

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kafe di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam satu dekade terakhir. Meningkatnya konsumsi kopi serta perubahan gaya hidup masyarakat urban telah mendorong banyak pengusaha untuk terjun ke bisnis kafe. Bagi para pemilik bisnis kafe sangatlah menguntungkan bila dikerjakan dengan cerdas dan maksimal. Berdasarkan data terbaru, jumlah kafe di Indonesia telah mencapai lebih dari 461.000 outlet pada tahun 2025, yang menunjukkan pertumbuhan industri kafe yang sangat pesat (Safitri *et al.*, 2025).

Tren pertumbuhan juga didukung oleh perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya di kalangan generasi milenial dan Gen Z. Riset menunjukkan bahwa sekitar 70% konsumen kafe di kota-kota besar adalah anak muda berusia 18-35 tahun yang mencari pengalaman lebih dari sekadar minuman kopi (Hartanto, 2019). Konsumen lebih memilih kafe yang memiliki suasana nyaman, pelayanan yang ramah, serta konsep bisnis yang unik. Oleh karena itu, selain kualitas produk, aspek pelayanan dan pengelolaan bisnis menjadi faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Terdapat tiga faktor utama yang menentukan nilai harga barang dan jasa, yaitu Produksi, Pemasaran, Konsumsi. Strategi pemasaran yang inovatif dapat terlihat melalui penerapan beberapa konsep seperti *Free breakfast* dan *Self-service*, yang tidak hanya menarik minat konsumen tetapi juga meningkatkan pengalaman saat menikmati layanan di kafe (Fawzi *et al.*, 2022).

Di Kabupaten Jember, terdapat total 183 kafe yang tersebar di berbagai kecamatan dengan jumlah yang bervariasi. Kecamatan Sumpalsari memiliki jumlah kafe terbanyak sebanyak 26 kafe. Adapun Kecamatan Sumberjambe menjadi satu-satunya kecamatan yang belum memiliki kafe. Sebaran ini menunjukkan bahwa kafe telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, khususnya di wilayah dengan tingkat aktivitas ekonomi dan pendidikan yang tinggi.

Tabel 1.1 Data Persebaran Kafe di Jember

No	Kecamatan	Jumlah Kafe
1	Kaliwates	19
2	Pakusari	7
3	Patrang	7
4	Panti	6
5	Sukorambi	4
6	Jombang	3
7	Sumbersari	26
8	Jenggawah	6
9	Rambipuji	2
10	Wuluhan	4
11	Ajung	4
12	Gumukmas	3
13	Silo	5
14	Mayang	3
15	Mumbulsari	7
16	Tempurejo	6
17	Kalisat	9
18	Sukowono	6
19	Tanggul	11
20	Semboro	4
21	Kencong	1
22	Ambulu	5
23	Balung	3
24	Arjasa	2
25	Bangsalsari	5
26	Umbulsari	7
27	Ledokombo	3
28	Jelbuk	2
29	Puger	10
30	Sumberbaru	3
31	Sumberjambe	0
Total		183

Sumber: Data Sekunder dirangkum dari Berbagai Sumber (2024)

Salah satu alasan utama yang mendorong tren ini adalah meningkatnya jumlah konsumen muda, terutama dari kalangan pelajar dan mahasiswa. Mereka cenderung memilih kafe sebagai tempat favorit untuk berkumpul (Hermawan *et al.*, 2024). Pengelola kafe di Jember mulai menerapkan berbagai strategi inovatif, seperti menciptakan suasana yang nyaman (*ambience*), menyediakan menu yang

sesuai tren, serta memberikan pelayanan yang cepat, guna bersaing di tengah pasar yang semakin kompetitif.

Kepuasan konsumen merupakan hasil akhir dari perasaan suka atau tidak suka yang dialami konsumen setelah mengonsumsi atau menggunakan produk, terutama setelah membandingkannya dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan, karena konsumen yang puas cenderung akan kembali dan merekomendasikan kafe kepada orang lain. Dalam industri yang sangat kompetitif seperti kuliner, kualitas pelayanan dan pengelolaan operasional menjadi dua faktor penting yang secara langsung memengaruhi pengalaman konsumen. Pelayanan yang baik mencakup kecepatan, keramahan, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sementara sistem pengelolaan yang efektif memastikan bahwa semua aspek operasional berjalan lancar, mulai dari pengadaan bahan baku hingga penyajian produk. Dengan adanya peningkatan tersebut, kafe dapat membuat hal baru terkait pengalaman yang memuaskan bagi konsumen, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas dan reputasi bisnis (Fadhli & Pratiwi, 2021).

Konsumen memilih kafe sebagai tempat untuk bersosialisasi dan bekerja, menciptakan peluang bagi para pelaku industri untuk menawarkan pengalaman yang menarik. Fenomena ini telah melahirkan berbagai kafe dengan konsep yang beragam, mulai dari yang sederhana hingga yang mewah, menciptakan kondisi persaingan yang sangat ketat. Setiap kafe berupaya menarik perhatian konsumen melalui penawaran unik, menu kreatif, dan atmosfer yang menarik. Dalam situasi ini, kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang membedakan satu kafe dari lainnya. Kafe perlu mengembangkan strategi yang efektif untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada dan menarik konsumen baru agar dapat bertahan dan berkembang di pasar yang semakin jenuh dan kompetitif. Dalam menghadapi persaingan yang ketat di industri kreatif kuliner, penting bagi para pelaku industri untuk menyusun strategi yang mampu menarik konsumen dan pada akhirnya menciptakan kepuasan yang berkelanjutan (Khoiriyah & Habib, 2024).

Cafe Puspa Rasa Kopi terletak di Perumahan Mastrip Blok X6, Summersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Merupakan kafe yang menerapkan konsep bernuansa Rumahan dengan menawarkan berbagai macam menu makanan dan

minuman serta didukung oleh situasi tempat yang nyaman. Cafe Puspa Rasa Kopi memiliki dua strategi unggulan, yaitu konsep *Free breakfast* dan konsep *Self-service*, yang terbukti mampu meningkatkan daya saing di tengah industri kuliner yang kompetitif.

Konsep *Free breakfast* disediakan oleh Cafe Puspa Rasa Kopi setiap pagi berlaku pada pukul 07.00-09.00 WIB saja dengan berbagai pilihan menu sarapan tanpa biaya tambahan, menu sarapan yang disajikan sering kali bervariasi setiap hari, mencakup menu nusantara seperti nasi goreng, roti bakar, atau hidangan tradisional lainnya, sehingga memberikan pengalaman baru bagi pengunjung. Konsep ini dirancang untuk menarik lebih banyak konsumen, terutama di saat kafe biasanya sepi, sekaligus mendorong mereka untuk mencoba menu lainnya.

Self-service memungkinkan konsumen memesan langsung di counter, didukung oleh fasilitas seperti remote pemanggil dan area pengembalian alat makan, yang mempercepat pelayanan dan meningkatkan efisiensi operasional. Di Cafe Puspa Rasa Kopi, penerapan sistem *Self-service* menjadi strategi yang menarik untuk meningkatkan kepuasan konsumen, terutama bagi konsumen yang mengutamakan efisiensi waktu. Dengan menyediakan sistem ini dapat mengurangi antrean, mempercepat proses transaksi, dan memberikan pengalaman konsumen yang lebih baik. Didukung dengan lokasi strategis, desain modern-minimalis, promosi melalui media sosial seperti Instagram, serta pengaruh dari rekomendasi teman atau keluarga, Cafe Puspa Rasa Kopi menciptakan pengalaman unik dan nyaman yang meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen. Kombinasi strategi ini membedakan kafe dari kompetitornya dan memperkuat posisinya di pasar kuliner Jember.

Pengelolaan bisnis di Cafe Puspa Rasa Kopi adalah proses terintegrasi yang mencakup perencanaan strategis, pengorganisasian sumber daya, pengarahan karyawan dan pengawasan kinerja untuk mencapai tujuan secara efisien dan efektif. Proses ini melibatkan pengelolaan semua aspek operasional, termasuk sumber daya manusia, keuangan, produksi, dan pemasaran. Di Cafe Puspa Rasa Kopi, pengelolaan yang efektif dimulai dengan rencana bisnis yang jelas dan pemilihan lokasi strategis yang dapat menarik pengunjung. Fokus pada kualitas produk sangat penting, dengan penyediaan kopi berkualitas tinggi dan menu menarik yang sesuai

dengan selera pelanggan. Strategi pemasaran yang efektif dan perhatian terhadap umpan balik pelanggan juga berperan dalam menarik dan mempertahankan konsumen (Christian, 2021).

Untuk memastikan bahwa fenomena pelayanan, yang diwujudkan melalui sistem *self-service*, dan pengelolaan bisnis adalah dua variabel yang secara dominan mempengaruhi kepuasan di Cafe Puspa Rasa Kopi, Diperlukan bukti nyata yang lebih kuat dari asumsi yang sudah ada. Proses ini diawali dengan mengaitkan kedua fenomena tersebut pada landasan teori yang kuat. Variabel pelayanan, khususnya efisiensi dari sistem *self-service*, dapat dianalisis menggunakan teori Kualitas Layanan (SERVQUAL), di mana aspek kecepatan dan kemudahan (*responsiveness*) menjadi pendorong utama kepuasan. Di sisi lain, variabel pengelolaan mencakup keputusan strategis yang dampaknya dirasakan langsung oleh pelanggan, seperti pemilihan lokasi, desain interior (*store atmosphere*), kualitas produk, dan pemasaran, yang merupakan hal sentral dalam teori Manajemen Pemasaran untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan.

Untuk membuktikan dominasi kedua variabel ini, perlu dilakukan penelitian kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda, di mana kualitas pelayanan dan efektivitas pengelolaan diukur sebagai variabel independen terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Dominasi salah satu variabel dapat dipastikan dengan membandingkan nilai Koefisien Beta Standar (*Standardized Coefficients Beta*) dari hasil analisis tersebut variabel dengan nilai Beta tertinggi adalah yang paling dominan pengaruhnya. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang relevan, seperti riset oleh Bago *et al.* (2022), yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada sebuah kafe. Penelitian yang lebih baru oleh Castillo & Río (2023) mengonfirmasi bahwa faktor-faktor seperti kualitas layanan dan nilai produk, yang merupakan hasil dari pengelolaan, secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen di kedai kopi. Dengan menerapkan metodologi serupa di Cafe Puspa Rasa Kopi, dapat divalidasi secara statistik apakah pelayanan dan pengelolaan memang menjadi dua pilar utama yang menopang kepuasan pelanggannya.

Cafe Puspa Rasa Kopi menghadapi tantangan dalam menjaga kepuasan konsumen di tengah persaingan industri kafe yang semakin ketat. Meskipun

memiliki keunggulan dalam kualitas kopi, beberapa konsumen mengeluhkan lamanya waktu penyajian, kurangnya keramahan staf, serta keterbatasan variasi layanan. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa aspek pelayanan dan pengelolaan bisnis memainkan peran penting dalam membangun loyalitas konsumen. Strategi pemasaran seperti konsep *Free breakfast* dan *Self-service* juga dapat menjadi daya tarik bagi konsumen, namun tanpa didukung oleh manajemen operasional yang efisien dan pelayanan yang optimal, upaya tersebut mungkin tidak memberikan dampak maksimal. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman mendalam mengenai bagaimana pelayanan dan pengelolaan bisnis berperan terhadap tingkat kepuasan konsumen, sehingga Cafe Puspa Rasa Kopi dapat meningkatkan daya saing dan mempertahankan konsumen setia.

Penelitian ini meneliti faktor-faktor seperti lamanya waktu penyajian, keramahan staf, dan layanan yang berpengaruh langsung pada kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga melihat strategi pemasaran baru, seperti konsep *Free Breakfast* dan *Self-Service*, untuk mengetahui dampaknya pada pengalaman pelanggan. Dengan memberikan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian, diharapkan Cafe Puspa Rasa Kopi dapat meningkatkan kualitas layanannya dan efisiensi operasional, sehingga lebih kompetitif dan bisa mempertahankan pelanggan setia.

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, teridentifikasi adanya kesenjangan antara potensi produk yang unggul dengan realitas operasional yang dihadapi oleh Cafe Puspa Rasa Kopi, di mana isu-isu terkait pelayanan dan pengelolaan berpotensi menurunkan tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perlu dilakukan sebuah penelitian yang lebih dan sistematis untuk menganalisis secara empiris pengaruh variabel pelayanan dan pengelolaan bisnis terhadap kepuasan konsumen. Mengingat urgensi untuk memberikan landasan data yang kuat dalam merumuskan rekomendasi strategis bagi Cafe Puspa Rasa Kopi agar dapat meningkatkan daya saingnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **"PENGARUH PELAYANAN DAN PENGELOLAAN DALAM BISNIS KAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Cafe Puspa Rasa Kopi)"**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cafe Puspa Rasa Kopi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah pengelolaan usaha yang diterapkan Cafe Puspa Rasa Kopi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah pelayanan dan pengelolaan usaha secara simultan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen di Cafe Puspa Rasa Kopi?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cafe Puspa Rasa Kopi dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh pengelolaan usaha yang diterapkan Cafe Puspa Rasa Kopi terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan dan pengelolaan usaha secara simultan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Cafe Puspa Rasa Kopi.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Cafe Puspa Rasa Kopi, penelitian memberikan rekomendasi kepada kafe terkait aspek pelayanan dan pengelolaan terhadap kepuasan konsumen Cafe Puspa Rasa Kopi.
2. Bagi Konsumen, penelitian ini mendorong kafe untuk lebih responsif terhadap umpan balik konsumen, sehingga meningkatkan keterlibatan dan kepuasan konsumen Cafe Puspa Rasa Kopi.
3. Bagi Peneliti, hasil penelitian menjadi acuan bagi peneliti lain dalam studi mengenai pelayanan dan kepuasan konsumen di industri kuliner.