

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum *Caffe Beli Kopi Demak*

#### 1. Sejarah *Caffe Beli Kopi Demak*

*Caffe Beli Kopi Demak* berdiri sejak tahun 2019 lalu, merupakan sebuah merek lokal Indonesia yang menjual beragam minuman varian menu kopi dan nonkopi. Belikopi juga menyediakan aneka ropang atau roti panggang dengan beragam topping. *Coffee shop* itu memiliki 74 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia, Selain *dine in* atau makan di tempat, kedai kopi ini juga menyediakan sistem *take away* dan tersedia di beberapa aplikasi pengiriman makanan. Belikopi mengusung konsep desain interior industrial minimalis di seluruh outletnya, memberikan kesan nyaman dan modern, Kedai Belikopi buka setiap hari mulai pukul 08.00 hingga 22.00 WIB.

Belikopi menawarkan beragam minuman varian kopi dan non-kopi. Untuk varian kopinya, tersedia *Vanilla Latte*, *Cappuccino*, *Americano*, *Kopi Milo*, *Kopi Machiato*, *Kopi Jelly*, *Kopi Susu Gula Aren*, *Kopi Susu Bandung*, *Kopi Hitam*, *Kopi Chocolate*, *Kopi Avocado*, dan masih banyak lagi. Untuk varian non-kopi tersedia *Matcha*, *Caramel Susu*, *Cheese Milk Tea*, *Avocado*, *Chocolate*, *Milo Boba*, *Ice Petik Mangga*, dan sebagainya.

Belikopi juga menyajikan minuman dengan porsi 1 liter antara lain 1 Liter *Petik Mangga*, 1 Liter *Kopi Hitam*, 1 Liter *Kopi Susu Gula Aren*, 1 Liter *Chocolate*, hingga 1 Liter *Cappuccino*. Harga minumannya dibanderol mulai dari Rp7.500 hingga Rp15.000, sedangkan untuk porsi 1 liter dibanderol mulai dari Rp37.500 sampai dengan Rp75.000.

Selain minuman, Belikopi jugamenawarkan menu Ropang atau roti panggang dengan berbagai varian topping mulai dari Ropang Original, *Chocolate*, *Noughat*, *Cheese*, *Srikaya*, *Ham Cheese*, *Boba*, hingga *Oreo*. Harganya dibanderol mulai dari Rp7.500 hingga Rp12.500.

Belikopi adalah brand minuman yang menjadikan biji kopi lokal sebagai bahan utamanya. Dikutip dari laman resminya, kedai ini mengambil bahan-bahan langsung dari tempat penghasil kopi di berbagai daerah di

Indonesia. Kopi tersebut diproses menggunakan mesin terbaik oleh barista profesional dan berpengalaman. Tidak heran jika kopi yang dihasilkan terasa enak tapi harganya tetap terjangkau, hal itu pula yang menjadi alasan di balik kesuksesan brand Belikopi hingga tersebar di 104 lokasi di Indonesia.

Nama Usaha : *Caffe* Beli Kopi Demak

Nama pemilik : Faris Julinar Maursial

Nama karyawan: Jihan Mahira, Anita Rahayu, Melati, Anggun

## 2. Letak Geografis *Caffe* Beli Kopi Demak

*Caffe* Beli Kopi Demak berlokasi di Jl. Bhayangkara Baru No.4b, Kauman, Bintoro, Kec. Demak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah 59515 Indonesia. Restoran ini menjual berbagai macam jenis makanan/minuman seperti : *Coffee Shop* harga yang ditawarkan pun juga lumayan terjangkau dan menu-menu yang ditawarkan juga cukup bervariasi sehingga cocok disantap dengan teman dan sahabat anda.

## 3. Visi dan Misi *Caffe* Beli Kopi Demak

- a. Visi *Caffe* Beli Kopi Demak  
“Memprioritaskan Pelayanan Terbaik Untuk Semua Konsumen”
- b. Misi *Caffe* Beli Kopi Demak
  - 1) Menyajikan produk berkualitas dengan konsisten
  - 2) Memberikan pelayanan terbaik untuk semua konsumen
  - 3) Membuka cabang-cabang baru di seluruh Indonesia

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan Di *Caffe* Beli Kopi Demak

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Nurmin Arianto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menegunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor”, *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 1 no 2 (2018): 32.

Berdasarkan wawancara di lapangan yang dilakukan oleh peneliti dengan beberapa responden yang terkait langsung dengan implementasi pelayanan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di *Caffe Beli Kopi Demak* yaitu sebagai berikut :

Hasil wawancara dengan Bapak Faris Julinar Maursial selaku manajer di *Caffe Beli Kopi Demak*, beliau menjelaskan bahwa :

*“Dalam mempertahankan loyalitas pelanggan sebuah perusahaan haruslah mempunyai strategi yang menjadi andalan. Tidak terkecuali di Caffe Beli Kopi Demak. Perlu strategi khusus agar para pelanggan tetap loyal terhadap di Caffe Beli Kopi Demak ini salah satunya adalah pelayanan prima dari para operator. Karena operator merupakan ujung tombak di Caffe Beli Kopi Demak ini. Maka dibutuhkan operator yang benar-benar handal dalam pelayanan. Apalagi di Caffe Beli Kopi Demak merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produk dan jasa. Keramahan kesigapan sangat diperlukan untuk menyikapi setiap pelanggan. Saya setiap saat pasti menghimbau para operator untuk selalu menerapkan apa yang menjadi standar di sini. benar-benar harus dijalankan, karena itu akan sangat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan.”<sup>10</sup>*

Bapak Faris Julinar Maursial menjelaskan prosedur pelayanan yang harus dijalankan operator harus sesuai dengan prosedur pelayanan dari *Caffe Beli Kopi Demak*. Beliau menjelaskan bahwa:

*“Pelayanan yang dijalankan operator itu pertama-tama mereka harus memandu atau mengarahkan pelanggan saat memasuki Caffe Beli Kopi Demak sampai ke tempat duduk, mengucapkan salam dengan tersenyum saat berhadapan dengan pelanggan, menanyai mereka membeli kopi atau makanan jenis apa dan bisa memilih di daftar menu, lalu pelayan caffe akan segera mencatat, kemudian pesanan segera di proses lalu setelah jadi, pesanan akan diantarkan ke pelanggan”.<sup>11</sup>*

---

<sup>10</sup> Faris Julinar Maursial, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 2, transkrip.

<sup>11</sup> Faris Julinar Maursial, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 2, transkrip.

Pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kebutuhan dengan tujuan utama yaitu kepuasan konsumen. Demi mencapai kepuasan tersebut, perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima dengan kualitas yang terbaik.

Adapun strategi lain yang diterapkan oleh Bapak Faris Julinar Maursial di *Caffe Beli Kopi Demak*.

*“Pemberian reward atau bonus juga sangat penting menurut saya dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan adanya bonus maka pelanggan akan merasa senang saat membeli kopi disini. Jadi setiap pelanggan akan mendapatkan kartu pelanggan dimana kartu itu akan di isi oleh operator setiap kali mereka melakukan transaksi. Setiap kali kartu sudah penuh akan di jumlah dan sesuai jumlah bisa ditukarkan sesuai dengan hadiah yang sudah tertulis. sehingga mereka dapat menukarkannya”*.<sup>12</sup>

Selain itu, strategi lain yang diterapkan oleh Bapak Faris Julinar Maursial di *Caffe Beli Kopi Demak* antara lain yakni mengenai farina produk yang fariatif yaitu :

*“Menu yang ditawarkan di Caffe Beli Kopi sangat beragam, ada yang menu kopi 1 liter buat nongkrong bareng-bareng, ada juga menu paketan yang tentu saja dengan harga yang lebih murah”*.<sup>13</sup>

Penjelasan dari Jihan Mahira sebagai operator tentang strategi yang dijalankan oleh Bapak Faris Julinar Maursial :

*“Pelanggan tidak boleh merasa kecewa mas, apalagi complain. Jadi kami para operator harus benar-benar menjalankan standar operasional perusahaan agar para pelanggan terpuaskan.”*<sup>14</sup>

Jihan Mahira juga menjelaskan tentang strategi yang dijalankan oleh Bapak Faris Julinar Maursial yaitu :

*“Setiap mau pergantian sift kami para operator selalu di briefing oleh Bapak Faris Julinar Maursial, beliau memberi perintah kami untuk selalu melakukan pelayanan yang maksimal,*

---

<sup>12</sup> Faris Julinar Maursial, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 2, transkrip.

<sup>13</sup> Faris Julinar Maursial, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 2, transkrip.

<sup>14</sup> Jihan Mahira, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 3, transkrip.

*alhasil memang benar dengan pelayanan kami yang benar-benar tulus, ramah dan santun banyak para pelanggan yang senang, mereka pun kembali lagi membeli di hari berikutnya. Kami memberikan kartu pelanggan kepada mereka, ditulis jumlah nominal pembeliannya untuk mendapatkan poin, setelah poinnya cukup, mereka meminta bonus, Caffe ini menyediakan banyak bonus, pelanggan kami pun hafal kebanyakan mereka meminta bonus kopi atau marcendhaes yang sudah dipajang di caffe".<sup>15</sup>*

## 2. Kendala Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di Caffe Beli Kopi Demak

Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk memilih nilai organisasi yang ditawarkan di atas alternative tawaran organisasi pesaing. Loyalitas pelanggan juga menunjukkan kecenderungan organisasi mendapatkan hasil imbalan dari pilihan berkelanjutan pelanggan atas tawaran tertentu. Dengan tingkat loyalitas yang diprediksi akan diperoleh suatu asumsi atas nilai waktu kehidupan pelanggan atau "*lifetime customer value*".

Loyalitas yang diperkuat dengan komitmen diantara organisasi dan pelanggan akan lebih meningkatkan hubungan yang lebih dekat dalam penjaminan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Alur jalan kepuasan dan loyalitas diantara pelanggan yang ada akan menunjukkan arah hasil inti pelanggan didalam proses analisis internal seperti halnya sebuah perusahaan/bisnis *caffe* yang menomor satukan pelanggan dalam pelayanannya. Karena dengan pelayanan yang baik akan membuat kesan/citra yang baik bagi *caffe* sehingga pelanggan tetap membeli dan menjadi pelanggan yang loyal.<sup>16</sup> Dalam menjalankan sebuah bisnis tentu ada kelebihan dan kekurangan, sehingga perlulah perbaikan agar kepuasan pelanggan tetap terjaga. Karena kunci utama keberlangsungan usaha adalah pelanggan yang setia. Terutama usaha dalam bidang produk/jasa seperti *Caffe Beli Kopi*.

Bapak Faris Julinar Maursial menjelaskan kendala-kendala yang dihadapi saat menerapkan strateginya, beliau mengatakan bahwa:

---

<sup>15</sup> Jihan Mahira, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 3, transkrip.

<sup>16</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Marketing Staining Lifetime Customer Value*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 14.



*“Kendala yang kami hadapi cukup banyak sebenarnya. Mulai dari SOP Operator yang kadang tidak dijalankan oleh karyawan. Hal ini menyebabkan saat pengauditan berlangsung Caffé ini tidak mendapat catatan yang valid walau tidak sampai gagal tapi jika itu terus berlangsung maka bukan tidak mungkin bisa saja akan merugikan Caffé ini. Jika dalam audit gagal maka margin Caffé Beli Kopi akan turun. Kendala lain juga datang dari keterlambatan pemberian reward pada pelanggan. Karna Caffé ini berpusat di Jakarta, maka untuk barang-barang pendukung seperti barang reward dikirim langsung dari kantor pusat. Kadang terjadi keterlambatan kiriman. Sedangkan pihak pelanggan tidak mau tahu. Yang mereka inginkan barang bonus diberikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku yaitu jika kartu yang mereka miliki telah mencapai target. Hal semacam ini kadang menjadi kendala yang serius karna ini juga akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan.”<sup>17</sup>*

Bapak Faris Julinar Maursial selanjutnya menjelaskan :

*“Kendala untuk masalah pelayanan sangat banyak sebenarnya. mulai sebagian operator yang susah diatur. Beberapa alasan yang sering diungkapkan kenapa tidak melaksanakan SOP adalah tidak sopannya pembeli dalam melakukan transaksi. Sifat acuhnya pembeli, sehingga operator kadang memilih untuk diam dan tidak melaksanakan apa yang seharusnya dijalankan. saya memaklumi dalam beberapa point ini. Tapi walau bagaimanapun saya tetap melakukan motivasi terhadap mereka bahwa dalam perusahaan produk/jasa memang yang dituntut adalah keramahan dari penyedia jasa itu sendiri. Karena keberlangsungan perusahaan tergantung pada mereka-mereka”<sup>18</sup>*

Mbak Jihan Mahira selaku operator kasir juga menambahkan bahwa:

*“Ada juga pelanggan yang tidak sopan, jadi operator terutama operator wanita memilih untuk diam tidak melakukan SOP Caffé Beli Kopi. Pernah juga pelanggan yang kadang-kadang mengeluh dan membanding-bandingkan bonus yang diberikan Caffé Beli Kopi ini dengan Caffé lain, mungkin yang*

---

<sup>17</sup> Faris Julinar Maursial, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 2, transkrip.

<sup>18</sup> Faris Julinar Maursial, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 2, transkrip.

*menjadi kendala itu. Mereka lebih tertarik pada bonus-bonus yang diberikan oleh Caffe lain*".<sup>19</sup>

Berikut ini beberapa koreksi dari pelanggan dalam menilai *Caffe Beli Kopi Demak*:

Mbak Anis menjelaskan :

*"ATM sering eror mas, kan jadi bingung soalnya uang jalan gaji dari perusahaan kan di transfer, kalau ATM di Caffe Beli Kopi eror kadang susah kalo mau bayar soalnya gak bawa uang cash, harus ambil uang dulu ke ATM yang jaraknya cukup jauh dari caffe"*.<sup>20</sup>

Mbak Anis mengatakan bahwa:

*"Kalau ATM eror bikin pusing, mungkin lebih di perhatikan saja mas fasilitas-fasilitas umumnya biar pelanggan tetap nyaman"*.<sup>21</sup>

Mbak Safitri menambahkan:

*"Tidak ada, cuma saran saya ditambahi petugas keamanan untuk menyebrangkan pelanggan atau tukang parker mas"*.<sup>22</sup>

Mbak Anis juga menambahi tentang kondisi tempat parkir yang sempit, mengatakan bahwa:

*"Kondisi parkir disini sempit mas, kadang kalo sedang ramai, banyak pembeli yang terpaksa mencari warung kopi lain dan tak jarang yang merasa kecewa"*.<sup>23</sup>

Keluhan-keluhan dari pelanggan sebagai faktor penggerak dan pendorong *Caffe Beli Kopi Demak* untuk lebih baik dalam pelayanan kepada para pelanggannya dan lebih unggul dari pesaingnya.

---

<sup>19</sup> Jihan Mahira, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 3, transkrip.

<sup>20</sup> Anis, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 5, transkrip.

<sup>21</sup> Anis, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 5, transkrip.

<sup>22</sup> Safitri, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 6, transkrip.

<sup>23</sup> Anis, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 5, transkrip.

### 3. Solusi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan *Caffe Beli Kopi Demak*

Dari hasil wawancara dengan responden yang menjelaskan beberapa kendala-kendala yang dihadapi dalam menerapkan strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan *Caffe Beli Kopi Demak* antara lain sebagai berikut:

Mbak Safitri selaku pelanggan yang sering berlangganan di *Caffe Beli Kopi* menjelaskan solusi dari kendala-kendala yang dihadapi, beliau mengatakan bahwa:

*Solusinya adalah karyawan sering di briefing dan dimotivasi perihal SOP yang diterapkan oleh perusahaan, kemudian soal reward, pihak Caffe sebaiknya menyediakan stok barang reward sebelum barang reward habis saat diberikan kepada konsumen”.*<sup>24</sup>

Selanjutnya bapak Faris Julinar Maursial menjelaskan :

*“Saya selaku pemilik Caffe Beli Kopi, akan berusaha sebaik mungkin mas, terkait keluhan dari pelanggan yang sudah disampaikan seperti penambahan lahan parkir yang akan kami perlebar, dan juga lebih memperhatikan kondisi inventaris di Caffe Beli Kopi seperti mesin kopi, atm untuk pembayaran dan penarikan uang tunai. Juga tidak lupa akan meningkatkan keamanan di Caffe Beli Kopi seperti pemasangan cct dan pengadaan tukang parkir nantinya”.*<sup>25</sup>

Mbak Jihan Mahira juga menambahkan bahwa:

*“Saya selaku operator kasir akan berusaha memberi pelayanan yang semaksimal mungkin mas biar pelanggan Caffe Beli Kopi merasa nyaman dan juga sering memberi brifing kepada temen-temen pelayan lainnya tentang pelayanan yang ramah biar para pelanggan Caffe Beli Kopi betah dan loyal berada di Caffe Beli Kopi”.*<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Safitri, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 6, transkip.

<sup>25</sup> Faris Julinar Maursial, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 2, transkip.

<sup>26</sup> Jihan Mahira, Wawancara oleh penulis, 22 Januari, 2021, wawancara 3, transkip.



## C. Pembahasan

### 1. Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Di *Caffe* Beli Kopi Demak

Implementasi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam implementasi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, *Caffe* Beli Kopi Demak menjalankan beberapa implementasi yaitu antara lain:

#### a) Strategi Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kebutuhan dengan tujuan utama yaitu kepuasan pelanggan. Demi mencapai kepuasan tersebut, perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima dengan kualitas yang terbaik sehingga pelanggan yang merasakan kepuasan bisa menjadi loyal (setia).<sup>27</sup>

Aturan pelayanan untuk pelanggan sudah ditetapkan oleh pihak *Caffe* Beli Kopi sebagai standart wajib untuk dilakukan operator dalam melayani pelanggan. Aturan itu disebut sebagai SOP (Standar Operasional Prosedur) *Caffe* Beli Kopi :

- 1) Memandu pembeli hingga sampai ke tempat duduknya
- 2) Memberikan 3S (Senyum, Salam dan Sapa) dengan ramah
- 3) Memberikan daftar menu kepada pelanggan
- 4) Setelah pelanggan memilih, pelayan segera memproses pesanan
- 5) Setelah pesanan jadi, pelayan segera mengantarkan pesanan kepada pelanggan
- 6) Setelah pelanggan selesai menikmati hidangan, pelanggan bisa langsung melakukan pembayaran di kasir

---

<sup>27</sup> Julian Aryandi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu”, Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis 3 no 1 (2020): 118.

- 7) Kasir segera memberikan bukti pembayaran dan jumlah kembalian yang pas
- 8) Mengucapkan terima kasih dan selamat jalan dengan tersenyum.<sup>28</sup>

Menurut penulis, setiap operator mempunyai kewajiban menjalankan SOP (Standar Operasional Prosedur) *Caffe Beli Kopi* kepada setiap konsumen/pelanggan yang membeli di *Caffe Beli Kopi* itu membeli sedikit atau banyak. SOP operator harus selalu diawasi oleh supervisor di lapangan maupun lewat CCTV. Jika mereka tidak menjalankannya akan mendapatkan sanksi tegas dari supervisor (pengawas). SOP (Standar Operasional Prosedur) *Caffe Beli Kopi* operator di audit oleh *Caffe Beli Kopi* sebagai salah satu penilaian pelayanan di *Caffe Beli Kopi Demak*.

**b) Strategi takaran dan menu variatif**

Takaran adalah alat yang diperuntukan atau dipakai untuk pengukuran kuantitas atau penakaran. Takaran sebagai alat ukur volume yang bentuk, ukuran dan persyaratan lainnya ditetapkan berdasarkan ketentuan dan syarat-syarat teknis yang berlaku.<sup>29</sup>

*Caffe Beli Kopi* ini menetapkan dan memberikan ukuran yang pas tanpa adanya plus minusnya sehingga tidak ada yang dirugikan dan pelanggan pun puas dengan takaran. Setiap awal bulan supervisor melakukan density 1 liter pada gelas ukur untuk mengetes kuantitas minuman misal pada minuman kopi untuk memastikan takarannya pas, jika takarannya berubah supervisor membenarkan dengan memprogram pada display dispenser pump sehingga takarannya pas. Biasanya sebelum ada audit dari *Caffe Beli Kopi* supervisor melakukan dengan bejana ukur.<sup>30</sup>

Beberapa menu *Caffe Beli Kopi Demak* yang bisa menjadi pilihan konsumen adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1**

<sup>28</sup> Hasil observasi di *Caffe Beli Kopi Demak*, pada 22 Januari, 2021.

<sup>29</sup> Santika Sari, “*Analisis Peramalan Permintaan Kopi Susu di Caffe Margonda*”, *Journal Industrial Services* 6 no 1 (2020): 27.

<sup>30</sup> Hasil observasi di *Caffe Beli Kopi Demak*, pada 22 Januari, 2021.

### Menu Kopi

No.	Jenis Makanan/Minuman	Harga
1.	Caramel Machiato	Rp12.000
2.	Vanilla Latte	Rp11.000
3.	Cappucino	Rp10.000
4.	Americano	Rp7.000
5.	Kopi Jelly Gula Aren	Rp11.000
6.	Kopi Hitam	Rp7.000
7.	Kopi Avocado	Rp10.000
8.	Kopi Susu Gula Aren	Rp10.000
9.	Kopi Susu Bandung	Rp10.000
10.	Kopi Chocolate	Rp10.000

**Tabel 4.2**  
**Menu Non Kopi**

No.	Jenis Makanan/Minuman	Harga
1.	Cookies And Cream	Rp13.750
2.	Strawberry	Rp10.000
3.	Matcha	Rp10.000
4.	Cheese Milk Tea	Rp10.000
5.	Caramel Susu	Rp10.000
6.	Chocolate	Rp10.000
7.	Avocado	Rp10.000
8.	Redvelvet	Rp10.000
9.	Taro	Rp10.000
10.	Klepon	Rp10.000

**Tabel 4.3**  
**Menu Makanan ROPANG (Roti Panggang)**

No.	Jenis Makanan/Minuman	Harga
1.	Original	Rp7.000
2.	Chocolate	Rp8.000
3.	Nougat	Rp8.000
4.	Cheese	Rp8.000
5.	Sarikaya	Rp8.000
6.	Oreo	Rp10.000
7.	Hitam & Cheese	Rp10.000
8.	Chick & Cheese	Rp10.000

9.	Taro	Rp10.000
10.	Boba	Rp11.000

**Tabel 4.4**  
**Topping Tambahan**

No.	Jenis Makanan/Minuman	Harga
1.	Boba	Rp2.500
2.	Jelly	Rp2.500
3.	Machiato	Rp2.500
4.	Espresso	Rp2.500

*Caffe* Belikopi juga menjual beberapa produk kopi, yakni bubuk kopi Indonesia, kopi sangrai komersial, dan kopi sangkarai premium. Bubuk kopi yang dijual cukup terjangkau, dibanderol dengan harga mulai dari sekitar Rp40.000 hingga Rp120.000.<sup>31</sup>

Menurut penulis, ketika menyeduh kopi hitam, menakar bubuk dan air merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Cara ini tidak hanya bertujuan untuk menentukan kuat atau nggaknya cita rasa kopi, tapi takaran kopi dan air dapat menjadi faktor “*make or break*” atau penentu gagal atau nggaknya proses penyeduhan. Kalau air kebanyakan, kopi akan terasa hambar dan, sebaliknya, kopi akan terasa terlalu terekstraksi bila air sedikit.

**c) Strategi Bekerjasama dengan Perusahaan Lain/ Bermitra**

Simbiosis Mutualisme atau bekerjasama yang saling menguntungkan adalah salah satu cara yang dapat dilakukan dalam berbisnis untuk tetap eksis.<sup>32</sup> *Caffe* Beli Kopi Demak merupakan salah satu bisnis yang cukup lama di daerah Demak dan sekitarnya. Oleh karena itu nama *Caffe* Beli Kopi Demak ini cukup familiar dikalangan masyarakat di daerah Demak dan sekitarnya.

*Caffe* Beli Kopi Demak telah menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan seperti PT.ARS putra, PT. JAYA Transportation, PT. SIBA SURYA dan masih banyak perusahaan-perusahaan kopi lainnya. Dimana mereka bisa mensuplai di *Caffe* Beli Kopi Demak dengan sangat mudah

<sup>31</sup> Hasil observasi di *Caffe* Beli Kopi Demak, pada 22 Januari, 2021.

<sup>32</sup> H. Indra, “*Strategi Perencanaan Agregat Sebagai Pilihan Kapasitas Produksi*”, Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana 5 no 1 (2021):73.

yaitu pihak *Caffe* Beli Kopi Demak menyediakan space untuk menjual produk dari perusahaan mitra *Caffe* Beli Kopi Demak sebagai bentuk kerjasama bersama masyarakat dan perusahaan sekitar Demak.

Menurut penulis, Menjadikan kolaborasi sebagai strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha tidaklah mudah. Banyak pertimbangan yang harus dilakukan, salah satunya adalah kiat memilih mitra yang andal dan terpercaya. Memilih mitra yang tepat merupakan kunci sukses dari kolaborasi di *Caffe* Beli Kopi Demak.

**d) Strategi *Relationship Marketing***

Membangun hubungan baik dengan pelanggan adalah salah satu strategi yang sangat jitu agar pelanggan tetap loyal terhadap produk kita. Dengan mengucapkan terimakasih karena telah melakukan pembelian terhadap produk kita Pelanggan akan tersanjung dan akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Karena kepuasan pelanggan merupakan salah satu cara untuk merancang dan menciptakan loyalitas pelanggan.<sup>33</sup>

Menurut penulis, Strategi *Relationship Marketing Caffe* Beli Kopi Demak adalah salah satu upaya yang harus digunakan *Caffe* Beli Kopi Demak dalam melakukan pendekatan terhadap pelanggan yang melakukan pembelian. *Relationship marketing* adalah sebagai upaya pengembangan relasi berkesinambungan dengan para pelanggan dalam kaitannya dengan serangkaian produk seperti kopi dan produk yang lain yang dijual di *Caffe* Beli Kopi Demak.

**e) Strategi Bonus (*Rewads*)**

Bonus atau *rewards* adalah suatu imbal jasa yang diberikan kepada pelanggan yang loyal, agar mereka tetap loyal (setia).<sup>34</sup> Sebagai perusahaan produk/jasa, *Caffe* Beli Kopi tentunya harus mempertahankan loyalitas pelanggannya, karena pelanggan merupakan faktor yang mempengaruhi keberlangsungan hidup sebuah bisnis. Sebagai salah satu strategi yang dilakukan adalah

---

<sup>33</sup> Julian Aryandi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu”, Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis 3 no 1 (2020): 118.

<sup>34</sup> Yunita Unnisyak, “mempertahankan loyalitas konsumen melalui kualitas pelayanan”, Jurnal Pemasaran 2 no 1 (2021): 4.



memberikan bonus atau *rewards* untuk para pelanggan agar mereka tetap loyal pada *Caffe Beli Kopi*.

Pelanggan yang ingin mendapatkan bonus atau *rewards* telah disediakan kartu pelanggan yang berlaku untuk satu tahun. Kartu itu dapat diisi setiap pelanggan melakukan pembelian dan diisi sesuai dengan nilai jumlah pembelian. Jadi setiap pelanggan melakukan transaksi pembelian produk *Caffe Beli Kopi* apapun harus membawa kartu tersebut untuk dicatat oleh operator yang melayaninya di mesin kasir. Setiap bulannya dijumlah dapat berapa. Bonus yang diberikan berbeda tergantung jumlah poin pembeliannya yang dihitung.

Pelanggan yang mempunyai kartu pelanggan berbonus adalah pelanggan yang tetap setiap harinya mengisi poin berbelanja di *Caffe Beli Kopi*. Kebanyakan pelanggan adalah pemuda daerah Demak dan para pengendara yang lewat di jalan raya Demak untuk sekedar nongkrong ataupun beristirahat dalam perjalanan.<sup>35</sup>

Menurut penulis, Setelah memberikan *reward* ada baiknya jika *Caffe Beli Kopi* Demak memantau sejauh mana perubahan pada kinerja karyawan dan sejauh mana loyalitas para pelanggan *Caffe Beli Kopi* Demak setelah diberi *reward*.

#### f) **Strategi Motivasi Karyawan**

Motivasi adalah daya pendorong yang mengakibatkan seorang anggota mau dan rela untuk menggerakkan kemampuan dalam bentuk keahlian atau keterampilan, tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya, dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang telah ditentukan sebelumnya.<sup>36</sup>

Motivasi merupakan dorongan yang muncul dari dalam diri individu atau dari luar diri (orang lain) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai. Motivasi yang dilakukan oleh direktur *Caffe Beli Kopi* Demak sebagai rencana strategis dalam mempertahankan

---

<sup>35</sup> Hasil observasi di *Caffe Beli Kopi* Demak, pada 22 Januari, 2021.

<sup>36</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (C.V ANDI OFFSET, Yogyakarta, 2013), 154.

loyalitas pelanggan kepada karyawannya yaitu dengan cara melakukan *briefing*. *Briefing* sebagai sarana komunikasi efektif antar semua karyawan dan antar bagian atau divisi, sebagai sarana informasi hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan dan aturan perusahaan dan sebagai sarana menanamkan nilai-nilai perusahaan dan budaya kerja. Dengan *briefing* dapat membuat setiap karyawan mengerti tentang apa yang harus dilakukan atau mengerti akan tanggung jawab masing-masing.

*Briefing* dilakukan oleh manajer sebelum karyawan-karyawannya memulai kerja untuk menyatukan semangat dan etos kerja. Dalam *briefing* yang dilakukan oleh manajer menerangkan target dan tujuan yang akan dicapai bersama yaitu mempertahankan loyalitas pelanggan dan keberhasilan audit *Caffe* Beli Kopi dan menerangkan tanggung jawab yang harus dilakukan. *Briefing* dilakukan 15 menit sebelum pergantian sift.

Manajer memberikan review tentang SOP pelayanan operator yang perlu di perbaiki dan ditingkatkan, mengkoreksi siapa saja yang belum maksimal. Apalagi jika mau menghadapi audit dari *Caffe* Beli Kopi pelayanan operator menjadi faktor penting yang dinilai oleh auditor. Manajer secara terus-menerus mengawasi apakah ada peningkatan pelayanan atau tidak. Pengawasan dilakukan dengan secara langsung di lapangan dan juga pemantauan dari CCTV.

*Briefing* dilakukan tidak hanya pada pelayanan operator saja, tetapi juga kepada petugas kebersihan/OB dalam membersihkan area *Caffe* Beli Kopi yang mencakup area meja pembeli, kantor, lantai, parkir, mushola, toilet dan lain sebagainya, semuanya harus bersih karena kebersihan *Caffe* Beli Kopi bukan hanya menjadikan konsumen/pelanggan nyaman berada di *Caffe* Beli Kopi tapi juga kebersihan *Caffe* Beli Kopi termasuk salah satu penilaian dari para pembeli *Caffe* Beli Kopi.<sup>37</sup>

Menurut penulis, dengan adanya motivasi karyawan, operator diharapkan melakukan SOP *Caffe* Beli Kopi dengan maksimal kepada setiap pelanggan yang membeli di *Caffe* Beli Kopi, petugas kebersihan yang diharapkan membersihkan area *Caffe* Beli Kopi dengan

---

<sup>37</sup> Hasil observasi di *Caffe* Beli Kopi Demak, pada 22 Januari, 2021.

maksimal dan ikut menjaga fasilitas-fasilitas yang ada untuk kenyamanan pelanggan sehingga akan membuat pelanggan tetap loyal membeli di *Caffe Beli Kopi Demak*.

## 2. Kendala dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di *Caffe Beli Kopi Demak*

Perusahaan wajib menjaga hubungan dengan para pemasok dan *stakeholdernya*, tapi harus juga membangun ikatan, kesetiaan dan jaringan dengan para pelanggannya. Untuk mendapatkan pelanggan yang setia tidaklah mudah, perusahaan dituntut memiliki ketrampilan yang cukup dalam mengumpulkan petunjuk.<sup>38</sup> Dalam menerapkan strategi tentunya sering dihadapkan dengan kendala-kendala yang menghambat tujuan yang akan dicapai. Ada banyak kendala yang dihadapi oleh *Caffe Beli Kopi Demak* dalam menerapkan strategi-strateginya, kendalakendala tersebut antara lain sebagai berikut :

### a. Kerusakan mixer pembuatan jus buah

Seringkali mixer jus buah mati dan tidak bisa dioperasikan, ini membuat pelanggan sering kecewa karena menu yang disediakan *Caffe Beli Kopi* kosong alias tidak *ready*. Jadi hari menunggu perbaikan.<sup>39</sup>

Saran dari peneliti, adalah pihak *Caffe Beli Kopi* sebaiknya segera membeli blender jus buah yang baru, dengan kualitas yang lebih bagus dan awet tahan lama.

### b. Lambatnya penanganan saat terjadi kerusakan mesin

Mesin penghalus kopi juga sering rusak, ac dari *Caffe Beli Kopi* juga sering mati dan juga kompor buat memasak juga sering rusak, butuh operator perbaikan khusus dari *Caffe Beli Kopi* biar penanganan jika terjadi kendala cepat terselesaikan dan tidak butuh waktu lama menunggu untuk perbaikan.<sup>40</sup>

Saran dari peneliti, adalah pihak *Caffe Beli Kopi* sebaiknya mempunyai *kontak person* tukang service, biar apabila ada kendala mengenai barang yang rusak, akan segera ada yang memperbaikinya dengan segera.

### c. Malasnya operator menjalankan SOP *Caffe Beli Kopi*

---

<sup>38</sup> Harnoto, “Strategi Kepuasan Pelanggan dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”, 8-9.

<sup>39</sup> Hasil observasi di *Caffe Beli Kopi Demak*, pada 22 Januari, 2021.

<sup>40</sup> Hasil observasi di *Caffe Beli Kopi Demak*, pada 22 Januari, 2021.

Seringkali operator maupun pelayan lupa terhadap SOP *Caffe* Beli Kopi yang diterapkan, ini butuh perhatian khusus untuk selalu diingatkan oleh manajer pihak *Caffe* Beli Kopi.<sup>41</sup>

Saran dari peneliti adalah karyawan sering di *briefing* dan dimotivasi perihal SOP yang diterapkan oleh perusahaan, kemudian diberi *reward* atau apresiasi supaya karyawan termotivasi dan lebih semangat bekerja.

#### **d. Kurang efektifnya pemberian bonus kepada pelanggan**

Pemberian bonus pada pelanggan yang mencapai poin cukup seringkali terkendala barang yang belum ready, alhasil pelanggan merasa kecewa dan butuh waktu menunggu sampai barang ready dan disediakan pihak *Caffe* Beli Kopi dipajangan.<sup>42</sup>

Saran dari peneliti adalah sebelum barang bonus habis dan tinggal sedikit, pihak *Caffe* Beli Kopi sebaiknya memberikan perhatian khusus terhadap stok barang bonus apabila mau habis dan tinggal beberapa untuk disediakan stok tambahan di gudang apabila stok barang bonus yang dipajang *Caffe* Beli Kopi habis tinggal mengisi kembali, sehingga pelanggan yang mencapai poin yang cukup segera dapat barang bonus dan tidak harus menunggu ber hari-hari.

#### **e. Antrian pelanggan yang panjang**

Pelanangan di *Caffe* Beli Kopi di waktu-waktu tertentu sering membludak, hal ini membuat pelayan dan operator *Caffe* Beli Kopi kwalahan dalam melayani konsumen.<sup>43</sup>

Saran dari peneliti adalah pihak *Caffe* Beli Kopi sebaiknya menambah jumlah karyawan atau menambah SDM terutama di shift malam. Jadi pelayanan saat pembeli ramai bisa cepat terlayani dan konsumenpun tidak menunggu lama untuk mendapatkan pesanan mereka.

#### **f. Cuek dan tidak pekanya pelanggan saat dilayani**

Kendala untuk masalah pelayanan sangat banyak sebenarnya. mulai sebagian operator yang susah diatur. Beberapa alasan yang sering diungkapkan kenapa tidak melaksanakan SOP adalah tidak sopannya pembeli dalam melakukan transaksi. Sifat acuhnya pembeli, sehingga operator

---

<sup>41</sup> Hasil observasi di *Caffe* Beli Kopi Demak, pada 22 Januari, 2021.

<sup>42</sup> Hasil observasi di *Caffe* Beli Kopi Demak, pada 22 Januari, 2021.

<sup>43</sup> Hasil observasi di *Caffe* Beli Kopi Demak, pada 22 Januari, 2021.

kadang memilih untuk diam dan tidak melaksanakan apa yang seharusnya dijalankan.<sup>44</sup>

Saran dari penulis, pihak pelayan ataupun operator kasir harus selalu mengingat SOP *Caffe* Beli Kopi yang sudah disampaikan, melayani konsumen dengan ramah dan komunikatif adalah hal yang perlu diperhatikan, sehingga konsumen merasa nyaman saat berada di *Caffe* Beli Kopi.

#### **g. Pelanggan yang tidak sopan kepada operator**

Pelanggan juga sering terlihat tidak sopan terhadap pelayan ataupun operator kasir dari segi bahasa ataupun tingkah laku, para karyawan *Caffe* Beli Kopi diharap bisa bersabar dan tidak tersulut emosinya dan tetap menghargai keberadaan pelanggan.<sup>45</sup>

Menurut penulis, tetaplah bersikap sopan dan hindari konflik apapun dengan pelanggan. Dalam banyak kasus, akan lebih aman jika Anda tetap diam dan menyelesaikan pekerjaan seperti biasa.

#### **h. Pesaing menawarkan bonus yang lebih menarik pelanggan**

Melihat persaingannya yang semakin sengit, sekarang ini banyak warung kopi mematok harga yang murah. Bicara soal bisnis, sekarang ini enterprenur dengan segala ide kreatifnya sudah merebak bak jamur di musim hujan. Dari mulai bidang kuliner, fashion, bisnis online, baik yang skala rumah tangga maupun industri besar, semuanya bersaing untuk memenangkan hati konsumen.<sup>46</sup>

Menurut penulis, persaingan dalam berbisnis merupakan hal yang wajar, pihak *Caffe* Beli Kopi harus senantiasa terus kreatif dan inovatif sehingga keberadaan *Caffe* Beli Kopi tetap diterima dan disukai semua kalangan dan tidak kalah dalam hal persaingan bisnis terhadap competitor bisnis yang serupa.

### **3. Solusi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di *Caffe* Beli Kopi Demak**

Loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini diambil tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih

---

<sup>44</sup> Hasil observasi di *Caffe* Beli Kopi Demak, pada 22 Januari, 2021.

<sup>45</sup> Hasil observasi di *Caffe* Beli Kopi Demak, pada 22 Januari, 2021.

<sup>46</sup> Hasil observasi di *Caffe* Beli Kopi Demak, pada 22 Januari, 2021.



cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menerangkan kepada perilaku pembelinya.

Komitmen yang menyertai pembelian berulang tersebut adalah keadaan dimana konsumen tidak mau berpindah walaupun produk maupun jasa tersebut sedang langka dipasaran dan konsumen dengan sukarela merekomendasikan produk maupun jasa tersebut kepada rekan, keluarga atau konsumen yang lain.

Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk memilih nilai organisasi yang ditawarkan diatas alternative tawaran organisasi pesaing. Loyalitas pelanggan juga menunjukkan kecenderungan organisasi mendapatkan hasil imbalan dari pilihan berkelanjutan pelanggan atas tawaran tertentu. Dengan tingkat loyalitas yang diprediksi akan diperoleh suatu asumsi atas nilai waktu kehidupan pelanggan atau "*lifetime customer value*".<sup>47</sup>

Pelanggan yang loyal akan selalu setia melakukan pembelian rutin.<sup>48</sup> Meskipun mereka mempunyai penilaian tentang kelebihan dan kekurangan *Caffe Beli Kopi Demak*, akan tetapi meskipun *Caffe Beli Kopi* memiliki kekurangan/kelemahan para pelanggan masih tetap loyal.

Beberapa kelebihan yang dimiliki *Caffe Beli Kopi Demak*, antara lain:

- 1) Pelayanan operator ramah dan sopan
- 2) Lokasi strategis
- 3) Takaran pas
- 4) Manajemen yang baik
- 5) Area *Caffe Beli Kopi* bersih dan luas
- 6) Menyediakan bonus
- 7) Fasilitas yang lengkap

Beberapa kekurangan yang dimiliki *Caffe Beli Kopi Demak*, antara lain:

- 1) Antrian panjang yang membuat pelanggan kecewa dan bosan
- 2) Tidak adanya penjelasan dari operator/pelayan saat antrian panjang
- 3) Tidak melayani pembelian tertentu terutama daftar di menu sering kosong

---

<sup>47</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Marketing Staining Lifetime Customer Value*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2012), 14.

<sup>48</sup> Yunita Unnisyak, "*mempertahankan loyalitas konsumen melalui kualitas pelayanan*", *Jurnal Pemasaran* 2 no 1 (2021): 4.

- 4) Operator kurang efektif menangani antrian panjang
- 5) Petugas keamanan yang hanya ada pada waktu-waktu tertentu.
- 6) Fasilitas *Caffe Beli Kopi* yang kadang rusak dan penanganannya cukup lambat.<sup>49</sup>

Sebagai wujud kelayakan, para pelanggan memberikan beberapa saran dan solusi kepada pihak *Caffe Beli Kopi Demak* untuk memperbaiki pelayanannya kepada para pelanggannya dan untuk lebih unggul dari pesaingnya. Beberapa saran yang diberikan oleh para pelanggan, antara lain:

- 1) Perlunya ditambahi petugas untuk menangani antrian panjang.<sup>50</sup>

Antrian dari pembeli yang memesan makanan dan minuman, sering terjadi bahkan hampir setiap hari dikarenakan tenaga sumber daya manusianya yang kurang. Menurut penulis, pihak *Caffe Beli Kopi* sangat perlu sekali menambahkan jumlah tenaga sumber daya manusianya pada titik-titik tertentu seperti pada bagian masak, pelayan dan *office boy*.

- 2) Lebih dibenahi lagi pelayanan operator saat ramai pembeli.

Pada mesin computer juga sering terkendala seperti *error*, macet dan sebagainya.<sup>51</sup> Menurut penulis, pihak *Caffe Beli Kopi* perlu memperhatikan masalah ini dengan serius seperti mengganti computer yang sudah rusak atau menambah computer lagi untuk jaga-jaga dan sebagai pengganti komputer di kasir yang rusak.

- 3) Ditambahi petugas keamanan untuk menyebrangkan pelanggan

Tidak adanya petugas security atau tukang parker di *Caffe Beli Kopi* juga membuat pelanggan merasa tidak nyaman terutama pada kendaraan mereka yang diparkirkan di depan toko, juga rasa was-was pelanggan saat mau menyebrang jalan.<sup>52</sup>

Menurut penulis, pihak *Caffe Beli Kopi* perlu memperhatikan masalah ini dengan serius seperti menambah security dan tukang parker yang membuat konsumen merasa nyaman saat memarkirkan kendaraan mereka dan saat mau menyebrang jalan.

---

<sup>49</sup> Hasil observasi di *Caffe Beli Kopi Demak*, pada 22 Januari, 2021.

<sup>50</sup> Hasil observasi di *Caffe Beli Kopi Demak*, pada 22 Januari, 2021.

<sup>51</sup> Hasil observasi di *Caffe Beli Kopi Demak*, pada 22 Januari, 2021.

<sup>52</sup> Hasil observasi di *Caffe Beli Kopi Demak*, pada 22 Januari, 2021.

- 4) Perawatan fasilitas umum yang ada di *Caffe Beli Kopi*  
Beberapa peralatan fasilitas di *Caffe Beli Kopi* juga sering rusak atau mati seperti ac, kipas angin, kursi, meja dan lain sebagainya.<sup>53</sup> Menurut penulis, pihak *Caffe Beli Kopi* perlu memperhatikan masalah ini dengan serius terkait semua fasilitas yang ada di *Caffe Beli Kopi* dalam melayani konsumennya.



---

<sup>53</sup> Hasil observasi di Caffe Beli Kopi Demak, pada 22 Januari, 2021.