogor

Talk Bogor dikembangkan sebagai ruang berbincang yang nyaman bagi penikmat kopi dan minuman lain. Pemilik, Achmed H. Edinbur, melihat pertumbuhan penduduk sekitar sebagai peluang pasar. Strategi penawaran mencakup harga kompetitif, variasi makanan dan minuman, penyegaran menu, penataan tempat, serta upaya menjaga kualitas bahan.

Pelanggan memperoleh informasi melalui daftar menu, interaksi di lokasi, Instagram, dan WhatsApp. Pesanan atau pertanyaan dapat disampaikan melalui pesan langsung, sedangkan kepadatan lokasi dapat memunculkan daftar tunggu. Penggunaan media digital memperluas akses komunikasi, tetapi layanan tatap muka tetap menentukan pengalaman pelanggan.

4.2. Penerapan Empat Bentuk Kendali

Kendali sederhana terlihat ketika pemilik memberikan arahan langsung mengenai pelayanan, menu, harga, dan perbaikan tempat. Kendali teknis muncul melalui telepon pintar, media sosial, daftar menu, dan saluran pemesanan. Kendali birokratis tampak pada rutinitas pembagian kerja, prosedur pemesanan, dan harapan pelayanan, meskipun naskah tidak mendokumentasikan buku aturan atau standar operasional formal.

Kendali konsertif menjadi pola paling menonjol. Pemilik merangkul tim, melakukan dialog, dan menerima masukan untuk memperbaiki pelayanan. Nilai kenyamanan, keterbukaan, dan kerja sama menjadi dasar koordinasi. Pola tersebut memungkinkan anggota menyesuaikan tindakan tanpa menunggu perintah untuk setiap situasi, terutama ketika menghadapi permintaan atau komentar pelanggan.

Tabel 2: Pemetaan Temuan Strategi Kendali Talk Bogor

Temuan	Praktik	Bentuk kendali
Arahan pemilik	Penetapan fokus pelayanan, harga, menu, dan perbaikan tempat	Kendali sederhana
Media digital	Informasi, pesan langsung, pemesanan, dan respons pelanggan	Kendali teknis

Temuan	Praktik	Bentuk kendali
Rutinitas layanan	Daftar menu, alur pemesanan, pembagian pekerjaan, dan daftar tunggu	Kendali birokratis
Dialog tim	Pembahasan masukan pelanggan dan keputusan perbaikan	Kendali konsertif
Nilai bersama	Kenyamanan, keterbukaan, kerja sama, dan orientasi pelanggan	Kendali konsertif

Sumber: sintesis hasil wawancara dan observasi naskah sumber.

4.3. Komunikasi Dua Arah dan Umpan Balik Pelanggan

Wawancara menunjukkan bahwa komentar positif maupun negatif pelanggan diperlakukan sebagai bahan evaluasi. Dialog antara pemilik dan tim membahas masukan, pengembangan menu, persaingan harga, serta kondisi ruang. Komunikasi dua arah membantu organisasi menghubungkan pengalaman pelanggan dengan tindakan operasional.

Strategi tersebut sejalan dengan fungsi komunikasi untuk menciptakan pengertian, memengaruhi sikap, memperbaiki hubungan, dan mendorong tindakan (Cangara, 2014). Namun, naskah sumber tidak menyajikan data sebelum-sesudah mengenai kinerja tim, kepuasan, atau jumlah pelanggan. Karena itu, temuan mendukung kesimpulan tentang proses kendali dan respons organisasi, bukan bukti kuantitatif bahwa strategi menyebabkan peningkatan pelanggan.

4.4. Implikasi bagi Kinerja Tim

Kinerja tim didukung oleh kejelasan arah pemilik, saluran komunikasi, fleksibilitas menghadapi pelanggan, dan nilai bersama. Kombinasi empat bentuk kendali lebih realistis daripada mengandalkan satu mekanisme. Arahan langsung diperlukan ketika keputusan cepat harus diambil, teknologi membantu koordinasi, rutinitas menjaga konsistensi, sedangkan kendali konsertif memelihara keterlibatan anggota.

Penguatan berikutnya memerlukan dokumentasi prosedur pelayanan, pembagian tanggung jawab, mekanisme penanganan keluhan, dan indikator evaluasi. Langkah tersebut tidak menggantikan dialog tim, tetapi membuat mutu pelayanan dapat dipantau secara lebih konsisten.

5. Kesimpulan

Talk Bogor menerapkan strategi kendali organisasi melalui arahan langsung pemilik, penggunaan media digital, rutinitas pelayanan, dan kerja sama tim. Kendali konsertif paling terlihat karena dialog, nilai kenyamanan, keterbukaan, serta kebersamaan digunakan untuk mengarahkan keputusan sehari-hari. Komunikasi pemasaran melalui interaksi tatap muka, Instagram, dan WhatsApp mendukung hubungan dengan pelanggan.

Strategi tersebut membantu tim merespons masukan, memperbarui menu, menata harga, dan memperbaiki pelayanan. Namun, penelitian satu kasus ini belum membuktikan hubungan kausal terhadap peningkatan jumlah pelanggan. Penelitian lanjutan perlu mendokumentasikan karakteristik informan serta membandingkan indikator kinerja, kepuasan, dan kunjungan pelanggan dari waktu ke waktu.

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi. Edisi revisi. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kennedy, John E., & R. Dermawan Soemanagara. 2006. Marketing Communication. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1985. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suadi, Arief. 1995. Sistem Pengendalian Manajemen. Yogyakarta: BPFE.