

KUALITAS PELAYANAN PADA B.O COFFEE KARAWANG

Dhea Ananda Pratiwi¹, Puji Isyanto²

^{1,2}Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email : mn22.dheapратиwi@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, puji.isyanto@ubpkarawang.ac.id²

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam memajukan perekonomian daerah, termasuk juga dalam sektor kuliner seperti yang dijalankan oleh B. O Coffee Karawang. Artikel ini membahas seberapa pentingnya kualitas pelayanan dalam menunjang keberlangsungan usaha dan pertumbuhan B. O Coffee sebagai sebuah UMKM, terutama dengan fokus pada masalah kekurangan staf dan keterbatasan luas ruangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan observasi deskriptif dan kualitatif, dilaksanakan dengan melakukan pengamatan langsung selama periode praktik kerja dari tanggal 3 Februari hingga 3 Mei 2025. Dari hasil pengamatan, terlihat bahwa kekurangan tenaga kerja pada saat jam-jam ramai dan minimnya area di dalam ruangan saat kondisi cuaca kurang baik berdampak negatif pada tingkat kepuasan pembeli serta kinerja pelayanan. Sebagai jalan keluar, direkomendasikan untuk merekrut karyawan paruh waktu, memperluas area dalam ruangan, dan juga meningkatkan program pelatihan bagi seluruh karyawan. Optimalisasi penggunaan media sosial serta layanan pesan antar daring juga disarankan sebagai langkah tambahan guna memastikan keberlanjutan operasional. Kesimpulan dari penelitian ini menggarisbawahi bahwa kualitas pelayanan yang prima merupakan modal utama dalam membangun loyalitas konsumen dan meningkatkan kemampuan bersaing UMKM di zaman sekarang.

Kata Kunci: UMKM, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Tenaga Kerja.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in advancing the regional economy, including in the culinary sector as practiced by B. O Coffee Karawang. This article discusses the importance of service quality in supporting the sustainability and growth of B. O Coffee as an MSME, especially focusing on issues of staff shortages and limited space. This research uses a descriptive and qualitative observation approach, conducted through direct observation during the internship period from February 3 to May 3, 2025. From the observations, it is evident that the lack of labor during peak hours and the limited indoor area during unfavorable weather conditions negatively impact customer satisfaction and service performance. As a solution, it is recommended to hire part-time employees, expand the indoor area, and also enhance training programs for all employees. Optimizing the use of social media and online delivery services is also suggested as an additional step to ensure operational sustainability. The conclusion of this research emphasizes that excellent service quality is the main asset in building consumer loyalty and improving the competitive capability of MSMEs in today's era.

Keywords: MSMEs, Service, Customer Satisfaction, Workforce.

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah elemen vital dalam ekonomi Indonesia, karena memiliki kemampuan untuk menyerap banyak tenaga kerja serta menjadi penggerak ekonomi bagi masyarakat lokal. Seiring dengan perkembangan zaman dan perubahan cara hidup masyarakat, khususnya di daerah perkotaan seperti Karawang, sektor kuliner menjadi salah satu area usaha UMKM yang terus mengalami pertumbuhan dan inovasi. B.O Coffee adalah salah satu contoh umkm dalam bidang ini, sebuah kedai kopi lokal yang ada untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan tempat bersantai, berdiskusi, maupun bekerja dengan suasana yang nyaman dan tenang.

Sebagai bisnis yang beroperasi dalam bidang kuliner, B. O Coffee tidak hanya dituntut untuk menyajikan makanan dan minuman yang berkualitas, tetapi juga memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya. Kualitas pelayanan berperan penting dalam menentukan sejauh mana kepuasan pelanggan, membentuk reputasi usaha, serta menciptakan loyalitas yang berkelanjutan. Dalam konteks UMKM, pelayanan menjadi salah satu elemen pembeda yang memisahkan suatu usaha dari para pesaing, terutama ketika

produk yang ditawarkan mirip. Tidak hanya pelayanan, penataan makanan yang menarik dan menjaga higienitas tempat makan juga merupakan salah satu bagian yang penting supaya dapat menarik perhatian konsumen dalam mengunjungi tempat makan (Christiarini, 2024). Dalam konteks bisnis, penjualan tidak hanya melibatkan transaksi tetapi juga upaya untuk mempengaruhi konsumen agar melakukan pembelian (Ali & Isyanto, 2024).

Pelayanan yang baik mencakup banyak aspek, mulai dari keramahan karyawan, kecepatan dalam merespons, ketepatan dalam menyajikan pesanan, hingga kenyamanan tempat yang disediakan. Menghasilkan kepuasan pelanggan menghasilkan keuntungan seperti membina hubungan yang sehat antara penjual dan pembeli, menumbuhkan loyalitas pelanggan melalui transaksi berulang, dan menghasilkan rujukan positif dari mulut ke mulut yang bermanfaat bagi perusahaan (Dian Sudiantini et al., 2023). Namun, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan di bidang ini, baik karena keterbatasan sumber daya manusia, sarana, dan prasarana, maupun kurangnya pelatihan mengenai

keterampilan pelayanan. B. O Coffee, sebagai salah satu UMKM yang tumbuh di Karawang, juga tidak lepas dari masalah ini, seperti keterbatasan jumlah tenaga kerja, terutama saat jam-jam sibuk, serta ketersediaan fasilitas indoor yang belum memadai saat cuaca tidak mendukung.

Oleh sebab itu, artikel ini akan membahas secara mendalam mengenai peran pelayanan dalam mendukung operasional dan pertumbuhan UMKM B. O Coffee di Karawang, serta menganalisis bagaimana pelayanan yang baik dapat menjadi aset berharga dalam membangun hubungan yang solid dengan pelanggan. Penelitian dan pemahaman yang mendalam tentang aspek pelayanan di B. O Coffee diharapkan dapat memberikan gambaran jelas mengenai pentingnya pelayanan sebagai fondasi utama keberhasilan sebuah UMKM di zaman modern.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Sharma dalam Buku (Dr.Kadarisman, M.Pd, 2024) menyatakan manajemen adalah usaha untuk mencapai sesuatu dengan menyuruh orang lain atau mempekerjakan orang lain. pengertian manajemen adalah pengelolaan sumber daya yang dilakukan seseorang untuk mencapai tujuan (Ramdani et al., 2024). Manajemen dalam dunia bisnis pada

dasarnya juga dipakai untuk tipe kegiatan organisasi. Dalam prakteknya, manajemen dibutuhkan dimana saja untuk mencapai suatu tujuan bersama (Assoc.Prof.Hantono,S.E., S.Pd, Selvia Fransiska Wijaya, S.E, 2025).

Manajemen pemasaran adalah Fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberi nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya (Hidayat et al., 2024). Divisi pemasaran tidak bisa diabaikan karena berkontribusi dalam banyak hal untuk kelancaran proses pemasaran produk (Rr Sri Kartikowati, 2024). Menurut Basu Swasta dalam buku (Rahmadani Hidayat, S.E., 2023), sistem kegiatan usaha secara keseluruhan adalah bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa dan gagasan kepada sasaran guna mencapai tujuan organisasi.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dimiliki (Sadu et al., 2024).

Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen (Januario et al., 2024). Kualitas Pelayanan yang baik akan tercipta seiring dengan perwujudan Disiplin (Muzammil et al., 2024).

METODE PENELITIAN

PMetode yang diterapkan adalah metode deskriptif observatif dan kualitatif. Metode ini dilakukan dengan cara menyaksikan langsung kegiatan yang berlangsung di lapangan dan memberikan gambaran yang teratur mengenai situasi dan aktivitas yang terjadi. Kegiatan ini dilaksanakan di UMKM B. O Coffee Karawang, yang terletak di Karawang, sepanjang periode kegiatan yang dimulai dari tanggal 03 febuari 2025 hingga 03 mei 2025. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperoleh pemahaman langsung tentang proses pelayanan bagi pelanggan, interaksi antara barista dan konsumen, serta operasi sehari-hari di kedai kopi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan di UMKM B. O Coffee Karawang, teridentifikasi bahwa salah satu masalah utama dalam pelayanan adalah kurangnya jumlah tenaga kerja, terutama

saat periode sibuk, yang berakibat pada lambatnya pelayanan dan tidak maksimalnya kualitasnya. Selanjutnya, terbatasnya fasilitas di area dalam ruangan juga menjadi kendala saat hujan atau cuaca ekstrem, di mana pelanggan tidak memiliki tempat yang nyaman untuk berlindung, yang berdampak negatif pada kepuasan pelanggan dan menurunkan potensi penjualan. Situasi ini menunjukkan bahwa pelayanan yang ada belum sepenuhnya efektif dalam memenuhi kenyamanan dan kebutuhan pelanggan, terutama dalam keadaan khusus yang memerlukan respons cepat dan ruang yang cukup.

Untuk mengatasi masalah ini, B. O Coffee perlu mempertimbangkan untuk menambah jumlah tenaga kerja paruh waktu atau freelance, terutama pada hari dan waktu dengan banyak pengunjung, untuk menjamin kelancaran dan kecepatan pelayanan. Untuk mencapai hasil kerja organisasi secara maksimal, setiap organisasi harus berusaha memenuhi tujuannya dengan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya sambil menjamin keberlanjutan organisasi jangka panjang. Artinya kinerja organisasi tercapai apabila tugas atau pekerjaan dilakukan secara efektif dan efisien dan tetap relevan

dengan keinginan semua pemangku kepentingan (Lestari et al., 2025). Selain itu, pengembangan atau renovasi area dalam ruangan merupakan langkah penting agar pelanggan tetap nyaman saat kondisi cuaca buruk. Pilihan lain adalah dengan menyediakan kanopi sementara atau tenda ringan sebagai solusi jangka pendek. Anak muda sekarang lebih suka tempat yang bisa mendukung gaya hidup mereka yang fleksibel bisa untuk nongkrong, kerja, atau belajar. Gen Z kini punya cara tersendiri dalam menentukan sebuah pilihan, baik itu produk maupun tempat nongkrong. Mereka bukan hanya memilih rasa kopi yang enak, tapi juga pengalaman yang seru dan tempat yang sesuai dengan gaya hidup mereka. Suasana nyaman, desain interior estetik, dan pelayanan yang ramah menjadi pertimbangan utama. Akhirnya coffee shop menjadi lokasi favorit untuk bersantai, menyelesaikan pekerjaan, atau sekadar berbagi cerita di media sosial (Anjelina et al., 2025). Di samping hal tersebut, peningkatan pelatihan bagi karyawan dalam aspek efisiensi kerja dan pelayanan pelanggan juga dapat meningkatkan kinerja operasional secara keseluruhan. Dengan upaya-upaya ini, diharapkan B. O Coffee dapat memperkuat

kualitas pelayanannya dan mempertahankan loyalitas dari pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan pada umkm B.O Coffee Karawang, dapat disimpulkan bahwa pelayanan berperan penting dalam kegiatan operasional bisnis. Beberapa masalah yang ditemukan dalam umkm ternyata sangat berpengaruh terhadap kegiatan operasional bisnisnya. Pentingnya kerja sama tim, efektivitas komunikasi internal, serta strategi pelayanan cepat dan responsif dalam menjaga kepuasan pelanggan.

Ada beberapa saran yang dapat menjadi masukan untuk umkm B.O Coffee dalam pengembangan operasionalnya. Disarankan agar memperkuat sistem pembagian tugas saat jam sibuk dan mempertimbangkan penambahan staf sementara pada hari-hari libur atau akhir pekan untuk mengurangi antrean dan menjaga kualitas pelayanan. Selain itu, optimalisasi media sosial serta layanan pemesanan online dapat menjadi solusi dalam menghadapi penurunan jumlah pengunjung akibat cuaca buruk. Diharapkan saran-saran ini dapat membantu menciptakan pengalaman kerja praktik yang lebih optimal dan

mendukung peningkatan kualitas pelayanan di B.O Coffee.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, I., & Isyanto, P. (2024). Analisis Strategi Penjualan dan Pemasaran Produk Skincare Ms Glow. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 121–127. <http://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/848>
- Anjelina, O., Dwi Ananda, S., Dinanti, T., & Noviyanti, I. (2025). Strategi Adaptasi Coffee Shop terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Anak Muda di Pangkalpinang. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(2), 76–90. <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/jumbiwira>
- Assoc.Prof.Hantono,S.E., S.Pd, Selvia Fransiska Wijaya, S.E, . M.MPP. (2025). *Pengantar Manajemen*. widina media utama. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=fOhOEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pengertian+manajemen&ots=zcsS_QIFps&sig=U7WGbCZn4sxQNnpSuQBAC93xxBE&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian manajemen&f=false
- Christiarini, R. (2024). Optimalisasi Pelayanan UMKM Soup Ikan 83 Melalui Implementasi Standard Operating Procedure. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Kewirausahaan*, 02(03), 140–150.

<https://doi.org/10.37253/madani.v2i3.9186>

- Dian Sudiantini, Faidlullah Mahfudz, Muhammad Zaky, Rizka Amalia Putri, & Sunia Hatina. (2023). Strategi Harga Dan Kualitas Pelayanan Pada Penjual Bakso Terhadap Kepuasan Pelanggan (UMKM Bakso Pakde Universitas Bhayangkara). *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 218–235. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i1.1695>
- Dr.Kadarisman, M.Pd, D. (2024). *Teeori & Praktik Manajemen P.O.I.M.E.*
- Hidayat, R. S., Sriyanto, A., Setyarko, Y., Niazi, H. A., Elizabeth, & Vildayanti, R. A. (2024). *Manajemen Pemasaran*.
- Januarioanto, T. B., Wibowo, H. M., Astuti, I., & Rusdianto, A. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Perseroan Terbatas Inmas Surya Makmur Semarang. *Equilibrium Point : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 10–23. <https://doi.org/10.46975/ebp.v7i2.586>
- Lestari, R. P., Johan Efendi, & Agus Setyobudi. (2025). Pentingnya Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 3670–3677.

- <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.78>
80
- Muzammil, V. K., Muzammil, M., Alfitri, N., & Vicky F. Sanjaya. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 2(01), 21–25.
<https://doi.org/10.59422/lbm.v2i01.162>
- Rahmadani Hidayat, S.E., M. . dkk. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=wBzxEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA23&dq=teori+manajemen+pemasaran+menurut+para+ahli&ots=TFuB5E_BTE&sig=YehLVPUR2FyJL9Js9tWw5Hta8ZY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Ramdani, C., Husni, J., Anak, P., & Dini, U. (2024). Manajemen Kelembagaan Di RA Hidayatul Islamiyah Kecamatan Jatisari Kabupaten Karawang. *BANUN: JURNAL PENDIDIKAN ISLAM ANAK USIA DINI* Vol., 2(1), 50–56.
<https://journal.albadar.ac.id/index.php/BANUN/article/view/201>
- Rr Sri Kartikowati, dkk. (2024). *Orientasi Baru dalam Manajemen dan Pengembangan sumber daya manusia*.
https://www.researchgate.net/profile/A-di-Wijayanto-2/publication/384491957_ORIENTASI_BARU_SUMBER_DAYA_MANUSIA/links/66fbb341553d245f9e45dbd4/ORIENTASI-BARU-SUMBER-DAYA-MANUSIA.pdf#page=62
- Sadu, N., Rival, A., & Nawawi, M. (2024). Ualitas Pelayanan Pada Biro Akademik Kemahasiswaan Dan Perencanaan Universitas Tadulako. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi (Jrme)* , 1(1), 40–51.