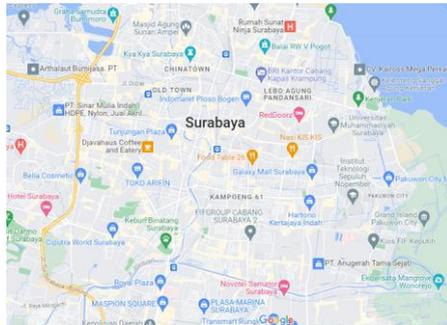




Gambar 4.1 Kedai Kopi Kota Surabaya



Gambar 4.2 Lokasi Kota Surabaya

#### 4.1.2 Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penggunaan suatu alat pengumpulan informasi yang disebut "kuisisioner penelitian". Kuisisioner ini meliputi penilaian responden atau konsumen atas tingkat harapan dan kenyataan dari atribut keunggulan bersaing yang berbasis QCDSM. Penelitian ini menggunakan skala likert. Selain itu peneliti juga mengumpulkan data respon teknis yang didapatkan dari wawancara dengan beberapa pemilik kedai kopi dan ahlinya sebagai kepuasan konsumen UMKM kedai kopi. Contoh kuisisioner dapat dilihat pada lampiran 1.

#### 4.1.3 Pengolahan Data

Kuisisioner diberikan kepada konsumen UMKM Kedai Kopi yang sangat bersedia mengisi kuisisioner tersebut. Setelah dilakukan pengisian kuisisioner maka dilakukan verifikasi dan check atas jawaban responden data yang terkumpul sebanyak 401. Responden yang memberikan jawaban merupakan konsumen kedai kopi di Kota Surabaya.

#### 4.1.4 Uji Kecukupan Data

Uji awal dimulai dengan mengevaluasi kecukupan data. metode yang digunakan mengikuti petunjuk yang diuraikan dalam bagian sebelumnya, yaitu bab III pada persamaan 3.1. Apabila kita mengatur tingkat kesalahan atau *confident error* ( $e$ ) sebesar 5% dan tingkat

keyakinan yaitu 95%, serta mengasumsikan proporsi responden yang puas dan tidak puas adalah sama, yakni 0,5, maka jumlah sampel minimal yang perlu diambil adalah 352 responden. Jumlah kuisioner yang tersebar dan memenuhi kecukupan data sebanyak 401 responden, maka dapat dikatakan data yang diperoleh pada penelitian ini berjumlah 401 data responden. Adapun karakteristik responden yang mengisi kuisioner sebagai berikut:

A. Jenis Kelamin

Jenis kelamin digunakan untuk mengidentifikasi pengunjung Kedai Kopi dengan jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 401 responden. Dapat dilihat pada diagram pie sebagai berikut.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin



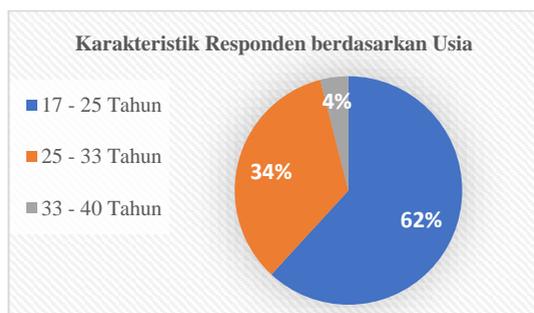
Sumber : Data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas diketahui mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki dengan prosentase 66% dan perempuan sebesar 34%. Dapat diartikan bahwa umumnya Kedai Kopi sering atau paling banyak menjadi tempat *hangout* laki-laki.

B. Usia

Usia digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik pengunjung Kedai Kopi dengan jumlah 401 responden. Adapun hasil tersebut disajikan dalam bentuk diagram sebagai berikut.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia



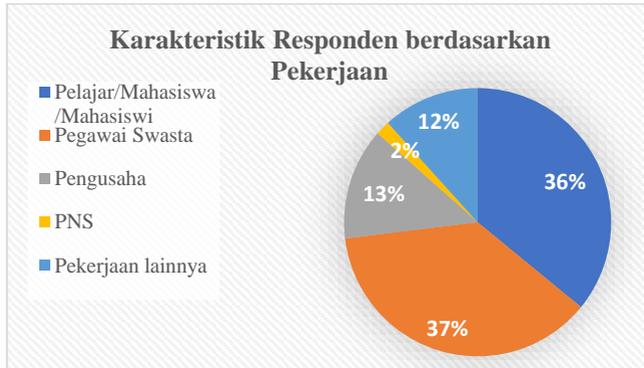
Sumber : Data yang diolah 2023

Tabel 4.2 menunjukkan jumlah responden dalam penelitian yang berjumlah 401 orang. Mayoritas pengunjung Kedai Kopi yang menjadi responden berusia 17-25 tahun sebanyak 62% atau 248 orang, sedangkan usia 25-33 tahun sebanyak 34% atau 137 orang, dan usia 33-40 tahun sebanyak 4% atau 16 orang. Hal ini menunjukkan bahwa umumnya remaja dengan usia 17-25 tahun lebih sering *hangout* ke Kedai Kopi daripada orang dengan usia lebih dari 25 tahun.

### C. Pekerjaan

Untuk mengidentifikasi karakteristik pada responden juga melalui pekerjaan. Adapun hasil analisa karakteristik berdasarkan pekerjaan sebagai berikut.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber : Data yang diolah 2023

Tabel 4.3 menunjukkan total responden berjumlah 401 dan memiliki karakteristik pekerjaan yang berbeda-beda. Sebagian besar pengunjung Kedai Kopi berasal dari Pelajar/Mahasiswa/Mahasiswi dan Pegawai Swasta dengan prosentasi 36% dan 37%, selebihnya berasal dari pengusaha dan pekerjaan lainnya (Profesi) dengan nilai prosentase 13% dan 12%. Dan nilai dengan prosentase paling sedikit berasal dari PNS sebesar 2%. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Kedai Kopi merupakan orang yang berkarakteristik pekerjaan sebagai pegawai swasta dan pelajar/mahasiswa/mahasiswi.

D. Penghasilan

Selanjutnya untuk mengidentifikasi karakteristik melalui faktor penghasilan. Adapun hasil yang diperoleh sebagai berikut.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan



Sumber : Data yang diolah 2023

Berdasarkan pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa dalam jumlah 401 responden paling banyak berasal dari pengunjung Kedai Kopi dengan penghasilan Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000 dengan nilai prosentase 35% dan disusul urutan paling banyak selanjutnya dengan penghasilan Rp 500.000 – Rp 2.000.000 dengan nilai prosentase 34%, sisanya berasal dari pengunjung dengan tingkat penghasilan Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000 dengan prosentase 23% dan paling sedikit prosentase 8% dengan penghasilan lebih dari Rp 5.000.000, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pengunjung Kedai Kopi diminati oleh pengunjung dengan nilai penghasilan Rp 500.000 – Rp 4.000.000.

#### 4.1.5 Uji Validitas

Validitas dari hasil kuisioner diuji sebagai bagian dari prosedur penelitian ini. Pengujian validitas menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5%. Pada tahap pengujian ini, dilakukan analisis untuk menghitung korelasi antara skor yang diberikan oleh setiap responden pada setiap atribut dengan total skor dari seluruh atribut. Perhitungan ini akan dilaksanakan dengan menggunakan software statistik SPSS sebagai alat bantu. Suatu data dianggap valid apabila nilai koefisien korelasi

produk momentnya melebihi nilai kritis yang diperoleh dari tabel referensi. Untuk data yang diperoleh dari kuisioner dengan  $n = 401$  ( $df = n-2$ ) dan  $\alpha = 5\%$ , maka  $r_{\text{tabel}}$  adalah 0,082. Data  $r_{\text{tabel}}$  dapat dilihat

Tabel 4.5 Hasil Validasi Tingkat Kepuasan Kuisioner Kedai Kopi

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Validity
Kualitas Produk	45.2294	47.752	.551	.923	Valid
Kemasan Produk	45.1845	47.571	.607	.921	Valid
Ketahanan Produk	45.2095	46.836	.658	.920	Valid
Varian Produk	45.1671	47.510	.595	.922	Valid
Kesesuaian Harga	45.2020	46.987	.634	.920	Valid
Kelengkapan Fasilitas (Wi-fi, toilet dan parkir)	45.1746	46.699	.647	.920	Valid
Waktu Penyajian	45.1671	47.150	.628	.921	Valid
Kenyamanan Fasilitas	45.1496	46.723	.694	.919	Valid
Keramahan Pelayanan	45.1297	46.978	.657	.920	Valid
Keamanan Produk	45.1347	47.177	.666	.920	Valid
Keamanan Fasilitas	45.2519	46.109	.720	.918	Valid
Kebersihan Peralatan	45.2120	46.517	.703	.918	Valid
Tingkat Kebisingan	45.2818	46.588	.629	.921	Valid
Tingkat Kebersihan/sanitasi	45.1920	46.726	.666	.919	Valid
Jam Operasional	45.1796	47.248	.622	.921	Valid

Sumber : Data yang diolah 2023

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai validitas pada semua variabel tingkat kepuasan memperlihatkan (*Corrected Item-Total Correlation*) lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,082. Selanjutnya dilakukan pengujian validitas untuk kuisioner kepuasan konsumen terhadap UMKM Kedai Kopi Janji Jiwa dan northcoffee.id di Kota Surabaya.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validasi Kepuasan Kedai Kopi Janji Jiwa

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Validity
Kualitas Produk	46.2444	43.665	.672	.920	Valid
Kemasan Produk	46.2519	43.914	.669	.920	Valid
Ketahanan Produk	46.2344	44.030	.660	.920	Valid
Varian Produk	46.3117	43.345	.672	.920	Valid
Kesesuaian Harga	46.3317	43.342	.649	.920	Valid
Kelengkapan Fasilitas (Wi-fi, toilet dan parkir)	46.3217	44.429	.595	.922	Valid
Waktu Penyajian	46.3067	43.948	.652	.920	Valid
Kenyamanan Fasilitas	46.3242	44.220	.617	.921	Valid
Keramahan Pelayanan	46.2618	43.804	.647	.920	Valid
Keamanan Produk	46.2868	44.090	.645	.921	Valid
Keamanan Fasilitas	46.3142	43.516	.685	.919	Valid
Kebersihan Peralatan	46.2793	44.782	.571	.923	Valid
Tingkat Kebisingan	46.3491	43.303	.656	.920	Valid
Tingkat Kebersihan/sanitasi	46.2618	44.504	.645	.921	Valid
Jam Operasional	46.3342	43.833	.655	.920	Valid

Sumber : Data yang diolah 2023

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai validitas pada semua variabel tingkat kepuasan memperlihatkan (*Corrected Item-Total Correlation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,082.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas kepuasan Kedai Kopi northcoffee.id

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Validity
Kualitas Produk	46.3292	42.386	.677	.917	Valid
Kemasan Produk	46.3042	43.007	.611	.919	Valid
Ketahanan Produk	46.3591	41.881	.677	.917	Valid
Varian Produk	46.3192	41.908	.652	.918	Valid
Kesesuaian Harga	46.3017	42.786	.612	.919	Valid

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Validity
Kelengkapan Fasilitas (Wi-fi, toilet dan parkir)	46.3666	42.418	.619	.919	Valid
Waktu Penyajian	46.3292	42.016	.691	.917	Valid
Kenyamanan Fasilitas	46.2344	42.915	.604	.919	Valid
Keramahan Pelayanan	46.3092	42.279	.635	.918	Valid
Keamanan Produk	46.2668	42.821	.598	.919	Valid
Keamanan Fasilitas	46.3292	42.021	.657	.918	Valid
Kebersihan Peralatan	46.2469	42.836	.612	.919	Valid
Tingkat Kebisingan	46.3616	42.451	.617	.919	Valid
Tingkat Kebersihan/sanitasi	46.2544	42.695	.645	.918	Valid
Jam Operasional	46.3117	41.960	.687	.917	Valid

Sumber : Data yang diolah 2023

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai validitas pada semua variabel tingkat kepuasan memperlihatkan (*Corrected Item-Total Correlation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,082.

#### 4.1.6 Uji Realibilitas

Reliabilitas diuji untuk mengevaluasi apakah kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan konsistensi dalam setiap pengukuran. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan mengambil nilai koefisien Alpha Cronbach. Suatu variabel atau dimensi dalam kuisisioner dianggap memiliki reliabilitas apabila nilai koefisien Alpha Cronbach yang diperoleh melebihi angka 0,6. Jika nilai tersebut di bawah 0,6, maka kuisisioner dianggap tidak memiliki reliabilitas yang memadai. Berikut adalah hasil evaluasi reliabilitas dari kuisisioner.

Tabel 4.8 Realibilitas Tiingkat Kepuasan Kuisisioner Kedai Kopi  
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	401	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	401	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	15

Sumber : Data yang diolah 2023

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai koefisien Alpha Cronbach untuk dimensi "Tingkat Kepuasan" adalah 0,913. Angka ini menandakan bahwa kuisioner ini dapat dianggap reliabel karena melebihi nilai batas 0,6. Dengan demikian, dapat diakui bahwa kuisioner ini menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai.

Tabel 4.9 Realibilitas Kuisioner Tingkat Kepuasan Janji Jiwa

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	401	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	401	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	15

Sumber : Data yang diolah 2023

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai koefisien Alpha Cronbach untuk dimensi "Tingkat Kepuasan" adalah 0,925. Angka ini menandakan bahwa kuisioner ini dapat dianggap reliabel karena melebihi nilai batas 0,6. Dengan demikian, dapat diakui bahwa kuisioner ini menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai.

Tabel 4.10 Realibilitas Kuisioner Tingkat Kepuasan northcoffee.id

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	401	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	401	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	15

Sumber : Data yang diolah 2023

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai koefisien Alpha Cronbach untuk dimensi "Tingkat Kepuasan" adalah 0,923. Angka ini menandakan bahwa kuisisioner ini dapat dianggap reliabel karena melebihi nilai batas 0,6. Dengan demikian, dapat diakui bahwa kuisisioner ini menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai.

#### 4.1.7 Pengolahan Data Menggunakan QFD

Pada bagian ini, akan diuraikan langkah-langkah yang harus diambil oleh pihak perusahaan sebagai tanggapan teknis terhadap masalah melalui penerapan metode QFD. metode QFD digunakan untuk mencapai tujuan yakni memahami dan merinci secara terstruktur proses menentukan kebutuhan konsumen, serta mengartikulasikan kebutuhan tersebut menjadi persyaratan teknis yang relevan. Dengan pendekatan ini, setiap area fungsional dan tingkatan organisasi dapat memiliki pemahaman yang sama dan mengambil tindakan yang sesuai.

QFD berperan sebagai sarana bagi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan mengenali preferensi konsumen terhadap layanan atau produk yang dihasilkan, dengan mengintegrasikan konsumen secara aktif dalam tahap awal pengembangan produk. Pendekatan QFD terjadi integrasi antara faktor-faktor seperti tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen dari UMKM Kedai Kopi. Faktor-faktor tersebut meliputi *Goal Value*, *Improvement Ratio (IR)*, *Sales Point*, *Raw Weight*, *Normalized* dan *Cumulative Raw Weight*. Melalui tahapan ini, akan dihasilkan suatu tanggapan teknis yang pada akhirnya akan dianalisis untuk mengukur korelasinya dengan permasalahan yang ada. Proses ini berguna dalam menghubungkan respons teknis yang dihasilkan dan mengembangkan prioritas perbaikan utama dalam respon tersebut. Setelah semua informasi terkumpul, langkah berikutnya adalah menyatukan elemen-elemen tersebut ke dalam sebuah *House of Quality*. Melalui representasi grafis *House of Quality* menunjukkan bagaimana konversi langsung terjadi dari suara pelanggan menjadi spesifikasi teknis yang diperlukan untuk produk atau layanan yang dihasilkan.

Dalam *House of Quality* yang diilustrasikan, perbandingan dengan produk pesaing akan dilakukan sebagai bagian dari proses *benchmarking*. Hal ini bertujuan untuk mencapai standar persyaratan teknis yang sejalan

dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya. *Benchmarking* dilaksanakan dengan tujuan memahami posisi relatif produk yang beredar di pasar, terutama yang bersaing dalam pasar yang sama. Sehingga perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor dan dapat lebih unggul dari kompetitor dengan memperhatikan setiap aspek yang menjadi kelemahan kompetitor yang kemudian menjadi target perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Berikut adalah perhitungan data-data untuk menyusun matrik perencanaan dari keinginan konsumen dalam *House of Quality*.

1) Tingkat Kepentingan Konsumen (*Important to Customer*)

Pada bagian ini akan disajikan tingkat kepentingan konsumen (*Important to Customer*), dimana data yang digunakan adalah hasil pengolahan IPA dari nilai kepuasan konsumen dan nilai kepentingan konsumen. Penggunaan hasil *Importance-Performance Analysis* (IPA) tersebut bertujuan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang berpengaruh dan menjadi harapan utama konsumen dalam memperoleh produk atau jasa dari UMKM Kedai Kopi. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan, diperoleh tingkat kepuasan konsumen dan tingkat kepentingan konsumen. Berikut adalah tabel pengolahan IPA dari nilai kepuasan dan kepentingan konsumen.

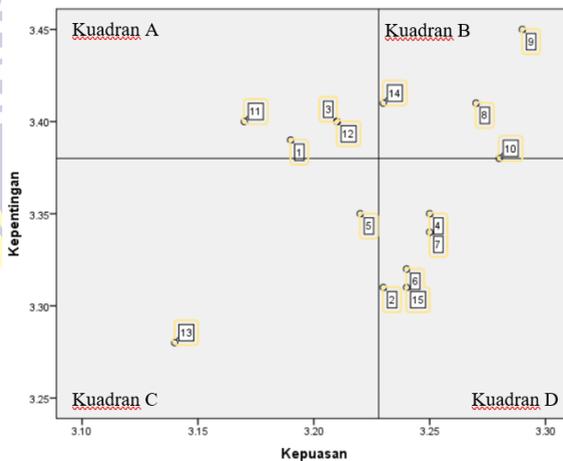
Tabel 4.11 Pengolahan Rata-rata Nilai Kepuasan dan Kepentingan

No	Atribut	Rata-rata Kepuasan	Rata-rata Kepentingan
1	Kualitas Produk	3,19	3,39
2	Kemasan Produk	3,23	3,31
3	Ketahanan Produk	3,21	3,40
4	Varian Produk	3,25	3,35
5	Kesesuaian Harga	3,22	3,35
6	Kelengkapan Fasilitas (Wi-fi, toilet dan parkir)	3,24	3,32
7	Waktu Penyajian	3,25	3,34
8	Kenyamanan Fasilitas	3,27	3,41
9	Keramahan Pelayanan	3,29	3,45
10	Keamanan Produk	3,28	3,38

No	Atribut	Rata-rata Kepuasan	Rata-rata Kepentingan
11	Keamanan Fasilitas	3,17	3,40
12	Kebersihan Peralatan	3,21	3,40
13	Tingkat Kebisingan	3,14	3,28
14	Tingkat Kebersihan/sanitasi	3,23	3,41
15	Jam Operasional	3,24	3,31
	Rata-rata	<b>3,23</b>	<b>3,37</b>

Sumber : Data yang diolah 2023

Hasil data diatas merupakan hasil nilai rata-rata dari setiap atribut, setelah mendapatkan hasil diatas langkah selanjutnya adalah membuat diagram kartesius mengenai posisi penempatan data berdasarkan Importance-Performance Analysis (IPA). Hasil diagram kartesius dan hasil plot masing masing atribut adalah sebagai berikut.



Gambar 4.3 Diagram Kartesius Atribut menggunakan Konsep IPA  
Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Penjelasan untuk setiap kuadran dari diagram kartesius adalah sebagai berikut.

- Kuadran A merujuk pada bagian matriks yang menunjukkan

atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan harapan pelanggan sehingga tingkat kepuasan konsumen masih rendah. Dalam kuadran ini, perusahaan harus terus menerus melakukan perbaikan untuk meningkatkan kinerja dan memenuhi harapan pelanggan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran A adalah sebagai berikut:

- Atribut nomer 1 Kualitas Produk: Pelanggan menganggap kualitas produk sangat penting, tetapi produk yang disediakan oleh perusahaan saat ini belum mencapai standar yang diharapkan. Perusahaan perlu melakukan perbaikan dalam hal kualitas produk untuk memenuhi harapan pelanggan.
  - Atribut nomer 3 Ketahanan Produk: Pelanggan mengharapkan produk yang tahan lama dan awet. Namun, produk yang saat ini disediakan belum memenuhi harapan ini. Perusahaan harus berfokus pada peningkatan ketahanan produk agar dapat memuaskan pelanggan.
  - Atribut nomer 11 Keamanan Fasilitas: Keamanan fasilitas adalah hal yang dianggap penting oleh pelanggan, namun saat ini perusahaan belum mencapai tingkat keamanan yang diharapkan. Perusahaan perlu terus meningkatkan keamanan fasilitas agar pelanggan merasa nyaman dan aman.
  - Atribut nomer 12 Kebersihan Fasilitas: Kebersihan fasilitas juga merupakan atribut yang penting bagi pelanggan, namun saat ini belum memenuhi standar yang diharapkan. Perusahaan harus melakukan perbaikan terus menerus dalam hal kebersihan fasilitas agar dapat memuaskan pelanggan.
- b. Kuadran B merujuk pada bagian matriks yang menunjukkan atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan telah sesuai dengan harapan mereka, sehingga tingkat kepuasan konsumen relatif lebih tinggi. Dalam kuadran ini, perusahaan telah berhasil memenuhi atau bahkan melebihi harapan

pelanggan dalam hal atribut-atribut tertentu.

Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran B adalah sebagai berikut:

- Atribut nomer 8 Kenyamanan Fasilitas: Pelanggan menganggap kenyamanan fasilitas sangat penting, dan perusahaan telah berhasil mencapai standar yang diharapkan. Fasilitas yang disediakan memberikan kenyamanan kepada pelanggan, sehingga tingkat kepuasan konsumen lebih tinggi.
  - Atribut nomer 9 Keramahan Pelayanan: Pelanggan mengharapkan pelayanan yang ramah dan baik dari perusahaan, dan perusahaan telah memenuhi harapan ini. Para karyawan atau petugas perusahaan memberikan pelayanan dengan keramahan yang membuat pelanggan merasa dihargai dan puas.
  - Atribut nomer 10 Keamanan Produk: Keamanan produk adalah hal yang penting bagi pelanggan, dan perusahaan telah berhasil menyediakan produk yang aman sesuai dengan harapan konsumen. Produk yang disediakan memberikan jaminan keamanan kepada pelanggan, sehingga tingkat kepuasan meningkat.
  - Atribut nomer 14 Tingkat Kebersihan/Sanitasi: Pelanggan menginginkan tingkat kebersihan dan sanitasi yang tinggi dalam lingkungan atau fasilitas yang mereka gunakan, dan perusahaan telah mencapai standar yang diharapkan. Kebersihan dan sanitasi fasilitas terjaga dengan baik, sehingga tingkat kepuasan konsumen lebih tinggi.
- c. Kuadran C merujuk pada bagian matriks yang menunjukkan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen, dan tingkat kepuasan konsumen dalam hal ini juga rendah. Atribut-atribut ini mungkin tidak menjadi fokus utama konsumen atau tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan mereka. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran C adalah sebagai berikut:
- Atribut nomer 5 Kesesuaian Harga: Meskipun harga

merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian, pelanggan tidak memberikan penekanan yang tinggi pada atribut ini. Perusahaan mungkin menghadapi tantangan dalam memenuhi harapan pelanggan terkait dengan kesesuaian harga produk atau layanan yang ditawarkan.

- Atribut nomer 13 Tingkat Kebisingan: Tingkat kebisingan dalam lingkungan atau fasilitas tidak dianggap penting oleh pelanggan dan tidak berkontribusi secara signifikan terhadap tingkat kepuasan mereka. Hal ini berarti perusahaan mungkin tidak perlu memprioritaskan pengurangan kebisingan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.
- d. Kuadran D merujuk pada bagian matriks yang menunjukkan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen, tetapi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dalam hal ini terlalu berlebihan. Artinya, perusahaan mungkin telah berlebihan dalam memperhatikan atau meningkatkan atribut-atribut ini, yang pada akhirnya tidak memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran D adalah sebagai berikut:
- Atribut nomer 2 Kemasan Produk: Pelanggan menganggap kemasan produk kurang penting, namun perusahaan mungkin telah berfokus terlalu banyak pada perbaikan atau inovasi kemasan produk. Meskipun kemasan yang menarik dan fungsional penting, jika perusahaan menghabiskan sumber daya berlebihan dalam meningkatkan atribut ini, hal itu mungkin tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen.
  - Atribut nomer 4 Varian Produk: Konsumen mungkin tidak memberikan penekanan yang tinggi pada varian produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Namun, perusahaan mungkin telah berlebihan dalam menciptakan variasi produk yang berbeda-beda. Jika perusahaan menghabiskan terlalu banyak sumber daya pada pengembangan varian produk, sementara konsumen tidak memandangnya sebagai

- hal yang sangat penting, hal ini dapat menjadi tidak efisien.
- Atribut nomer 6 Kelengkapan Fasilitas: Konsumen mungkin menganggap kelengkapan fasilitas kurang penting, namun perusahaan mungkin telah berfokus terlalu banyak pada peningkatan atau penambahan fasilitas. Jika perusahaan telah menyediakan fasilitas yang memadai dan mencukupi, tetapi konsumen tidak memandangnya sebagai prioritas, perusahaan mungkin perlu mengevaluasi penggunaan sumber daya yang dialokasikan untuk meningkatkan atribut ini.
  - Atribut nomer 7 Waktu Penyajian: Meskipun waktu penyajian penting, konsumen mungkin tidak memberikan penekanan yang tinggi pada atribut ini. Jika perusahaan telah memperhatikan waktu penyajian secara berlebihan, sementara konsumen tidak memandangnya sebagai faktor yang sangat penting, maka perusahaan mungkin perlu menyeimbangkan upaya dan sumber daya yang ditempatkan pada hal lain yang lebih dihargai oleh konsumen.
  - Atribut nomer 15 Jam Operasional: Konsumen mungkin tidak menganggap jam operasional sebagai hal yang sangat penting. Jika perusahaan telah memperhatikan jam operasional dan mengalokasikan sumber daya berlebihan untuk memenuhi kebutuhan yang kurang penting ini, maka perusahaan perlu mengevaluasi kembali strategi operasionalnya.

Hasil analisis IPA akan digunakan untuk mengidentifikasi atribut-atribut yang akan menjadi fokus utama dalam pembuatan prioritas dalam House of Quality. Prioritas ini akan difokuskan pada atribut-atribut yang termasuk dalam Kuadran A dan Kuadran C. Atribut dalam Kuadran A adalah yang dianggap penting oleh konsumen dan memiliki kinerja yang baik, sedangkan atribut dalam Kuadran C adalah yang dianggap kurang penting oleh konsumen tetapi kinerjanya masih kurang memuaskan. Oleh karena itu, diharapkan bahwa perbaikan pada atribut-atribut dalam

Kuadran C akan menghasilkan peningkatan kepuasan konsumen untuk UMKM Kedai Kopi. Kuadran A dan C adalah lokasi utama dalam rumah kualitas yang dipilih untuk memetakan hasil analisis IPA. Ini disebabkan oleh tingkat prioritas yang tinggi dalam memenuhi keinginan konsumen. Kuadran A memiliki potensi untuk meningkatkan jumlah konsumen, sementara sebaliknya juga berlaku. Atribut-atribut yang akan diperlakukan dalam rumah kualitas adalah sebagai berikut.

Tabel 4.12 Atribut yang akan diolah dalam rumah kualitas

No	Atribut	Kuadran
1	Kualitas Produk	A
2	Ketahanan Produk	A
3	Kesesuaian Harga	C
4	Keamanan Fasilitas	A
5	Kebersihan fasilitas	A
6	Tingkat Kebisingan	C

Sumber : Data yang diolah 2023

2) *Customer Satisfaction Performance*

Langkah berikutnya adalah menghitung nilai *customer satisfaction performance*. Untuk menghitung *customer satisfaction performance* diperoleh dari data tingkat kepuasan responden terhadap setiap atribut untuk Kedai Kopi. Cara perhitungan *customer satisfaction performance* adalah dengan mengelompokkan seluruh responden berdasarkan tingkat kepuasannya. Kemudian dihitung bobot performansinya yaitu dengan mengalikan masing-masing tingkat kepuasan dengan jumlah responden yang memilihnya. Dilanjutkan dengan menjumlahkan seluruh perkalian dalam satu atribut, rumus yang digunakan dalam CSP bisa dilihat pada rumus (2.1). Sedangkan angka 3,19 merupakan performansi kepuasan hasil bagi dari 1279 dengan 401 responden. Hasil perhitungan *customer satisfaction performance* dapat dilihat secara lengkap pada tabel berikut.

Tabel 4.13 Tabel Performasi Kepuasan Kedai Kopi

No	Atribut	Tingkat Kepuasan				Jumlah responden	Bobot Performasi	Performasi Kepuasan
		1	2	3	4			
1	Kualitas Produk	12	33	223	133	<b>401</b>	1279	3,19
2	Ketahanan Produk	7	44	208	142	<b>401</b>	1287	3,21
3	Kesesuaian Harga	11	33	215	142	<b>401</b>	1290	3,22
4	Keamanan Fasilitas	14	33	226	128	<b>401</b>	1270	3,17
5	Kebersihan fasilitas	9	36	219	137	<b>401</b>	1286	3,21
6	Tingkat Kebisingan	12	54	202	133	<b>401</b>	1258	3,14

Sumber : Data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa performasi kepuasan tertinggi pada Kedai Kopi adalah atribut kesesuaian harga, dengan performasi kepuasan sebesar 3,22 selanjutnya performasi ketahanan produk dan kebersihan fasilitas dengan memiliki nilai performasi kepuasan sama-sama 3,21 serta atribut atribut selanjutnya. Hasil dari performasi kepuasan ini akan dibandingkan dengan kompetitor dan dibandingkan dengan nilai tertinggi untuk menentukan nilai dari *goal*. Berikut nya adalah hasil dari tingkat performasi kepuasan kompetitor janji jiwa.

### 3) *Competitive Satisfaction Performance*

*Competitive satisfaction performance* merupakan tingkat kepuasan responden terhadap atribut-atribut yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian di Kedai Kopi, adapun pesaing dari Kedai Kopi ini diantaranya adalah Kedai Kopi Janji Jiwa dan Kedai Kopi northcoffee.id. Adapun cara perhitungan sama dengan perhitungan *customer satisfaction performance*. Hasil performasi kepuasan dapat dilihat pada tabel 4.10 dan tabel 4.11.

Tabel 4.14 Performasi Tingkat Kepuasan Kedai Kopi Janji Jiwa

No	Atribut	Tingkat Kepuasan
----	---------	------------------

		1	2	3	4	Jumlah responden	Bobot Performasi	Performasi Kepuasan
1	Kualitas Produk	9	19	193	180	<b>401</b>	1346	3,36
2	Ketahanan Produk	8	14	202	177	<b>401</b>	1350	3,37
3	Kesesuaian Harga	12	32	193	164	<b>401</b>	1311	3,27
4	Keamanan Fasilitas	9	25	209	158	<b>401</b>	1318	3,29
5	Kebersihan fasilitas	8	16	216	161	<b>401</b>	1332	3,32
6	Tingkat Kebisingan	14	27	204	156	<b>401</b>	1304	3,25

Sumber : Data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa performasi kepuasan tertinggi pada kedai kopi janji jiwa adalah atribut ketahanan produk dengan nilai performasi kepuasan sebesar 3,37 selanjutnya performasi kepuasan kualitas produk dengan nilai performasi kepuasan 3,36 selanjutnya adalah kebersihan fasilitas dengan nilai performasi kepuasan 3,32 selanjutnya keamanan fasilitas dengan nilai performasi kepuasan 3,29 selanjutnya kesesuaian harga dengan nilai performasi kepuasan 3,27 selanjutnya tingkat kebisingan dengan nilai performasi kepuasan 3,25. Hasil dari performasi kepuasam ini akan dibandingkan dengan kompetitor dan nantinya dipilih nilai tertinggi untuk menentukan nilai *goal*.

Tabel 4.15 Performasi Tingkat Kepuasan Kedai Kopi northcoffee,id

No	Atribut	Tingkat Kepuasan				Jumlah responden	Bobot Performasi	Performasi Kepuasan
		1	2	3	4			
1	Kualitas Produk	4	29	216	152	<b>401</b>	1318	3,29
2	Ketahanan Produk	10	28	212	151	<b>401</b>	1306	3,26
3	Kesesuaian Harga	7	21	212	161	<b>401</b>	1329	3,31
4	Keamanan Fasilitas	9	29	201	162	<b>401</b>	1318	3,29
5	Kebersihan fasilitas	8	13	203	177	<b>401</b>	1351	3,37
6	Tingkat Kebisingan	8	32	211	150	<b>401</b>	1305	3,25

Sumber : Data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa performasi kepuasan tertinggi pada kedai kopi northcoffee.id adalah kebersihan fasilitas dengan nilai performasi kepuasan sebesar 3,37 selanjutnya performasi kepuasan kesesuaian harga dengan nilai performasi kepuasan 3,31 selanjutnya adalah kualitas produk dan atribut keamanan fasilitas dengan nilai performasi kepuasan 3,29 selanjutnya ketahanan produk dengan nilai performasi kepuasan 3,26 selanjutnya tingkat kebisingan dengan nilai performasi kepuasan 3,25. Hasil dari performasi kepuasam ini akan dibandingkan dengan kompetitor dan nantinya dipilih nilai tertinggi untuk menentukan nilai *goal*.

4) Perhitungan Goal/Target Value

Pada penentuan *goal* target dalam upaya peningkatan kualitas kedai kopi oleh perusahaan pada tingkat kepuasan yang dirasakan responden saat ini dan yang dirasakan oleh responden ketika datang ke kedai kopi (kompetitor). Pertimbangan lainnya dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas adalah pertimbangan finansial. Dalam penentuan *goal* atau target harus secara realistis dan logis. Penentuan nilai *goal* atau target bisa berdasarkan pada tingkat kepuasan tertinggi pada setiap atribut kedai kopi. Tujuannya adalah agar tidak terjadi kesenjangan dengan kualitas kedai kopi kompetitor. Penentuan nilai *goal* atau target kedai kopi dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 4.16 Tabel Penentuan Nilai *Goal* atau Target

No	Atribut	Customer Satisfaction Performance			Goal
		Kedai Kopi	Janji Jiwa	northcoffee.id	
1	Kualitas Produk	3,19	<b>3,36</b>	3,29	<b>3,36</b>
2	Ketahanan Produk	3,21	<b>3,37</b>	3,26	<b>3,37</b>
3	Kesesuaian Harga	3,22	3,27	<b>3,31</b>	<b>3,31</b>
4	Keamanan Fasilitas	3,17	<b>3,29</b>	<b>3,29</b>	<b>3,29</b>
5	Kebersihan Fasilitas	3,21	3,32	<b>3,37</b>	<b>3,37</b>
6	Tingkat Kebisingan	3,14	<b>3,25</b>	<b>3,25</b>	<b>3,25</b>

No	Atribut	Customer Satisfaction Performance			Goal
		Kedai Kopi	Janji Jiwa	northcoffee.id	
	Rata-rata	3,19	3,31	3,29	

Sumber : Data yang diolah 2023

Dari hasil penentuan *goal* pada tabel 4.12 maka dapat ditentukan target yang harus dicapai dengan membandingkan hasil dari kompetitor maka dapat dinilai *goal* untuk masing-masing atribut. Nilai tertinggi dari *goal* terdapat pada atribut ketahanan produk dan kebersihan fasilitas dengan nilai 3,37, selanjutnya atribut kualitas produk dengan nilai *goal* 3,36, selanjutnya atribut kesesuaian harga dengan nilai *goal* 3,31, selanjutnya dengan nilai 3,29 yaitu atribut keamanan fasilitas, dan yang terakhir diperoleh atribut tingkat kebisingan dengan nilai 3,25.

#### 5) *Improvement Ratio*

*Improvement Ratio* atau rasio pengembangan didapatkan berdasarkan pembagian antara target (*goal*) yang ditetapkan perusahaan dengan nilai tingkat kepuasan konsumen atas kualitas kedai kopi. Jadi *improvement ratio* merupakan rasio yang menunjukkan apakah *goal* yang ditentukan sudah tercapai atau belum. Rumus yang digunakan pada perhitungan *improvement ratio* dapat dilihat pada persamaan rumus 2.6. Hasil *improvement ratio* dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 4.17 Perhitungan *Improvement Ratio*

No.	Atribut	Kedai Kopi	Goal	Improvement rasio
1	Kualitas Produk	3,19	3,36	<b>1,05</b>
2	Ketahanan Produk	3,21	3,37	<b>1,05</b>
3	Kesesuaian Harga	3,22	3,31	<b>1,03</b>
4	Keamanan Fasilitas	3,17	3,29	<b>1,04</b>
5	Kebersihan Fasilitas	3,21	3,37	<b>1,05</b>
6	Tingkat Kebisingan	3,14	3,25	<b>1,04</b>

Sumber : Data yang diolah 2023

Berdasarkan data diatas nilai tertinggi atribut yang mengalami perbaikan adalah kualitas produk, ketahanan produk, dan kebersihan

fasilitas dengan nilai lebih dari 1,05 sedangkan pada atribut dengan nilai 1,04 berisi atribut keamanan fasilitas dan tingkat kebisingan serta yang terakhir kesesuaian harga dengan nilai paling rendah namun tetap harus diadakan *improvement*.

6) *Sales Point*

*Sales Point* atau titik penjualan adalah kemampuan menjual atribut berdasarkan persepsi manajemen. Atribut dengan *sales point* tertinggi berarti jika atribut yang bersangkutan berubah, maka konsumen atau konsumen akan mudah berpengaruh dengan perubahan tersebut. Nilai yang biasa dipakai dalam menentukan *sales point* atau titik penjualan adalah sebagai berikut.

- 1 = Tanpa Titik Penjualan
- 1.2 = Titik Penjualan Menengah
- 1.3 = Titik Penjualan Tinggi

Hasil dari penentuan *sales point* atau titik penjualan oleh manajemen dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.18 *Sales Point*

No	Atribut	Sales Point
1	Kualitas Produk	1,5
2	Ketahanan Produk	1,2
3	Kesesuaian Harga	1,5
4	Keamanan Fasilitas	1,5
5	Kebersihan fasilitas	1,5
6	Tingkat Kebisingan	1,2

Sumber : *Focus Group Discussion* dengan Ahli 2023

Berdasarkan tabel *sales point* diatas diperoleh melalui *focus group discussion* dengan ahli dan mendapatkan hasil tertinggi pada atribut kualitas produk, kesesuaian harga, keamanan fasilitas dan kebersihan fasilitas dengan nilai 1,5 sedangkan atribut ketahanan produk dan tingkat kebisingan hanya memperoleh nilai 1,2.

7) *Raw Weight* dan *Normalized Raw Weight*

*Raw Weight* merupakan perhitungan nilai *Raw Weight* merupakan perhitungan nilai yang merupakan bobot untuk masing-masing atribut. *Raw weight* dicari dengan mempertimbangkan besarnya tingkat kepentingan atribut dengan *improvement ratio* dan *sales point*. Rumus untuk menghitung *Raw weight* dapat dilihat pada persamaan 2.7. *Normalized raw weight* diperoleh dengan melakukan konversi skala 0 sampai nilai 1 nilai *raw weight* atau dinyatakan dalam bentuk prosentase. Hasil perhitungan nilai *raw weight* dan *normalized raw weight* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.19 Perhitungan *normalized raw weight*

No	Atribut	Important to Customer	Improvement Ratio	Sales Point	Raw Weight	Normalized Raw Weight
1	Kualitas Produk	3,39	1,05	1,5	5,35	<b>0,18</b>
2	Ketahanan Produk	3,40	1,05	1,2	4,28	<b>0,14</b>
3	Kesesuaian Harga	3,35	1,03	1,5	5,18	<b>0,18</b>
4	Keamanan Fasilitas	3,40	1,04	1,5	5,29	<b>0,18</b>
5	Kebersihan fasilitas	3,40	1,05	1,5	5,36	<b>0,18</b>
6	Tingkat Kebisingan	3,28	1,04	1,2	4,08	<b>0,14</b>

Sumber : Data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai *normalized raw weight* dengan nilai tertinggi 0,18 yang berisi atribut kualitas produk, kesesuaian harga, keamanan fasilitas dan kebersihan fasilitas, dan pada nilai 0,14 nilai terendah selanjutnya berisi atribut ketahanan produk dan tingkat kebisingan.

8) Memunculkan Respon Teknis

Respon teknis merupakan solusi dan alternatif atas kebutuhan-kebutuhan konsumen. Solusi ini menggambarkan sistem yang akan dibuat sekaligus menunjukkan kemampuan manajemen UMKM Kedai Kopi

dalam mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi konsumen atas setiap masing-masing atribut kualitas Kedai Kopi. Respon teknis merupakan jawaban atas permasalahan-permasalahan untuk setiap masing-masing atribut yang menggambarkan kualitas Kedai Kopi. Pada rumah kualitas (*House Of Quality*), bagian atas diisi dengan respon teknis. Solusi atas permasalahan-permasalahan setiap masing-masing atribut Kedai Kopi diperoleh dari hasil diskusi di Kopi Kenangan dengan Pak Shonaji sebagai *store manager* atau berpengalaman bidangnya dan Andre Ridho Saputro sebagai Ahlinya. Hasil diskusi dengan pemilik atau *store manager* atau dengan ahlinya yang memunculkan respon teknis yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 20 Respon Teknis Kedai Kopi

No	Atribut	Respon Teknis
1	Kualitas Produk	Melakukan training karyawan
		Menyediakan <i>feedback</i> konsumen terhadap kualitas produk
		Penggunaan peralatan yang tepat
2	Kemasan Produk	Sumber bahan baku yang berkualitas
		Mengganti kemasan dengan kemasan yang tepat
3	Ketahanan Produk	Melakukan training karyawan
		Bahan baku cup dan alat memadai
4	Varian Produk	Menambah inovasi dan kreatifitas pada produk
		Menambah campuran rasa lain
5	Kesesuaian Harga	Supplier yang lebih ekonomis
		Mengurangi biaya produksi
6	Kelengkapan Fasilitas (Wi-fi, toilet dan parkir)	Meningkatkan kecepatan bandwidth Mbps
		Melengkapi peralatan dalam toilet
		Menyediakan tukang parkir
7	Waktu Penyajian	Melakukan training karyawan
		Responsif terhadap permintaan konsumen
		Efisiensi waktu produksi
8	Kenyamanan Fasilitas	Menyediakan fasilitas tambahan untuk berswafoto
9	Keramahan Pelayanan	Melakukan training karyawan
		Peningkatan kemampuan pemahaman komunikasi
10	Keamanan Produk	Memastikan bahan yang digunakan tidak berbahaya
11	Keamanan Fasilitas	Menyediakan CCTV
		Pelatihan karyawan untuk tukang parkir

No	Atribut	Respon Teknis
12	Kebersihan Peralatan	Perawatan intensif terhadap peralatan
13	Tingkat Kebisingan	Menyediakan ruangan indoor dan outdoor
14	Tingkat Kebersihan/sanitasi	Menjaga kebersihan setelah atau sebelum operasional
15	Jam Operasional	kontrol jam pelayanan Tepat waktu dalam buka dan tutup Kedai Kopi

Sumber : *Focus Group Discussion* dengan *store manajemen* dan ahli, 2023

9) Menentukan Matriks Hubungan (*Relationship Matrix*) antara Respon Teknis dan *Customer Needs* dan Korelasi Teknis antar Respon Teknis.

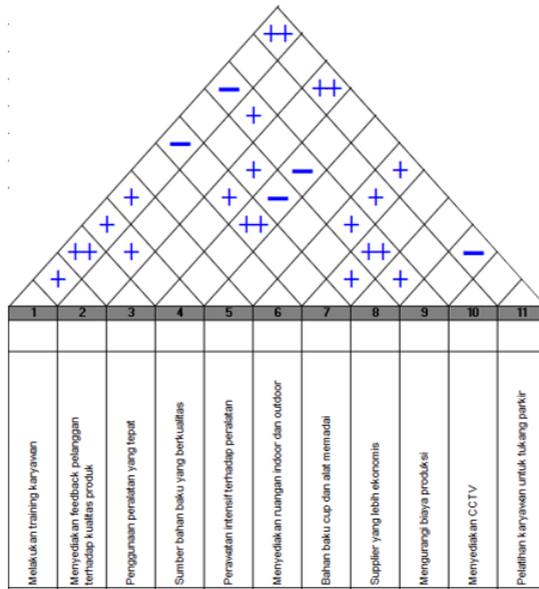
Setelah didapatkan hasil respon teknis langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah melihat hubungan antara respon teknis dan *customer needs*. Pola hubungan antara respon teknis dan *customer needs* terdiri dari atas tiga pola hubungan: tidak ada hubungan (blank) dengan skor 0, pola hubungan rendah (segi tiga) dengan skor 1, pola hubungan sedang (lingkaran) dengan skor 3 dan pola hubungan tinggi (lingkaran dengan titik hitam) dengan skor 9. Nilai skor ini merupakan faktor pengali untuk menghitung prioritas respon teknis. Dalam setiap sel perpotongan antara atribut dan respon teknis merupakan hubungan antar atribut pada sisi baris ke kiri dengan respon teknis pada sisi kolom atas. Hasil matrik hubungan antara respon teknis dengan *customer needs* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 21 Matriks Hubungan Respon Teknis dan Customer Needs

Demanded Quality (a.k.a. "Customer Requirements" or "Whats")	Quality Characteristics (a.k.a. "Functional Requirements" or "Hows")	Melakukan training karyawan	Menyediakan feedback pelanggan terhadap kualitas produk	Penggunaan peralatan yang tepat	Sumber bahan baku yang berkualitas	Perawatan intensif terhadap peralatan	Menyediakan nuangan indoor dan outdoor	Bahan baku cup dan alat memadai	Supplier yang lebih ekonomis	Mengurangi biaya produksi	Menyediakan CCTV	Pelatihan karyawan untuk tukang parkir
Kualitas Produk		○	○	○	○	○		○	▲	○		
Ketahanan Produk		○	○	○	○	○		○	○	○		
Kesesuaian Harga		○	▲	▲	○	○	▲	○	○	○		
Keamanan Fasilitas		▲					▲				○	○
Kebersihan Fasilitas			▲				○					
Tingkat Kebisingan							○					

Sumber : Data yang diolah 2023

Tahap selanjutnya akan dibuat suatu gambar yang dapat menunjukkan sejauh mana pengaruh hubungan antara respon teknis. Untuk memudahkan dalam penentuan nilai korelasi teknis akan ditentukan berdasarkan jajak pendapat (*brainstorming*) dengan pihak UMKM Kedai Kopi Hasil dari korelasi matriks teknis ini ditunjukkan pada bagian atap (*Roof of House of Quality*).



Gambar 4.4 Bagian Atap Rumah Kualitas (*Roof of House of Quality*)  
 Sumber : Data yang diolah 2023

Pada pola hubungan antar respon teknis ini diperlihatkan dengan cara penandaan symbol. Berdasarkan nilai yang ditunjukkan dan gambar yang disajikan hubungan ini sangat penting dan perlu diperhatikan untuk mengetahui seberapa kuat korelasi diantaranya. Hubungan antara respon teknis dan *customer need* yang memiliki nilai paling tinggi adalah respon teknis perawatan intensif terhadap peralatan. Kedai kopi umum biasanya akan melakukan perawatan intensif terhadap peralatan ini dengan jadwal rutin. Perawatan ini dapat mencakup pembersihan, *descaling*, penggantian suku cadang yang aus, kalibrasi, dan pengecekan secara berkala untuk memastikan peralatan beroperasi dengan optimal. Oleh karena itu untuk meningkatkannya diperlukan langkah-langkah tambahan dalam menjaga peralatan mereka. Mereka mungkin memiliki tim teknisi yang khusus bertanggung jawab atas perawatan peralatan, menjadwalkan perawatan secara teratur, dan memiliki sistem pemantauan yang canggih untuk mendeteksi masalah potensial pada peralatan dengan cepat.

Selanjutnya adalah melakukan training karyawan dan mengurangi biaya produksi, training karyawan yang terdapat pada Kedai Kopi hanya pelatihan dasar yang diperlukan untuk mengoperasikan peralatan, membuat minuman kopi dasar, dan memberikan pelayanan dasar kepada pelanggan. Oleh karena itu diperlukan pelatihan yang lebih mendalam tentang berbagai jenis kopi, teknik pemanggangan kopi, metode penyeduhan yang lebih canggih, serta pengetahuan lebih mendalam tentang profil rasa dan penggabungan minuman kopi yang lebih kompleks. Pelatihan ini bertujuan untuk menghasilkan barista yang berpengetahuan luas dan mampu memberikan pengalaman kopi yang unik kepada pelanggan. Pengurangan biaya produksi bisa saja dilakukan untuk memberikan harga yang relative lebih rendah dibanding kompetitor namun pengurangan biaya ini diperlukan perhitungan dan evaluasi keuangan supaya tidak mengalami kerugian karena semua biaya operasional memerlukan biaya. Sedikit kesalahan dalam evaluasi dan perhitungan maka akan berdampak yang signifikan terhadap keberlangsungan Kedai Kopi.

Respon teknis selanjutnya yaitu sumber bahan baku yang berkualitas. Dalam pemilihan sumber bahan baku berkualitas tentunya setiap Kedai Kopi memiliki supplier tersendiri yang dikategorikan tepat, murah dan berkualitas. Namun hal tersebut juga memerlukan peningkatan untuk menjamin bahan baku yang digunakan untuk produksi memiliki standar yang dianggap mampu memuaskan konsumen. Karena bahan baku yang berkualitas tentunya memberikan produk yang berkualitas dan jika disajikan secara tepat sesuai dengan prosedur pembuatan.

10) Penentuan *Contribution* dan *Normalized Contribution*

Nilai pada kolom *contribution* menunjukkan kontribusi dari respon teknis yang ada terhadap pemenuhan keinginan konsumen didapatkan dengan rumus sebagai berikut:

$$Contribution = \Sigma (Normalized Raw Weight \times Nilai relationships) \dots (4.1)$$

Sedangkan nilai pada kolom ini menunjukkan prosentase dari kontribusi respon teknis yang didapatkan sebelum, nilainya didapat

dengan rumus:

$$\text{Normalized Contribution} = \frac{\text{Contribution}}{\text{Total Contribution}} \dots\dots\dots(4.2)$$

Hasil dari Contribution dan Normalized Contribution adalah sebagai berikut.

Tabel 4. 22 Hasil Perhitungan Nilai *Contribution* dan *Normalized Contribution*

No	respon Teknis	Contribution	Normalized Contribution
1	Melakukan training karyawan	3,64	0,11
2	Menyediakan feedback pelanggan terhadap kualitas produk	2,42	0,07
3	Penggunaan peralatan yang tepat	3,11	0,09
4	Sumber bahan baku yang berkualitas	3,46	0,10
5	Bahan baku cup dan alat memadai	1,50	0,05
6	Supplier yang lebih ekonomis	2,01	0,06
7	Mengurangi biaya produksi	3,64	0,11
8	Menyediakan CCTV	1,61	0,05
9	Pelatihan karyawan untuk tukang parkir	1,61	0,05
10	Perawatan intensif terhadap peralatan	4,51	0,14
11	Menyediakan ruangan indoor dan outdoor	2,14	0,06

Sumber : Data yang diolah 2023

11) *Own Performance, Competitive Benchmarking, dan Target*  
 Nilai *own performance* (performasi UMKM Kedai Kopi) menunjukkan besarnya usaha yang telah dilakukan perusahaan untuk memuaskan konsumennya melalui respon teknis yang diberikan UMKM. Untuk menghitung *own performance* UMKM Kedai Kopi dipergunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{Own Performace} = \frac{\Sigma(\text{customer satisfaction} \times \text{Numerical Value})}{\Sigma \text{Numerical Value}} \dots\dots\dots(4.3)$$

Prinsip untuk memperoleh *Competitive Benchmarking* sama

dengan perhitungan *own performance*, bedanya nilai *competitive benchmarking* menunjukkan kemampuan pesaing dari UMKM Kedai Kopi. Rumus untuk menghitung *competitive benchmarking* sama dengan rumus untuk menghitung *own performance* seperti rumus 4.3.

Untuk menentukan target, jika diperoleh hasil *own performance* dari Kedai Kopi lebih rendah dari *performance* Janji Jiwa dan *northcoffee.id*, maka penentuan target untuk respon teknis bisa disesuaikan dengan kemampuan produsen tenun lain atau lebih tinggi dari *competitive benchmarking* jika memungkinkan. Kesimpulannya penentuan target minimal sama dengan Kedai Kopi pesaing. Tetapi kalau *own performance* lebih baik dari kedua pesaing Kedai Kopi lainnya maka target sama dengan *own performance*, tidak perlu dilakukan perbaikan. Hasil perhitungan *own performance*, *competitive benchmarking*, dan target dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 23 *Own Performance* Kedai Kopi, *Competitive Benchmarking* dan Target

No	Respon Teknis	Performansi			Target	Selisih
		Kedai Kopi	Janji Jiwa	northcoffee.id		
1	Melakukan training karyawan	3,20	<b>3,35</b>	3,28	<b>3,35</b>	0,15
2	Menyediakan feedback konsumen terhadap kualitas produk	2,98	<b>3,13</b>	3,07	<b>3,13</b>	0,14
3	Penggunaan peralatan yang tepat	3,20	<b>3,36</b>	3,27	<b>3,36</b>	0,16
4	Sumber bahan baku yang berkualitas	3,20	<b>3,35</b>	3,28	<b>3,35</b>	0,15
5	Bahan baku cup dan alat memadai	3,21	<b>3,33</b>	3,29	<b>3,33</b>	0,13
6	Supplier yang lebih ekonomis	2,98	<b>3,10</b>	3,04	<b>3,10</b>	0,12
7	Mengurangi biaya produksi	3,21	3,29	<b>3,31</b>	<b>3,31</b>	0,10
8	Menyediakan CCTV	3,17	<b>3,29</b>	<b>3,29</b>	<b>3,29</b>	0,12
9	Pelatihan karyawan untuk tukang parkir	3,17	<b>3,29</b>	<b>3,29</b>	<b>3,29</b>	0,12

No	Respon Teknis	Performansi			Target	Selisih
		Kedai Kopi	Janji Jiwa	northcoffe e.id		
10	Perawatan intensif terhadap peralatan	3,21	<b>3,33</b>	3,29	<b>3,33</b>	0,13
11	Menyediakan ruangan indoor dan outdoor	2,95	3,05	<b>3,07</b>	<b>3,07</b>	0,12

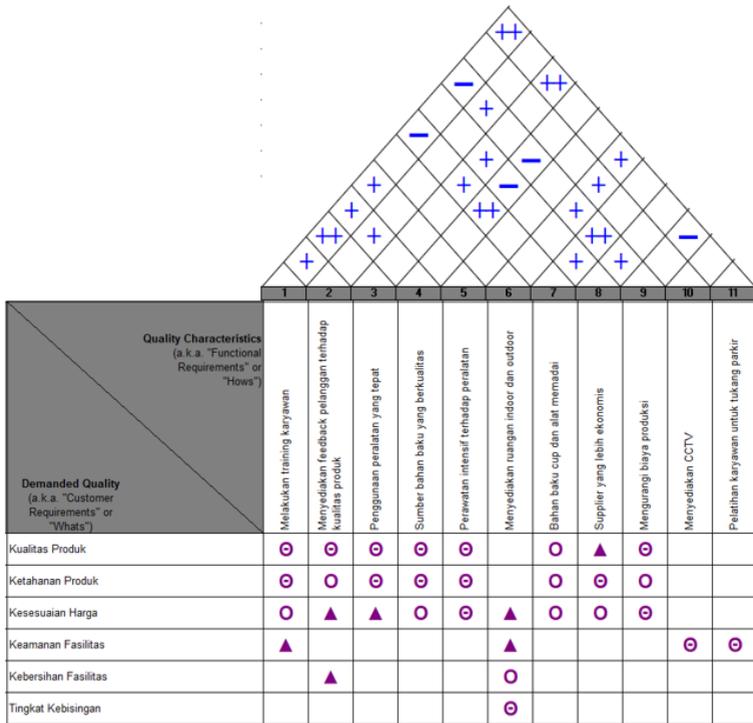
Sumber : Data yang diolah 2023

Dalam Tabel 4.19 dapat diketahui respon teknis yang menjadi prioritas manajemen untuk dijadikan bahan perbaikan, respon teknis yang paling penting yaitu yang nilai targetnya lebih rendah dibandingkan kompetitor, respon teknis yang pertama yaitu “penggunaan peralatan yang tepat” dengan nilai target 3,36 dan nilai performansi 3,20 selanjutnya “melakukan training karyawan” dan “sumber bahan baku yang berkualitas” dengan nilai target 3,35 dan nilai performansi 3,20.

12) Gambar Rumah Kualitas

Berdasarkan perhitungan nilai kepuasan dan kepentingan yang telah disajikan dan tersedia di atas, maka didapatkan respon teknis dan atribut untuk menyusun HOQ Hasil penyusunan rumah kualitas untuk UMKM Kedai Kopi adalah sebagai berikut. Penyusunan HOQ dilakukan dengan menyusun *customer needs*, *Planning matrik*, *technical response*, *relationship matrix*, *technical correlation*, serta *technical matrix*.





Gambar 4.5 Rumah Kualitas UMKM Kedai Kopi

Berdasarkan gambar 4.4 diperlihatkan hubungan antara atribut prioritas yang dianggap penting oleh konsumen dan input matriks ini berisikan 6 atribut rancang bangun Kedai Kopi dan 11 respon teknis yang dimunculkan. Hubungan ini menghasilkan kontribusi yang mampu dijadikan pilihan prioritas perbaikan pada UMKM Kedai Kopi untuk keunggulan bersaing.

#### 4.1.8 Gambar Rancang Bangun

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisa diatas gambar rancang bangun yang dibuat menyesuaikan atribut serta respon teknis yang prioritas adalah sebagai berikut;



Gambar 4.6 Interior *indoor* Kedai Kopi

Gambar pada 4.6 interior *indoor* Kedai Kopi disesuaikan dengan respon teknis, penyediaan ruangan *indoor* untuk membantu konsumen Kedai Kopi mendapatkan kepuasan dari tingkat kebisingan yang rendah, jauh dari asap rokok, dan bersuasana tenang.



Gambar 4.7 Interior *outdoor* Kedai Kopi

Gambar interior *outdoor* pada gambar 4,7 disesuaikan dengan respon teknis untuk membantu konsumen menemukan suasana yang lebih meriah dan ceria karena setiap orang memiliki perbedaan atas kesenangannya. Dan ruangan *outdoor* ini juga bisa digunakan sebagai

tempat live music yang menjadi tambahan untuk meningkatkan konsumen yang berkunjung.



Gambar 4.8 Desain gambar bangun nampak samping kanan

Gambar 4.8 gambar terdapat fasilitas parkir, ruangan *outdoor*, yang merupakan kepentingan konsumen yang perlu ditingkatkan. Diperlukan perancangan tampilan samping kanan bangunan yang mendetail untuk memvisualisasikan semua fasilitas yang ada, dengan tujuan untuk menyoroti kebutuhan dan kepuasan konsumen yang penting dan perlu ditingkatkan dalam upaya perbaikan.



Gambar 4.9 Denah Kedai Kopi

Denah kedai kopi ini dirancang dengan memadukan area *indoor* dan *outdoor*. Bagian *indoor* menciptakan suasana hangat dengan tata letak yang nyaman untuk menikmati kopi dalam lingkungan terkontrol. Selain itu, area *outdoor* dirancang untuk memberikan pengalaman santai dengan pemandangan segar dan udara terbuka menikmati secangkir kopi.

## **4.2 Pembahasan**

Pada sub bab ini berisi bagian dari analisis serta pembahasan dari pengolahan atau perhitungan data yang telah dilakukan.

### **4.2.1 Analisa *Importance to Customer***

*Importance to customer* (IPA) adalah skor yang mencerminkan tingkat pentingnya atribut yang dianggap konsumen dimiliki oleh Kedai Kopi. Nilai ini mengindikasikan sejauh mana atribut-atribut Kedai Kopi memengaruhi keputusan konsumen. Pentingnya atribut bagi konsumen mencerminkan urutan prioritas atribut, dimulai dari yang paling penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk datang ke Kedai Kopi.

Data tingkat kepentingan konsumen (*importance to customer*) diperoleh melalui analisis IPA, yang membandingkan nilai kepuasan dan kepentingan konsumen. Data hasil analisis IPA ini dimuat dalam tabel 4.7. Penggunaan data dari analisis IPA memiliki tujuan untuk mengenali faktor-faktor yang memiliki dampak dan menjadi harapan utama konsumen terkait produk atau layanan yang diberikan oleh UMKM Kedai Kopi.

Melalui penyebaran kuesioner, diperoleh data informasi mengenai tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan dari pelanggan. Setelah menghitung rata-rata untuk masing-masing karakteristik, tindakan berikutnya adalah membuat diagram kartesian untuk memvisualisasikan letak data berdasarkan analisis IPA. Grafik Cartesian ini menampilkan hasil yang dapat ditemukan dalam ilustrasi gambar 4.2.

### **4.2.2 Analisa *Customer Satisfaction***

*Customer Satisfaction* mengacu pada pandangan konsumen terhadap kualitas produk di Kedai Kopi yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini terkait dengan evaluasi konsumen terhadap setiap karakteristik berdasarkan pada tingkat kepuasan konsumen. Evaluasi kepuasan

pelanggan dilaksanakan terhadap Kedai Kopi bersama dengan pesaingnya, yaitu Kedai Kopi Janji Jiwa dan Kedai Kopi northcoffee.id. Informasi mengenai kepuasan pada setiap atribut tersedia dalam Tabel 4.9.

Dari data dalam Tabel 4.9, menunjukkan bahwa ketiga Kedai Kopi memiliki skor tertinggi pada atribut ketahanan produk dan kebersihan fasilitas, dengan nilai sebesar 3,37. Nilai ini dapat diartikan bahwa konsumen menilai bahwa ketahanan produk yang dihasilkan masih kurang dibandingkan dengan kompetitornya serta kebersihan fasilitas yang diterapkan masih kurang dibandingkan dari kompetitornya. Berikutnya adalah atribut kualitas produk dengan nilai 3,36. Nilai ini bisa diartikan bahwa konsumen beranggapan kualitas produk masih kurang unggul dan nikmat dibandingkan kompetitor. Selanjutnya adalah atribut kesesuaian harga dengan nilai 3,31. Nilai ini berarti bahwa menurut konsumen kesesuaian harga yang berada pada kedai kopi kompetitor juga lebih unggul dibandingkan kedai kopi pada umumnya. Setelah itu atribut terbesar adalah atribut keamanan fasilitas dengan nilai 3,29. Nilai ini menurut konsumen dianggap sebagai penting yang dirasa kurang memuaskan dibandingkan dengan kompetitornya. Rata-rata tingkat kepuasan konsumen pada Kedai Kopi umum lebih rendah dibandingkan Kedai Kopi kompetitor. Hal ini merupakan permasalahan yang harus dicari sebuah jalan penyelesaiannya. Pada Kedai Kopi tingkat kepuasan konsumen sebesar 3,19, sedangkan pada Kedai Kopi Janji Jiwa memiliki tingkat kepuasan sebesar 3,31, sedangkan dengan Kedai Kopi northcoffee.id memiliki tingkat kepuasan sebesar 3,29. Nilai ini menurut konsumen menunjukkan bahwa Kedai Kopi Janji Jiwa sangat dinilai lebih puas dibanding yang Kedai Kopi pesaing (northcoffee.id) dan umum.

#### **4.2.3 Analisa Improvement Ratio**

*Improvement ratio* mengindikasikan apakah tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai atau apakah masih diperlukan perbaikan tambahan untuk mencapai tujuan tersebut. Keberhasilan mencapai tujuan tersebut dapat dinilai berdasarkan nilai *improvement ratio* yang diamati. Tabel 4.13 mencerminkan hasil dari *improvement ratio*. Jika nilai *improvement ratio* bernilai sama dengan 1 maka goal telah dapat dicapai dan perlu dipertahankan. Namun, apabila *improvement ratio* melampaui

angka 1, maka diperlukan upaya perbaikan untuk meningkatkan mutu dan layanan Kedai Kopi. Semakin tinggi *improvement ratio*, semakin besar upaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

#### 4.2.4 Analisa Respon Teknis

Respon teknis mengacu pada strategi yang diterapkan perusahaan dalam pemenuhan keperluan konsumen. Solusi ini menggambarkan sistem yang akan diterapkan oleh UMKM Kedai Kopi sebagai respons terhadap tantangan pemenuhan kebutuhan konsumen yang terkait dengan berbagai atribut keunggulan bersaing. Respon teknis ini merupakan tanggapan terhadap masalah yang muncul pada setiap atribut keunggulan bersaing UMKM Kedai Kopi.

Rumah kualitas (*House of Quality*) adalah representasi visual dari respon teknis, yang diwujudkan sebagai bagian atas dari model tersebut. Solusi-solusi terhadap masalah atribut Kedai Kopi dihasilkan melalui diskusi antara pemilik UMKM Kedai Kopi, dengan berdasarkan atribut keunggulan bersaing dan masalah yang dihadapi dalam operasional bisnis. Detail hasil diskusi yang menjadi dasar dari atribut keunggulan bersaing dan masalah-masalah yang timbul dalam UMKM Kedai Kopi yang membentuk respon teknis ditampilkan dalam tabel 4.16.

Berikut adalah penjelasan masing-masing Respon Teknis dari UMKM Kedai Kopi.

##### a. Training karyawan

Respon teknis ini memiliki nilai *contribution* sebesar 3,64 pada atribut kualitas produk dan atribut ketahanan produk dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan karyawan dalam menghasilkan produk yang berkualitas. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai respon teknis tersebut:

- raining tentang standar kualitas: Karyawan perlu dilatih mengenai standar kualitas yang diharapkan dalam menghasilkan produk. Mereka harus memahami kriteria kualitas yang harus dicapai untuk memproduksi produk yang memenuhi ekspektasi pelanggan.
- Pengetahuan produk: Karyawan harus diberikan pengetahuan yang mendalam tentang produk yang ditawarkan, termasuk komponen bahan yang diterapkan, langkah produksi, dan ciri-

ciri khas produk. Hal ini akan membantu mereka memahami bagaimana cara menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.

- Keterampilan teknis: Training juga perlu dilakukan untuk meningkatkan keterampilan teknis karyawan dalam mengoperasikan peralatan yang digunakan dalam produksi. Mereka perlu dilatih agar dapat menguasai teknik produksi yang tepat dan memaksimalkan kualitas produk yang dihasilkan.
- Pemahaman tentang umpan balik konsumen: Karyawan harus dilatih dalam menerima dan memahami umpan balik konsumen terkait kualitas produk. Mereka harus dapat menafsirkan umpan balik dengan baik dan menggunakannya untuk meningkatkan proses produksi dan kualitas produk di masa mendatang.
- Identifikasi dan penanganan cacat produk: Karyawan perlu dilatih untuk mengidentifikasi cacat produk serta melakukan langkah yang sesuai untuk menangani permasalahan tersebut. Mereka harus melakukan pengecekan kualitas secara rutin dan melakukan perbaikan jika ditemukan cacat pada produk.

Dengan melakukan training karyawan pada atribut kualitas produk, UMKM Kedai Kopi dapat memastikan bahwa seluruh tim memiliki pemahaman yang sama tentang standar kualitas yang harus dicapai dan memiliki keterampilan yang penting untuk menciptakan produk yang sesuai dengan harapan pelanggan. Ini akan membantu meningkatkan kualitas produk secara keseluruhan dan menyuguhkan pengalaman yang positif kepada pelanggan.

b. Menyediakan feedback konsumen terhadap kualitas produk

Respon teknis yang muncul ini memiliki nilai *contribution* sebesar 2,42 berkaitan dengan atribut kualitas produk dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang berharga dari konsumen tentang kepuasan mereka terhadap produk yang disajikan. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai respon teknis tersebut:

- Analisis umpan balik: Setelah umpan balik konsumen terkumpul, UMKM Kedai Kopi perlu menganalisis data tersebut dengan cermat. Hal ini meliputi identifikasi pola umum, tren, dan kebutuhan konsumen yang muncul dari umpan balik tersebut.

- Evaluasi kepuasan konsumen: Melalui umpan balik konsumen, UMKM Kedai Kopi dapat mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen terkait kualitas produk. Dengan meninjau umpan balik secara menyeluruh, perusahaan dapat memahami area yang perlu ditingkatkan dan mencari peluang untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
- Penggunaan umpan balik untuk perbaikan: Hasil dari umpan balik konsumen dapat digunakan sebagai pedoman untuk melakukan perbaikan. UMKM Kedai Kopi dapat mengidentifikasi aspek-aspek produk yang perlu ditingkatkan atau masalah yang perlu diatasi. Informasi dari konsumen juga dapat menjadi sumber inspirasi untuk pengembangan produk baru atau inovasi yang sesuai dengan keinginan mereka.
- Komunikasi dengan konsumen: Selain mengumpulkan umpan balik, penting juga bagi UMKM Kedai Kopi untuk memberi respons kepada pelanggan. Ini dapat dilakukan dengan cara menjelaskan tindakan yang diambil berdasarkan umpan balik mereka atau memberikan penjelasan tentang perubahan yang telah dilakukan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Dengan adanya feedback dari konsumen terkait kualitas produk, UMKM kedai kopi memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai keperluan dan ekspektasi dari konsumen. Ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan perbaikan berkelanjutan dan menaikkan mutu produk berdasarkan preferensi dan keinginan pelanggan, yang pada urutannya akan meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat hubungan dengan mereka.

c. Penggunaan peralatan yang tepat

Penggunaan peralatan yang tepat pada kualitas produk memiliki nilai *contribution* sebesar 3,11 dan merupakan respon teknis yang mengutamakan bahwa produk yang dihasilkan oleh UMKM Kedai Kopi memenuhi standar kualitas yang superior. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai penggunaan peralatan yang tepat.

- Pemilihan peralatan yang sesuai: UMKM Kedai Kopi perlu memastikan bahwa mereka menggunakan peralatan yang tepat untuk setiap tahap produksi. Misalnya, pemilihan mesin kopi

yang tepat, grinder kopi yang berkualitas, atau peralatan penunjang lainnya yang diperlukan untuk menyajikan produk dengan kualitas terbaik.

- Kondisi dan pemeliharaan peralatan: Penting untuk menjaga peralatan dalam kondisi yang baik dan melakukan pemeliharaan secara rutin. Hal ini termasuk pembersihan dan sanitasi peralatan secara teratur, mengganti suku cadang yang rusak, dan menjaga peralatan agar tetap berfungsi dengan baik. Dengan melakukan pemeliharaan yang baik, UMKM Kedai Kopi dapat memastikan bahwa peralatan beroperasi secara optimal untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.
- Pelatihan karyawan dalam penggunaan peralatan: Karyawan perlu dilatih dalam penggunaan peralatan dengan benar dan efisien. Mereka harus memahami fungsi, pengoperasian, serta pemeliharaan dari peralatan yang dipergunakan dalam rangkaian produksi. Pelatihan ini membantu memastikan bahwa setiap langkah produksi dilakukan dengan menggunakan peralatan dengan cara yang benar, sehingga kualitas produk tetap konsisten.
- Monitoring dan kontrol: Penting untuk melakukan pemantauan dan kontrol terhadap penggunaan peralatan. Ini meliputi memeriksa suhu, tekanan, atau parameter lainnya yang terkait dengan peralatan untuk memeriksa agar tiap tahap produksi berjalan lancar. Monitoring yang cermat membantu mengidentifikasi potensi masalah atau penyimpangan yang dapat mempengaruhi kualitas produk.

Pemilihan peralatan yang sesuai memiliki signifikansi besar dalam menjamin konsistensi dan kualitas produk yang superior. Dengan memilih peralatan yang tepat, melakukan pemeliharaan yang baik, melatih karyawan dalam penggunaan peralatan, dan melakukan monitoring yang cermat, UMKM Kedai Kopi dapat mencapai standar kualitas yang diharapkan dan memberikan produk yang memuaskan konsumen.

d. Sumber bahan baku yang berkualitas

Respon teknis ini memiliki nilai *contribution* sebesar 3,46 dan

berkaitan dengan kualitas produk pada UMKM Kedai Kopi dengan tujuan memastikan bahwa bahan baku yang diaplikasikan dalam rangkaian produksi memiliki standar kualitas yang unggul. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai respon teknis tersebut:

- Pemilihan supplier berkualitas: UMKM Kedai Kopi perlu memilih supplier atau pemasok bahan baku yang dapat menyediakan produk berkualitas tinggi. Hal ini melibatkan penelitian dan penilaian terhadap reputasi dan kredibilitas supplier, termasuk memeriksa sertifikasi atau sumber bahan baku yang mereka miliki.
- Pemilihan kualitas bahan baku: Menentukan bahan baku berkualitas tertinggi merupakan hal penting, baik untuk kopi, susu, sirup, biji kopi, maupun bahan baku lain yang digunakan dalam proses pembuatan minuman kopi. UMKM Kedai Kopi perlu mengklarifikasi kriteria kualitas yang diinginkan untuk setiap bahan baku dan memverifikasi bahwa bahan baku yang diperoleh memenuhi standar tersebut.
- Pemantauan kualitas bahan: UMKM Kedai Kopi perlu melakukan pemantauan kualitas secara rutin terhadap bahan baku mereka gunakan. Ini meliputi pemeriksaan kualitas, seperti ketahanan terhadap panas, kebersihan, dan kemampuan menahan cairan.
- Pengujian kualitas bahan baku: UMKM Kedai Kopi dapat melakukan pengujian kualitas terhadap bahan baku yang diterima dari supplier. Hal ini melibatkan pengecekan karakteristik seperti aroma, rasa, kebersihan, kadar kafein, atau faktor lain yang relevan tergantung pada jenis bahan baku yang digunakan. Proses pengujian berguna untuk membuktikan bahwa bahan baku telah mematuhi standar kualitas sebelum diaplikasikan dalam rangkaian produksi.

Dengan memverifikasi asal-usul bahan baku yang unggul, UMKM Kedai Kopi mampu mempertahankan tingkat kualitas produk secara terus-menerus. Bahan baku yang berkualitas tinggi akan memberikan kontribusi signifikan terhadap rasa, aroma, dan karakteristik lainnya dari minuman kopi yang dihasilkan. Ini memungkinkan Kedai

Kopi untuk memberikan pengalaman yang memuaskan kepada konsumen dan membangun kepercayaan dalam merek mereka.

e. Bahan baku cup dan alat yang memadai

Respon teknis ini memiliki nilai *contribution* sebesar 1,50 dan berkaitan dengan atribut ketahanan produk dengan tujuan untuk memastikan bahwa bahan baku cup (gelas) dan alat yang digunakan dalam penyajian kopi memenuhi standar kualitas yang diperlukan. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai respon teknis tersebut:

- Pemilihan bahan cup berkualitas: UMKM Kedai Kopi perlu memilih bahan cup yang berkualitas tinggi untuk menyajikan minuman kopi kepada konsumen. Hal ini melibatkan pemilihan material yang tahan panas, aman untuk digunakan dengan minuman panas, dan tidak memberikan rasa atau aroma yang tidak diinginkan pada kopi. Misalnya, kertas cup yang memiliki kualitas tinggi dan bebas dari bahan kimia berpotensi berbahaya.
- Ketersediaan peralatan memadai: UMKM Kedai Kopi perlu memastikan bahwa mereka memiliki alat yang memadai untuk proses penyajian kopi, seperti penggiling kopi, mesin espresso, teko atau alat seduh manual, dan lain sebagainya. Alat-alat tersebut harus berfungsi dengan baik dan memenuhi standar kualitas yang diperlukan untuk menghasilkan kopi yang berkualitas tinggi.

Melalui pemilihan bahan cup dan alat yang memadai serta berkualitas, UMKM Kedai Kopi dapat memastikan bahwa penyajian kopi mereka memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Bahan cup yang berkualitas akan mempertahankan rasa dan aroma kopi, sementara alat yang memadai akan membantu dalam mencapai hasil penyajian yang konsisten dan berkualitas tinggi. Hal ini akan menciptakan pengalaman positif untuk pelanggan dan membentuk reputasi positif bagi UMKM Kedai Kopi.

f. Supplier yang lebih ekonomis

Munculnya respon teknis ini memiliki nilai *contribution* sebesar 2,01 dan berkaitan dengan atribut kesesuaian harga pada UMKM Kedai Kopi dengan tujuan untuk mencari supplier atau pemasok bahan baku yang dapat menawarkan harga yang lebih ekonomis tanpa mengorbankan

kualitas. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai respon teknis tersebut:

- Analisis pasar dan persaingan: UMKM Kedai Kopi perlu melakukan analisis pasar dan persaingan untuk mengetahui pilihan supplier yang lebih ekonomis. Ini melibatkan penelitian dan perbandingan terhadap berbagai supplier yang ada di pasaran, baik dalam hal harga, kualitas, dan keandalan mereka.
- Evaluasi kebutuhan dan permintaan: UMKM Kedai Kopi perlu mengevaluasi kebutuhan bahan baku mereka dengan cermat dan memastikan bahwa mereka memesan dalam jumlah yang tepat. Dengan memahami kebutuhan dan permintaan yang sesuai, UMKM memiliki peluang untuk berdiskusi dengan pemasok guna memperoleh harga yang lebih kompetitif.
- Mencari alternatif supplier: UMKM Kedai Kopi dapat mencari alternatif supplier yang menawarkan harga yang lebih ekonomis. Hal ini melibatkan penelitian pasar yang lebih luas, mencari supplier yang baru, dan mengevaluasi kualitas serta keandalan mereka sebelum memutuskan untuk melakukan kerjasama.
- Pengendalian biaya produksi: UMKM Kedai Kopi perlu melakukan pengendalian biaya produksi secara keseluruhan untuk memastikan keseimbangan antara kualitas dan harga. Ini termasuk mengidentifikasi area-area yang dapat dikurangi biayanya tanpa mengorbankan kualitas, seperti pengelolaan stok yang efisien atau peningkatan efisiensi operasional.

Penting untuk dicatat bahwa meskipun mencari supplier yang lebih ekonomis adalah langkah yang baik untuk mengurangi biaya pembelian bahan baku, UMKM Kedai Kopi harus tetap memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan. Memilih supplier yang menawarkan harga yang lebih murah namun tetap menjaga standar kualitas yang baik adalah penting agar produk yang disajikan tetap memuaskan konsumen.

Dengan melakukan respon teknis ini, UMKM Kedai Kopi dapat mengoptimalkan pengeluaran mereka dan mengurangi biaya pembelian bahan baku tanpa mengorbankan kualitas produk. Hal ini dapat membantu meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan operasional kedai kopi.

g. Mengurangi biaya produksi

Munculnya respon teknis ini memiliki nilai *contribution* sebesar 3,64 dan berkaitan dengan atribut kesesuaian harga pada UMKM Kedai Kopi bertujuan untuk mengoptimalkan pengeluaran dan mengurangi biaya yang terkait dengan proses produksi. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai respon teknis tersebut:

- Analisis efisiensi operasional: UMKM Kedai Kopi perlu melakukan analisis terhadap proses operasional mereka untuk mengidentifikasi potensi peningkatan efisiensi. Ini meliputi peninjauan ulang alur kerja, pengaturan stok yang lebih efisien, peningkatan manajemen inventaris, atau penerapan teknologi yang dapat mengotomatisasi beberapa tugas yang repetitif.
- Pengendalian persediaan: UMKM Kedai Kopi perlu memperhatikan pengelolaan persediaan mereka dengan baik. Ini melibatkan pemantauan dan pengendalian stok bahan baku dan bahan kemasan agar tetap dalam tingkat yang tepat. Menghindari stok berlebih atau kekurangan stok dapat membantu mengurangi pemborosan dan biaya yang terkait.
- Pemilihan supplier yang ekonomis: UMKM Kedai Kopi dapat mencari supplier atau pemasok yang menawarkan harga yang lebih kompetitif tanpa mengorbankan kualitas. Melalui negosiasi harga dan pemilihan supplier yang ekonomis, dapat terjadi penghematan biaya dalam pembelian bahan baku.
- Peningkatan perencanaan produksi: Dengan melakukan perencanaan produksi yang lebih baik, UMKM Kedai Kopi dapat menghindari produksi berlebih yang berujung pada pemborosan bahan baku atau produk yang terbuang. Dengan merencanakan dengan cermat dan memprediksi permintaan konsumen, dapat dihindari biaya yang tidak perlu.
- Inovasi dan pengembangan produk: UMKM Kedai Kopi dapat melakukan inovasi pada produk mereka untuk mengurangi biaya produksi. Misalnya, menjelajahi opsi bahan baku yang lebih ekonomis namun tetap menjaga standar kualitas, atau mengembangkan menu dengan memanfaatkan bahan-bahan yang lebih terjangkau namun tetap menarik bagi konsumen.

Dengan mengimplementasikan respon teknis ini, UMKM Kedai Kopi dapat mengurangi biaya produksi mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengoptimalkan pengeluaran secara keseluruhan. Hal ini akan membantu meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan bisnis kedai kopi.

h. Menyediakan CCTV

Respon teknis ini memiliki nilai *contribution* sebesar 1,61 dan berkaitan dengan keamanan fasilitas dimana keamanan fasilitas pada UMKM Kedai Kopi juga perlu diperhatikan dengan tujuan untuk meningkatkan keamanan dan perlindungan terhadap karyawan, konsumen dan fasilitas Kedai Kopi. Adapun berikut ini merupakan penjelasan lebih lanjut mengenai respon teknis tersebut:

- Peningkatan keamanan: CCTV (Closed-Circuit Television) adalah sistem pengawasan visual yang menggunakan kamera untuk merekam dan memantau aktivitas di area tertentu. Dengan menyediakan CCTV, UMKM Kedai Kopi dapat meningkatkan keamanan fasilitas dan mengurangi risiko tindakan kriminal seperti pencurian, vandalisme, atau kegiatan tidak diinginkan lainnya.
- Deteksi dan pencegahan kejahatan: CCTV memungkinkan pemantauan visual secara real-time atau rekaman untuk memantau situasi dan mendeteksi aktivitas mencurigakan. Keberadaan CCTV dapat menjadi pencegah dan penghalang potensial bagi tindakan kejahatan, karena orang yang mungkin berencana melakukan kejahatan akan berpikir dua kali jika tahu bahwa mereka sedang terpantau.
- Meningkatkan rasa aman bagi karyawan dan konsumen: Keberadaan CCTV di kedai kopi dapat menciptakan suasana yang memberikan rasa aman dan kenyamanan bagi karyawan dan konsumen. Karyawan akan merasa lebih terlindungi saat bekerja, sementara konsumen akan merasa lebih yakin dan aman ketika mengunjungi kedai.
- Pengawasan operasional: Selain aspek keamanan, CCTV juga dapat digunakan untuk pengawasan operasional. Manajer atau pemilik kedai dapat memantau aktivitas di area kerja untuk

memastikan prosedur dan kebijakan yang diikuti dengan benar. Hal ini membantu meningkatkan efisiensi dan kualitas pelayanan.

Dengan menyediakan CCTV, UMKM Kedai Kopi dapat meningkatkan keamanan fasilitas, mencegah kejahatan, memberikan bukti dalam kasus insiden, dan memberikan rasa aman bagi karyawan dan konsumen. Hal ini juga dapat membantu dalam pengawasan operasional dan melindungi reputasi bisnis.

i. Pelatihan karyawan untuk tukang parkir

Respon teknis ini memiliki nilai *contribution* sebesar 1,61 dan berkaitan dengan atribut keamanan fasilitas pada UMKM Kedai Kopi dengan tujuan untuk meningkatkan keamanan kendaraan milik konsumen dan memberikan pelayanan yang lebih baik dalam mengatur hal tentang parkir. Selain itu pelatihan ini juga akan mencakup pemahaman tentang pentingnya keamanan dan pengawasan di area parkir. Karyawan akan diberikan informasi tentang tindakan keamanan yang harus dilakukan, seperti memperhatikan kendaraan yang mencurigakan, melaporkan aktivitas yang mencurigakan, atau menjaga keamanan area parkir secara umum. Hal ini membantu menciptakan lingkungan parkir yang aman dan nyaman bagi konsumen.

j. Perawatan intensif terhadap peralatan

Respon teknis ini memiliki nilai *contribution* sebesar 4,51 dan berkaitan dengan atribut kebersihan fasilitas pada UMKM Kedai Kopi dengan tujuan untuk menjaga dan merawat perangkat yang digunakan dalam proses pembuatan kopi untuk menjaga kinerjanya yang optimal dan menghasilkan hasil terbaik. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai respon teknis tersebut:

- Pemeliharaan rutin: Perawatan intensif melibatkan pemeliharaan rutin yang dilakukan secara teratur untuk setiap peralatan yang digunakan dalam kedai kopi. Ini termasuk membersihkan peralatan secara menyeluruh, memeriksa kerusakan atau keausan, dan melakukan perbaikan atau penggantian jika diperlukan. Pemeliharaan rutin membantu mencegah kerusakan lebih lanjut dan memastikan peralatan beroperasi dengan baik.
- Membersihkan peralatan secara menyeluruh: Peralatan seperti

mesin espresso, grinder kopi, teko, atau alat seduh manual harus dibersihkan secara menyeluruh setelah digunakan. Membersihkan sisa-sisa kopi, minyak, atau ampas yang menempel pada peralatan penting untuk menjaga kebersihan, kinerja yang optimal, dan rasa yang konsisten dari kopi yang dihasilkan.

- Kalibrasi peralatan: Beberapa peralatan, seperti mesin espresso, perlu dikalibrasi secara teratur untuk memastikan suhu, tekanan, atau parameter lainnya tetap sesuai dengan standar yang diinginkan. Kalibrasi peralatan membantu menjaga kualitas dan konsistensi dalam proses pembuatan kopi.
- Pelatihan penggunaan peralatan: Pelatihan karyawan dalam penggunaan peralatan yang benar dan tepat juga merupakan bagian dari perawatan intensif. Karyawan perlu dilatih dalam operasi yang benar, pengaturan yang tepat, dan pemeliharaan dasar untuk memastikan bahwa peralatan digunakan dengan baik dan aman.

Dengan menerapkan respon teknis perawatan intensif terhadap peralatan kedai kopi, UMKM Kedai Kopi dapat memastikan bahwa peralatan mereka berfungsi dengan baik, memberikan hasil yang konsisten, dan meminimalkan risiko kerusakan atau kegagalan operasional. Hal ini membantu menjaga kualitas produk yang dihasilkan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan pengalaman yang baik bagi pelanggan.

k. Menyediakan ruangan indoor dan outdoor

Respon teknis ini memiliki nilai *contribution* sebesar 2,14 dan berkaitan dengan atribut kebisingan suara pada UMKM Kedai Kopi bertujuan untuk mengatasi masalah kebisingan yang dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai respon teknis tersebut:

- Ruangan indoor: Dengan menyediakan ruangan indoor yang tertutup, UMKM Kedai Kopi dapat mengurangi tingkat kebisingan yang berasal dari luar, seperti lalu lintas jalan raya atau keramaian di sekitar kedai. Ruangan indoor yang baik isolasi suara dapat membantu menciptakan lingkungan yang

tenang dan nyaman bagi pelanggan yang ingin menikmati kopi mereka tanpa gangguan kebisingan eksternal.

- Ruang outdoor: Selain ruangan indoor, menyediakan ruangan outdoor yang terpisah atau terbuka dapat menjadi pilihan bagi pelanggan yang ingin menikmati suasana alam dan pemandangan sambil menikmati kopi. Namun, perlu diperhatikan bahwa ruangan outdoor tetap harus mengendalikan kebisingan dan memberikan lingkungan yang nyaman, misalnya dengan penggunaan pemanis suara atau pemilihan lokasi yang kurang terpengaruh oleh kebisingan eksternal.
- Desain interior yang mengurangi kebisingan: UMKM Kedai Kopi dapat mempertimbangkan desain interior yang membantu mengurangi kebisingan di dalam ruangan. Penggunaan material peredam suara, seperti panel dinding atau langit-langit yang didesain khusus, dapat membantu menyerap dan mengurangi pantulan suara di dalam ruangan. Pemilihan furnitur yang tepat dan pemasangan peredam suara pada peralatan atau area tertentu juga dapat membantu mengurangi kebisingan.
- Pengaturan musik atau suara latar: Memutar musik atau suara latar yang lembut dan menenangkan dapat membantu mengalihkan perhatian pelanggan dari kebisingan eksternal. Musik atau suara latar yang dipilih dengan cermat dapat menciptakan suasana yang lebih tenang dan menyenangkan di dalam kedai.

Dengan menyediakan ruangan indoor dan outdoor yang tepat serta menerapkan strategi pengurangan kebisingan, UMKM Kedai Kopi dapat memberikan lingkungan yang lebih nyaman dan tenang bagi pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan pengalaman pelanggan, memungkinkan mereka untuk menikmati kopi dengan lebih baik, dan menciptakan citra kedai yang ramah dan menyenangkan.

#### **4.2.5 Rekomendasi Perbaikan Produk UMKM Kedai Kopi**

Setelah melakukan analisa terhadap matriks perencanaan, prioritas respon teknis dan keterkaitan antara respons teknis dengan *customer need*, dan dampaknya adalah penawaran saran perbaikan yang

disajikan untuk UMKM Kedai Kopi. Untuk menentukan usulan perbaikan yang menjadi prioritas, diperoleh hasil selisih *own performance* dari UMKM kedai Kopi dengan kompetitor (Janji Jiwa dan northcoffee.id) atau dapat dikatakan selisih antara target dengan *own performance*, kesimpulannya penentuan target minimal sama dengan kompetitor. Namun, jika *own performance* lebih unggul daripada kedua pesaing lainnya, maka sasaran akan sejalan dengan kinerja tersebut, dan tidak perlu dilakukan peningkatan. Tabel 4.19 menampilkan hasil perhitungan *own performance*, perbandingan dengan *competitive benchmarking*, dan sasaran yang ditetapkan. Melalui analisis selisih antara sasaran dan *own performance*, kita dapat mengidentifikasi rekomendasi perbaikan yang mendapatkan prioritas, yang akan membantu UMKM Kedai Kopi dalam mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Adapun prioritas rekomendasi tersebut diantaranya adalah sebagai berikut.

- a. Melakukan training karyawan
- b. Menyediakan *feedback* pelanggan terhadap kualitas produk
- c. Penggunaan peralatan yang tepat
- d. Sumber bahan baku yang berkualitas
- e. Bahan baku cup dan alat yang memadai
- f. Perawatan intensif terhadap peralatan

Kualitas produk pada semua lini bisnis di UMKM maupun perusahaan menjadi faktor utama dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan munculnya prioritas respon teknis yang lebih mengutamakan kualitas produk. Upaya dilakukan melalui pelatihan karyawan yang bertujuan meningkatkan kemampuan dalam menyajikan produk. Dengan mengadakan pelatihan ini, diharapkan dapat menghasilkan produk yang memuaskan konsumen, didukung oleh umpan balik yang berharga untuk mengevaluasi setiap produk yang disajikan. Oleh karena itu melakukan training karyawan dan *feedback* dari konsumen akan memberikan sebuah keunggulan beraing bagi UMKM Kedai Kopi. Hal ini menjadi peluang bagi UMKM untuk dapat meningkatkan daya saingnya dengan menerapkan pelatihan karyawan dan mendapatkan *feedback* yang baik yang bisa dijadikan evaluasi terus menerus.

Selain itu penggunaan peralatan yang tepat juga menjadi faktor

kedua dalam mendukung kualitas produk, kurangnya perhatian pihak manajemen Kedai Kopi dalam peralatan bisa mengakibatkan kualitas produk menurun, oleh karena itu penggunaan peralatan yang tepat mampu memberikan kualitas produk yang sesuai kebutuhan. hal ini bisa dilakukan dengan cara mengevaluasi peralatan yang digunakan saat ini dan dipastikan sesuai dengan kebutuhan operasional Kedai Kopi, training karyawan juga turut mendukung dalam penggunaan dan pemeliharaan peralatan dengan baik untuk bisa memaksimalkan kinerja dari peralatan tersebut. Peralatan tersebut juga perlu dilakukan perawatan secara intensif karena penggunaan peralatan tanpa memperhatikan perawatannya akan mempengaruhi kinerja dari alat tersebut. Bisa dilakukan penjadwalan peralatan untuk dilakukan perbaikan tanpa menunggu peralatan mengalami kerusakan terlebih dahulu. Memberikan pelatihan karyawan untuk bisa diandalkan menjadi tim teknisi apabila sangat dibutuhkan segera tanpa harus menunggu teknisi ahli.

Selanjutnya adalah bahan baku cup dan alat yang memadai pada produk kopi untuk menunjang kepuasan konsumen. Kedai kopi selalu memperhatikan kebutuhan konsumen namun dengan harga yang ekonomis dan praktis namun dibalik itu bahan kemasan cup juga memiliki daya tahan yang ditentukan. Sehingga tak jarang beberapa konsumen merasa bahan baku cup yang berbahan kurang tepat seperti plastik yang mudah pecah, atau lembek merasa kurang puas, oleh karena itu diperlukan bahan baku cup yang kuat dan tepat. Dan terus dipastikan sesuai dengan kebutuhan dari konsumen. Dengan mengimplementasikan perbaikan-perbaikan ini, kedai kopi dapat meningkatkan kualitas kopi yang disajikan, memperkuat penggunaan peralatan yang tepat, mengaplikasikan bahan baku unggul, memverifikasi ketersediaan yang mencukupi, dan menjaga peralatan dalam kondisi optimal. Hal ini akan berdampak positif pada pengalaman pelanggan dan memperkuat reputasi kedai kopi.