



Peningkatan Kualitas Service Excellent Bagi Pramuniaga Kedai Kopi Apak Bandar Lampung

Jesica Febiananta¹, Saskia Indah Prameswari², Uly Arta Sirait³, Nuris Sanida⁴

Program Studi Manajemen, Universitas Bandar Lampung, Indonesia

Email Korespondensi: jesica.22011206@student.ubl.ac.id saskia.22011237@student.ubl.ac.id
uly.22011203@student.ubl.ac.id nuris@ubl.ac.id

Article received: 01 November 2025, Review process: 11 November 2025

Article Accepted: 25 Desember 2025, Article published: 15 Januari 2026

ABSTRACT

In the increasingly competitive coffee shop industry, businesses must rely not only on product quality but also on the quality of customer service. To ensure customer satisfaction and loyalty, service excellence is considered a key strategic factor. Based on observational findings and a review of relevant literature, this study aims to analyze the quality of service provided by sales attendants at Kedai Kopi Apak Bandar Lampung and to formulate strategies for improving service excellence. This research employs a qualitative approach, with data collected through direct observation of sales attendants' service activities and a literature review. The findings indicate that the service provided by the sales attendants has not been fully optimized, as reflected in the absence of standardized service operating procedures (SOPs), limited managerial supervision, and insufficient understanding of the concept of service excellence among sales attendants. Based on these findings, several improvement strategies are proposed, including fostering a customer-oriented work culture, enhancing service supervision and evaluation, and creating a service environment that emphasizes customer satisfaction. This study is expected to serve as an evaluative reference and provide practical recommendations for coffee shop managers to improve service quality and strengthen business competitiveness.

Keywords: Service Excellence, Service Quality, Sales Attendants.

ABSTRAK

Dalam persaingan bisnis kedai kopi yang semakin ketat, bisnis harus mengandalkan kualitas produk dan pelayanan pelanggan. Untuk memastikan bahwa pelanggan puas dan tetap setia, salah satu faktor strategis adalah layanan prima, atau service excellent. Berdasarkan hasil observasi dan penelitian literatur, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan pramuniaga di Kedai Kopi Apak Bandar Lampung dan merumuskan strategi untuk meningkatkan pelayanan excellent. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dan teknik pengumpulan data digunakan melalui observasi langsung aktivitas pelayanan pramuniaga serta penelitian literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan pramuniaga belum berjalan secara optimal. Ini ditunjukkan oleh kurangnya standar operasional prosedur pelayanan (SOP), kurangnya pengawasan manajemen, dan kurangnya pemahaman pramuniaga tentang konsep pelayanan prima. Berdasarkan temuan ini, beberapa strategi perbaikan diusulkan, termasuk menciptakan budaya kerja yang berorientasi pad, meningkatkan pengawasan dan evaluasi pelayanan, dan menciptakan lingkungan kerja yang berorientasi pad. Diharapkan penelitian ini akan menjadi sumber evaluasi dan saran praktis bagi pengelola kedai kopi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan daya saing bisnis mereka.

Kata Kunci: Service Excellent, Kualitas Pelayanan, Pramuniaga

PENDAHULUAN

Kemajuan di bidang teknologi, informasi, dan komunikasi menunjukkan perkembangan zaman saat ini yang semakin pesat. Organisasi, perusahaan, dan masyarakat umum harus segera beradaptasi dengan perkembangan ini. Begitupula dengan perusahaan jasa dan produk harus mulai beradaptasi dengan kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi. Pelayanan berkualitas dalam bisnis harus terus ditingkatkan.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam menjalankan Perusahaan. Jika pelanggan tidak puas, perusahaan bisa menghadapi masalah besar. Pelanggan yang tidak puas cenderung berbagi pengalaman buruknya dengan orang lain, sehingga merusak reputasi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus fokus memuaskan pelanggan dengan mengelola sumber daya dan ide-ide terbaik. Ketika kebutuhan pelanggan terpenuhi, citra positif perusahaan akan terbentuk, yang kemudian meningkatkan loyalitas pelanggan. Citra positif ini adalah aset berharga yang mencerminkan identitas Perusahaan.

Pelayanan prima atau *service excellent* adalah upaya memenuhi kebutuhan pelanggan, baik fisik maupun emosional, untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas. Dalam era global, peningkatan kualitas layanan menjadi tuntutan masyarakat, sehingga pegawai perlu dibekali kemampuan dan pengetahuan untuk memberikan pelayanan terbaik. *Service excellent* mencerminkan citra perusahaan dan penting untuk memenangkan kepercayaan pelanggan. Menerapkan *service excellence* dapat meningkatkan kualitas layanan, memuaskan pelanggan, dan meningkatkan pangsa pasar perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dan instansi pemerintahan perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan prima.

Service excellent merupakan bentuk pelayanan yang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan konsumen, tetapi juga pada upaya melampaui harapan pelanggan melalui sikap ramah, komunikasi yang efektif, ketepatan layanan, serta profesionalisme pramuniaga. Perusahaan dapat mencapai tiga konsep utama dalam memberikan pelayanan prima, yaitu sikap (*attitude*), yang ditunjukkan dalam sikap yang ramah, dan tanggung jawab terhadap produk atau layanan yang diberikan. Perhatian (*attention*) yang ditunjukkan dalam bentuk perhatian pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan, dan tindakan (*action*) yang ditunjukkan dalam memberikan layanan sebaik mungkin.

Masyarakat Indonesia telah melihat peningkatan popularitas konsumsi kopi dalam beberapa tahun terakhir. Seiring berjalannya waktu, tren minum kopi telah menyebar ke generasi muda dan sekarang menjadi gaya hidup. Saat ini, kita sering melihat banyak kedai kopi atau coffee shop di Indonesia. Hal ini juga disebabkan oleh peningkatan konsumsi kopi masyarakat Indonesia. Kedai kopi di Indonesia saat ini bukan hanya tempat untuk membeli barang, tetapi juga tempat untuk berkumpul dan bersosialisasi. Pembeli biasanya memilih lokasi kedai kopi berdasarkan kriteria mereka sendiri, seperti tempat yang nyaman, banyak fasilitas, pelayanan yang baik, dan karyawan yang ramah.

Kota Bandar Lampung sebagai salah satu pusat aktivitas ekonomi dan pendidikan di Provinsi Lampung turut mengalami peningkatan jumlah usaha kedai

kopi yang menghadirkan persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Dalam kondisi tersebut, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberlangsungan dan daya saing suatu usaha kedai kopi.

Pramuniaga sebagai garda terdepan dalam berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi, kepuasan, dan loyalitas konsumen terhadap suatu kedai kopi. Pelayanan yang kurang optimal dapat menimbulkan ketidakpuasan, menurunkan minat kunjungan ulang, serta berdampak negatif terhadap citra usaha di tengah persaingan yang ketat.

Kedai Kopi Apak Bandar Lampung sebagai salah satu pelaku usaha di sektor ini menghadapi tantangan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar mampu mempertahankan pelanggan dan menarik konsumen baru. Meskipun memiliki produk kopi yang berkualitas, keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk semata, tetapi juga oleh kualitas interaksi antara pramuniaga dan pelanggan. Dalam praktiknya, masih dijumpai berbagai kendala seperti perbedaan standar pelayanan, kurangnya pemahaman pramuniaga mengenai konsep *service excellent*, serta belum optimalnya kemampuan komunikasi dan penanganan keluhan pelanggan.

Peningkatan kualitas *service excellent* bagi pramuniaga Kedai Kopi Apak Bandar Lampung menjadi sangat penting untuk dilakukan secara terencana dan berkelanjutan. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi pramuniaga dalam memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan tepat, sehingga mampu menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen, serta memperkuat citra Kedai Kopi Apak sebagai usaha yang berorientasi pada kualitas layanan. Dengan demikian, penerapan *service excellent* tidak hanya menjadi strategi peningkatan kualitas pelayanan, tetapi juga menjadi investasi jangka panjang bagi keberlangsungan dan perkembangan usaha kedai kopi di Bandar Lampung. Dalam upaya untuk menciptakan pelayanan profesional, ramah, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis peningkatan kualitas *service excellent* bagi pramuniaga Kedai Kopi Apak Bandar Lampung.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang menggunakan pendekatan observasi dan studi literatur. Untuk mengetahui bagaimana pramuniaga melayani pelanggan, seperti sikap, komunikasi, kecepatan, dan cara menangani kebutuhan dan keluhan pelanggan, observasi secara langsung dilakukan di Kedai Kopi Apak Bandar Lampung. Melalui observasi ini, peneliti dapat mengidentifikasi bentuk pelayanan yang telah diterapkan serta kendala yang dihadapi pramuniaga dalam memberikan layanan yang luar biasa. Selain observasi, penelitian ini didukung oleh penelitian literatur sebelumnya, yang mencakup berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel, yang berkaitan dengan konsep *service excellent*, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan pelayanan di industri kedai kopi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat landasan

teoritis yang kuat dan mengaitkan temuan observasi dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum pelaksanaan penelitian, terlebih dahulu dilakukan kegiatan observasi sebagai tahap awal. Pendekatan observasi dianggap sebagai pendekatan murni karena melibatkan pengamatan langsung tanpa intervensi pada kondisi yang ada, sehingga data yang dihasilkan lebih natural. Selain itu dilakukan juga wawancara sebagai teknik pengumpulan. Melalui wawancara, peneliti dapat mengetahui perspektif, pengalaman, dan emosi subjek penelitian.



Gambar 1. Kegiatan Observasi Pada Kopi Apak Bandar Lampung

Hasil pengamatan di Kedai Kopi Apak di Bandar Lampung menunjukkan bahwa penjual telah menyediakan layanan dasar kepada pelanggan, seperti menerima pesanan, menyediakan barang, dan membayar. Secara umum, pramuniaga cukup ramah dan komunikatif, dan mereka mampu melayani pelanggan dengan baik selama jam kerja biasa. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mulai menyadari pentingnya pelayanan yang baik.



Gambar 2. Kegiatan Wawancara Bersama pemilik dan pengelola

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa penyediaan layanan berkualitas tinggi belum dilakukan secara teratur dan menyeluruh. Ketepatan pelayanan saat kedai ramai, penggunaan bahasa yang konsisten dan sopan, dan kemampuan pramuniaga untuk memberikan informasi produk secara menyeluruh

kepada pelanggan adalah beberapa aspek pelayanan yang masih belum optimal. Selain itu, belum ada standar pelayanan yang tertulis yang digunakan seluruh pramuniaga sebagai acuan, sehingga kualitas pelayanan sangat bergantung pada upaya pribadi masing-masing pramuniaga

Hasil penelitian di Kedai Kopi Apak Bandar Lampung menunjukkan bahwa praktik pelayanan pramuniaga memenuhi standar kegiatan operasional dasar, tetapi masih belum sepenuhnya memenuhi konsep layanan terbaik yang ideal. Pelayanan yang diberikan, terutama dalam hal ketepatan respons, konsistensi komunikasi, dan penanganan keluhan pelanggan, cenderung bersifat transaksional dan belum terstandar secara formal.

Permasalahan yang teridentifikasi pada pramuniaga Kedai Kopi Apak mencerminkan ketidaksempurnaan dalam *service quality* yang lebih luas, termasuk standar operasional pelayanan yang belum terdefinisi dengan jelas, dan keterbatasan pemahaman pramuniaga terhadap apa yang dimaksud dengan pelayanan prima (*service excellent*). Kondisi ini kurang ideal karena pelanggan saat ini bukan sekadar mencari kopi yang enak, tetapi juga pengalaman layanan yang menyenangkan, cepat, dan konsisten dari awal pelayanan hingga akhir transaksi. Karena itu, meningkatkan kualitas layanan bukan hanya masalah memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga harus menyentuh dimensi emosional, seperti sikap pramuniaga yang ramah, kemampuan menangani keluhan secara efektif, serta empati terhadap kebutuhan pelanggan, sebagai komponen penting dalam kualitas layanan.

Kajian literatur lain juga menunjukkan bahwa *service quality* memiliki korelasi kuat dengan loyalitas pelanggan, terutama melalui *customer satisfaction* sebagai mediator. Ini berarti bahwa jika kualitas pelayanan secara konsisten ditingkatkan, hal ini akan menciptakan kepuasan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan kesetiaan pelanggan terhadap suatu tempat usaha.

Dengan melihat temuan-temuan empiris tersebut, sangat jelas bahwa perbaikan kualitas *service excellent* di Kedai Kopi Apak Bandar Lampung harus didasarkan pada dua hal utama: standarisasi proses pelayanan dan pembinaan kompetensi pramuniaga. Kedua pendekatan ini semakin diperkuat oleh literatur ilmiah yang menunjukkan pentingnya *servqual* atau dimensi kualitas layanan sebagai landasan teori dalam menciptakan kepuasan konsumen di industri jasa makanan dan minuman. Jika manajemen dapat menerapkan prosedur layanan yang lebih formal dan melakukan evaluasi berkala terhadap pelaksanaannya, maka peluang untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih unggul akan semakin besar. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga membantu membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, diketahui bahwa kualitas pelayanan pramuniaga di Kedai Kopi Apak Bandar Lampung masih memerlukan perbaikan agar dapat memenuhi prinsip *service excellent* secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah strategis yang bersifat aplikatif dan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas

pelayanan serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Adapun usulan perbaikan yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penyusunan dan Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) Perbaikan utama yang harus dilakukan adalah menyusun SOP pelayanan yang jelas, tertulis, dan mudah dipahami oleh seluruh pramuniaga. SOP ini harus mencakup standar sikap pelayanan, komunikasi dengan pelanggan, proses pemesanan, penyajian produk, dan penanganan keluhan. SOP diperlukan karena hasil observasi menunjukkan bahwa pelayanan masih bergantung pada inisiatif individu pramuniaga, yang menyebabkan kualitas pelayanan tidak konsisten. SOP secara teoritis berfungsi sebagai pedoman kerja untuk menjamin kualitas layanan yang seragam dan mengurangi kesalahan, terutama dalam industri jasa yang bergantung pada interaksi langsung dengan pelanggan.
2. Meningkatkan Pengawasan dan Evaluasi Pelayanan Secara Berkala Manajemen harus memantau dan menilai pelayanan secara teratur, baik melalui pengamatan langsung maupun umpan balik pelanggan. Hal ini penting untuk memastikan standar prosedur operasional standar (SOP) pelayanan diterapkan dalam praktik sehari-hari. Tanpa pengawasan yang berkelanjutan, standar pelayanan cenderung diabaikan dan layanan berkualitas rendah. Evaluasi berkala juga membantu membina pramuniaga dengan memberi tahu mereka apa yang salah dengan layanan mereka dan mendorong mereka untuk lebih baik lagi.
3. Meningkatkan Pemahaman Pramuniaga terhadap Konsep *Service Excellent* Pramuniaga harus lebih memahami konsep *service excellent* sebagai pelayanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar pelanggan tetapi juga menciptakan pengalaman positif. Perbaikan ini penting karena hasil observasi menunjukkan bahwa konsep ini masih dipahami secara terbatas pada keramahan dan kecepatan saja, padahal *service excellent* mencakup empati, kemampuan kolaborasi, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan lainnya. Pemahaman yang baik akan mendorong pramuniaga untuk melayani pelanggan dengan lebih baik.
4. Meningkatkan Kemampuan Pramuniaga untuk Berkomunikasi dan Memberikan Informasi Produk Komunikasi yang informatif dan persuasif dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan mendorong pembelian, yang menjadikan perbaikan ini penting. Hasilnya menunjukkan bahwa pramuniaga biasanya hanya menunggu pesanan tanpa memberikan lebih banyak penjelasan. Padahal, salah satu aspek penting dari layanan berkualitas tinggi yang dapat membedakan satu kedai kopi dari pesaingnya adalah komunikasi yang efektif.
5. Membangun Budaya Kerja yang Berpusat pada Kepuasan Pelanggan Manajemen harus membangun budaya kerja yang mengutamakan kepuasan pelanggan. Penghargaan terhadap pramuniaga yang memberikan layanan prima, komunikasi internal yang baik, dan keteladanan manajemen dapat membantu membangun budaya kerja seperti ini. Perbaikan ini sangat

penting karena kualitas pelayanan yang konsisten tidak hanya bergantung pada aturan yang ditulis, tetapi juga pada prinsip dan sikap kerja yang ditanamkan dalam organisasi. Kedai Kopi Apak Bandar Lampung dapat menonjolkan layanan berkualitas tinggi dengan budaya pelayanan yang kuat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi dan kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pramuniaga di Kedai Kopi Apak Bandar Lampung belum sepenuhnya menerapkan prinsip *service excellent* secara konsisten. Pelayanan yang diberikan masih bersifat situasional dan belum didukung oleh standar operasional yang jelas serta pengawasan manajemen yang berkelanjutan. Permasalahan utama yang ditemukan meliputi keterbatasan pemahaman pramuniaga terhadap konsep pelayanan prima, belum sistematisnya penanganan keluhan pelanggan, serta belum optimalnya peran pengawasan dalam menjaga kualitas pelayanan. Penelitian ini merumuskan strategi perbaikan yang menekankan pada standarisasi pelayanan, peningkatan pengawasan, dan penanaman budaya kerja yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Penerapan strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas *service excellent*, menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih positif, serta memperkuat daya saing Kedai Kopi Apak Bandar Lampung di tengah persaingan industri kedai kopi yang semakin kompetitif. Penulis mengucapkan terima kasih secara khusus disampaikan kepada dosen pembimbing atas bimbingan dan masukan yang konstruktif, serta kepada rekan-rekan akademisi dan mitra diskusi yang turut memberikan pandangan kritis dalam penyusunan tulisan ini, dan kepada pihak Kedai Kopi Apak Bandar Lampung atas izin dan kerja sama yang diberikan selama proses observasi penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, masukan, dan kontribusi sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Maulyan, F. F., Pratiwi, D. R., Sari, R. P., & Wulandari, A. (2022). Pengaruh *service excellent* terhadap citra perusahaan dan loyalitas pelanggan: *Theoretical review*. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 8–17.
- Gusmelia, I., Putri, N. E., Lestari, A., & Ramadhan, R. (2022). Pelatihan *service excellent* karyawan guna meningkatkan kualitas pelayanan di RSIA Mutiara Bunda. *Jurnal Abdidas*, 3(3), 607–611.
- Khairun Nisa, A. (2024). Pentingnya layanan prima dalam perusahaan. *Mashlahah: Journal of Islamic Economics*, 6(1), 14–30.
- Ningrum, Y. A. K., Wilda, K., & Anjardiani, L. (2024). Frontier agribisnis. *Frontier Agribisnis*, 8(1), 158–166.
- Riyadi, A., & Muamar. (2024). Analisis strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warkop Djenaka di Sampit. *Open Journal Systems*, 19(4), 4257–4282.

- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2023). Teknik pengumpulan data: Observasi, wawancara, dan kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 1(1), 1-2.
- Santi, M., Nuraini, A., & Aziz, A. (2022). Kualitas pelayanan konsumen kacamata ekonomi Islam. *AT-TUJJAR*, 10(1), 181-183.
- Soerjanto, Priyanto, & Rahayu, N. (2024). Meningkatkan loyalitas pelanggan restoran melalui kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Kepariwisata*, 23(1), 67-77.
- Tsamara, A. N., & Nugraha, J. (2021). Penerapan *service excellence* sebagai upaya peningkatan kualitas layanan humas Pemerintah Kota Surabaya (Studi pada Koridor Co-Working Space). *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 9(2), 224-235.
- Wan Ahmad Reza Zainuddin, W., Mohd Zain, M. S., Hashim, N., & Ismail, H. (2023). Examining the effect of service quality dimensions on customer satisfaction in western themed restaurants. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 8(32), 50-62.