

## Perancangan Perbaikan Kualitas Pelayanan menggunakan Metode IPA dan Kano Sebagai Evaluasi Kualitas Pelayanan Kedai Kopi

Muhammad Rifqi Aditya\*, Nugraha

Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*mrifqiaditya25@gmail.com, nugraha692016@gmail.com

**Abstract.** Sepertiga coffee shop is one of the coffee shops located in downtown Banda Aceh. Sepertiga shop is a fairly new coffee shop because this shop opened in 2018. Sepertiga shop still has to strengthen its business strategy in order to survive and compete with other coffee shops. The majority of consumers at the One-third coffee shop are aged 17-28 years who are students and university students. With the majority of consumers who are students, one-third of coffee gets an average daily turnover of Rp. 3,056,453 while the target turnover of one-third of coffee is Rp. 5,000,000 per day, but until now the turnover achieved is only 50% of the target and has decreased. Sepertiga Coffee Shop needs an increase in sales, the strategy undertaken to increase sales is to improve service quality. The quality of service at Sepertiga Coffee Shop requires improvement, it is known based on the results of data processing using the IPA Kano method. The main function of the IPA method is to provide information related to service factors based on consumer opinion which can encourage customer satisfaction and loyalty, as well as other factors, namely the need to improve services according to consumer opinion because at this time consumers are not satisfied with existing services (Napitupulu, 2016).

**Keywords:** *IPA, Kano, gap analysis.*

**Abstrak.** Kedai Kopi Sepertiga merupakan salah satu kedai kopi yang berada di pusat kota Banda Aceh. Kedai Kopi Sepertiga merupakan kedai kopi yang terbilang baru karena kedai ini mulai dibuka pada tahun 2018. Kedai Kopi Sepertiga masih harus memantapkan strategi bisnis agar dapat bertahan dan bersaing dengan kedai kopi lainnya. Mayoritas konsumen pada Kedai Kopi Sepertiga yaitu berusia 17-28 tahun yang merupakan pelajar dan mahasiswa. Dengan mayoritas konsumen yang merupakan pelajar dan mahasiswa Sepertiga coffee mendapatkan omzet harian rata-rata sebesar Rp. 3.056.453 sedangkan target omzet Sepertiga coffee yaitu sebesar Rp. 5.000.000 per hari, tetapi sampai saat ini omzet yang tercapai hanya 50% dari target dan mengalami penurunan. Berdasarkan hasil kuesioner awal masalah utama pada kedai kopi Sepertiga yaitu kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan. Kedai Kopi Sepertiga membutuhkan peningkatan penjualan, strategi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan memperbaiki kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan pada Kedai Kopi Sepertiga memerlukan perbaikan diketahui berdasarkan hasil olah data menggunakan metode IPA Kano. Fungsi utama dari metode IPA yaitu, menyajikan informasi yang berhubungan dengan faktor pelayanan berdasarkan pendapat konsumen yang dapat mendorong kepuasan maupun loyalitas konsumen, juga faktor lainnya yaitu perlunya melakukan peningkatan pelayanan menurut pendapat konsumen karena pada saat ini konsumen belum merasa puas dengan pelayanan yang ada (Napitupulu, 2016).

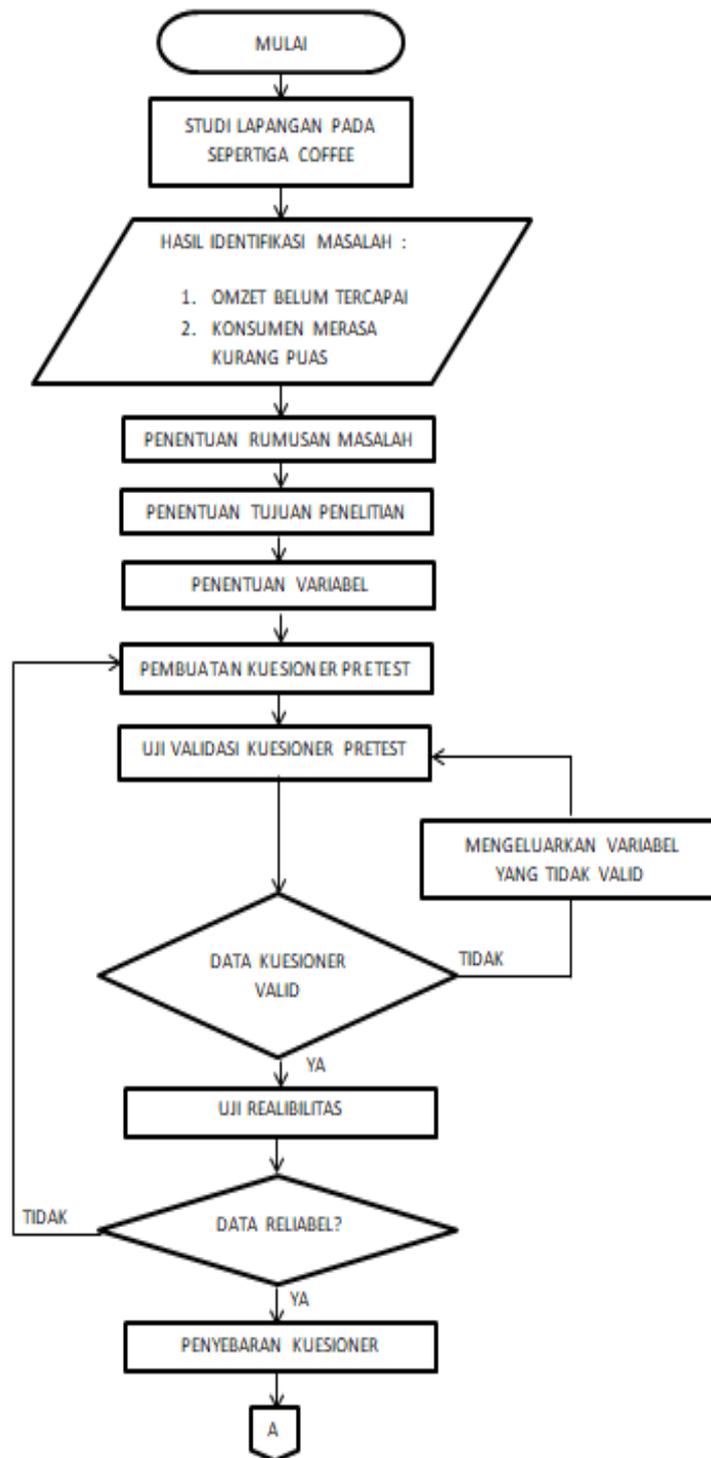
**Kata Kunci:** *IPA; Kano; gap analysis.*

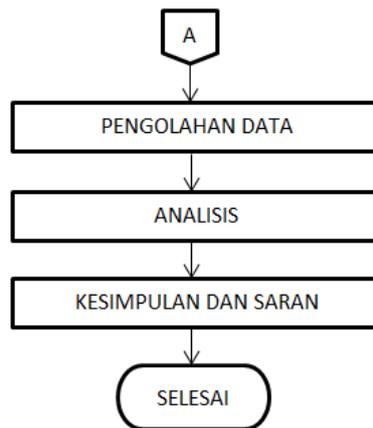
## A. Pendahuluan

Konsumsi kopi di Indonesia mengalami peningkatan karena kebiasaan masyarakat Indonesia yang mengonsumsi kopi. Sistem Informasi Kementerian Pertanian Indonesia (2019) menampilkan data bahwa konsumsi kopi nasional di tahun 2016-2021 tumbuh sebesar 8,22% pertahun. Sistem Informasi Kementerian Pertanian Indonesia (2019) juga menunjukkan bahwa konsumsi kopi di Aceh di tahun 2018-2019 mengalami peningkatan sebesar 2,65% [1]. Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia menjadikan bisnis kopi menjadi salah satu peluang bisnis yang baik saat ini. Pelaku bisnis memanfaatkan peluang ini dengan membuka usaha kedai kopi. Banyaknya pelaku bisnis yang membuka kedai kopi yang bermunculan dan berkembang menyebabkan tingginya tingkat persaingan bisnis yang terjadi baik di kota besar maupun di kota kecil. Persaingan bisnis kedai kopi juga dirasakan oleh sejumlah kedai kopi di Aceh khususnya di kota Banda Aceh. Banda Aceh memiliki potensi pasar yang tinggi salah satunya ditunjukkan dari banyaknya perguruan tinggi yang ada di kota tersebut, kebanyakan konsumen kedai kopi yang ada di Banda Aceh adalah kalangan muda atau mahasiswa. Salah satu kedai kopi di Banda Aceh yaitu Sepertiga Coffee kedai kopi ini terbilang baru, kedai kopi ini dibuka mulai tahun 2018. Karena termasuk kedai kopi yang baru Sepertiga Coffee masih harus memantapkan strategi bisnis agar dapat bertahan dan dapat bersaing dengan kedai kopi lainnya. Dengan mayoritas konsumen yang merupakan pelajar dan mahasiswa Sepertiga Coffee mendapatkan omzet harian rata-rata sebesar Rp. 3.056.453 sedangkan target omzet Sepertiga Coffee yaitu sebesar Rp. 5.000.000 per hari, tetapi sampai saat ini omzet yang tercapai hanya 50% dari target dan mengalami penurunan penjualan. Berdasarkan hasil survei pendahuluan pada Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa atribut yang mencakup pelayanan memiliki persentase rata-rata dibawah 60% yang berarti perlu dilakukan pengukuran menggunakan metode Servqual untuk mengetahui kepuasan konsumen dan metode IPA-KANO untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang harus diperbaiki oleh Sepertiga Coffee. Menurut Soewarso Hardjosudarmo kualitas adalah suatu penilaian subyektif dari customer, dimana penentuan ini ditentukan oleh persepsi customer terhadap produk dan jasa [2]. Terdapat dua jenis kualitas yaitu kualitas produk dan kualitas jasa. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. (Kotler, 2005:259) [3]. Fungsi utama dari metode IPA yaitu, menyajikan informasi yang berhubungan dengan faktor pelayanan berdasarkan pendapat konsumen yang dapat mendorong kepuasan maupun loyalitas konsumen, juga faktor lainnya yaitu perlunya melakukan peningkatan pelayanan menurut pendapat konsumen karena pada saat ini konsumen belum merasa puas dengan pelayanan yang ada (Napitupulu, 2016) [4].

## B. Metodologi Penelitian

Penelitian yang dilakukan diawali dengan studi lapangan dan studi pustaka, lalu melakukan perumusan masalah, menentukan tujuan penelitian, mengidentifikasi variabel, teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan cara wawancara, pengamatan langsung dan dokumentasi dari perusahaan. Adapun tahapan yang dilakukan pada penelitian ini sebagai berikut:





Adapun tahapan penelitian yang dapat diuraikan sebagai berikut:

### **Mulai**

Tugas Akhir ini dimulai dengan menentukan perusahaan yaitu Sepertiga Coffee.

### **Studi Lapangan**

Informasi perusahaan dan kondisi perusahaan yang sebenarnya dilihat dengan melakukan studi lapangan.

### **Hasil Identifikasi Masalah**

Studi lapangan dan penyebaran survei pendahuluan menghasilkan identifikasi masalah pada perusahaan yaitu target omset yang belum tercapai dan konsumen yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan.

### **Rumusan Masalah**

Tugas akhir ini meneliti rumusan masalah berdasarkan hasil identifikasi masalah. Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang didapatkan rumusan masalah yaitu bagaimana penentuan prioritas perbaikan kualitas pelayanan pada kedai Sepertiga Coffee dan bagaimana usulan rancangan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada kedai Sepertiga Coffee.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ditentukan berdasarkan rumusan masalah yang ada yaitu untuk menentukan prioritas perbaikan kualitas kedai Sepertiga Coffee menggunakan metode IPA dan KANO dan memberikan usulan rancangan perbaikan kualitas kedai Sepertiga Coffee.

### **Penentuan variabel yang digunakan**

Penentuan variabel yang digunakan untuk membuat kuesioner, variabel yang digunakan dalam pembuatan kuesioner ini yaitu variabel 7P, di antaranya:

1. *Product* (Produk)  
Produk merupakan segala bentuk hasil usaha yang ditawarkan ke pasar untuk digunakan atau dikonsumsi sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.
2. *Price* (Harga)  
Harga yang dimaksud adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh user atau klien Anda untuk mendapatkan produk yang Anda tawarkan.
3. *Place* (Tempat)  
Konsep ini berfokus pada tempat atau lokasi di mana perusahaan Anda berdiri. Di mana,

semakin strategis tempat bisnis Anda, semakin besar juga keuntungan yang akan didapatkan perusahaan.

4. **Promotion (Promosi)**  
Promosi merupakan aktivitas penyebaran informasi yang bersifat membujuk, mempengaruhi dan mengingatkan pasar bahwa produk Anda sudah siap dijual dan dibeli oleh mereka.
5. **People (Orang)**  
SDM merupakan komponen penting dalam strategi *marketing mix 7p*. Faktor sumber daya manusia sangat menentukan maju atau tidaknya sebuah perusahaan.
6. **Process (Proses)**  
Proses di sini mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya, mulai dari konsumen memesan (*order*) hingga akhirnya mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan.
7. **Physical (Bukti Fisik)**  
Tampilan fisik tempat usaha akan menjelaskan bagaimana penataan bangunan dari suatu perusahaan. Apakah perusahaan menggunakan interior yang unik, *lightning system* yang menarik, desain ruangan yang menarik perhatian, dan lain sebagainya.
8. **Pembuatan Survei pendahuluan**  
Survei pendahuluan dirancang menggunakan variabel yang telah ditentukan yaitu variabel 7P yang menghasilkan beberapa pertanyaan sebagai berikut:
9. **Uji Validitas**  
Uji validitas uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghazali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner.
10. **Uji Realibilitas**  
Sugiharto dan Situnjak (2006) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan.
11. **Penyebaran Kuesioner Sebenarnya**  
Penyebaran kuesioner sebenarnya dilakukan untuk mengetahui perbaikan apa yang harus dilakukan oleh Sepertiga Coffee. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen Sepertiga Coffee.
12. **Pengolahan Data menggunakan IPA dan KANO**  
Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan hasil penyebaran kuesioner yang diolah menggunakan metode IPA dan KANO. Metode IPA digunakan untuk menentukan prioritas variabel yang memerlukan perbaikan.
13. **Analisis**  
Analisis dilakukan berdasarkan data yang telah diolah menggunakan metode IPA dan KANO.
14. **Kesimpulan dan saran**  
Kesimpulan dan saran merupakan tahap terakhir dari penelitian ini. Pada kesimpulan didapatkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Saran yang diberikan kepada Sepertiga Coffee merupakan usulan perbaikan yang dapat diaplikasikan untuk memperbaiki kualitas pelayanan.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Importance Performance Analysis (IPA)

Hasil akhir dari metode importance performance analysis yaitu berbentuk diagram kartesius yang berisikan atribut-atribut dari kuesioner yang telah disebar. Berdasarkan diagram kartesius diketahui bahwa terdapat 5 atribut pada kuadran 1 yang berarti atribut tersebut memerlukan perbaikan, pada kuadran 2 terdapat 10 atribut yang merupakan atribut yang harus dipertahankan karena sangat mempengaruhi kepuasan konsumen, pada kuadran 3 terdapat 2 atribut yang berarti atribut tersebut dianggap kurang penting oleh konsumen dan konsumen merasa kurang

puas, dan pada kuadran 4 terdapat 6 atribut yang menurut konsumen kurang penting tetapi kinerja yang diberikan oleh perusahaan berlebih

### **SERVQUAL**

Servqual dilakukan untuk mengevaluasi kesenjangan kinerja perusahaan saat ini dengan kinerja harapan. Berdasarkan hasil pengolahan data seluruh atribut memiliki nilai kesenjangan paling tinggi yang berarti kinerja perusahaan berada di bawah harapan konsumen. Karena pada langkah sebelumnya telah diketahui pada diagram kartesius importance performance analysis ada 5 atribut yang menjadi prioritas perusahaan untuk melakukan perbaikan, maka dari seluruh atribut yang menunjukkan nilai kesenjangan negatif hanya akan dilakukan perbaikan kepada 5 atribut yang memiliki nilai kesenjangan terbesar, 5 nilai kesenjangan terbesar tersebut juga termasuk ke dalam 5 atribut yang termasuk pada kuadran I diagram kartesius importance performance analysis. Lima atribut yang memiliki nilai kesenjangan terbesar, di antaranya:

1. Proses pelayanan pada kasir relatif cepat.
2. Pelayan mengutamakan konsumen pada saat melayani.
3. Pelayan ramah dan sopan dalam melayani konsumen.
4. Pelayan berpenampilan bersih dan rapih.
5. Pelayan dalam melayani konsumen sangat cekatan atau sigap.

Berdasarkan atribut tersebut maka perbaikan yang perlu dilakukan yang memiliki nilai gap tertinggi terdapat pada atribut *people* dan *process* yaitu kecepatan perusahaan pada saat menanggapi kritik dan saran. Berdasarkan hal tersebut perbaikan yang perlu dilakukan yaitu dengan memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

### **KANO**

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan rekapitulasi hasil kuesioner Kano diketahui hanya ada 2 kategori yang memerlukan perbaikan dan didapatkan hasil sebagai berikut:

#### **Attractive**

Kategori ini merupakan kategori yang perlu dipertahankan karena mempengaruhi peningkatan kepuasan konsumen, walaupun dengan menurunnya kinerja pada kategori ini tidak akan mempengaruhi penurunan tingkat kepuasan. Atribut yang termasuk ke dalam kategori ini adalah pelayan dapat memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan. Kategori ini dapat dipertahankan dengan cara membuat SOP untuk diterapkan kepada karyawan.

#### **Must be**

Kategori ini merupakan kategori yang dianggap penting karena jika kinerja atribut pada kategori ini rendah konsumen menjadi kurang puas, meskipun kinerja atribut pada kategori ini tinggi kepuasan konsumen tidak akan meningkat jauh. Adapun atribut yang termasuk ke dalam kategori ini adalah:

1. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang disajikan.
2. Pelayan mengutamakan konsumen pada saat melayani.
3. Pelayan ramah dan sopan dalam melayani konsumen.
4. Pelayan memberikan pelayanan yang baik.
5. Pelayan dalam melayani konsumen sangat cekatan atau sigap.
6. Proses pembayaran mudah.

Berdasarkan atribut di atas perbaikan yang dapat dilakukan yaitu pembuatan SOP dan memperhatikan fasilitas yang dapat memudahkan konsumen.

### **D. Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu Prioritas perbaikan yang dapat dilakukan berdasarkan hasil analisis menggunakan metode IPA (Importance Performance Analysis) menunjukkan kinerja yang dibutuhkan oleh konsumen dan memerlukan perbaikan sehingga didapatkan 5 atribut yang memerlukan perbaikan pada kualitas

pelayanan. Analisis menggunakan metode KANO menunjukkan perbaikan yang dapat dilakukan yaitu pembuatan SOP dan memperhatikan fasilitas yang dapat memudahkan konsumen. Perbaikan tersebut dilakukan berdasarkan hasil kuesioner KANO yang menunjukkan atribut yang memerlukan perbaikan berada pada dimensi people (orang) dan process (proses) yang mencakup proses pelayanan yang diberikan oleh karyawan Kedai Kopi Sepertiga.

### **Acknowledge**

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah membantu saat proses penelitian yang dilakukan khususnya terhadap Bapak Dr. Ir. Nugraha, MM., IPM. Selaku pembimbing dan sudah memberikan pengarahan untuk peneliti. Peneliti juga berterimakasih kepada pihak lain yang telah membantu dan mendukung penelitian ini.

### **Daftar Pustaka**

- [1] Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh, 2021. Jumlah penduduk (Jiwa) 2018-2019 [online] tersedia pada <https://aceh.bps.go.id/indicator/12/55/1/jumlah-penduduk.html> [Diakses pada 24 Desember 2022].
- [2] Hardjosudarmo, S., 2004. Bacaan terpilih tentang Total Quality Management, Yogyakarta: Andi.
- [3] Kotler, P., 2005. The role played by the broadening of marketing movement in the history of marketing thought. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(1), 114-116.
- [4] Napitupulu, D. B., 2016. Evaluasi kualitas website universitas XYZ dengan pendekatan webqual [Evaluation of XYZ university website quality based on Webqual approach. *Buletin Pos dan Telekomunikasi*, 14(1), 51-64.