

USULAN PERBAIKAN MUTU LAYANAN KAFE X

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Yohanes Patrick
NPM 6131801100



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2022**

PROPOSED QUALITY IMPROVEMENT OF CAFE X SERVICE

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Yohanes Patrick
NPM 6131801100



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Yohanes Patrick
NPM : 6131801100
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN MUTU LAYANAN KAFE X

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2022

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

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

Pembimbing Pertama

28/08/2022

(Ir. Marihot Nainggolan, S.T., M.T., M.S.)

PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Yohanes Patrick

NPM : 6131801100

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:
USULAN PERBAIKAN MUTU LAYANAN KAFE X

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, 07 Agustus 2022



Yohanes Patrick

NPM : 6131801100

ABSTRAK

Menurut data ICO 2021, jumlah permintaan kopi meningkat setiap tahunnya selama 7 tahun terakhir hingga 2021. Berdasarkan data tersebut, akan sangat menguntungkan jika orang membuka usaha dibidang kopi karena permintaan akan terus meningkat, dimana salah satunya adalah kafe. Kafe X merupakan salah 1 jenis kafe yang terletak di daerah Bandung, dimana kondisi kafe X saat ini adalah penjualan yang menurun secara drastis yang disebabkan oleh covid. Akan tetapi, menurut hasil wawancara, hal yang menyebabkan turunnya penjualan selain covid adalah mutu layanan yang dinilai buruk oleh pelanggan. Berdasarkan pengidentifikasi masalah, diperlukan perbaikan mutu layanan kafe X untuk meningkatkan penjualan.

Dalam memperbaiki mutu layanan kafe X, terdapat 2 metode pengolahan data yang digunakan adalah metode *Dineserv*, dan CIT untuk pencarian atribut mutu layanan yang akan digunakan untuk menilai mutu layanan kafe X, dan metode IPA (*Importances Performances Analysis*), dimana metode tersebut berfungsi untuk memperbaiki mutu layanan kafe X berdasarkan kepentingan. Penelitian tersebut dilakukan dengan mengukur mutu layanan kafe X terlebih dahulu, dimana untuk atribut yang digunakan adalah dengan menambah atribut-atribut pengukuran mutu layanan pada *Dineserv* menggunakan metode wawancara CIT. Hal tersebut bertujuan untuk menyesuaikan atribut tersebut dengan mutu layanan yang ada pada kafe X.

Didapatkan sebanyak 32 atribut yang akan digunakan untuk mengukur nilai mutu layanan kafe X. Berdasarkan nilai peformansi yang diperoleh, kondisi mutu layanan kafe X saat ini masih belum dapat memenuhi harapan pelanggan. Berdasarkan metode IPA, didapatkan sebanyak 7 atribut penilaian perlu segera diperbaiki untuk meningkatkan mutu layanan kafe X. Telah dihasilkan 7 usulan perbaikan untuk memperbaiki mutu layanan kafe X, dimana 7 usulan tersebut perlu segera di implementasikan untuk meningkatkan mutu layanan kafe X guna meningkatkan penjualan kafe X.

ABSTRACT

Based on data's ICO 2021, the demand for sacks of coffee is increasing every year for last 7 years until 2021. Based on that data, it will very profitable for people who's open business in coffee sector because the demand of coffee will always increase, which one of that business is cafe. Café X is one of the cafe which locate in Bandung. Right now, the current condition of that café is bad, because the sales is decreasing drastically because of covid. However, based on interview result, the other thing that caused the sales decrease is because the service which was considered poor by customers. Based on the identifier problem, the quality service of café X need to be fixed as soon as posible to increase the sales.

In order to fixed the quality of service of café X, there are 2 data's processing method used is Dineserv, and CIT methods to search for service quality attributes that will be used to assess the service quality of cafe X, and the IPA (Importances Performances Analysis) method, where the method serves to improve the service quality of cafe X based on importances. First, the research was conducted by measuring the quality of service in café X, for the attributes that was use to add the attributes of measuring service quality to Dineserv using the CIT interview method. It aims to adjust these attributes to the quality of service available at X cafe.

After searching the attributes, there are 32 attributes that will be used to measure the value of cafe service quality X. Based on peformance's score, the café X's service quality was still not able to meet customers expectation. Base on IPA method's, it was obtained as many as 7 assessment attributes need to be repaired immediately to improve the service quality of cafe X. There have been 7 suggestions for improvement to improve the service quality of cafe X, of which the 7 suggestions improvement need to be implemented immediately to improve the quality of cafe X services in order to increase sales of cafe X.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkatnya dan anugerahnya, penulisan laporan skripsi yang berjudul “Usulan Perbaikan Mutu Layanan Kafe X” dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Laporan skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan S1 program studi Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Selama penulisan laporan skripsi ini, penulis kerap kali menjumpai beberapa masalah yang dapat menunda penyelesaian laporan skripsi ini. Akan tetapi, hal tersebut dapat diatasi dengan baik berkat bantuan dari pihak keluarga beberapa pihak luar, sehingga laporan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak keluarga penulis, dikarenakan keluarga penulis yang selalu mendukung dan tidak pernah berhenti memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi penulis hingga selesai tepat waktu. Penulis pun ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada beberapa pihak yang telah terlibat dan membantu penulis dalam menulis dan menyelesaikan laporan skripsi tepat waktu, yaitu :

1. Bapak Marihot Nainggolan selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi dari awal hingga akhir.
2. Pihak Kafe X yang telah bersedia untuk menyediakan tempatnya sebagai objek penelitian dan membantu penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi.
3. Seluruh narasumber, pelanggan kafe yang bersedia memberikan waktunya untuk diwawancarai dan bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian dengan baik.
4. Teman-teman penulis yang memberikan dukungan, saran, pembelajaran, dan masukan penting hingga laporan skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

Akhir kata, semoga laporan skripsi ini dapat berguna bagi pihak yang akan melakukan penelitian. Mohon maaf sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan pada laporan skripsi ini.

Bandung, 2 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang.....	I-1
I.2 Identifikasi masalah.....	I-3
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-9
I.4 Tujuan Penelitian	I-10
I.5 Manfaat Penelitian	I-10
I.6 Metodologi Penelitian	I-10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1. Jasa.....	II-1
II.2. Mutu Jasa.....	II-3
II.3. Critical Incident Technique (CIT).....	II-4
II.4. DINESERV	II-4
II.5. Importance Performances Analysis (IPA).....	II-6
II.6 Teknik Sampling	II-8
II.7 Teknik Pengambilan Data.....	II-9
II.8 Skala	II-10
II.9 Validitas.....	II-11
II.10 Reliabilitas	II-11
II.11 Diagram Ishikawa	II-12
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Penyusunan Atribut.....	III-1
III.2 Penyusunan Kuesioner.....	III-6
III.3 Pengujian Awal Kuesioner	III-7

III.4	Penentuan Teknik <i>Sampling</i> , Jumlah <i>Sample</i> , dan Penyebaran Kuesioner Penelitian	III-8
III.5	Data Responden.....	III-9
III.6	Uji Validitas.....	III-10
III.7	Uji Reabilitas	III-12
III.8	Penilaian Mutu Layanan Kafe X.....	III-12
III.9	Penyusunan Matriks IPA	III-13
BAB IV ANALISIS & USULAN PERBAIKAN.....		IV-1
IV.1	Analisis Atribut Pengukuran Mutu Layanan Kafe X.....	IV-1
IV.2	Analisis Kuesioner Penelitian.....	IV-6
IV.3	Analisis Nilai Peformansi dan Prioritas Perbaikan.....	IV-7
IV.4	Pencarian Akar Masalah.....	IV-9
IV.5	Usulan Perbaikan	IV-20
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....		V-1
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-2
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Rekap Pengalaman Positif Berbelanja Pelanggan	I-8
Tabel I.2 Rekap Pengalaman Negatif Berbelanja Pelanggan.....	I-8
Tabel II.1 Atribut <i>Dineserv</i>	II-5
Tabel III.1 Rekapitulasi Pernyataan Pengalaman Pelanggan Kafe X	III-2
Tabel III.2 Atribut Hasil CIT.....	III-5
Tabel III.3 Atribut Gabungan.....	III-5
Tabel III.4 Uji Validitas	III-11
Tabel III.5 Perhitungan Nilai Peformansi.....	III-13
Tabel III.6 Rata-Rata Nilai Peformansi Dan Kepentingan.....	III-14
Tabel III.7 Pengelompokan Atribut Dalam Kuadran	III-16
Tabel IV.1 Atribut Dengan Nilai Peformansi Negatif.....	IV-7
Tabel IV.2 Rekap Akar Masalah	IV-20
Tabel IV.3 Rekap Usulan Perbaikan	IV-33

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Jumlah Permintaan Kopi Di Indonesia.....	I-1
Gambar I.2 Rekap Penjualan Kopi Per Cup.....	I-2
Gambar I.3 Komentar Pelanggan Mengenai Layanan Kafe X.....	I-4
Gambar I.4 Posting Instagram Promo Kafe X	I-5
Gambar I.5 <i>Pie Chart</i> Perasaan Puas Pelanggan	I-7
Gambar I.6 <i>Pie Chart</i> Ketertarikan Berbelanja Di Kafe X	I-7
Gambar I.7 Metodologi Penelitian	I-11
Gambar II.1 Contoh Matriks IPA	II-6
Gambar II.2 Contoh Diagram Ishikawa	II-12
Gambar III.1 Jumlah Pernyataan CIT.....	III-4
Gambar III.2 Umur Responden	III-9
Gambar III.3 Jenis Pekerjaan Responden	III-10
Gambar III.4 Hasil Pengelompokan Matriks Ipa	III-17
Gambar IV.1 Diagram Ishikawa Atribut 1	IV-10
Gambar IV.2 Diagram Ishikawa Atribut 8	IV-12
Gambar IV.3 Diagram Ishikawa Atribut 11	IV-14
Gambar IV.4 Diagram Ishikawa Atribut 19	IV-15
Gambar IV.5 Diagram Ishikawa Atribut 20	IV-16
Gambar IV.6 Diagram Ishikawa Atribut 24	IV-17
Gambar IV.7 Diagram Ishikawa Atribut 26	IV-18
Gambar IV.8 Usulan Denah Pembatas Parkir.....	IV-20
Gambar IV.9 Usulan Rambu Larangan Parkir.....	IV-21
Gambar IV.10 Ukuran Logo Larangan	IV-22
Gambar IV.11 Ukuran Tulisan Rambu	IV-22
Gambar IV.12 Ukuran Tulisan display petunjuk sampah	IV-24
Gambar IV.13 Posisi Router	IV-26
Gambar IV.14 Flowchart Prosedur Penerimaan Pelanggan.....	IV-29

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A REKAPITULASI PROFIL RESPONDEN

LAMPIRAN B REKAPITULASI JAWABAN EKSPEKTASI

LAMPIRAN C REKAPITULASI JAWABAN PERSEPSI

LAMPIRAN D REKAPITULASI JAWABAN KEPENTINGAN

LAMPIRAN E JADWAL KEBERSIHAN TOILET

LAMPIRAN F SOP PENERIMAAN PELANGGAN

LAMPIRAN G REKAPITULASI JAWABAN MUTU LAYANAN SECARA
KESELURUHAN

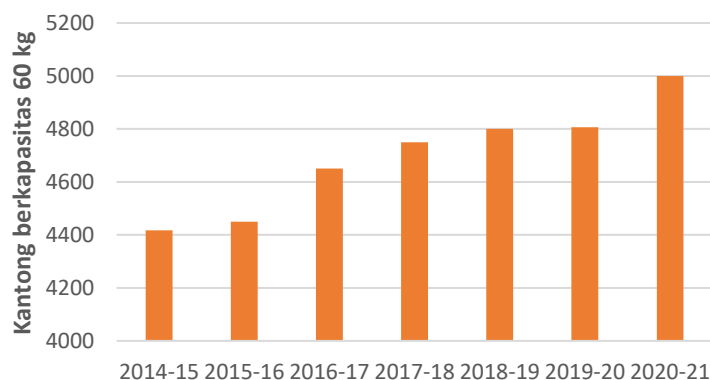
BAB I

PENDAHULUAN

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai pendahuluan sebelum dimulainya penelitian. Pendahuluan tersebut bertujuan untuk menemukan masalah yang harus diselesaikan, menentukan tujuan dan manfaat penelitian, dan terakhir menentukan alat yang tepat untuk digunakan selama penelitian. Pendahuluan ini terdiri dari 6 bagian yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan, manfaat penelitian, dan metodologi penelitian.

I.1 Latar Belakang

Indonesia menjadi salah satu negara dengan penduduk terbanyak yang mengkonsumsi kopi. Menurut ICO (2021), Indonesia menduduki posisi ke 7 sebagai negara yang mengkonsumsi kopi terbanyak di dunia. Orang-orang Indonesia sendiri terbiasa dalam mengonsumsi kopi di setiap saat. Kopi sendiri dapat dikonsumsi oleh anak muda, remaja, dan orang tua. Menurut ICO (2021), pertumbuhan orang peminum kopi di Indonesia sendiri lebih besar dari pada pertumbuhan peminum kopi di dunia. Pertumbuhan peminum kopi di Indonesia sebesar 1,7% pertahunnya. Berikut akan ditampilkan jumlah kantong kopi yang dikonsumsi Indonesia.



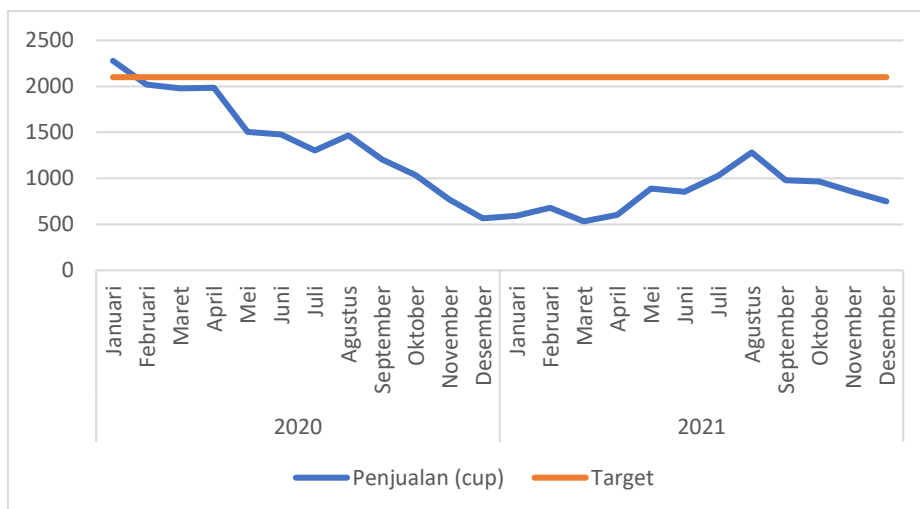
Gambar I.1 Jumlah Permintaan kopi di Indonesia
(sumber : https://www.ico.org/trade_statistics.asp?section=Statistics)

Dapat dilihat dari Gambar I.1 bahwa jumlah permintaan kantong kopi terus meningkat, dimana 1 kantong memiliki berat sebesar 60 kg. Gambar tersebut menunjukkan bahwa akan ada banyak permintaan kopi di Indonesia cukup banyak. Dimana setiap tahunnya akan meningkat terus menerus.

Kafe merupakan salah satu jenis restoran yang menjual berbagai makanan dan minuman. Akan tetapi, berbeda dengan restoran yaitu dimana kafe akan menyajikan suasana tenang dan tidak terikat oleh waktu. Di kafe, biasanya pelanggan dapat menikmati suasana santai. Menu utama pada kafe tersebut biasanya adalah berupa menu kopi yang dimodifikasi sedemikian rupa, sehingga dapat membuat pelanggan dapat bersantai dan menghabiskan waktunya di kafe tersebut.

Kafe X merupakan salah satu kafe yang berada di kota Bandung. Bisnis kafe X tersebut dimulai pada tahun 2020 bulan Januari dan berjalan hingga saat ini. Kafe X ini beroperasi setiap hari dari pukul 08.00 hingga pukul 19.30. Kafe ini menyediakan berbagai varian minuman kopi dengan nama-nama yang unik. Tema dari kafe ini pun adalah bertemakan cinta. Pelanggan dapat menikmati kopi yang disajikan secara langsung di tempat, maupun dapat dinikmati di rumah.

Akan tetapi terdapat masalah yang dihadapi kafe X ketika menjalankan bisnisnya tersebut. Kafe X saat ini mengalami masalah dimana target penjualan saat ini tidak pernah tercapai, dimana target yang ditetapkan adalah sebanyak 2100 cup per bulan. Berikut akan ditampilkan rekap penjualan kopi per *cup* selama tahun 2021.



Gambar I.2 Rekap penjualan kopi per cup

Pada Gambar 1.2 dapat dilihat grafik rekap penjualan kopi dari awal 2020 sampai akhir 2021 per cup nya. Dapat dilihat bahwa penjualan di awal tahun 2020 berhasil mencapai target yang ditetapkan yaitu sebesar 2100 cup per bulannya. Tetapi, penjualan tersebut mengalami yang signifikan penurunan dari Mei 2020. Menurut Kompas (2020) hal tersebut disebabkan karena terjadinya kasus covid 19 yang menyebabkan pemerintah kota Bandung memberlakukan aturan PSBB pada bulan April tanggal 22, dan menurut aturan wali kota Bandung tahun 2020 pasal 10 no 1, disebutkan bahwa selama pemberlakuan psbb, seluruh pekerjaan dan aktivitas diberhentikan sementara. Tentunya hal tersebut memiliki dampak bagi kafe X sehingga penjualan tersebut menjadi menurun dan tidak mencapai target. Akan tetapi, permasalahan covid itu sendiri tidak dapat diperbaiki untuk meningkatkan penjualan Sehingga dilakukan wawancara lebih lanjut terhadap pemilik kafe mengenai permasalahan lain yang dapat diselesaikan, dan ditemukan bahwa layanan kafe yang diberikan kurang memuaskan. Hal tersebut dikarenakan pemilik sering mendapatkan keluhan dari pelanggan mengenai layanan kafe yang tidak memuaskan. Sehingga hal tersebut perlu ditelusuri lebih dalam dan dicarikan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Dampak yang diterima pihak kafe X ketika tidak memenuhi target adalah kesulitan ketika harus memenuhi beban biaya yang ditanggung. Dimana menyebabkan keuntungan bersih yang diterima menjadi sangat kecil, bahkan terkadang pemilik harus menanggung beban biaya tersebut dengan uang pribadinya. Hal tersebut menyebabkan untuk membuat pihak kafe X memutuskan untuk mengurangi jumlah pekerja menjadi 1 orang.

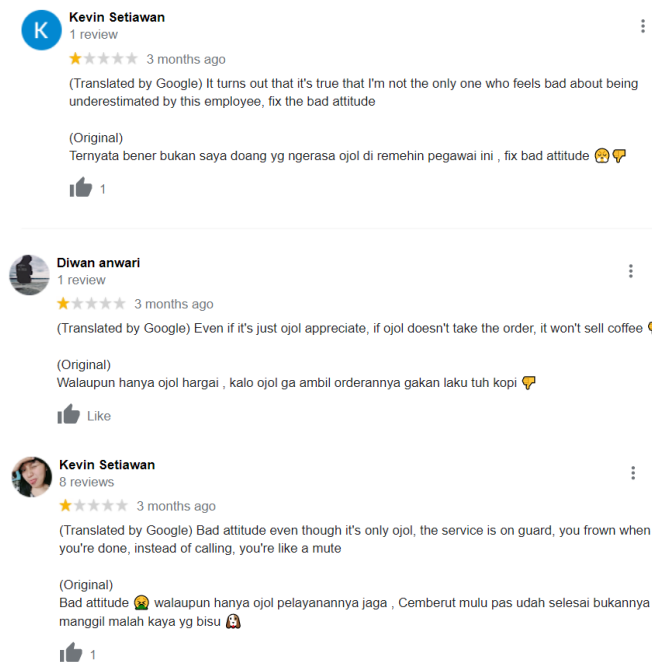
I.2 Identifikasi masalah

Identifikasi masalah dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap pemilik kafe dan pelanggan yang pernah mengunjungi dan membeli produk di kafe tersebut. Tujuan dilakukan wawancara terhadap pemilik kafe adalah untuk mengetahui penyebab penjualan kafe X selalu tidak mencapai target penjualan. Berikut merupakan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada pemilik kafe:

1. Menurut anda, kira-kira apa yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan di kafe X?
2. Apa dampak yang diterima bapa / ibu dari masalah yang dihadapi?

3. Apakah ada tindakan yang sudah dilakukan untuk mencapai target penjualan?
4. Jika sudah, apa tindakan tersebut dan bagaimana pengaruhnya.

Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap pemilik kafe X, menurut pemilik, terdapat penyebab utama yang menyebabkan penjualan menjadi tidak mencapai target, yaitu dikarenakan covid yang diduga pemilik sebagai penyebab utama. Akan tetapi, dia pun kerap mendengarkan keluhan pelanggan, seperti salah pesanan, kopi yang dibuatnya terlalu lama, kemasan yang pecah, rasa antar menu nya yang mirip dan hampir tidak dapat dibedakan, pelayan yang sulit dicari, toilet yang kotor dan jauh, dll. Keluhan tersebut didapatkan dari komentar Go-food dan dari pelanggan nya secara langsung. Hal tersebut menyebabkan jumlah pelanggan tetap yang dimiliki kafe X terus berkurang perbulannya. Hal tersebut didukung dengan *rating google* yang dimiliki oleh kafe X tergolong rendah, yaitu sebesar 3,7. Hal tersebut sangat merugikan pihak kafe karena *google* akan menyarankan *user* untuk pergi ke kafe dengan *rating* yang lebih tinggi dibandingkan kafe X



Gambar I.3 Komentar pelanggan mengenai layanan Kafe X

Gambar I.3 merupakan ulasan-ulasan yang didapat dari google. Banyak pelanggan yang mengeluhkan pelayanan yang diberikan oleh kafe X. Hal tersebut berdampak pada penurunan penjualan kopi kafe X yang disebabkan pelanggan tidak tertarik mengunjungi kembali kafe X.

Dampak yang diterima dari tidak tercapainya target penjualan adalah terkadang pemilik harus menggunakan uang pribadinya untuk membayar tanggungan biaya seperti biaya *loyalty*, gaji pegawai, biaya operasional, bahan baku, dll. Hal tersebut membuat pemilik terpaksa mengurangi jumlah pegawai yang dipekerjakannya hingga hanya menyisakan 1 pegawai saja. Hal tersebut terpaksa dilakukannya untuk menutupi biaya tanggungan yang wajib dibayarkan. Terdapat beberapa hal yang sudah dilakukan pemilik kafe untuk mengatasi masalah tersebut. Hal yang sudah dilakukan oleh pemilik kafe yaitu dengan melakukan teguran kepada pekerja dan memberikan bonus dengan tujuan supaya pekerja menjadi lebih semangat. Selain itu pemilik kafe melakukan pelaporan secara rutin ke pusat supaya pusat dapat membantu mencari kan solusi seperti promo dan terus aktif di media sosial seperti Instagram. Berikut akan ditampilkan salah satu postingan yang diambil dari Instagram kafe X.



Gambar I.4 Posting Instagram Promo Kafe X

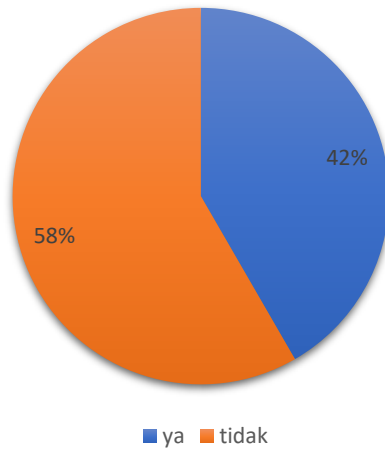
Gambar I.4 merupakan salah satu postingan Instagram promo dari kafe X, dimana kafe X rutin melakukan postingan di media social nya melalui Instagram. Pemilik pun memperjelas resep kafe supaya mudah dibaca oleh pekerja. Akan tetapi perbaikan-perbaikan tersebut tidak membuahkan hasil dan masih saja membuat penjualan masih tidak mencapai target.

Setelah melakukan wawancara dengan pemilik kafe, dilakukan lah waawancara kepada kepada pelanggan. Penyusunan pertanyaan wawancara untuk pelanggan pun menggunakan metode CIT (*Critical Incident Technique*), sehingga data yang didapat merupakan data *real* berdasarkan pengalaman nyata, tidak hanya sekedar persepsi pelanggan saja. Menurut Cambridge Dictionary, *customer* adalah orang yang membeli barang atau jasa. Maka dari itu, harus

dipastikan terlebih dahulu bahwa pelanggan yang diwawancarai adalah orang yang pernah mengunjungi dan membeli produk dari kafe X. Tujuannya supaya orang yang diwawancarai tersebut dapat menceritakan pengalaman nyata yang dialaminya. Tujuan dari dilakukannya wawancara terhadap pelanggan kafe X sendiri adalah untuk mengetahui pengalaman ketika berkunjung dan membeli produk di kafe X. Narasumber wawancara tersebut dibatasi yaitu untuk remaja usia 16 tahun ke atas. Pertimbangannya adalah karena pada usia tersebut anak pada umumnya dapat membuat keputusan sendiri untuk membeli suatu barang atau tidak. Pertanyaan yang akan ditanyakan kepada narasumber dibuat berdasarkan hasil dari interpretasi Gambar 1.2 yang menunjukkan penurunan penjualan jumlah *cup*, disertai dengan pengakuan yang disebutkan oleh pemilik kafe X. Berikut merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada pelanggan :

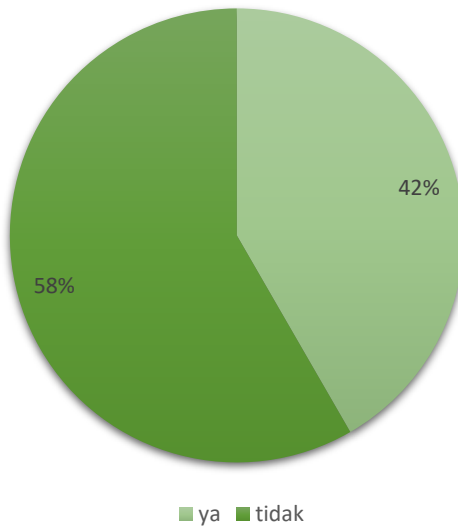
1. Apakah anda pernah mengunjungi dan membeli produk kafe X?
2. Apakah anda merasa puas dengan kafe X?
3. Apakah anda tertarik mengunjungi dan membeli Kembali produk kafe X?
4. Pengalaman negatif apa yang menyebabkan anda tidak tertarik mengunjungi dan membeli kembali?
5. Pengalaman positive apa yang menyebabkan anda tertarik mengunjungi dan membeli kembali?

Wawancara pun dilakukan kepada 17 narasumber yang dilakukan melalui 2 cara yaitu melalui telepon dan bertemu secara langsung. 5 orang menjawab tidak pernah mengunjungi dan membeli produk kafe X, sehingga wawancara tidak dapat dilanjutkan karena narasumber tersebut belum pernah merasakan pengalaman di kafe X. 12 Orang lainnya menjawab pernah mengunjungi dan membeli produk kafe X, sehingga wawancara pun dilanjutkan terhadap 12 orang dikarenakan 12 orang tersebut memiliki pengalaman sebagai pelanggan kafe, sehingga 12 orang tersebut dapat menceritakan pengalaman yang mereka alami mengenai layanan di kafe X. Berikut akan ditampilkan *pie chart* mengenai perasaan puas pelanggan, dimana akan menampilkan persentase jumlah pelanggan yang merasa puas terhadap layanan kafe X, dan menampilkan persentase pelanggan yang tidak puas terhadap layanan di kafe X.



Gambar I.5 *pie chart* perasaan puas pelanggan

Gambar I.5 diatas menampilkan *pie chart* yang merupakan jumlah dari 12 orang yang menjawab pertanyaan mengenai perasaan puas di kafe X, dimana 5 orang menjawab puas secara keseluruhan terhadap kafe X, tetapi 7 orang lainnya merasa tidak puas. Akan ditampilkan pula gambar *pie chart* dari ketertarikan pelanggan untuk berkunjung dan membeli produk kafe X.



Gambar I.6 *pie chart* ketertarikan berbelanja di kafe X

Gambar I.6 diatas menampilkan *pie chart* yang merupakan jumlah dari 12 orang yang menjawab pertanyaan mengenai ketertarikan berbelanja di kafe X, dimana 5 orang mengatakan tertarik untuk mengunjungi kafe X Kembali, sedangkan 7 orang lainnya tidak tertarik mengunjungi kafe X. Berikut merupakan *piechart* untuk kepuasan dan ketertarikan untuk Kembali. Pertanyaan terakhir

pun ditanyakan kepada pelanggan mengenai pengalaman pelanggan. Berikut merupakan rekapitan dari pengalaman

Tabel I.1 Rekap Pengalaman Positif Berbelanja Pelanggan

No	Pengalaman positif	Jumlah
1	Tempat yang nyaman	1
2	Rasa kopi enak	2

Dari Tabel I.1 dapat dilihat pengalaman positif berbelanja yang dialami pelanggan. Dimana hal-hal yang membuat pelanggan nyaman untuk berkunjung ke kafe tersebut adalah dikarenakan tempat nya yang nyaman dan rasa kopi nya yang enak. Kemudian akan di tampilkan pengalaman negatif yang dialami beberapa pelanggan kafe X ketika berbelanja.

Tabel I.2 Rekap Pengalaman Negatif Berbelanja pelanggan

No	Pengalaman Negatif	Jumlah
1	Pembuatan pesanan yang lama	3
2	Pelayan yang sulit dicari	2
3	Pelayan yang tidak responsiv	2
4	Toilet kafe yang cukup kotor	2
5	Pelayan tidak mengerti menu	2
6	Lamanya antrian	2
7	Kopinya sedikit, kebanyakan es	1
8	Produk tidak sesuai dengan pesanan	1
9	Cup gelas mengalami kebocoran	1

Dapat dilihat dari Tabel I.2, terlihat bahwa kebanyakan pelanggan tidak puas terhadap layanan kafe X, seperti pembuatan pesanan yang lama, pelayanan yang sulit dicari. Dimana menurut Kotler dan Keller (2016) bahwa tersebut didukung dengan pernyataan yang didapat dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik kafe X, beserta dengan *review* dari goggle yang didapatkan bahwa permasalahan selain covid yang dialami kafe X adalah permasalahan pada mutu layanan yang diberikan oleh kafe X. Sehingga perlu diadakan perbaikan mengenai mutu layanan pada kafe X untuk meningkatkan penjualan kafe X agar dapat mencapai target.

Penelitian tersebut akan dilanjutkan dengan menentukan atribut-atribut yang sesuai dengan mutu layanan pada kafe X. Dalam pengukuran mutu layanan, metode SERVQUAL merupakan metode umum dan paling banyak

digunakan. Akan tetapi, seperti yang diketahui bahwa kafe X merupakan salah satu jenis restoran yang menggunakan konsep *dine in*. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Yusnita dan Yulianto (2013) bahwa kafe merupakan salah jenis restoran. bahwa kafe / *coffe shop* merupakan salah satu jenis restoran kecil dimana pilihan makannya terbatas dan mengutamakan penjualan kopi. Seperti yang diketahui bahwa metode *DINESERV* sendiri merupakan metode pengukuran mutu layanan pada semua jenis restoran. Maka dari itu, metode yang cocok digunakan dalam pengukuran mutu layanan pada kafe X adalah metode *DINESERV*. Akan tetapi atribut tersebut perlu di sesuaikan kembali dengan keadaan kafe karena tentunya setiap kafe tidaklah sama, dan memiliki keunikannya masing-masing. Sehingga dalam pengukuran mutu layanan, Metode *DINESERV* sendiri perlu dipadukan dengan metode CIT, dengan tujuan untuk menemukan atribut baru yang sesuai dengan keadaan kafe X itu sendiri.

Dalam penentuan prioritas kualitas jasa, terdapat beberapa metode yang dapat digunakan seperti *KANO*, *Improvement Gap Analysis* (IGA). Akan tetapi, penentuan prioritas perbaikan pada atribut, metode *Importance performance Analysis* (IPA) digunakan dalam menentukan prioritas tersebut. Metode IPA dipilih karena metode IPA menentukan perbaikannya berdasarkan tingkat kepentingan dari atributnya. Metode IGA dan *KANO* tidak digunakan pada penelitian ini dikarenakan masalah yang diperbaiki hanyalah seputar mutu layanannya saja. Sedangkan IGA dan *KANO* tidak digunakan karena IGA dan *KANO* memprioritaskan perbaikan berdasarkan kepuasan, dimana permasalahan yang di hadapi hanya sebatas pelayanan dan dibutuhkan perbaikan berdasarkan tingkat kepentingannya saja. Sehingga, dari pengidentifikasian masalah tersebut, dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu :

1. Bagaimana mutu layanan di kafe X?
2. Bagaimana prioritas perbaikan dari atribut layanan dapat diberikan untuk perbaikan kafe X?
3. Apa usulan perbaikan yang dapat meningkatkan mutu layanan pada kafe X?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Penelitian di kafe X tersebut perlu diadakan suatu pembatasan masalah dan diberikan beberapa asumsi penelitian. Tujuannya diberikan batasan dan

asumsi adalah untuk mempermudah penelitian yang dilakukan dan mendapatkan hasil yang maksimal. Berikut merupakan batasan dari masalah penelitian :

1. Penelitian terhadap kafe X dilakukan hanya sampai tahap usulan, tidak mencapai tahap implementasi.
2. Usulan perbaikan yang diberikan tidak mempertimbangkan biaya yang harus ditanggung pihak kafe X.

Untuk asumsi pada penelitian ini adalah selama penelitian berlangsung, kafe X tidak melakukan perubahan signifikan, khususnya terhadap sistem layanannya.

I.4 Tujuan Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan di kafe X, terdapat beberapa tujuan yang ingin di capai. Tujuan yang ingin dicapai tersebut tentunya didasari pada rumusan dari permasalahan tersebut. Berikut merupakan tujuan penelitian :

1. Mengetahui mutu layanan yang terjadi di kafe X.
2. Mengetahui prioritas perbaikan dari atribut layanan untuk memperbaiki mutu layanan kafe X.
3. Mengusulkan perbaikan yang dapat meningkatkan mutu layanan pada kafe X?

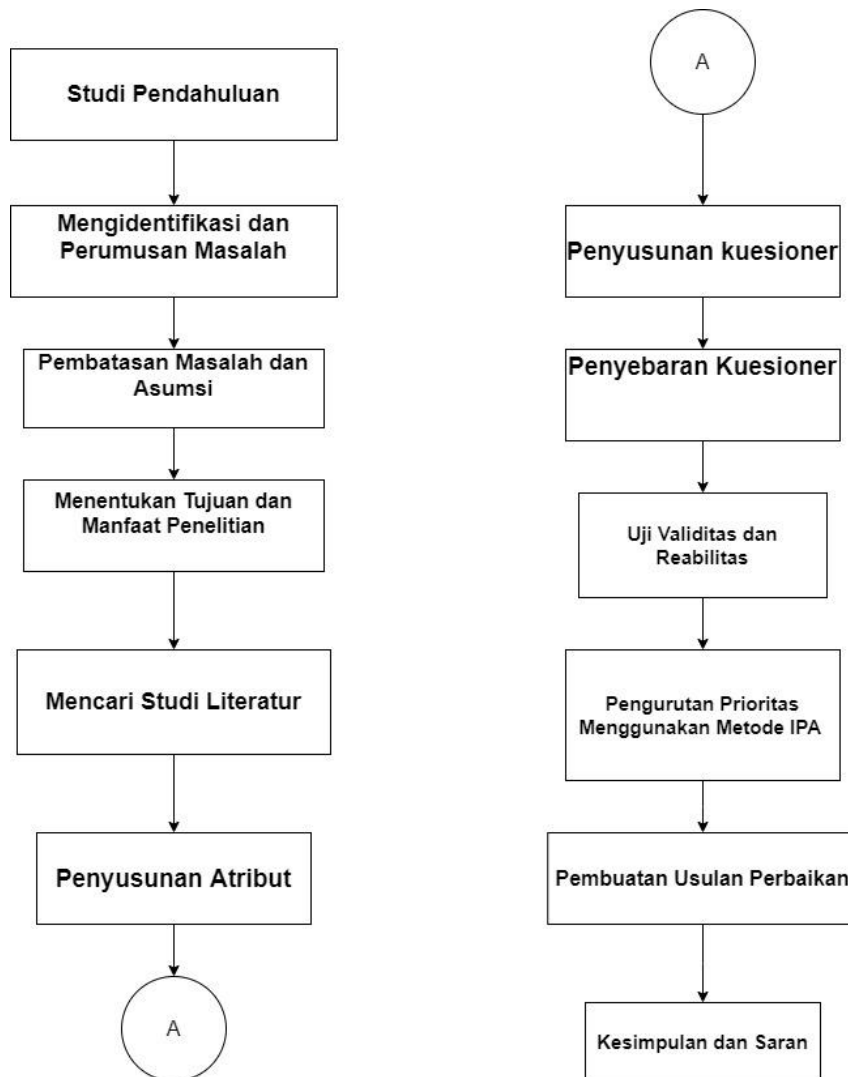
I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian pada kafe X ini tentunya diharapkan dapat memberikan manfaat ke berbagai pihak, seperti pihak kafe itu sendiri, pihak penulis dan pembaca. Berikut merupakan manfaat dari penelitian :

1. Membantu pihak kafe X dalam meningkatkan mutu layanan.
2. Meningkatkan penjualan kafe X.

I.6 Metodologi Penelitian

Pada bagian ini akan ditampilkan metodologi penelitian. Bagian ini akan ditampilkan mengenai rencana urutan proses penelitian yang akan dilakukan. Masing-masing urutan proses nya pun akan dijabarkan mengenai metode nya, sehingga penelitian tersebut menjadi terarah dan tujuannya pun dapat tercapai.



Gambar I.7 Metodologi Penelitian

Gambar I.7 merupakan tahap-tahap yang akan dilakukan pada penelitian kali ini. Tahapan tersebut terdiri dari 10 tahapan yang harus dilakukan secara berurutan dan tidak dapat dilakukan secara acak. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing metodologi penelitian:

1. Studi Pendahuluan

Tahap ini dilakukan dengan metode wawancara dan observasi dengan kafe X sebagai objek penelitian. Wawancara dilakukan kepada pemilik kafe X dan pelanggan. Wawancara dengan pemilik kafe X dilakukan secara langsung. Sedangkan wawancara pelanggan dilakukan dengan melalui telepon dan bertemu langsung. Penyusunan pertanyaan

wawancara untuk pelanggan menggunakan metode *CIT*. Tujuannya adalah untuk mengetahui permasalahan yang terjadi di kafe X.

2. Mengidentifikasi dan Merumuskan Masalah

Tahap ini dilakukan dengan menggali penyebab permasalahan dari kafe X. Penggalan tersebut dilakukan dengan mengolah data yang didapat dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan pemilik kafe X dan pelanggan. Ditentukan pula perumusan masalah supaya penelitian tersebut memiliki tujuan.

3. Pembatasan Masalah dan Asumsi

Tahap ini dilakukan dengan membatasi masalah dan menetapkan asumsi-asumsi selama penelitian. Tujuannya adalah untuk memfokuskan masalah yang sedang diteliti dan menyederhanakan penelitian.

4. Menentukan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Pada tahap ini dilakukan dengan menentukan tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan. Dimana tujuan penelitian dibuat berdasarkan rumusan masalah yang ditentukan, dan manfaat penelitian sendiri merupakan manfaat yang dapat dirasakan ketika penelitian ini selesai dilakukan.

5. Mencari Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan dengan mencari teori yang menjadi dasar dari penelitian tersebut. Teori-teori tersebut tentunya berasal dari orang-orang ahli di bidangnya dan diambil dari sumber-sumber terpercaya.

6. Penyusunan Atribut

Tahap ini dilakukan melakukan wawancara terhadap pelanggan kafe X. Metode yang digunakan adalah menggunakan *CIT*, sehingga didapatkan atribut yang sesuai untuk menilai mutu layanan kafe X. Atribut-atribut yang telah didapatkan dari hasil wawancara kemudian dicocokkan kembali dengan atribut-atribut yang terdapat pada *DINESERV*.

7. Penyusunan Kuesioner

Tahap ini dilakukan melakukan penyusunan kuesioner yang akan disebar kepada pelanggan kafe X. Kuesioner yang disusun akan terdiri

dari 4 bagian, yaitu terdiri dari pertanyaan profil, pertanyaan ekspektasi, persepsi, dan pertanyaan kepentingan.

8. Penyebaran Kuisisioner

Tahap ini dilakukan melakukan penyebaran kuisisioner. Penyebaran dilakukan melalui 2 cara, yaitu secara langsung, maupun secara daring. Kuisisioner di isi oleh orang-orang yang sudah pernah mengunjungi dan membeli produk di kafe X.

9. Uji Validitas dan Reabilitas

Tahap ini dilakukan dengan melakukan uji validitas dan reabilitas dari hasil data yang didapat dari kuisisioner. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa data yang didapatkan akurat.

10. Penentuan prioritas menggunakan metode IPA

Tahap ini dilakukan dengan menentukan prioritas perbaikan terhadap mutu layanan yang telah dinilai dari kuisisioner dan sudah di validasi dan reabilitas.

11. Pembuatan Usulan Perbaikan

Tahap ini dilakukan dengan membuat usulan perbaikan terhadap mutu layanan dengan tujuan untuk menyelesaikan masalah dari kafe X tersebut. Usulan dibuat berdasarkan hasil penentuan prioritas yang telah dibuat di tahap sebelumnya.

12. Kesimpulan dan Saran

Tahap akhir ini dilakukan dengan membuat kesimpulan yang didapat dari penelitian, beserta saran. Kesimpulan didapatkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian, dan saran diberikan kepada pihak kafe X untuk perbaikan dan diberikan kepada pihak lain.