

---

## PENGARUH KETERAMPILAN *PUBLIC SPEAKING* KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI BURJO PARJO TEMBALANG

Cantika Putri Ramandhani<sup>1</sup>, Ana Putri Nastiti<sup>2</sup>

1) Politeknik Negeri Semarang

2) Politeknik Negeri Semarang

[cantika.35125205@mhs.polines.ac.id](mailto:cantika.35125205@mhs.polines.ac.id)

[ana.putri.nastiti@polines.ac.id](mailto:ana.putri.nastiti@polines.ac.id)

### ABSTRAK

Didalam sebuah usaha kuliner seperti café Burjo Parjo Tembalang, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam menentukan kepuasan pelanggan. Faktor utamanya yaitu keterampilan *public speaking* dari pelayan di cafe tersebut. Dengan cakupan kemampuan komunikasi yang efektif, berkemunikasi dengan jelas, ramah, dengan bahasa persuasif, serta responsive terhadap kebutuhan dari para pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi tingkat kemampuan karyawan dari keterampilan *public speaking* pelayanan, tingkat kepuasan dari para pelanggan di cafe Burjo Parjo Tembalang. Alasan peneliti memilih café Burjo Parjo tembalang sebagai objek penelitian yaitu dikarenakan banyaknya peminat dari mahasiswa dan masyarakat sekitar untuk berkunjung dan membeli di cafe tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik asosiatif agar mengetahui hubungan serta pengaruh variabel keterampilan *public speaking* dengan variabel dependen (X) dan kepuasan pelanggan dengan variabel dependen (Y). Penelitian ini dibantu dengan 52 responden sebagai pelanggan di cafe Burjo Parjo Tembalang. Dengan menggunakan kriteria pelanggan sudah melakukan pembelian minimal dua kali serta berinteraksi langsung dengan pelayan di café Burjo Parjo Tembalang. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner untuk mengukur variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan jika keterampilan *public speaking* karyawan café Burjo Parjo Tembalang berada pada kategori baik dan tingkat kepuasan pelanggan berada di kategori puas dengan skor 4,0. Hasil ini menunjukkan jika keterampilan *public speaking* pelayan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan para pelanggan di cafe Burjo Parjo Tembalang dengan komunikasi yang komunikatif, efisien, keramahan, responsif, serta efisien mampu menciptakan suatu kenyamanan dan pengalaman pelanggan dengan tingkat pelayanan yang baik dan menyenangkan.

**Kata kunci :** *Public speaking*, Kepuasan pelanggan, Kualitas pelayanan.

---

### **ABSTRACT**

*In a culinary business such as Burjo Parjo Tembalang café, service quality is one of the most influential factors in determining customer satisfaction. The main factor is the public speaking skills of the waiters at the café. This includes effective communication skills, clear and friendly communication, persuasive language, and responsiveness to customer needs. This study aims to analyze and evaluate the level of employees' public speaking skills in service and the level of customer satisfaction at Burjo Parjo Tembalang café. The reason the researcher chose Burjo Parjo Tembalang café as the object of research is because of the large number of students and local community members who visit and purchase from the café. This study uses a quantitative approach with an associative technique to determine the relationship and influence of public speaking skills (independent variable, X) on customer satisfaction (dependent variable, Y). This study was assisted by 52 respondents who were customers at the Burjo Parjo Tembalang cafe. The criteria for respondents were that they had made at least two purchases and had interacted directly with the waiters at the Burjo Parjo Tembalang cafe. Data collection was carried out by distributing questionnaires to measure these variables. The results of the study show that the public speaking skills of the employees at the Burjo Parjo Tembalang cafe are at good category and customer satisfaction is in the satisfied category with a score of 4.0. These results show that the public speaking skills of the waiters have a positive influence on customer satisfaction at Burjo Parjo Tembalang cafe through communicative, efficient, friendly, responsive, and efficient communication, which is able to create comfort and a good and pleasant customer experience with a good level of service*

**Keywords : Public speaking, Customer satisfaction, Service quality**

### **1. PENDAHULUAN**

Didalam usaha kuliner sangat diperlukan keterampilan public speaking, skill ini sangat dibutuhkan bagi pelayan disebuah restoran atau cafe. Salah satunya Café Burjo Parjo Tembalang yang menjadikan café yang banyak diminati pelanggan karena lokasinya yang berada dikawasan pendidikan. Pelayan tidak hanya bertugas untuk mengantar makanan saja, namun juga bertanggung jawab untuk menjelaskan menu, menerima pesanan, menangani keluhan, hingga memberikan rekomendasi menu terbaik mereka. Tingkat interaksi yang tinggi, mempengaruhi kualitas komunikasi karyawan terhadap persepsi pelanggan.

Karyawan di café Burjo Parjo seringkali menjadi saranan pemasaran pemilik. Semua aktivitas diatas tidak akan berjalan sempurna tanpa adanya keterampilan komunikasi verbal yang kompeten. Dalam konteks pelayanan pelanggan yang komunikatif dapat diartikan sebagai keterampilan public speaking (Nazma et al., 2024). Keterampilan public speaking mencakup penguasaan suara, penggunaan bahasa persuasif, bersikap ramah, dan menyampaikan suatu informasi dengan percaya diri.

Dalam observasi café Burjo Parjo Tembalang, cafe ini menjadi pilihan utama para mahasiswa

dan masyarakat sekitar. Cafe Burjo Parjo Tembalang dikenal dengan harga terjangkau, pelayanan yang cepat, juga menu variatif. Namun, dibalik kelebihan itu interaksi antara karyawan dan pelanggan memiliki pengaruh yang besar dalam pengalaman makan. Pelanggan tidak hanya membeli makanan tetapi juga pengalaman, karyawan dituntut mampu berinteraksi dengan berbagai karakter pelanggan. Mereka juga harus menciptakan suasana dan kesan yang positif agar pelanggan dapat datang kembali ke cafe burjo parjo tembalang.

Di era persaingan usaha yang ketat, suatu cafe atau restoran harus mampu memberikan pengalaman pelayanan yang baik agar pelanggan tetap bertahan. Pelayan tidak hanya melakukan aktivitas sesuai prosedur namun harus memiliki keterampilan intrapersonal yang tinggi dan termasuk public speaking. Namun masih banyak pelayan yang menganggap keterampilan public speaking sebagai keterampilan sekunder, dan bukan keterampilan inti dari suatu pelayanan. Penelitian terdahulu, menunjukkan jika faktor keterampilan intrapersonal sangat berpengaruh dengan evaluasi pelanggan terutama pelayanan. Tetapi, penelitian tentang public speaking dalam konteks pelayanan pada cafe atau restoran masih tergolong terbatas. Sehingga penelitian ini dimaksud untuk mengisi celah tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan di café Burjo Parjo Tembalang.
2. Bagaimana tingkat keterampilan *public speaking* di café Burjo Parjo
3. Apa pengaruh dari keterampilan *public speaking* dengan tingkat kepuasan pelanggan di café Burjo Parjo Tembalang.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh keterampilan *public speaking* pelayan terhadap kepuasan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan di café Burjo Parjo serta menguji pengaruh keterampilan *public speaking* terhadap *experience* pelanggan.

Teori dasar yang mendukung penelitian ini yaitu sebagai berikut. Pertama yakni Public Speaking yaitu proses suatu komunikasi lisan yang terstruktur dengan tujuan mempengaruhi, menginformasi, atau berinteraksi dan berkomunikasi efektif terhadap audiens (Adolph, 2016). Public speaking yang cukup efektif mencakup kejelasan suara, pemilihan kata yang tepat juga intonasi yang baik serta sikap nonverbal yang mendukung. Mampu menciptakan kesan ramah dan profesional pelayan sehingga pelanggan merasa dihargai. Kemampuan komunikasi yang efektif juga mencakup kejelasan pesan, sikap empati, bahasa tubuh, dan intonasi suara, kepada lawan bicara (DeVito, 2008). Dalam pelayanan seorang pelayan, keterampilan *public speaking* berupa dari menjelaskan menu, cara menyapa pelanggannya, menerima pesanan, dan menanggapi keluhan kritik dan saran. Hal ini meliputi:

1. Keramahan kesopanan.
2. Kejelasan dalam berbicara.
3. Keterampilan dalam menjelaskan informasi menu.
4. Responsivitas terhadap pelanggan.

Yang kedua kepuasan pelanggan, Kepuasan merupakan perasaan senang, merasa dihargai, atau bahkan kekecewaan yang dirasakan suatu individu yang unggul akibat membandingkan suatu kinerja atau hasil produk/jasa yang dipikirkan terhadap hasil yang diharapkan (Wijaya et al., 2021). Kepuasan pelanggan juga suatu tanggapan emosional yang berkaitan dengan ekspektasi dari pengalaman setelah pelanggan memilih produk tersebut. Kepuasan pelanggan juga dapat dianggap sebagai hasil perbandingan antara persepsi satu dengan persepsi lainnya terhadap kepuasan suatu kinerja produk atau layanan yang dimiliki (Aris Ariyanto, Rejeki Bangun et al., 2023). (Lucas, 2019) suatu kepuasan bersifat subjektif yang dipengaruhi dengan

*experience* pelanggan selama menerima layanan. Dalam usaha kuliner seperti *Food and Beverages*, kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan dengan rasa makanan, namun juga dari kualitas interaksi antar pelayan dengan pelanggan dan juga suatu suasana tempat. Berikut Indikator kepuasan pelanggan didalam penelitian :

1. Kesesuaian ekspektasi pelayanan dengan pelanggan.
2. Perasaan puas dengan pelayanan
3. Keinginan untuk kembali berkunjung ketempat itu lagi.

Kemudian yang ketiga hubungan keterampilan *public speaking* dengan kepuasan dari Pelanggan yaitu, kemampuan keterampilan dari komunikasi staf pelayanan memiliki dampak yang kuat terhadap persepsi kepuasan pelanggan, suatu situasi layanan yang nyata akan menemukan pentingnya komunikasi yang efektif dalam menciptakan suatu pengalaman pelanggan yang memuaskan (Muda, 2021). Selanjutnya, perilaku para karyawan didalam restoran khususnya pada aspek personal yang termasuk kedalam aspek komunikasi, hal ini berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan yang menunjukkan bahwa tidak hanya aspek teknis pelayanan saja yang penting namun juga interaksi langsung melalui komunikasi yang komunikatif juga berkontribusi terhadap persepsi kualitas layanan dari pelanggan restoran (Tampaguma et al., 2022). Kepuasan pelanggan diukur dari ekspektasi pelanggan yang terpenuhi dengan baik ketika karyawan melakukan pelayanan. Adapun penjelasan kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Pelanggan merasakan kepuasan dengan terpenuhinya keinginan, harapan, serta kebutuhan dari sebuah pelayanan yang diberikan.
2. Kualitas pelayanan yang diwujudkan dengan sangat baik guna pemenuhan keinginan pelanggan untuk mengimbangi dari ekspektasi konsumen.
3. Kelayakan dapat mengembangkan loyalitas dari pelanggan terhadap produk atau suatu jasa yang mampu memberikan manfaat bagi pelanggan sendiri dan perusahaan.

Aprilyony et al. (2025) Berikutnya faktor pendorong kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Pelanggan akan merasakan kepuasan setelah ia mendapatkan pelayanan atau produk dengan kualitas yang baik.
2. Harga biasanya menjadi sumber faktor kepuasan yang penting, namun faktor harga tidak menjamin jika kualitas yang didapatkan baik.
3. Harga diri dan nilai sosial akan menjadikan pelanggan merasa puas.
4. Kenyamanan dan keefisienan dalam mendapatkan suatu pelayanan akan memberikan nilai plus tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif, yaitu untuk mengetahui hubungan dengan pengaruh antara variabel keterampilan *public speaking* suatu pelayan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Sampel populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan café Burjo Parjo ditembalang sebanyak 52 responden yang dipilih menggunakan Teknik *non-probability sampling*. Peneliti memilih Teknik tersebut dikarenakan para pengunjung café Burjo Parjo tidak semuanya mengalami pengalaman interaksi langsung yang cukup dengan karyawannya. Oleh karena itu, peneliti memilih pelanggan yang hanya memenuhi kriteria tertentu untuk dijadikan responden penelitian agar data yang didapat juga lebih akurat.

Adapun kriteria responden sebagai berikut:

1. Pelanggan pernah berkunjung dan melakukan pembelian di café Burjo Parjo.
2. Pelanggan pernah melakukan pembelian minimal sebanyak 2 kali.
3. Pelanggan pernah berinteraksi langsung dengan karyawan café Burjo Parjo.
4. Pelanggan minimal berusia 17 tahun.

Adapun tahapan prosedur pengambilan sample sebagai berikut:

1. Peneliti menentukan kriteria responden sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Peneliti mendatangi lokasi café Burjo Parjo untuk mengidentifikasi pelanggan yang akan memenuhi kriteria penelitian.
3. Peneliti menjelaskan tujuan dari penelitian kepada calon responden yang memenuhi kriteria.
4. Jika responden bersedia maka peneliti membagikan kuesioner untuk diisi responden secara mandiri.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 52 responden pelanggan café Burjo Parjo Tembalang, berdasarkan data usia, 47 responden (90,38%) berusia pada rentang 17-25 tahun, sedangkan 5 responden berusia pada rentang 26-35 tahun (9,62%). Mayoritas usia 17-25 tahun menunjukkan jika pelanggan café Burjo Parjo didominasi oleh sebagian mahasiswa dan dewasa. Pada kelompok usia itu mayoritas memiliki ekspektasi yang tinggi dengan kualitas pelayanan pelayan. Khususnya pada komunikasi, kualitas pelayanan, keramahan, keefektifan menjelaskan, serta interaktif.

**Tabel 1**  
**Data responden berdasarkan usia**

No	Usia responden	Frekuensi	Presentase (%)
1	17-25 tahun	47	90,38%
2	26-35 tahun	5	9,62%
	Jumlah	52	100%

Sumber : Peneliti (2025)

Secara umum tabulasi data pada tabel 2 menunjukkan jika karyawan telah memiliki kemampuan keterampilan *public speaking* yang baik. Dengan beberapa indikator seperti kepercayaan diri saat berinteraksi, kejelasan saat menjelaskan pertanyaan pelanggan, serta keramahan intonasi suara memperoleh skor dengan rata-rata kategori baik hingga sangat baik. Sedangkan indikator kemampuan mendengarkan pelanggan dengan baik memperoleh skor yang tinggi dengan skor 4,2. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan jika karyawan mampu bersikap responsif serta memperhatikan kebutuhan pelanggan. Dengan komunikasi dua arah yang efektif dapat menciptakan hubungan positif antara karyawan dengan pelanggan serta dapat menciptakan rasa dihargai.

**Tabel 2**  
**Tabulasi variabel keterampilan *public speaking* karyawan**

No	Pernyataan	Skor rata-rata	Kategori
1	Kejelasan komunikasi Karyawan saat berbicara	3,9	Baik
2	Keramahan intonasi suara karyawan saat melayani	4,1	Baik
3	Kemampuan menjawab pertanyaan pelanggan dengan jelas	3,8	Baik
4	Kepercayaan diri karyawan saat berinteraksi	4,0	Baik
5	Kemampuan menjelaskan menu secara menarik	3,9	Baik
6	Kemampuan mendengarkan pelanggan dengan baik	4,2	Sangat baik

Sumber : Peneliti (2025)

Hasil pengolahan data tabel 3 mencapai nilai rata-rata 4,0 dengan kategori puas. Hal ini berhubungan dengan tabel 2, pelanggan merasakan kepuasan pelayanan karyawan café Burjo Parjo Tembalang. Pelanggan merasakan kenyamanan selama ia berada di café Burjo Parjo dan pelanggan merasa dihargai melalui cara komunikasi yang diberikan karyawan. Keinginan untuk Kembali berkunjung juga memperoleh skor tinggi yang berarti bahwa pelayanan yang komunikatif dan efektif mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini juga memperkuat teori yang menyatakan jika kualitas komunikasi dalam suatu pelayanan sangat berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 3**  
**Tabulasi variabel kepuasan pelanggan**

No	Pernyataan	Skor rata-rata	Kategori
1	Tingkat kepuasan terhadap pelayanan karyawan	4,0	Puas
2	Perasaan dihargai melalui cara komunikasi karyawan	4,1	Puas
3	Kesesuaian pelayanan dengan harapan pelanggan	3,9	Puas
4	Kenyamanan pengalaman selama berada di café Burjo Parjo	4,0	Puas
5	Keinginan untuk Kembali berkunjung karena pelayanan yang komunikatif	4,2	Sangat Puas
	Rata-rata	4,0	Puas

Pada tabel 4, distribusi pada tingkat kepuasan pelanggan memperlihatkan jika Sebagian responden merasa puas dan cukup puas. Dengan presentasegabngan lebih dari 80%, Jumlah pada pelanggan kategori sangat puas juga cukup signifikan, sementara pelanggan yang berada dikategori tidak puas berada dipresentase yang sangat kecil. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterampilan *public speaking* karyawan yang cukup baik. Seperti yang ditunjukkan pada tabel 2, Kepuasan pelanggan secara keseluruhan berkontribusi positif terhadap persepsi tersebut.

**Tabel 4**  
**Distribusi tingkat kepuasan pelanggan**

Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat tidak puas	0	0%
2	Tidak puas	2	3,84%
3	Cukup Puas	21	40,38%
4	Puas	22	42,30%
5	Sangat puas	7	13,48%
	Jumlah	52	100%

Sumber : Peneliti (2025)

Dengan keterkaitan dengan hasil antar tabel dapat disimpulkan jika karakteristik pelanggan didominasi pada usia muda dengan range 17-25 tahun yang memiliki kecenderungan menghargai pelayanan yang komunikatif, interaktif, dan efektif. Keterampilan *public speaking* karyawan yang baik mampu menciptakan pengalaman suatu pelayanan yang sangat menyenangkan, sehingga hal ini berdampak kepada tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Penelitian ini menegaskan jika keterampilan *public speaking* merupakan salah satu factor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dicafe Burjo Parjo Tembalang.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini dapat disimpulkan, keterampilan *public speaking* pelayan terhadap kepuasan pelanggan di café Burjo Parjo Tembalang dapat dinilai dapat berkomunikasi dengan baik, komunikatif, jelas, efisien, ramah, sopan, dan juga interaktif. Tingkat kepuasannya pun terdapat pada kategori puas dengan skor rata-rata 4,0. Pelanggan merasakan pelayanan yang nyaman, responsif, dan mampu menciptakan pelayanan yang menyenangkan dengan tingkat kepuasan yang tinggi. Hasil penelitian ini juga menegaskan jika kemampuan *public speaking* karyawan memiliki pengaruh yang sangat spesifik dan signifikan terhadap kepuasan para pelanggan.

Pihak café Burjo Parjo Tembalang disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar para pelanggan semakin nyaman dan dapat berkunjung Kembali dengan alasan tempat yang nyaman dan pelayanan yang memuaskan. Pihak café juga dianjurkan untuk terus

---

melakukan pelatihan pelayanan para karyawan agar kualitas pelayanan yang komunikatif dapat tetap terjaga.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *Teknik Dasar Public Speaking*. 1–23.
- Aprilyony, V., Aini, Y. N., & Evelina, T. Y. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI Tipe Eksekutif. *Journal of Islamic Economics Development and Innovation (JIEDI)*, 5(3), 165–177. <https://doi.org/10.22219/jiedi.v5i3.42141>
- Aris Ariyanto, Rejeki Bangun, M. R. M. I., Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, Dienni Ruhjatini Sholihah, M. A., Euis Widiati, Purna Irawan, Susiana Dewi Ratih, R. Suryanti Ismail, D. S. P., & Amrin Mulia Utama, Syahputra, J. B. B. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- DeVito, J. a. (2008). The Interpersonal Communication Book. *PsycCRITIQUES*, 32, 2009. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/29067/4/Chapter II.pdf>
- Lucas, S. (2019). *Master Course Syllabus Course Name : SPCH 1315 Public Speaking*.
- Muda, S. (2021). *Customer Satisfaction Towards Communication Skills Of The Franchise Restaurant Frontliners*. 223–230. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2021.06.02.30>
- Nazma, L., Muchlis, L., & Pujiyanto, W. E. (2024). *Jser 1,2*. 3(1).
- Restoran, P. D. I. (2025). *Persepsi pelanggan pada komunikasi karyawan dalam kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di restoran*.
- Tampaguma, I. K., Kalangi, J. A. ., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 7–12.
- Wijaya, C., S, A., & Hasanah, W. (2021). Pelanggan dan Kepuasan. *Jurnal Dharmawangsa*, 16–25.