

**USULAN PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN
OFAL *COFFEE TALK* DENGAN MENGGUNAKAN
METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Igo Octavian Simamora

NPM : 2016610191



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2021**

**USULAN PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN
OFAL COFFEE TALK DENGAN MENGGUNAKAN
METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Igo Octavian Simamora

NPM : 2016610191



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2021**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Igo Octavian Simamora
NPM : 2016610191
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN
OFAL COFFEE TALK MENGGUNAKAN METODE
IMPROVEMENT GAP ANALYSIS

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Maret 2021
**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Pertama

(Dr. Sugih Sudharma Tjandra, S.T., M.Si.)

Dosen Pembimbing Kedua

(Hanky Fransiscus, S.T., M.T.)



PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Igo Octavian Simamora

NPM : 2016610191

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:
**USULAN PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN OFAL *COFFEE TALK*
MENGUNAKAN METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS***

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 1 Maret 2021

Igo Octavian Simamora

NPM : 2016610191

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman merupakan industri yang memberikan dampak yang besar terhadap perekonomian Indonesia. Salah satu bentuk industri makanan dan minuman yang sedang berkembang adalah kafe. Ofal *Coffee Talk* merupakan sebuah kafe yang berada di kota Sidikalang. Terdapat beberapa keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Hal ini membuat 7 dari 20 responden ragu untuk kembali berkunjung. Terdapat juga penurunan pendapatan pada periode Agustus 2019 hingga Agustus 2020. Penurunan pendapatan ini dapat menjadi indikasi ketidakpuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui atribut apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, susunan prioritas perbaikan atribut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, serta usulan perbaikan yang tepat. Penentuan atribut dilakukan dengan metode *Critical Incident Technique* (CIT) dan studi literatur. Terdapat sebanyak 24 atribut yang terpilih dan dianggap dapat memberi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 147 responden yang pernah mengunjungi Ofal *Coffee Talk*. Melalui penyebaran kuesioner, didapatkan 23 atribut yang valid serta 131 data responden yang dapat diolah. Penentuan atribut prioritas dilakukan dengan perhitungan statistik dan dengan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis*. Melalui proses perhitungan, didapatkan hasil sebanyak 7 atribut di kuadran I. Atribut tersebut dicari akar permasalahannya menggunakan *fishbone diagram*. Berdasarkan akar masalah yang ditemukan, terdapat beberapa usulan perbaikan yang diberikan seperti pelaksanaan pelatihan, pelengkapan fasilitas pendukung karyawan, serta menambah jumlah pekerja. Usulan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan di Ofal *Coffee Talk*.

ABSTRACT

The food and beverage industry is an industry that has a major impact on the Indonesian economy. One form of the food and beverage industry that is growing is a cafe. Ofal Coffee Talk is a cafe located in the city of Sidikalang. There have been several complaints submitted by customers. This makes 7 out of 20 respondents hesitate to return to visit. There was also a reduction in income in the period August 2019 to August 2020. This decrease in revenue could be an indication of customer dissatisfaction. This research was conducted to determine which attributes affect customer satisfaction, the priority arrangement of attribute improvements to increase customer satisfaction, and the appropriate suggestions for improvements. The determination of attributes was carried out using the Critical Incident Technique (CIT) method and literature studies. There are 24 attributes selected and considered to have an influence on customer satisfaction. Questionnaires were distributed to 147 respondents who had visited Ofal Coffee Talk. Through the distribution of questionnaires, obtained 23 valid attributes and 131 data respondents that can be processed. Determination of priority attributes is done by statistical calculations and by using the Improvement Gap Analysis method. Through the calculation process, the results obtained are 7 attributes in quadrant I. These attributes are searched for the root of the problem using a fishbone diagram. Based on the root of the problem found, there were several suggestions for improvements such as implementing training, completing employee support facilities, and increasing the number of workers. The proposal is expected to increase customer satisfaction at Ofal Coffee Talk.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan laporan skripsi yang berjudul “Usulan Peningkatan Kepuasan Pelanggan Ofal *Coffee Talk* Dengan Menggunakan Metode *Improvement Gap Analysis*”. Laporan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan. Laporan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang turut membantu penulis dalam proses penulisan. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Sugih Sudharma Tjandra, S.T., M.Si. dan Bapak Hanky Fransiscus, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis selama proses penelitian dan penulisan laporan skripsi ini.
2. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis dalam melakukan penelitian serta penulisan laporan skripsi ini.
3. Arco, Fernando, dan Laura yang selalu meluangkan waktunya membantu penulis serta memberikan dukungan penuh kepada penulis.
4. Seluruh anggota BE yang menjadi teman yang baik mulai dari awal perkuliahan hingga penulisan laporan skripsi ini.
5. Pemilik Ofal *Coffee Talk* yang bersedia menjadikan usahanya sebagai bahan penelitian penulis.
6. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk dimintai keterangan dan informasi.

Penulis sangat berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah disebutkan diatas. Penulis sangat mengharapkan adanya masukan dan kritik yang dapat membangun. Semoga laporan skripsi ini dapat berguna bagi seluruh pembaca

Bandung, 26 Februari 2021

Igo Octavian Simamora

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	I-10
I.4 Tujuan Penelitian	I-10
I.5 Manfaat Penelitian	I-11
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-11
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Kafe	II-1
II.2 Pengertian Jasa	II-1
II.3 Kepuasan Pelanggan.....	II-2
II.4 Kualitas Jasa	II-3
II.5 <i>Critical Incident Technique (CIT)</i>	II-4
II.6 <i>DINESERV</i>	II-5
II.7 Skala Pengukuran	II-7
II.8 Teknik <i>Sampling</i>	II-9
II.9 Penentuan Jumlah Sampel	II-11
II.10 Uji Validitas	II-11
II.11 Uji Reliabilitas	II-12
II.12 <i>Improvement Gap Analysis (IGA)</i>	II-12
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Penentuan Atribut	III-1
III.1.1 Penyesuaian Atribut Berdasarkan Konsumen.....	III-1

III.1.2	Penyesuaian Atribut Berdasarkan Pemilik Kafe	III-3
III.1.3	Penyaringan Atribut dan Atribut Terpilih.....	III-5
III.2	Perancangan Kuesioner.....	III-8
III.3	Pengolahan Data	III-12
III.3.1	Profil Responden	III-12
III.3.2	Uji Validitas.....	III-15
III.3.3	Uji Reliabilitas	III-17
III.4	Perhitungan <i>Improvement Gap</i>	III-18
BAB IV ANALISIS		
IV.1	Analisis Pembuatan Kuesioner	IV-1
IV.2	Analisis Profil Responden	IV-2
IV.3	Analisis Perhitungan Kuesioner.....	IV-16
IV.4	Analisis Matriks <i>Improvement Gap Analysis</i>	IV-17
IV.5	Usulan Perbaikan.....	IV-19
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
V.1	Kesimpulan	V-1
V.2	Saran	V-3
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Proyeksi Produksi dan Konsumsi Kopi Indonesia	I-2
Tabel I.2	Rekapitulasi Keluhan Pelanggan.....	I-5
Tabel II.1	Atribut-Atribut <i>DINESERV</i>	II-5
Tabel III.1	Rekapitulasi Tingkat Kepentingan Atribut Oleh Pelanggan.....	III-1
Tabel III.2	Rekapitulasi Tingkat Kepentingan Atribut Oleh Pemilik Kafe	III-4
Tabel III.3	Rekapitulasi Gabungan Tingkat Kepentingan Atribut.....	III-5
Tabel III.4	Atribut Terpilih	III-7
Tabel III.5	Pertanyaan Fungsional Dan Disfungsional	III-9
Tabel III.6	Pertanyaan Atribut Situasi Saat Ini	III-11
Tabel III.7	Rekapitulasi Uji Validitas Tingkat Kepuasan Saat Ini.....	III-15
Tabel III.8	Rekapitulasi Hasil Perhitungan.....	III-20
Tabel III.9	Rekapitulasi Atribut Matriks <i>Improvement Gap Analysis</i>	III-22
Tabel IV.1	Tabulasi Silang Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A11	IV-5
Tabel IV.2	Nilai <i>Chi-Square</i> Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A11	IV-6
Tabel IV.3	Tabulasi Silang Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A12	IV-6
Tabel IV.4	Nilai <i>Chi-Square</i> Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A12	IV-7
Tabel IV.5	Tabulasi Silang Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A16	IV-8
Tabel IV.6	Nilai <i>Chi-Square</i> Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A16	IV-8
Tabel IV.7	Tabulasi Silang Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A17	IV-9
Tabel IV.8	Nilai <i>Chi-Square</i> Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A17	IV-10
Tabel IV.9	Tabulasi Silang Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A23	IV-10
Tabel IV.10	Nilai <i>Chi-Square</i> Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A23	IV-11
Tabel IV.11	Tabulasi Silang Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A26	IV-11
Tabel IV.12	Nilai <i>Chi-Square</i> Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A26	IV-12
Tabel IV.13	Tabulasi Silang Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A29	IV-13
Tabel IV.14	Nilai <i>Chi-Square</i> Frekuensi Kedatangan dengan Atribut A29	IV-13
Tabel IV.15	Rekapitulasi Nilai <i>Chi-Square</i> Profil Responden	IV-14
Tabel IV.16	Contoh Kartu Pemeriksaan Komputer	IV-21
Tabel IV.17	Contoh Lembar Pencatatan Ketersediaan Bahan Baku.....	IV-22
Tabel IV.18	Contoh Formulis Evaluasi SOP	IV-25

Tabel IV.19	SOP Penggunaan Alat Dapur.....	IV-26
Tabel IV.20	Rekapitulasi Usulan Perbaikan.....	IV-33
Tabel IV.21	Rekapitulasi Usulan dan Pendapat Pemilik Kafe	IV-34

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Matriks Sektor Prioritas	I-1
Gambar I.2	Grafik Pendapatan Periode Agustus 2019 – Agustus 2020	I-4
Gambar I.3	Metodologi Penelitian	I-12
Gambar II.1	Matriks <i>Improvement Gap Analysis</i> (IGA)	II-14
Gambar III.1	Proporsi Jenis Kelamin	III-13
Gambar III.2	Proporsi Usia	III-13
Gambar III.3	Proporsi Jenis Pekerjaan	III-14
Gambar III.4	Frekuensi Kedatangan	III-14
Gambar III.5	Jenis Kendaraan yang Digunakan.....	III-15
Gambar III.6	<i>Cronbach's Alpha</i> Atribut Fungsional	III-17
Gambar III.7	<i>Cronbach's Alpha</i> Atribut Disfungsional	III-17
Gambar III.8	<i>Cronbach's Alpha</i> Atribut <i>Current Situation</i>	III-18
Gambar III.9	Matriks <i>Improvement Gap Analysis</i>	III-21
Gambar IV.1	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A11	IV-20
Gambar IV.2	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A12	IV-23
Gambar IV.3	SOP Bagian Dapur di Ofal <i>Coffee Talk</i>	IV-24
Gambar IV.4	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A16	IV-27
Gambar IV.5	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A17	IV-29
Gambar IV.6	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A23	IV-30
Gambar IV.7	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A26	IV-32
Gambar IV.8	Contoh Denah Area Makan	IV-33
Gambar IV.9	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A29	IV-34

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....	A-1
LAMPIRAN B JAWABAN KUESIONER.....	B-1

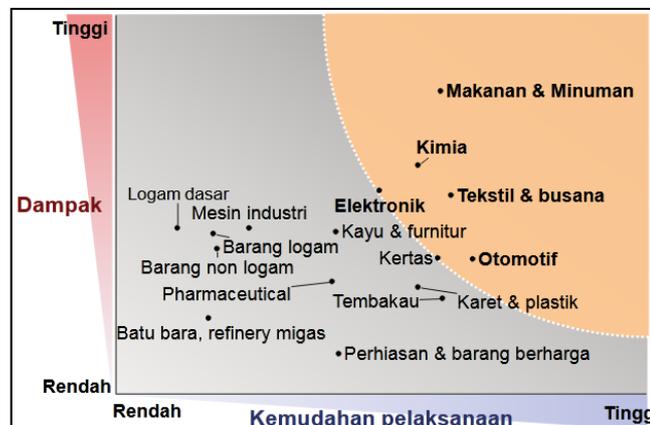
BAB I

PENDAHULUAN

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, proses identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta metodologi penelitian.

I.1. Latar Belakang Masalah

Industri makanan dan minuman merupakan sektor industri yang berdampak besar terhadap perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2018, industri makanan dan minuman merupakan subkategori terbesar dalam industri pengolahan yang menyumbangkan persentase PDB yang besar dibandingkan dengan sektor industri lainnya, seperti tekstil, kimia, farmasi, serta industri lainnya. Selain itu, nilai CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) yang dihasilkan sektor ini mencapai 2,92%. Industri makanan dan minuman adalah sektor yang mengalami peningkatan. Hal ini didasari oleh tingkat kemudahan pelaksanaan dan dampak yang dihasilkan. Sektor ini mampu memberikan dampak yang besar terhadap perekonomian dan merupakan sektor yang memiliki kemudahan pelaksanaan yang relatif tinggi. Hal ini dapat dilihat dalam matriks prioritas yang terdapat dalam program Kementerian Perindustrian “*Making Indonesia 4.0*” seperti yang ditunjukkan pada Gambar I.1 dibawah ini.



Gambar I.1 Matriks Sektor Prioritas
(Sumber : *Making Indonesia 4.0*)

Sektor makanan dan minuman yang bertumbuh pesat mengakibatkan munculnya usaha atau jasa seperti restoran, kafe, serta rumah makan. Berdasarkan data yang diterbitkan oleh *Australian Trade Commission* pada tahun 2016 mengenai industri makanan dan minuman, terdapat 31.230 *outlet*. Hal ini mengindikasikan terdapat persaingan pada sektor industri makanan dan minuman. Salah satu jenis usaha yang sedang marak adalah kafe. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kafe adalah tempat minum kopi yang pengunjunnya dihibur dengan musik dan tempat minum yang pengunjunnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh, bir, dan kue-kue. Kafe tidak hanya menjual minuman saja, tetapi juga makanan meskipun variasinya tergolong sedikit. Salah satu yang melatar belakangi munculnya kafe-kafe di Indonesia adalah tingkat pertumbuhan produksi dan konsumsi kopi di Indonesia. Menurut data yang didapatkan dari Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, produksi kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 1,23% pada tahun 2020, 1,40% pada tahun 2021 dan mengalami peningkatan untuk periode selanjutnya seperti yang tertera pada Tabel I.1 berikut ini.

Tabel I.1. Proyeksi Produksi dan Konsumsi Kopi Indonesia

Tahun	Produksi (Ton)	Pertumbuhan Produksi	Konsumsi Kopi Nasional (Ton)	Pertumbuhan Konsumsi
2019	734.244		416.380	
2020	743.254	1,23%	420.357	0,96%
2021	753.652	1,40%	424.334	0,95%
2022	765.004	1,51%	428.311	0,94%
2023	777.120	1,58%	432.288	0,93%
Rata-rata Pertumbuhan		1,43%		0,94%

(Sumber : Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian 2019)

Dari Tabel I.1 dapat dilihat bahwa tingkat konsumsi kopi nasional selalu mengalami peningkatan dari segi jumlah. Hal ini sejalan dengan tingkat pertumbuhan produksi yang selalu meningkat juga. Tingkat pertumbuhan konsumsi kopi nasional pada tahun 2020 diprediksi akan mencapai angka 0,96%. Tingkat pertumbuhan konsumsi kopi untuk tahun 2021 akan menyentuh angka 0,95%.

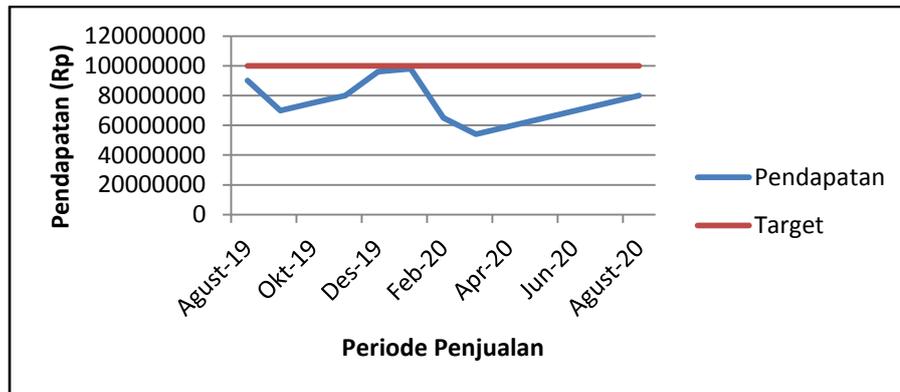
Kabupaten Dairi merupakan salah satu kabupaten dengan luas lahan kopi terbesar kedua setelah Kabupaten Tapanuli Utara. Menurut data BPS Sumatera

Utara 2020, Dairi memiliki seluas 12.090 hektar lahan kopi dan menjadi penghasil kopi terbesar ketiga di Sumatera Utara dengan 9.590 ton kopi. Sidikalang merupakan sebuah kota yang terdapat di Kabupaten Dairi, Sumatra Utara. Sidikalang merupakan ibu kota kabupaten dengan populasi sekitar 50.868 jiwa berdasarkan Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi 2020. Sidikalang menjadi salah satu pusat industri kopi di Kabupaten Dairi.

Kopi Sidikalang merupakan salah satu kopi ternama yang ada di Kabupaten Dairi. Banyaknya produsen kopi di Sidikalang memberikan peluang bisnis bagi masyarakat khususnya kafe. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, terdapat sebanyak 7 kafe yang berdiri di Sidikalang. Salah satu kafe adalah *Ofal Coffee Talk*. *Ofal Coffee Talk* merupakan kafe yang berlokasi di Jl.Taman Makam Pahlawan dan sudah berdiri sejak tahun 2017. *Ofal Coffee Talk* pada awalnya merupakan sebuah kafe dan *cake shop*. *Cakeshop* tersebut menjual aneka kue seperti kue kering, kue basah, serta kue ulang tahun. Pemilik juga menyediakan sarana bagi pelanggan untuk mengadakan pesta atau acara ulang tahun di bagian kafe. Pemilik juga melakukan promosi produk kue melalui media sosial berupa *instagram*. Pada pertengahan tahun 2019, pemilik memutuskan untuk menghentikan bagian *cake shop*. Hal ini terjadi karena terjadinya penurunan permintaan untuk kue. Selain itu biaya untuk menjalankan *cakeshop* dinilai terlalu mahal jika dibandingkan dengan jumlah permintaan kue. Jam operasional *Ofal Coffee Talk* adalah pukul 08.00 pagi sampai dengan pukul 23.00 malam serta beroperasi setiap hari. Kafe ini memiliki 3 tempat (lantai), dimana lantai 1 dan lantai 2 merupakan ruangan indoor sedangkan lantai 3 memiliki konsep semi rooftop. Terdapat *live music* setiap *weekend* di lantai 2 dan atau lantai 3. *Waitress* akan datang ke meja pelanggan untuk memberikan informasi menu dan melakukan pencatatan pesanan. Terdapat 8 orang pekerja yang melayani pengunjung dengan tugas sebagai *chef*, kasir, *steward*, barista, dan *waitress*. Jenis minuman yang ditawarkan adalah kopi, jus, serta minuman ringan lainnya. Sedangkan untuk makanan, *Ofal Coffee Talk* menyediakan menu konvensional seperti nasi goreng, mie goreng, roti, dan olahan lainnya.

Dalam satu tahun terakhir, *Ofal Coffee Talk* memiliki grafik penjualan yang tidak konsisten. Pada hari biasa pendapatan yang dihasilkan terkadang mengalami kenaikan dan terkadang mengalami penurunan. Jumlah pendapatan yang paling tinggi didapatkan ketika *weekend*. Berdasarkan penuturan pemilik

kafe, belum ada tindakan evaluasi untuk mencapai pendapatan yang stabil di hari biasa. Selain itu belum ada tindakan yang dilakukan untuk mencapai target penjualan yang telah ditentukan. Gambar 1.2 merupakan data pendapatan Ofal *Coffee Talk* terhitung sejak Agustus 2019 hingga Agustus 2020.



Gambar 1.2. Grafik Pendapatan Periode Agustus 2019-Agustus 2020

Grafik pendapatan di atas merupakan pendapatan yang didapatkan Ofal dari bagian kafe saja. Berdasarkan grafik diatas, terlihat bahwa pendapatan mengalami kenaikan pada periode-periode hari libur seperti periode Agustus, Desember, dan Januari. Grafik diatas juga menunjukkan bahwa pendapatan masih belum mencapai target yang telah ditentukan oleh pemilik. Pemilik kafe tidak mengetahui secara pasti penyebab terjadinya inkonsistensi pendapatan, tetapi pemilik menduga bahwa terdapat permasalahan dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Selain itu pemilik kafe belum melakukan evaluasi untuk mencari permasalahan yang mengakibatkan inkonsistensi pendapatan. Target yang ditetapkan oleh pemilik adalah kurang lebih Rp 100.000.000. Penentuan target ini juga dilakukan berdasarkan perhitungan dasar, bukan secara spesifik melalui perhitungan pengeluaran, pendapatan, serta aspek-aspek lain yang menyangkut keuangan kafe. Hal ini menjadi perhatian khusus bagi pemilik dalam menjalankan usahanya.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Tingkat penjualan kafe mengalami fluktuasi dibeberapa periode tertentu dan cenderung turun berdasarkan grafik pendapatan yang telah dijelaskan di latar belakang permasalahan. Ofal *coffe talk* tidak mempunyai konsep khusus untuk mencari pelanggan. Pelanggan yang datang kebanyakan merupakan

karyawan (PNS/Swasta) dan siswa sekolah. Rata-rata harga makanan atau minuman yang ditawarkan berkisar diharga Rp 20.000 – Rp 45.000.

Berdasarkan proses wawancara dengan pemilik kafe, ditemukan beberapa permasalahan. Pemilik kafe mengaku menerima keluhan dari pelanggan tentang pelayanan. Terdapat beberapa pelayan yang melayani pelanggan dengan kurang ramah. Menurut pemilik kafe, hal ini sering terjadi ketika pelayan atau pekerja tidak bekerja secara profesional atau membawa permasalahan pribadi ketika bekerja. Hal ini berdampak pada keramahan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh kafe. Pemilik mengakui beberapa kali menerima keluhan dari pelanggan tentang kekurang ramahan pelayan. Hal ini dapat berdampak buruk bagi performansi kafe dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain itu, pemilik pernah mendapat keluhan tentang suasana kafe, khususnya musik yang disajikan.

Proses identifikasi masalah yang dilakukan pada penelitian awal adalah dengan observasi dan wawancara langsung pelanggan yang pernah datang dan pelanggan yang sedang berada di kafe. Wawancara dilakukan kepada 20 orang pengunjung. Sebanyak 12 pengunjung sudah pernah datang dan 8 pengunjung lainnya baru pertama kali mengunjungi Ofal *coffe talk*. Rekapitulasi keluhan pelanggan dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I.2. Rekapitulasi Keluhan Pelanggan

Keluhan Pengunjung	Jumlah keluhan
Pesanan datang dalam waktu yang cukup lama	15
Pelayan kurang ramah	5
Harga makanan tidak sesuai dengan rasa	10
Suasana (dekorasi) kurang menarik	9
Musik terlalu berisik	7
Pelayan kurang berinteraksi (menjelaskan menu)	5
Beberapa menu tidak selalu tersedia	4
Lokasi kafe jauh	13
Lahan parkir mobil kurang luas	3

Berdasarkan Tabel I.2 diatas, terdapat beberapa permasalahan yang dikeluhkan oleh pelanggan. Salah satunya adalah waktu pelayanan yang cukup lama. Beberapa pelanggan mengeluhkan waktu proses pesanan yang lama. Bahkan ketika kondisi kafe relatif sepi, pelayanan masih tidak maksimal dan relatif lama. Padahal, sistem orderan yang diterapkan oleh kafe sudah

terkomputasi sehingga pesanan akan datang sesuai urutan. Setiap orderan yang masuk harus diproses terlebih dahulu karena setiap menu yang ditawarkan bukan merupakan menu siap saji. Pada awal mula kafe berdiri, waktu pelayanan yang lama ini diakibatkan oleh kurang terlatihnya dan kurangnya pekerja untuk memproses pesanan yang banyak. Belakangan ini diketahui bahwa tidak ada pelatihan khusus untuk pekerja baru, tetapi pekerja baru biasanya akan diarahkan oleh pekerja lama. Selain itu, untuk periode 2020 dilakukan pengurangan pekerja. Hal ini berdampak langsung terhadap kegiatan memproses pesanan yang masuk.

Hal lain yang menjadi keluhan adalah terdapat menu yang tidak selalu tersedia. Menu yang tidak selalu tersedia tersebut pada umumnya adalah jus buah. Beberapa pelanggan sangat menyayangkan hal tersebut. Hal ini membuat mereka terpaksa untuk memesan menu lain yang kurang sesuai dengan keinginan mereka. Beberapa pelanggan juga mengeluhkan harga menu yang kurang sesuai dengan makanan atau minuman yang didapatkan. Beberapa menu dinilai memiliki harga yang mahal, khususnya minuman. Hal ini dikeluhkan oleh pelanggan yang baru pertama kali datang dan beberapa pelanggan yang sudah pernah datang. Menurut mereka, menu yang sama yang ditawarkan oleh kafe lain memiliki harga yang lebih murah jika dikaitkan dengan kualitas rasa.

Keluhan lain yang diberikan oleh pelanggan adalah keramahan pelayan. Beberapa pelayan terkadang jutek dan tidak ramah kepada pelanggan sehingga menyebabkan pelanggan tidak betah berlama-lama di kafe. Beberapa pelanggan yang pertama kali datang juga menuturkan bahwa pelayan terkesan kaku dan kurang berinteraksi. Pelayan yang datang untuk mencatat pesanan dinilai kurang memberikan kesan baik seperti memberi senyum kepada pelanggan. Pelayan juga hanya menanyakan pesanan tanpa menjelaskan atau menawarkan menu yang ada pada buku menu. Beberapa pelanggan, khususnya yang pertama kali datang, mengeluhkan hal tersebut. Selain itu, pelayan terkadang tidak melakukan tugasnya dengan baik, yaitu mendatangi setiap meja untuk memberikan menu dan mencatat pesanan sesaat setelah pelanggan tiba. Beberapa kali, pelayan harus diingatkan untuk melakukan tugasnya ketika pelanggan datang. Hal tersebut sudah berusaha diantisipasi dengan melakukan *briefing* sebelum memulai pekerjaan dan memberikan teguran jika terdapat ketidakramahan, tetapi hal tersebut masih beberapa kali terjadi.

Selain hal diatas, pelanggan juga mengeluhkan tentang suasana kafe. Dari Tabel I.2 ditemukan keluhan terhadap suasana (dekorasi) kafe. Dekorasi kafe dinilai tidak memiliki daya tarik dan terkesan monoton. Jika dibandingkan dengan kafe lain, Ofal tidak memiliki identitas dari segi tampilan. Hal ini membuat pelanggan tidak terlalu betah untuk berlama-lama di cafe. Permasalahan lain yang ditemukan yaitu fasilitas musik atau karaoke. Beberapa pelanggan beranggapan bahwa musik yang disajikan oleh pihak kafe tidak sesuai dengan keinginan mereka. Fasilitas karaoke dinilai hanya memberi kepuasan untuk pelanggan yang menggunakannya. Fasilitas karaoke dapat digunakan oleh siapa saja selama tidak ada yang menggunakan dan terdapat di lantai 1 dan 2 kafe. Pelanggan yang tidak menggunakan fasilitas karaoke merasa terganggu akibat tingkat volume suara yang terlalu tinggi terlebih ketika fasilitas ini dipakai di lantai 1 dan 2 kafe.

Salah satu keluhan yang memiliki frekuensi tinggi berdasarkan wawancara pelanggan adalah lokasi kafe. Lokasi kafe dinilai jauh dari pusat kota. Lahan parkir yang disediakan oleh cafe terkadang tidak cukup untuk menampung kendaraan pelanggan, khususnya bagi pelanggan yang menggunakan mobil. Kapasitas parkir untuk kendaraan roda empat yaitu sebanyak 3 mobil saja, sedangkan untuk sepeda motor sebanyak 20 unit. Hal ini juga dikeluhkan beberapa pelanggan yang pernah datang ke Ofal cafe.

Selain keluhan keluhan diatas, wawancara juga dilakukan untuk mengetahui niat pelanggan untuk berkunjung kembali. Hal ini dirasa penting untuk mengetahui apa yang menjadi permasalahan pada kafe tersebut sehingga memunculkan kemungkinan pelanggan untuk tidak kembali lagi berkunjung. Selain itu niat kembali pelanggan dapat mencerminkan kepuasan pelanggan itu sendiri. Menurut Cronin & Taylor (1992), kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang kuat terhadap niat beli pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan identifikasi terhadap niat kembali pelanggan. Dari 20 responden yang telah diwawancara, sebanyak 7 orang ragu untuk kembali berkunjung dan sisanya memiliki niat untuk kembali. Hal yang menjadi pertimbangan pelanggan adalah permasalahan permasalahan yang telah disebutkan diatas. Salah satu alasan bagi beberapa pelanggan untuk kembali berkunjung adalah karena tidak memiliki opsi tempat lain. Mereka hanya akan mengunjungi ofal kafe jika diajak oleh teman ataupun kafe kompetitor lain sudah

penuh. Hal ini tentu tidak memberikan dampak yang baik bagi pemasukan Ofal *coffee talk*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik kafe, terdapat cara yang dilakukan untuk meningkatkan daya tarik pelanggan yaitu dengan memberikan diskon atau promo. Promo yang diberikan merupakan promo gabungan antara makanan dan minuman. Promo dan diskon tersebut disebarluaskan melalui sosial media seperti *instagram* dan *facebook*. Selain promo dan diskon, terdapat layanan pesan antar. Layanan ini disediakan untuk menjawab permasalahan yang sedang terjadi yaitu Covid-19. Kafe juga secara teratur melakukan penyemprotan disinfektan sebelum buka serta menyediakan sarana cuci tangan dan memberlakukan protokol kesehatan. Tetapi berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, susunan meja tidak mengikuti protokol kesehatan. Menurut pemilik kafe, hal ini dilakukan untuk tetap memberikan pelayanan terbaik ditengah situasi yang belum jelas saat ini.

Dari hasil identifikasi sementara ditemukan bahwa terdapat permasalahan terkait dengan kualitas layanan yang diberikan dan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang tercermin dari keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pelanggan serta pendapatan yang inkonsisten dan tidak mencapai target yang ditetapkan. Kualitas layanan merupakan hal yang penting dalam sebuah usaha. Kualitas layanan dinilai dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Cronin & Taylor (1992), kualitas layanan adalah hal yang memiliki hubungan erat serta mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Indra (2017). Kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan memiliki pengaruh satu sama lain. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan akan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Kepuasan pelanggan dapat menjadi acuan dalam menentukan permasalahan yang terjadi pada suatu perusahaan. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam menentukan perbaikan yang perlu dilakukan.

Menurut Tjiptono (2001), perusahaan harus memiliki layanan yang baik jika ingin memperhatikan kepuasan pelanggan. Melalui penjelasan tersebut, kepuasan pelanggan dapat memberikan keuntungan bagi pemilik usaha. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diterima memiliki

kemungkinan yang besar untuk datang kembali dan menjadi pelanggan setia. Jumlah pelanggan ini akan sangat mempengaruhi pendapatan yang dihasilkan oleh pihak pengelola kafe. Oleh sebab itu, antara kepuasan pelanggan, kualitas layanan, loyalitas, niat beli, serta pendapatan saling mempengaruhi satu sama lain.

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, ditemukan permasalahan terkait kualitas layanan yang mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan. Untuk menjawab permasalahan terkait keluhan dan ketidakpuasan pelanggan tersebut, maka pada penelitian ini digunakan *Improvement Gap Analysis* (IGA) dan *DINESERV*. Menurut Tontini & Picolo (2010) pelanggan cenderung membayangkan kondisi ideal atau kondisi yang diinginkan dan memberi penilaian kepuasan terkait hal yang diharapkan dan yang didapatkan oleh pelanggan tersebut. Metode IGA mengindikasikan seberapa besar kepuasan yang diperoleh jika sebuah atribut ditingkatkan berdasarkan situasi yang diharapkan. *Improvement Gap Analysis* hanya menggunakan informasi tentang kepuasan pelanggan dengan layanan yang diteliti. Selain itu, metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) juga dinilai dapat menutupi kekurangan yang terdapat pada metode lainnya seperti *Importance Performance Analysis* (IPA). Salah satu kelemahan metode IPA yang dapat ditutupi oleh metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) adalah pertimbangan atribut yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Metode IPA cenderung mengabaikan *Excitement Attribute* dan cenderung menghasilkan perbaikan pada *Basic Attribute*. Hal ini menyebabkan kekeliruan dalam pengambilan keputusan akhir yang akan mempengaruhi penggunaan sumber daya. Metode IGA mampu menutupi kelemahan tersebut dengan memisahkan *Excitement Attribute* dari atribut lainnya namun tetap menghasilkan perbaikan untuk *Basic Attribute* juga. Penggunaan metode IGA dapat menghasilkan atribut-atribut yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta menghasilkan urutan prioritas perbaikan atribut terkait. Kelebihan lainnya adalah metode IGA tidak hanya melakukan evaluasi dampak dari atribut yang buruk saja, tetapi juga melakukan evaluasi terhadap atribut yang memiliki performansi yang baik. Perbaikan dilakukan sesuai dengan susunan prioritas atribut.

Sedangkan *DINESERV* merupakan salah satu metode dalam menilai kualitas layanan yang telah disesuaikan dengan objek seperti restoran dan memiliki sifat yang general dan fleksibel. *DINESERV* dinilai tepat digunakan untuk penelitian ini karena *Ofal Coffee Talk* tidak hanya sekedar *coffee shop*, melainkan sebagai kafe. Atribut yang terdapat dalam *DINESERV* memiliki kesesuaian dengan jenis usaha yang diteliti. *DINESERV* akan digunakan untuk mengetahui atribut-atribut yang akan diteliti dalam penentuan prioritas perbaikan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* yang telah dijelaskan sebelumnya. Berikut ini merupakan rumusan masalah yang terdapat pada *Ofal Coffee Talk* berdasarkan identifikasi masalah diatas.

1. Apa saja atribut yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Ofal Coffee Talk*?
2. Bagaimana susunan prioritas perbaikan atribut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan *Ofal Coffee Talk*?
3. Usulan apa yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan *Ofal Coffee Talk* ?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pembatasan masalah dan asumsi merupakan hal penting yang diperlukan untuk memfokuskan penelitian yang akan dilakukan dan agar cakupan dari permasalahan yang didapatkan tidak terlalu besar. Pada penelitian ini pembatasan masalah adalah usulan perbaikan yang akan ditemukan tidak sampai pada tahap implementasi. Asumsi yang digunakan adalah tidak terdapat perubahan yang signifikan terkait pelayanan selama proses penelitian berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada *Ofal Coffee Talk* memiliki beberapa tujuan, yaitu sebagai berikut

1. Mengetahui atribut yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Ofal Coffee Talk*.
2. Mengetahui susunan prioritas perbaikan atribut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan *Ofal Coffee Talk*.

3. Mengetahui usulan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Ofal *Coffee Talk*.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi para pembaca. Manfaat penelitian diharapkan dapat dirasakan oleh pemilik kafe, pembaca, dan bagi penulis sendiri. Berikut ini manfaat penelitian bagi pemilik kafe.

1. Pemilik kafe mendapatkan informasi dan pengetahuan mengenai kualitas jasa, dampak yang diberikan, dan *feedback* yang diterima dari pelanggan.
2. Pemilik kafe dapat mengetahui permasalahan kualitas jasa yang terdapat di Ofal *Coffee Talk*.
3. Pemilik kafe mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan jasa pada kafe.

Selain manfaat untuk pemilik kafe, penelitian ini juga memiliki manfaat bagi pembaca. Berikut ini merupakan manfaat penelitian bagi pembaca laporan penelitian.

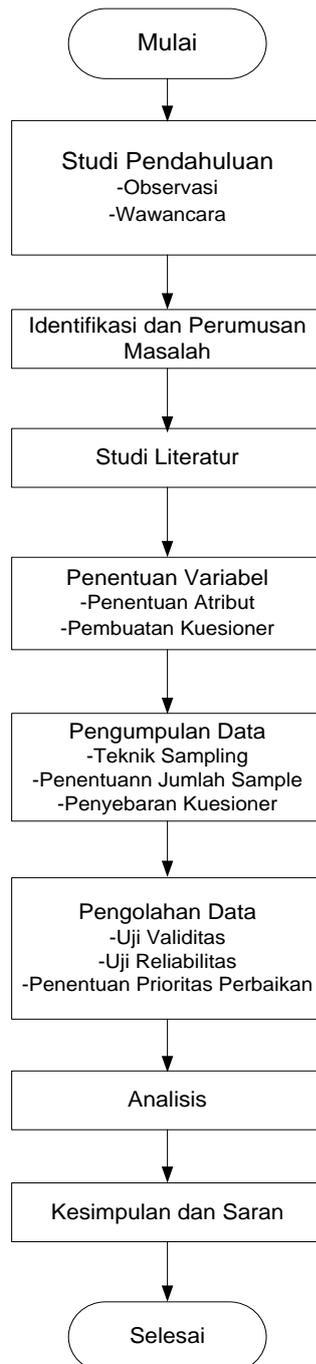
1. Pembaca mendapatkan informasi dan pengetahuan mengenai berbagai masalah yang mungkin terdapat di kafe
2. Pembaca mendapatkan informasi mengenai solusi yang tepat untuk mengatasi masalah kualitas jasa yang terdapat di kafe berdasarkan atribut-atribut yang berhubungan.
3. Pembaca dapat menggunakan penelitian untuk melakukan penelitian lanjutan lainnya.

Manfaat penelitian yang didapatkan penulis melalui penelitian kualitas layanan pada Ofal *Coffee Talk* adalah sebagai berikut.

1. Penulis dapat mengimplementasikan ilmu tentang kualitas layanan yang telah dipelajari.
2. Penulis mendapatkan pengetahuan mengenai kondisi dan permasalahan apa saja yang terjadi di kafe berkaitan dengan kualitas jasa.

I.6 Metodologi Penelitian

Penelitian ini terdiri dari tahapan-tahapan. Tahapan-tahapan tersebut dirangkum dalam metodologi penelitian. Metodologi penelitian ditujukan agar penelitian lebih sistematis dan tersruktur. *Flow chart* metodologi penelitian Ofal *Coffee Talk* dapat dilihat pada Gambar I.3 dibawah ini.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai metodologi penelitian.

1. Studi Pendahuluan

Tahap ini dilakukan untuk menentukan objek yang akan diteliti. Hal-hal yang termasuk kedalam studi pendahuluan yaitu observasi secara langsung serta wawancara. Wawancara dilakukan secara langsung kepada pelanggan dan pemilik kafe. Hal ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan apa saja yang terjadi di *Ofal Coffee Talk*.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pada tahap ini, dilakukan pengidentifikasian masalah melalui hasil wawancara dan observasi langsung. Hasil proses identifikasi tersebut dirumuskan kedalam rumusan masalah untuk mengetahui penyebab terjadinya permasalahan di *Ofal Coffee Talk*.

3. Studi Literatur

Tahapan ini berisi tentang dasar teori yang digunakan dalam penelitian. Dasar teori yang digunakan harus berhubungan dan dapat mendukung penelitian. Sumber dari dasar teori yang digunakan dapat berupa buku maupun jurnal.

4. Penentuan Variabel

Pada tahap ini, akan ditentukan atribut-atribut yang sesuai untuk mengukur kualitas layanan pada objek penelitian berdasarkan studi literatur yang dipakai. Hasil wawancara dapat digunakan untuk menentukan atribut apa saja yang akan digunakan dan yang tidak digunakan. Langkah selanjutnya adalah menyusun pertanyaan berdasarkan atribut yang terpilih untuk mengukur kualitas layanan dan menyusun prioritas perbaikan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

5. Pengumpulan Data

Penentuan teknik *sampling* dilakukan pada tahap ini. Teknik *sampling* yang digunakan harus sesuai dengan penelitian dan memiliki jumlah sampel yang sesuai. Hal ini dilakukan agar data yang dihasilkan sesuai dengan permasalahan yang ditemukan di lapangan. Langkah selanjutnya

adalah menyebarkan kuesioner kepada pelanggan untuk menilai kualitas layanan yang diberikan oleh kafe.

6. Pengolahan Data

Proses pengolahan data terdiri dari uji validitas dan reliabilitas data yang didapatkan dari kuesioner dengan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik. Hasil perhitungan dan pengolahan data berupa susunan prioritas atribut yang perlu diperbaiki pada *Ofal Coffee Talk*.

7. Analisis dan Usulan Perbaikan

Pada tahap ini, hasil perhitungan dan pengolahan data akan dianalisis untuk menentukan usulan perbaikan yang tepat. Selain itu akan dilakukan uji tabulasi silang dan nilai *chi-square* terhadap hasil pengolahan data yang didapatkan. Usulan yang diberikan berhubungan dengan permasalahan kepuasan pelanggan yang terdapat pada *Ofal Coffee Talk*.

8. Kesimpulan dan Saran

Pada tahapan ini dilakukan penarikan kesimpulan dari proses dan langkah-langkah yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu tahapan ini berisi saran yang diharapkan mampu membantu pemilik kafe untuk melakukan perbaikan, serta membantu peneliti atau pembaca lainnya dalam penelitian selanjutnya.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai sistematika penulisan yang berisi tentang urutan atau tahapan penelitian yang dilakukan pada objek penelitian yaitu *Ofal Coffee Talk*. Berikut ini merupakan sistematika penulisan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, rumusan masalah, pembatasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisa.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang metode yang digunakan serta teori yang didapatkan dari literatur yang berhubungan dengan penelitian. Sumber-sumber literatur yang

dipakai baik metode maupun teori pada bagian ini didapatkan dari buku, jurnal, maupun tulisan internet.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada Bab ini akan dijelaskan mengenai proses pengumpulan data serta pengolahan data yang telah terkumpul. Pengumpulan data dilakukan dengan menentukan atribut yang akan digunakan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Bab ini juga berisi tentang penyusunan kuesioner serta jumlah sampel yang cocok digunakan. Hasil dari kuesioner tersebut akan berguna untuk perhitungan dan uji statistik yaitu uji validitas dan reliabilitas. *Output* dari kedua uji tersebut akan digunakan dalam menentukan prioritas perbaikan serta evaluasi kepuasan pelanggan.

BAB IV ANALISIS

Bab ini berisi tentang proses analisa dari hasil atau data yang didapatkan pada bab III. Analisis dilakukan untuk mengetahui interpretasi data serta perhitungan yang didapatkan. Selain itu bab ini akan menjelaskan tentang hasil yang didapatkan dari perhitungan sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang diambil dari hasil pengolahan data dan analisis yang dilakukan. Tujuan dari kesimpulan ini adalah untuk menjawab permasalahan yang ditemukan yang terdapat pada tujuan penelitian. Selain itu pada bab ini berisi saran yang ditujukan bagi pihak *Ofal Coffee Talk* agar dapat mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.