

Pengaruh Digitalisasi Proses Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Teras Caffé

Ahmad Aliyafi¹

¹ Institut Teknologi Dan Bisnis Tuban. Jl. Mloyo Kusumo Lebak, Sumurgung Kec
Montong, Kabupaten Tuban, Jawa Timur
yabesfristblood@gmail.com

ABSTRACT

This study examines the effect of business process digitalization on customer satisfaction at Teras Caffé, Tuban. The study used a quantitative descriptive approach by distributing a structured questionnaire to 18 respondents. The study's findings indicate that the use of digital tools such as online ordering, digital payments, and QR code menus significantly improves customer convenience, service speed, and overall satisfaction. These findings suggest that digital transformation is a critical factor in enhancing service experiences and customer loyalty in small food and beverage businesses.

Kata kunci: digitalisasi, kepuasan pelanggan, proses bisnis, Teras Caffé

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi pilar utama dalam pembangunan ekonomi berbasis teknologi, termasuk dalam sektor makanan dan minuman. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong organisasi untuk mengubah cara mereka berinteraksi dengan pelanggan, menyederhanakan proses bisnis, serta meningkatkan

kecepatan dan kualitas layanan. Dalam konteks UMKM, digitalisasi proses bisnis tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga menjadi strategi kompetitif untuk mempertahankan pelanggan.

Teras Caffé sebagai salah satu pelaku usaha mikro di Kabupaten Tuban menghadapi tantangan sekaligus peluang dalam proses transformasi digital ini.

Penerapan teknologi seperti QR menu, sistem pemesanan online, dan pembayaran digital (QRIS/e-wallet) telah menjadi bagian dari strategi pelayanan mereka. Namun, seiring dengan implementasinya, muncul pertanyaan mendasar mengenai efektivitas digitalisasi tersebut dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan.

Penelitian ini menjadi penting untuk mengisi kesenjangan pengetahuan tentang bagaimana digitalisasi proses bisnis memengaruhi dimensi kepuasan pelanggan, yang mencakup aspek kemudahan, kecepatan, keakuratan, dan kenyamanan layanan. Penelitian ini juga bertujuan memberikan rekomendasi praktis bagi UMKM lain dalam mengadopsi teknologi digital guna memperkuat hubungan dengan pelanggan.

2. METODOLOGI

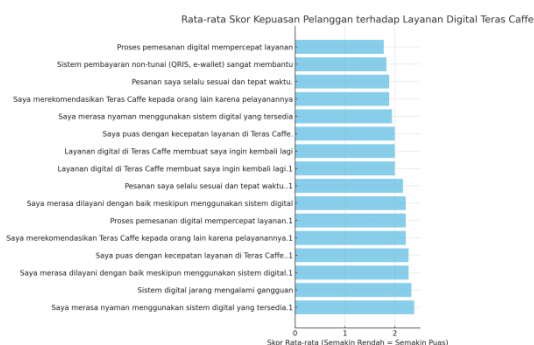
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh digitalisasi proses bisnis terhadap kepuasan pelanggan di Teras Caffe, Tuban. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang objektif dan terukur berdasarkan data numerik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup dengan skala Likert 1–5, yang dirancang untuk mengukur

persepsi pelanggan terhadap aspek-aspek layanan digital, seperti kemudahan pemesanan, kecepatan layanan, kenyamanan penggunaan, dan sistem pembayaran digital.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan layanan digital di Teras Caffe. Karena keterbatasan waktu dan akses, digunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 18 responden yang memenuhi kriteria: pernah berkunjung ke Teras Caffe minimal dua kali dan telah menggunakan minimal satu layanan digital. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan menghitung rata-rata skor tiap indikator, kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan grafik untuk memudahkan interpretasi.

Untuk menjaga validitas dan reliabilitas data, instrumen kuesioner terlebih dahulu diuji melalui uji validitas isi (content validity) dengan meminta masukan dari ahli akademik dan praktisi UMKM. Analisis dilakukan secara manual dengan perhitungan skor rata-rata tiap item, lalu dibandingkan terhadap nilai tengah skala Likert (2.5) sebagai batas interpretasi antara puas dan tidak puas. Metodologi ini dipilih agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap penerapan teknologi digital di Teras Caffe serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola usaha.

3. Kerangka Penelitian



Semua skor berada di bawah **2.5**, yang menunjukkan bahwa pelanggan cenderung puas terhadap layanan digital yang disediakan oleh Teras Caffe.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi proses bisnis memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Aspek yang paling menonjol adalah kecepatan layanan melalui pemesanan digital dan sistem pembayaran non-tunai seperti QRIS dan e-wallet. Hal ini sesuai dengan temuan Lestari et al. (2021) bahwa kemudahan dan efisiensi operasional adalah dua elemen utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam ekosistem digital F&B.

Menariknya, indikator *“saya merasa dilayani dengan baik meskipun menggunakan sistem digital”* juga memperoleh skor cukup baik (2.22), yang menunjukkan bahwa pengalaman digital tidak mengurangi kualitas interaksi dan perhatian yang diterima pelanggan. Ini penting, karena dalam adopsi teknologi

sering kali terjadi penurunan dalam hubungan interpersonal, yang dalam konteks layanan makanan bisa berdampak negatif terhadap pengalaman pelanggan.

Namun demikian, masih terdapat ruang untuk peningkatan, khususnya dalam hal keandalan sistem dan stabilitas platform digital. Beberapa responden mengisyaratkan gangguan kecil seperti koneksi QR lambat atau sistem pembayaran yang tidak selalu responsif. Hal ini perlu diperhatikan oleh manajemen agar tidak menciptakan pengalaman negatif yang dapat mengganggu persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.

Tabel 1

Indikator	Skor Rata-rata
Proses pemesanan digital mempercepat layanan	1.78
Sistem pembayaran non-tunai sangat membantu	1.83
Pesanan sesuai dan tepat waktu	1.89
Rekomendasi karena pelayanan digital	1.89
Rasa nyaman menggunakan sistem digital	1.94

Indikator	Skor Rata-rata
Kepuasan terhadap kecepatan layanan	2.00
Ingin kembali karena layanan digital	2.00
Dilayani baik meskipun menggunakan sistem digital	2.22
Sumber: kuisioner	

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini mengungkap bahwa digitalisasi proses bisnis di Teras Caffe memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dengan skor rata-rata di bawah 2,5 untuk hampir seluruh indikator, terlihat bahwa pelanggan merasa puas terhadap berbagai aspek digitalisasi yang diterapkan, seperti sistem pemesanan berbasis QR code, penggunaan pembayaran non-tunai, serta kecepatan pSecara khusus, aspek yang paling dihargai oleh pelanggan adalah efisiensi dalam proses pemesanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi digital. Ini menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya mendukung operasional, tetapi juga mampu memperkuat nilai layanan dari sisi pelanggan. Selain itu, adanya korelasi antara penggunaan sistem digital dengan loyalitas pelanggan (indikator seperti ingin kembali dan merekomendasikan

kepada orang lain) menegaskan bahwa digitalisasi mampu menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan konsisten.

Namun demikian, meskipun kepuasan pelanggan tergolong tinggi, masih terdapat catatan penting yang perlu diperhatikan, seperti stabilitas sistem digital dan potensi kendala teknis yang dapat mengganggu kelancaran layanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas digitalisasi tidak hanya terletak pada adopsi teknologi, tetapi juga pada pemeliharaan dan kesiapan teknis operasional sehari-hari.

6. SARAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Teras Caffe melakukan pemeliharaan sistem digital secara rutin, terutama pada fitur QR menu dan sistem pembayaran non-tunai. Beberapa responden mengeluhkan adanya gangguan kecil seperti keterlambatan koneksi atau sistem yang tidak responsif. Untuk itu, penting bagi pihak manajemen untuk memastikan sistem digital yang digunakan selalu dalam kondisi optimal agar tidak mengganggu kenyamanan pelanggan.

Selain itu, pihak manajemen sebaiknya memberikan pelatihan kepada karyawan terkait penggunaan perangkat digital dan pelayanan pelanggan berbasis teknologi. Hal ini penting agar staf dapat

membantu pelanggan dengan sigap jika terjadi kendala teknis, serta mampu menciptakan pengalaman pelayanan yang tetap hangat meskipun melalui sistem digital. Di samping itu, Teras Caffé juga dapat mempertimbangkan untuk menambahkan fitur-fitur baru seperti sistem reservasi online, pelacakan pesanan, atau loyalty point berbasis aplikasi

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dilakukan dengan jumlah responden yang lebih banyak dan menggunakan metode analisis statistik yang lebih kompleks seperti uji regresi atau Structural Equation Modeling (SEM). Penambahan variabel lain seperti persepsi harga atau kualitas produk juga bisa menjadi aspek penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan begitu, hasil penelitian akan semakin komprehensif dan dapat menjadi dasar strategi pengembangan bisnis berbasis digital yang lebih kuat.

REFERENSI

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Pearson.
- Lestari, D., Nugroho, A., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Transformasi Digital terhadap Efisiensi Operasional pada Industri Kuliner. *Jurnal Manajemen Digital*, 3(2), 44–59.
- Prasetyo, Y., & Nugroho, H. (2022). Digitalisasi UMKM dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 5(1), 12–27.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. Diakses dari <https://www.bps.go.id>
- Putri, N., & Santosa, A. (2020). Pengaruh QR Code dan Pembayaran Digital terhadap Kepuasan Pelanggan di Kafe Urban. *Jurnal Ekonomi Digital*, 2(1), 20–31.
- Rahmawati, S., & Firdaus, R. (2021). Strategi UMKM Menghadapi Era Digital: Studi Kasus pada Usaha Kuliner di Jawa Timur. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Bisnis*, 4(1), 57–66.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.