
STRATEGI PENGELOLAAN OPERASIONAL USAHA DALAM MENJAGA KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA KOPITREK

Albert Tunggul Ardiansyah¹, Oktaviane Situmorang², Radhitya Dava Gurusinga³, Shella Anjelika Br Tampubolon⁴, Marito Ritonga⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Medan

alberttardiansyah@gmail.com¹, oktavianiesitumorang@gmail.com²,
radhityadavv@gmail.com³, shellaanjelika06@gmail.com⁴, mariritonga@unimed.ac.id⁵

Abstract: *This research seeks to examine the operational management techniques utilized by KOPITREK for product quality assurance and enhancement of customer satisfaction. In a marketplace that is becoming more competitive, efficient operational management is crucial for ensuring the sustainability of businesses, especially those in the micro-scale culinary sector. This study adopts a qualitative methodology through the use of a case study approach. Information was gathered by conducting thorough interviews with the owner of the business and through firsthand observation of various operational functions, including the management of raw materials, processes of production, and customer interaction. The data that were gathered were evaluated using qualitative analysis methods, which include data reduction, presenting data, and drawing conclusions. The results reveal that KOPITREK implements a pull production system that is driven by demand, enabling the enterprise to modify production processes in alignment with customer needs, which enhances efficiency in time and workforce utilization. Additionally, the management of inventory is executed by employing simplified lean operation principles through small, consistent acquisitions of raw materials to ensure product freshness and to avert overstocking. To boost customer satisfaction, the company places emphasis on guaranteeing stable product quality and delivering amicable and attentive service. Nonetheless, the business continues to encounter various obstacles, including volatile raw material costs and unpredictability in customer demand. As a result, several strategic enhancements are advised, such as formulating standard operating procedures (SOP), embracing digital documentation systems, and executing marketing tactics along with menu engineering to foster sustainable growth for the enterprise.*

Keywords: *Operational Management, Product Quality, Customer Satisfaction, Smes, Culinary Industry.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengelolaan operasional yang dilaksanakan oleh KOPITREK dalam upaya menjaga mutu produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Di tengah persaingan yang semakin ketat, pengelolaan operasional yang efisien menjadi aspek krusial untuk keberlangsungan bisnis, terutama pada usaha mikro di sektor kuliner. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha dan observasi langsung terhadap proses operasional yang mencakup pengelolaan bahan baku, proses produksi, serta pelayanan kepada konsumen. Data yang diperoleh dianalisis melalui proses pengurangan data, penyajian informasi, dan penarikan kesimpulan. Temuan penelitian

menunjukkan bahwa KOPITREK menerapkan sistem produksi berdasarkan permintaan (pull system), yang memungkinkan bisnis untuk menyesuaikan proses produksinya dengan tingkat permintaan dari pelanggan, sehingga lebih efisien dalam penggunaan waktu dan tenaga kerja. Selain itu, pengelolaan persediaan dilakukan dengan prinsip lean operations melalui pembelian bahan baku dalam jumlah kecil namun berkelanjutan agar kesegaran produk tetap terjaga dan menghindari penumpukan stok. Dalam upaya mempertahankan kepuasan pelanggan, pemilik usaha menekankan pentingnya konsistensi dalam kualitas produk dan pelayanan yang ramah serta responsif. Meskipun demikian, usaha tersebut masih menghadapi berbagai tantangan seperti volatilitas harga bahan baku dan ketidakpastian jumlah pelanggan. Oleh karena itu, perlu adanya beberapa strategi pengembangan seperti pembuatan standar operasional prosedur (SOP), penggunaan sistem pencatatan digital, serta penerapan strategi pemasaran dan rekayasa menu agar bisnis dapat berkembang secara lebih berkelanjutan. Kata kunci: manajemen operasional, mutu produk, kepuasan konsumen, UMKM, kuliner.

Kata Kunci: Manajemen Operasional, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, UKM, Industri Kuliner.

I. PENDAHULUAN

Di tengah persaingan bisnis yang kian kompetitif, pelaku usaha dituntut untuk mengelola kegiatan operasional dengan cara yang efisien dan efektif demi menjaga keberlangsungan usaha. Manajemen operasional memegang peran vital dalam mengatur baik proses produksi maupun layanan sehingga suatu barang atau jasa dapat dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan para konsumen secara optimal. Heizer et al. (2020) mengungkapkan bahwa manajemen operasional meliputi berbagai kegiatan yang berakitan dengan cara menghasilkan produk dan layanan dengan mengolah sumber daya yang berbeda menjadi hasil yang bernilai bagi konsumen. Oleh karena itu, penerapan pengelolaan operasional yang sesuai dapat membantu sebuah usaha untuk meningkatkan efisiensi proses produksi sambil tetap menjaga kualitas dari produk yang dihasilkan.

Kualitas barang merupakan faktor krusial yang berdampak pada keberhasilan bisnis dalam menarik perhatian pembeli dan menjaga kesetiaan pelanggan. Barang yang berkualitas baik akan menawarkan keuntungan tambahan bagi pembeli, sehingga dapat meningkatkan rasa puas mereka. Del I. Hawkins dan David L. Mothersbaugh (2020) menyatakan bahwa kualitas produk terkait erat dengan kemampuan suatu produk untuk memberikan kinerja yang konsisten dan terpercaya dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, beberapa faktor seperti tingkat keandalan, ketahanan produk, dan kemudahan penggunaan menjadi indikator penting untuk menilai kualitas suatu produk. Dengan demikian, pelaku usaha harus menjaga

konsistensi kualitas produk agar konsumen merasa puas dan percaya pada produk yang ditawarkan.

Selain aspek kualitas produk, kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh standar pelayanan yang diberikan oleh para pelaku usaha. Pelayanan yang cepat, bersahabat, dan sensitif terhadap keinginan pelanggan dapat menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan. Tjiptono (2021) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sebuah respons emosional yang muncul setelah pelanggan membandingkan ekspektasi mereka terhadap produk atau layanan dengan performa yang mereka alami. Ketika layanan yang disediakan dapat memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen, maka peluang bagi konsumen untuk melakukan pembelian kembali dan menyarankan kepada orang lain akan bertambah.

Dalam usaha skala kecil dan mikro, pengelolaan operasional biasanya dilakukan dengan cara yang lebih sederhana, namun tetap memainkan peran vital dalam keberlangsungan bisnis. Para pelaku usaha perlu mengatur persediaan bahan baku, proses produksi, dan pelayanan kepada pelanggan secara efisien demi menekan biaya operasional tanpa mengurangi kualitas produk. Stevenson (2021) menyatakan bahwa pengelolaan operasional yang dilakukan dengan baik dapat membantu organisasi meningkatkan produktivitas sekaligus menjaga kualitas produk dan layanan yang dihasilkan. Selain itu, manajemen operasional yang efektif juga memungkinkan perusahaan untuk memberikan layanan yang lebih baik, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dengan demikian, strategi pengelolaan operasional yang tepat dapat menjadi elemen kunci dalam meningkatkan daya saing usaha kecil.

Salah satu contoh bisnis kecil yang menerapkan manajemen operasional dalam aktivitasnya adalah KOPITREK. Dalam sektor kuliner, KOPITREK harus mampu menjaga standar produk dan memberikan layanan yang memuaskan agar tetap kompetitif dengan usaha serupa. Pengelolaan operasional yang meliputi pengaturan proses pembuatan, pengendalian pasokan, dan layanan kepada konsumen menjadi hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pembeli. Menurut Stevenson (2021), manajemen operasional yang dikelola dengan baik dapat membantu sebuah bisnis menghasilkan produk berkualitas sambil meningkatkan kepuasan pelanggan melalui proses kerja yang lebih efisien.

Walaupun banyak penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi keterkaitan antara manajemen operasional, kualitas produk, dan kepuasan konsumen, mayoritas studi tersebut lebih berfokus pada perusahaan besar atau aspek tertentu misalnya kualitas produk atau layanan secara terpisah. Penelitian ini berbeda karena secara khusus menganalisis bagaimana strategi pengelolaan operasional pada bisnis kuliner kecil dapat berpengaruh pada kualitas produk serta kepuasan konsumen secara bersamaan. Di samping itu, penelitian ini berfokus pada KOPITREK yang belum banyak diteliti dalam konteks akademik, sehingga diharapkan bisa memberikan pemahaman yang lebih kontekstual mengenai pelaksanaan manajemen operasional di bisnis kuliner skala kecil. Oleh karena itu, penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis strategi pengelolaan operasional usaha dalam mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan di KOPITREK

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. Manajemen Operasional Usaha

Manajemen operasional adalah salah satu aspek krusial dalam menjalankan sebuah bisnis. Aktivitas ini berkaitan dengan bagaimana perusahaan mengatur alur produksi atau layanan agar dapat beroperasi dengan baik dan efisien. Pengelolaan operasional yang efektif akan membantu bisnis dalam menggunakan sumber daya seperti bahan baku, tenaga kerja, dan peralatan produksi secara optimal, sehingga produk yang dihasilkan tetap berkualitas tinggi.

Dalam bisnis makanan dan minuman seperti kedai kopi, manajemen operasional mencakup berbagai aktivitas seperti pengadaan bahan baku, proses pembuatan produk, sampai dengan penyajian kepada konsumen. Bila proses operasional diatur dengan baik, maka kualitas produk yang dihasilkan pun akan lebih terjaga.

Penelitian yang dilakukan oleh Agus Mardona, Arif Sutarjo, dan M. Anggraini (2024) mengungkapkan bahwa produk dan layanan berkualitas tinggi di bisnis kedai kopi dapat memberikan efek menguntungkan bagi kepuasan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa pengelolaan operasional memiliki peranan krusial dalam mendukung keberhasilan suatu usaha.

2. Kualitas Produk

Kualitas dari sebuah produk menjadi salah satu elemen krusial yang sangat berpengaruh dalam menarik perhatian konsumen. Secara umum, konsumen cenderung memilih produk

berkualitas tinggi karena dianggap mampu memberikan manfaat dan kepuasan saat dipakai. Sebuah studi yang dilakukan oleh Pandu Jayanto dan Nico Arianto (2024) menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Produk yang menawarkan rasa yang enak, bahan baku yang berkualitas, serta penyajian yang menarik akan memberikan impresi positif kepada konsumen.

Di samping itu, penelitian oleh I Made Maha Resti (2021) juga menekankan bahwa mutu produk adalah suatu elemen utama yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Pelanggan cenderung merasa puas apabila produk yang mereka terima sejalan dengan harapan yang dimiliki. Dalam dunia industri kedai kopi seperti KOPITREK, kualitas produk bisa dievaluasi dari berbagai sudut, seperti cita rasa kopi, mutu bahan baku yang digunakan, metode penyajian, dan konsistensi cita rasa yang diberikan kepada pelanggan.

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen adalah salah satu ukuran krusial dalam pencapaian suatu bisnis. Rasa puas ini timbul setelah individu menggunakan produk atau layanan dan mengevaluasinya berdasarkan ekspektasi yang mereka miliki sebelumnya. Studi yang dilakukan oleh Pandu Jayanto dan Nico Arianto (2024) mengungkapkan bahwa mutu barang dan jasa berdampak pada kepuasan konsumen. Bila kualitas produk yang ditawarkan baik dan pelayanan yang diberikan memuaskan, maka akan meningkatkan kemungkinan pelanggan merasa puas. Di samping itu, penelitian yang dilakukan oleh P. Kurniawan, Rukin, dan A. Setiawan (2025) menerangkan bahwa kepuasan pelanggan dapat berkontribusi pada pembentukan loyalitas. Mereka yang merasa puas cenderung akan melakukan pembelian kembali dan bahkan merekomendasikan produk itu kepada orang lain.

4. Hubungan Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas barang dan kepuasan konsumen adalah dua aspek yang saling terkait dalam dunia bisnis. Barang yang memiliki mutu tinggi umumnya akan memberikan pengalaman yang baik bagi para pembeli, sehingga bisa meningkatkan rasa puas mereka. Sebuah studi yang dilakukan oleh Agus Mardona dan rekan-rekannya (2024) mengungkapkan bahwa mutu barang dan layanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis kedai kopi. Ini menunjukkan bahwa semakin unggul mutu produk yang ditawarkan, maka tingkat kepuasan konsumen pun akan semakin tinggi.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh P. Kurniawan dan timnya (2025) juga menyatakan bahwa barang yang berkualitas tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, melainkan juga berpotensi membangun loyalitas pelanggan dalam jangka waktu yang lama. Oleh karena itu, bisnis seperti KOPITREK perlu menjaga mutu produk dan layanan yang mereka tawarkan agar konsumen merasa puas dan tetap setia terhadap barang yang dijual.

5. Digital Operations Management

Manajemen Operasi Digital adalah metode terkini dalam dunia manajemen operasional yang fokus pada penggunaan teknologi digital untuk mengelola dan meningkatkan efektivitas berbagai aktivitas operasional suatu organisasi. Pendekatan ini menekankan pentingnya penggabungan teknologi informasi, sistem otomatisasi, dan pemanfaatan data dalam seluruh tahap mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga pengawasan kegiatan operasional perusahaan. Implementasi digitalisasi di dalam operasi memungkinkan organisasi untuk meningkatkan efisiensi proses kerja, mempercepat aliran informasi, serta menghasilkan keputusan yang lebih akurat berkat dukungan data. Angelopoulos et al. (2023) mengungkapkan bahwa digitalisasi dalam pengelolaan operasi tidak hanya berarti penerapan teknologi terkini, tetapi juga melibatkan perusahaan besar dalam metode organisasi dalam merancang proses bisnis serta menghasilkan nilai untuk pelanggan.

Dalam aplikasi praktisnya, penerapan Manajemen Operasi Digital didukung oleh beragam teknologi digital seperti Kecerdasan Buatan (AI), Internet of Things (IoT), analisis data besar, dan komputasi awan untuk memperkuat pengelolaan kegiatan operasional secara lebih efektif. Keberadaan teknologi tersebut memungkinkan perusahaan untuk memantau aktivitas operasional secara langsung (real-time), meningkatkan ketepatan dalam perencanaan produksi, serta mengelola rantai pasok dengan lebih efisien. Ivanov dan Dolgui (2025) menyatakan bahwa penggabungan teknologi digital dalam sistem operasi dan manajemen rantai pasok dapat memperkuat kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan permintaan pasar dan mengurangi potensi gangguan dalam kegiatan operasional. Oleh karena itu, penggunaan teknologi digital dalam operasional tidak hanya berpengaruh pada peningkatan produktivitas, tetapi juga menjadikan organisasi lebih lincah dalam menghadapi perubahan di lingkungan bisnis.

Selain itu, kemajuan dalam Manajemen Operasi Digital juga mengarah pada pendekatan operasi berbasis data, yang berfokus pada penggunaan data sebagai fondasi utama dalam

pengambilan keputusan. Data yang diperoleh dari berbagai sistem digital dapat digunakan untuk meramalkan permintaan pasar, meningkatkan efisiensi dalam produksi, serta meningkatkan kualitas layanan untuk pelanggan. Supriadi dan Mulyani (2024) menyatakan bahwa penerapan teknologi digital dalam manajemen operasional dapat mendukung organisasi dalam meningkatkan efisiensi proses bisnis dan juga memperkuat posisi kompetitif perusahaan di era digital. Oleh karena itu, penerapan manajemen operasi digital menjadi strategi krusial bagi organisasi untuk memperbaiki kinerja operasional dan sekaligus menciptakan nilai tambahan bagi pelanggan.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif lewat studi kasus guna mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang strategi manajemen operasional yang diterapkan oleh usaha KOPITREK dalam mempertahankan mutu produk dan meningkatkan kepuasan konsumen. Metode kualitatif dipilih karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguraikan peristiwa yang terjadi di lapangan melalui pengumpulan data yang bersikap deskriptif. Menurut John W. Creswell dan J. David Creswell (2021), penelitian kualitatif adalah pendekatan yang dipakai untuk memahami makna dari fenomena sosial atau isu kemanusiaan dengan cara mengumpulkan data dalam situasi yang alami. Dalam pendekatan ini, peneliti berperan sebagai alat utama yang secara langsung terlibat dalam pengumpulan data, analisis data, serta interpretasi hasil penelitian.

Tempat penelitian dilakukan di usaha KOPITREK yang bergerak dalam sektor kuliner, dengan pemilihan lokasi secara purposive karena dinilai memiliki aktivitas operasional yang berkaitan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dengan pemilik bisnis sebagai narasumber utama, serta mengamati secara langsung proses operasional, termasuk pengelolaan bahan baku, tahap-tahap produksi, dan layanan kepada konsumen. Ini sesuai dengan pendapat yang menyatakan bahwa pengumpulan data dalam penelitian kualitatif umumnya dilakukan melalui berbagai metode, seperti wawancara, pengamatan langsung di lapangan, serta penggunaan dokumen atau catatan terkait. Beragam metode ini diterapkan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan komprehensif terkait fenomena atau konteks yang dikaji.

Data yang telah diperoleh dianalisis dengan pendekatan analisis kualitatif, yang meliputi langkah-langkah pengurangan data, penyajian informasi, dan pengambilan kesimpulan. Menurut penjelasan Jhon W. Creswell dan J. David Creswell (2021), mereka menyatakan bahwa dalam studi kualitatif, analisis data berlangsung bersamaan dengan pengumpulan data. Selama proses penelitian, peneliti secara aktif melakukan analisis, pengelompokan, dan interpretasi terhadap data yang sudah didapat, sehingga dapat mengakses pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti.

Untuk meningkatkan validitas serta akurasi data, studi ini menerapkan triangulasi teknik. Triangulasi ini melibatkan perbandingan informasi dari berbagai sumber dan metode data, seperti menggabungkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, dilakukan pemeriksaan oleh subjek, yaitu menunjukkan temuan sementara kepada informan agar bisa memastikan bahwa pemahaman peneliti sejalan dengan kenyataan yang ada di lapangan. Proses ini membantu untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam analisis benar-benar mencerminkan kondisi operasional KOPITREK dan perspektif pemilik terkait praktik pengelolaan operasional. Melalui langkah-langkah ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang jelas dan akurat tentang strategi pengelolaan operasional dalam menjaga kualitas produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan di usaha KOPITREK.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Eksplorasi data yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik KOPITREK menunjukkan bahwa struktur operasional bisnis ini sangat bergantung pada kemampuan individu dalam mengelola ketangkasan kewirausahaan. Dalam hal mekanisme aktivitas sehari-hari, terungkap bahwa KOPITREK menerapkan sistem produksi yang didasarkan pada permintaan (pull system). Pemilik tidak mengatur kuota produksi harian yang bersifat tetap, melainkan melakukan pengamatan terhadap perubahan pesanan secara real-time untuk menentukan tingkat layanan dan jam kerja. Pendekatan ini dianggap sangat efisien dalam mengoptimalkan waktu dan tenaga kerja, karena sumber daya hanya dialokasikan pada waktu-waktu dengan permintaan yang tinggi. Prinsip ini sejalan dengan teori Heizer & Render yang berpendapat bahwa efektivitas manajemen operasional pada tingkat mikro dipengaruhi oleh

kemampuan untuk beradaptasi menghadapi variasi permintaan guna mengurangi biaya tanpa mengorbankan kualitas layanan.

Dalam hal manajemen persediaan dan pengendalian beban usaha, KOPITREK mengaplikasikan konsep Lean Operations yang disederhanakan melalui kebijakan pengadaan bahan baku dalam jumlah kecil namun konsisten. Strategi ini diambil untuk memastikan kesegaran produk yang menjadi nilai jual utama di mata pelanggan. Selain itu, pemilik secara mandiri mengelola rantai pasokan untuk mendapatkan harga yang bersaing tanpa mengabaikan kualitas bahan. Strategi inventaris dengan pendekatan minimalis ini terbukti efektif dalam mencegah terjadinya modal terbenam akibat penumpukan barang yang tidak terjual. Menurut Setyorini dan Purwanti, pengelolaan inventaris yang tersusun dengan baik dan adanya koordinasi yang efisien dengan pemasok dalam sistem rantai pasokan dapat meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, praktik ini juga membantu mengurangi biaya operasional perusahaan, mendukung kelangsungan usaha, dan meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Manajemen waktu di KOPITREK ditandai oleh sistem prioritas yang berubah-ubah. Pemilik menempatkan pengalaman pelanggan sebagai hal yang paling utama dengan mengarahkan seluruh tenaga pada produksi dan pelayanan selama waktu sibuk. Tugas-tugas manajerial, seperti pencatatan keuangan dan pemeriksaan stok, dianggap sebagai kegiatan sekunder yang hanya dilakukan pada saat-saat kosong. Situasi ini mencerminkan karakteristik umum usaha mikro di mana keputusan diambil secara sangat terpusat namun mampu merespons dengan cepat karena adanya sedikitnya hambatan administratif. Sesuai dengan pandangan Christopher Lovelock dan Jochen Wirtz (2021), dalam industri jasa, mutu layanan sangat dipengaruhi oleh interaksi yang berlangsung antara pelanggan dan penyedia jasa. Sikap karyawan terhadap pelanggan, seperti keramahan, kecepatan dalam menanggapi, serta kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan, menjadi elemen penting yang membentuk persepsi pelanggan tentang kualitas layanan yang diterima, baik atau buruk.

Mengenai strategi menjaga pelanggan, pemilik percaya bahwa hubungan antara konsistensi mutu produk dan kehangatan dalam pelayanan merupakan elemen dasar yang mendorong loyalitas. Pemilik menyadari bahwa kepuasan baik secara fungsional maupun emosional dapat mendorong tindakan pembelian ulang. Hasil observasi ini menunjukkan bahwa KOPITREK sukses membangun kepercayaan dengan pelanggannya. Tjiptono (2021) mengungkapkan bahwa mengeluarkan dana untuk menjaga pelanggan yang sudah ada jauh

lebih efektif dibandingkan dengan usaha untuk mendatangkan pelanggan baru, yang merupakan strategi yang sangat penting bagi pemilik usaha kecil yang memiliki batasan dalam anggaran pemasaran.

Terakhir, penentuan hambatan menunjukkan bahwa KOPITREK sangat rentan terhadap risiko inflasi harga bahan baku dan ketidakpastian jumlah kunjungan pelanggan. Langkah-langkah pencegahan yang dilakukan oleh pemilik mencakup optimalisasi penghematan pada sektor operasional dan meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa mendapatkan nilai yang sepadan (*value for money*). Berdasarkan pendapat David J. Teece (2020), perusahaan yang memiliki kemampuan untuk berinovasi dan tingkat adaptasi tinggi terhadap perubahan lingkungan luar lebih cenderung untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Kemampuan tersebut juga membantu perusahaan untuk menjaga serta meningkatkan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang di tengah perubahan dalam dunia bisnis.

Pembahasan

Analisis mendalam mengenai fenomena operasional KOPITREK mengungkapkan ketergantungan besar pada intuisi pemilik, yang dalam konteks manajerial dapat digolongkan sebagai model manajemen reaktif. Walaupun memberikan fleksibilitas untuk periode singkat, keberlangsungan usaha dalam jangka panjang membutuhkan pergeseran ke arah model proaktif. Tantangan yang berasal dari perubahan harga bahan baku dan ketidakpastian jumlah pembeli memerlukan suatu pendekatan yang beragam sebagai solusi strategis.

A. Analisis Implementasi Pull System dan Resiliensi Lean Operations pada Skala Mikro

KOPITREK menerapkan sistem produksi yang didasarkan pada permintaan konsumen, di mana semua aktivitas operasional baru terlaksana ketika ada pesanan nyata dari pelanggan. Dalam konteks Lean Manufacturing yang disesuaikan untuk skala kecil, pendekatan ini berfungsi sebagai alat pengendalian otomatis untuk mengurangi pemborosan, terutama dalam bentuk kerusakan bahan akibat penyimpanan yang terlalu lama. Dengan memproduksi hanya ketika dibutuhkan, KOPITREK secara efisien mengelola tenaga kerja dan memastikan produk tetap segar, yang merupakan keunggulan utamanya.

Namun, penerapan sistem tarik pada usaha mikro dan kecil menghadapi tantangan ketahanan yang cukup besar. Risiko utama muncul ketika terjadi lonjakan permintaan yang drastis atau ketidakpastian jumlah kunjungan dari konsumen. Jika tidak ada persediaan

cadangan yang direncanakan, situasi ini bisa menimbulkan kemacetan dalam layanan dan meningkatkan waktu tunggu, yang dapat berakibat menurunnya kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, keberhasilan sistem ini sangat tergantung pada kemampuan pemilik untuk menyeimbangkan antara efisiensi dengan stok yang minim dan fleksibilitas dalam kapasitas produksi untuk mengurangi risiko kehabisan stok selama periode sibuk.

Lebih lanjut, penerapan operasi ramping di KOPITREK menunjukkan bahwa efisiensi pada tingkat kecil sangat dipengaruhi oleh kelincahan kewirausahaan pemilik dalam mengatur siklus persediaan. Dengan mengadakan bahan baku dalam jumlah kecil secara terus-menerus, unit bisnis ini berhasil mengurangi "modal terjebak" yang biasanya berada dalam tumpukan stok yang tidak terpakai. Pendekatan ini secara konseptual mempercepat sirkulasi modal, yang merupakan indikator penting untuk kestabilan arus kas pada usaha kecil yang memiliki anggaran operasional terbatas.

Dari sudut pandang keberlanjutan, penggabungan antara sistem tarik dan prinsip-prinsip ramping membangun sebuah dasar operasional yang sangat responsif terhadap perubahan pasar. Dengan menghilangkan target produksi harian yang kaku, KOPITREK dapat mengalokasikan sumber daya secara fleksibel hanya pada saat permintaan meningkat. Langkah ini tidak hanya mengurangi biaya variabel, tetapi juga memberi kesempatan kepada pemilik untuk lebih menekankan peningkatan pengalaman pelanggan pada waktu-waktu penting, sehingga setiap interaksi layanan dapat memberikan nilai tambah yang maksimal bagi pelanggan.

B. Formalisasi Operasional melalui Standardisasi (SOP)

Solusi mendasar yang mendesak adalah pengembangan Prosedur Operasional Standar (SOP). Dalam industri makanan, ketidakkonsistenan menjadi penghalang utama dalam membangun loyalitas pelanggan. Dengan adanya panduan tertulis tentang ukuran bahan (gramasi) dan urutan penyajian, KOPITREK dapat memastikan bahwa standar kualitas produk tetap sama setiap harinya. SOP ini juga berperan sebagai alat kontrol biaya; dengan ukuran yang tepat, pemborosan bahan baku bisa diminimalkan secara signifikan. Heizer & Render (2020) menekankan bahwa standarisasi merupakan syarat penting untuk mencapai efisiensi menyeluruh dan pengendalian kualitas yang terencana.

C. Transformasi Digital dan Manajemen Berbasis Data

Sifat pencatatan keuangan yang dilakukan hanya pada waktu luang berisiko menyebabkan ketidakakuratan data. Digitalisasi dengan menggunakan aplikasi Point of Sales (POS) yang mudah akan membantu pemilik dalam menganalisis persediaan secara otomatis dan memperkirakan kebutuhan stok untuk hari-hari mendatang. Dengan data digital, pemilik bisa mengetahui jam-jam sibuk secara tepat berdasarkan angka nyata, bukan hanya perkiraan berdasarkan penampilan visual. Tjiptono (2021) menyatakan bahwa penggunaan data transaksi merupakan tahap awal menuju profesionalisme manajemen yang mampu mengurangi risiko finansial secara terukur.

Pencatatan keuangan dan inventaris yang dilakukan secara sporadis atau hanya saat ada waktu luang memiliki risiko besar terhadap ketidaktepatan data keuangan. Untuk mencapai tingkat profesionalisme dalam manajemen, KOPITREK harus menerapkan sistem digital secara menyeluruh agar dapat mengurangi risiko keuangan dengan cara yang dapat diukur. Penggunaan aplikasi POS berbasis cloud memungkinkan pemilik untuk memantau pergerakan stok, transaksi, serta perilaku belanja pelanggan secara real-time. Perubahan dari metode pencatatan manual ke sistem digital ini akan mengubah cara pengambilan keputusan dari yang sebelumnya didasarkan pada asumsi menjadi didasarkan pada data nyata.

Penggunaan teknologi digital dalam era operasional saat ini juga meliputi pemanfaatan alat analisis data atau kecerdasan buatan (AI) yang sederhana, yang kini lebih mudah diakses oleh sektor UMKM. Teknologi ini dapat membantu pemilik dalam melakukan peramalan kebutuhan bahan baku harian berdasarkan tren data penjualan historis, sehingga risiko kekurangan stok atau pemborosan akibat kelebihan persediaan dapat diminimalkan. Dengan memetakan jam sibuk secara akurat melalui data transaksi, KOPITREK dapat mengoptimalkan jadwal kerja dan persiapan bahan baku secara lebih presisi, yang pada akhirnya memperkuat daya saing usaha di tengah industri kopi yang kian kompetitif.

D. Pemasaran Agresif dan Teknik Menu Engineering

Untuk mengatasi perubahan jumlah pengunjung, KOPITREK harus mengubah cara pikir dari hanya menunggu pelanggan datang menjadi pendekatan "mengajak" pelanggan datang dengan menggunakan pemasaran digital. Selain itu, untuk menghadapi kenaikan harga bahan baku, pemilik bisnis bisa menerapkan strategi Menu Engineering. Teknik ini melibatkan analisis terhadap popularitas dan margin keuntungan setiap menu, sehingga pemilik dapat

menonjolkan produk dengan margin yang lebih aman tanpa harus menaikkan harga jual secara keseluruhan yang berisiko memicu resistensi pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono (2021), inovasi produk merupakan salah satu strategi penting dalam pemasaran modern. Dengan berinovasi, perusahaan bisa memberikan manfaat baru bagi pelanggan dan membuat produknya lebih berbeda dari produk pesaing, sehingga lebih mudah dikenali di tengah persaingan pasar.

E. Sinergi Pengelolaan Usaha Terintegrasi

Secara keseluruhan, menggabungkan operasi yang sudah pasti, pengelolaan keuangan berdasarkan data, dan pemasaran yang kreatif akan membentuk sistem bisnis yang kuat. Perubahan dari cara pengelolaan tradisional ke sistem yang dikelola secara teratur merupakan jalan utama yang memungkinkan KOPITREK tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan bisnis kopi yang semakin ketat

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat dirangkum bahwa manajemen operasional memainkan peran krusial dalam menjaga kualitas produk serta meningkatkan kepuasan pelanggan di KOPITREK. Usaha ini menggunakan sistem produksi yang bisa berubah sesuai kebutuhan pelanggan, sehingga pekerjaan berjalan lebih cepat dan bahan serta tenaga bisa digunakan dengan baik. Pengelolaan persediaan bahan baku dilakukan secara sederhana namun berkelanjutan untuk menjaga kesegaran produk sekaligus meminimalkan risiko penumpukan stok. Selain itu, menjaga kualitas produk yang konsisten dan pelayanan yang ramah serta responsif adalah kunci utama dalam menciptakan kepuasan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Meski begitu, KOPITREK masih menghadapi beberapa masalah, seperti perubahan harga bahan baku dan ketidakpastian mengenai jumlah orang yang datang. Oleh karena itu, upaya pengembangan seperti pembuatan Standard Operating Procedure (SOP), penggunaan sistem pencatatan digital, serta strategi pemasaran yang lebih proaktif menjadi penting untuk meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk, serta daya saing usaha.

Sebagai pertimbangan untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur dampak nyata dari variabel manajemen operasional terhadap

tingkat kepuasan pelanggan atau performa bisnis. Penelitian lanjutan dapat pula mengeksplorasi faktor eksternal seperti tren konsumen atau kondisi ekonomi yang mempengaruhi efektivitas strategi operasional pada usaha mikro dan kecil.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, KOPITREK disarankan untuk mulai memperkuat pengelolaan operasional melalui sistem manajemen yang lebih terorganisasi. Pola kerja yang digunakan sebelumnya cukup efektif karena bisa berubah-ubah sesuai kebutuhan dan banyak mengandalkan perasaan pemilik dalam mengelola bisnis. Namun, agar bisnis bisa berjalan terus menerus dalam waktu yang lama, dibutuhkan aturan kerja yang lebih terorganisir. Penyusunan Standard Operating Procedure (SOP) dalam tahapan produksi, proses penyajian, hingga pengelolaan bahan baku dapat membantu menjaga konsistensi mutu produk sekaligus meminimalkan kemungkinan terjadinya pemborosan. Selain itu, menerapkan sistem pencatatan yang lebih teratur dan terstruktur juga sangat penting, karena hal ini membantu pemilik bisnis untuk mengawasi kondisi keuangan dan stok barang secara lebih baik, sehingga keputusan dalam menjalankan usaha bisa didasarkan pada informasi yang lebih tepat dan jelas.

Selain memperkuat manajemen internal, KOPITREK juga dianjurkan untuk memperluas strategi pemasaran yang lebih fleksibel dengan memanfaatkan teknologi digital agar bisa menyesuaikan diri dengan perubahan jumlah pelanggan. Optimalisasi penggunaan media sosial, platform pesan online, serta aplikasi kasir digital dapat menjadi sarana untuk memperluas pasar sekaligus memudahkan pemilik dalam memahami kebiasaan dan preferensi konsumen. Selain itu, menggunakan pendekatan seperti desain menu juga bisa menjadi cara yang bagus untuk mengatasi naiknya harga bahan baku tanpa mengurangi keuntungan usaha. Dengan menggabungkan pengelolaan operasional yang lebih terstruktur, penggunaan teknologi digital, dan strategi pemasaran yang lebih waspada, diharapkan KOPITREK dapat meningkatkan daya saing serta mempertahankan kelangsungan usahanya di tengah persaingan industri kopi yang semakin ketat.

Penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan pendekatan kuantitatif agar dampak dari manajemen operasional, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan bisa diukur dengan lebih dalam. Dengan menggunakan metode kuantitatif, peneliti bisa mengamati hubungan antarvariabel secara lebih rapi dan terukur, serta mengetahui

seberapa besar pengaruh masing-masing variabel yang diteliti. Selain itu, penelitian masa depan juga bisa mencakup lebih banyak objek penelitian dengan melibatkan beberapa usaha kuliner atau kedai kopi yang lain. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih luas dan komprehensif mengenai penerapan manajemen operasional dalam meningkatkan kualitas produk serta kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelopoulos, S., Bendoly, E., Fransoo, J., Hoberg, K., Ou, C. X. J., & Tenhiälä, A. (2023). Digital transformation in operations management: Fundamental change through agency reversal. *Journal of Operations Management*, 69(6), 876–889.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2020). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (14th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Ivanov, D., & Dolgui, A. (2025). Data-driven digital transformation in operations and supply chain management. *International Journal of Production Economics*, 284, 109599.
- Jayanto, P., & Arianto, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JCO Donut & Coffee. *Jurnal Cakrawala Ekonomi dan Bisnis*.
- Kurniawan, P., Rukin., & Setiawan, A. (2025). Analisis Kualitas Produk, Nilai Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). Singapore: World Scientific.
- Maha Resti, I. (2021). Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Varian Produk, dan Kualitas Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Mardona, A., Sutarjo, A., & Anggraini, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kubik Koffie di Kota Padang.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Setyorini, R., & Purwanti. (2025). Optimalisasi manajemen persediaan: Strategi meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya dalam operasi rantai pasokan. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perpajakan*, 1(3), 210–215.

Stevenson, W. J. (2021). *Operations management (14th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education.

Supriadi, A., & Mulyani, A. S. (2024). Digital transformation in operational management: A systematic review of current trends and practices. *Management Studies and Business Journal*, 5(1).

Teece, D. J. (2020). Dynamic capabilities and entrepreneurial management in large organizations: Toward a theory of the (entrepreneurial) firm. *European Economic Review*, 86, 202–216.

Tjiptono, F. (2021). *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: Andi