



## Strategi peningkatan kualitas layanan dengan metode *importance performance analysis* di Eastu Coffebar Malang

Yogik Prasetyo<sup>1✉</sup>, Rattih Poerwarini<sup>1</sup>, I Nyoman Lokajaya<sup>2</sup>

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Sekolah Tinggi Teknik Malang <sup>(1)</sup>

Program Studi Program Profesi Insinyur, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya <sup>(2)</sup>

DOI: 10.31004/jutin.v8i1.43234

✉Corresponding author:

[\[prasetyoyogik463@gmail.com\]](mailto:prasetyoyogik463@gmail.com)

### Article Info

### Abstrak

#### Kata kunci:

Kualitas Pelayanan;  
Kepuasan Pelanggan;  
Strategi Pelayanan.

Eastucoffebar merupakan salah satu café yang berkonsep industrial, Cafe ini berdiri sejak tahun 2019 dengan nama Kaowa Koffie dan melakukan re- branding di 2021 dengan nama Eastucoffebar dengan tujuan untuk menghadirkan konsep kedai yang lebih modern dan menyenangkan bagi pengunjung. Permasalahan pelayanan pada Eastucoffebar ini ialah, Keterlambatan sajian makanan, Kualitas rasa makanan yang kurang konsisten, Kurangnya penerangan pada area tertentu dan Kurangnya terminal Listrik di beberapa area. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh UMKM Eastucoffebar dan untuk memperbaiki strategi pelayanan guna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Sample dari penelitian ini terdiri dari data primer dan data skunder, Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi, Alat analisis deskriptif, Uji validitas dan Uji rehabilitas, Analisis Servqual dan Diagram Kartesius. Berdasarkan hasil perhitungan metode servqual nilai rata-rata Kenyataan (391) dan Harapan

(402) sehingga adanya gap -11 yang menunjukkan customer belum puas. Lalu perhitungan menggunakan metode IPA pada kuadran I (Prioritas Utama) dan III (Prioritas Rendah) yang perlu dilakukan perbaikan.

### Abstract

#### Keywords:

Service Quality;  
Customer Satisfaction;  
Service Strategy.

Your Eastucoffebar is a café with an industrial concept. This cafe was founded in 2019 under the name Kaowa Koffie and is re-branding in 2021 with the name Eastucoffebar with the aim of presenting a more modern and enjoyable shop concept for visitors. The service problems at Eastucoffebar are: Delays in serving food, inconsistent quality of food, lack of lighting in certain areas and lack of electricity terminals in several areas. This research aims to analyze customer satisfaction with the quality of service provided by Eastucoffebar UMKM and to improve service strategies in order to increase customer satisfaction. The sample

*from this research consists of primary data and secondary data. Data collection techniques in this research are observation, interviews, questionnaires and documentation, descriptive analysis tools, validity tests and rehabilitation tests, Servqual analysis and Cartesian diagrams. Based on the calculation results of the servqual method, the average value of Reality (391) and Expectation (402) means that there is a gap of -11 which shows that the customer is not satisfied. Then the calculation uses the IPA method in quadrants I (Top Priority) and III (Low Priority) which need to be improved.*

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi termasuk sektor perdagangan, pengolahan, pertanian, perkebunan, perternakan, perikanan, dan jasa. UMKM juga dipahami sebagai perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh kelompok orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.

Hal yang paling penting, yang harus diperhatikan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam membuat usahanya meningkat yaitu dengan cara menciptakan atau membuat suatu produk yang mampu menarik minat banyak konsumen untuk membeli produk tersebut. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga harus mampu memanfaatkan kesempatan maupun celah yang ada karena semakin banyaknya pesaing yang akan muncul (Poerwarini & Roesdianto, 2020). Peran para pemilik usaha tidak hanya berfokus pada produk yang ditawarkan, akan tetapi juga harus berfokus kepada kualitas layanan itu sendiri. Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) haruslah mempunyai strategi yang akan digunakan untuk meningkatkan minat beli konsumen dan juga mempunyai keunggulan tertentu dibandingkan dengan pesaing lain sehingga dapat menarik minat konsumen dan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dalam membeli produk juga dipengaruhi oleh produk itu sendiri baik dari segi kualitas pelayanan, kualitas produk, maupun harga produk.

Menurut Kotler et al (2021), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai macam Faktor, antara lain kualitas barang, pelayanan, aktivitas penjualan dan nilai - nilai perusahaan. Menurut (Tjiptono, 2019), kepuasan pelanggan dapat diukur melalui indikator berikut: mutu barang, mutu layanan, harga, waktu penyerahan, kemanan.

Salah satu café yang berhasil bertahan dan berkembang hingga saat ini adalah Eastu coffebar. Dengan semakin berkembangnya Cafe di kabupaten Malang, Eastu Caffebar berupaya mempertahankan pelanggan setia yang di miliki, Tantangan ini sangat Penting mengingat persaingan cafe di kabupaten Malang semakin sengit, dimana setiap cafe memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri, Faktor-Faktor seperti keanekaragaman menu, rasa yang konsisten dan tempat yang nyaman Masih menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih dan mempertahankan loyallitas mereka. Estucoffe dapat menampung pelanggan maksimal 100 orang. Saat ini banyak cafe sejenis eastucoffebar di kota Malang. Semakin banyak usaha cafe yang berdiri tentu membuat persaingan dalam bisnis ini sangat kuat sehingga Eastucoffebar perlu memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan upaya memberikan pelayanan yang terbaik sehingga dapat bersaing dengan cafe sejenis yang ada di Malang. Melalui Observasi secara langsung yang telah dilakukan di cafe Eastu Coffebar, masalah yang dihadapi Eastu Coffebar saat ini adalah adanya keluhan dari pelanggan yaitu bahwa pelayanan yang diberikan Eastu coffebar belum sepenuhnya memuaskan bagi pelanggan. Adapun keluhan yang disampaikan pelanggan antara lain adalah Fasilitas toilet, keterlambatan makanan area parkir yang kurang bagi mobil dan beberapa masukan pelanggan lainnya seperti pemasangan fasilitas AC, *live music*, serta terminal listrik. Observasi secara langsung dilaksanakan pada saat kondisi kafe sedang ramai. Selain itu, terdapat beberapa keluhan maupun masukan konsumen terkait pelayanan Eastu Coffebar melalui *Google Riview*. Pada *Google Riview* Eastucoffebar memiliki ranting sebesar 4.5 dari 184 *review*. Beberapa keluhan konsumen pada *google review* diantaranya mengenai pelayanan yang kurang maksimal, Keterlambatan sajian makanan, Area parkir kurang luas dan kurangnya terminal listrik pada area tertentu.

Pada penelitian kali ini, peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan Metode *Service Quality* (SERVQUAL) yang bertujuan untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen sehingga dapat mengetahui kriteria pelayanan yang diinginkan konsumen, Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang berguna untuk mengevaluasi posisi dari masing-masing atribut yang diukur sehingga mengetahui atribut mana yang hasilnya paling rendah dan tidak memuaskan lalu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan gabungan kuantitatif dan kualitatif deskriptif. Pendekatan kuantitatif, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono, diterapkan melalui analisis data berupa angka-angka dan statistik untuk memperoleh gambaran objektif terkait fenomena yang diteliti. Sementara itu, pendekatan kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam terhadap masalah yang dikaji, tanpa bermaksud melakukan generalisasi.

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer, sesuai definisi Sugiyono (2018), dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama di lapangan. Pengumpulan data primer dilakukan melalui survey, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada konsumen Eastu Coffebar Malang. Sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung, seperti dokumen atau informasi yang telah tersedia sebelumnya.

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Eastu Coffebar Malang. Sampel penelitian diambil secara purposive sampling dengan kriteria konsumen yang terlibat langsung dalam pembelian selama 10 hari pada bulan Agustus 2024. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang.

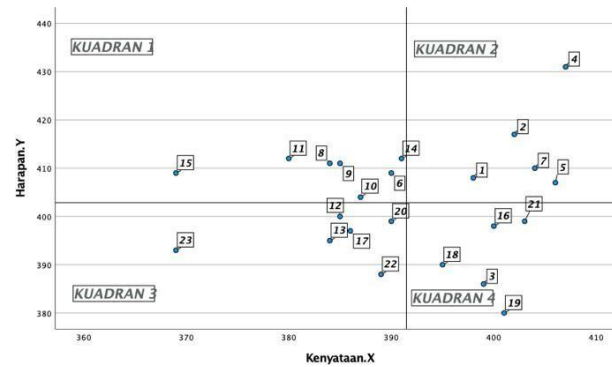
Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian, dalam hal ini kuesioner, mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor pernyataan dan skor keseluruhan pernyataan responden terhadap informasi dalam kuesioner. Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi hasil pengukuran instrumen penelitian. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang sama akan menghasilkan data yang konsisten jika digunakan kembali pada objek atau responden yang sama.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). TDiagram kartesius IPA ini akan memberikan gambaran mengenai atribut-atribut yang perlu diprioritaskan untuk ditingkatkan, dipertahankan, atau bahkan dikurangi dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan Eastu Coffebar Malang.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas pada proses analisis data memiliki tujuan agar validitas instrument penelitian dapat diketahui. Sehingga instrumen bisa dipakai mengukur hal yang sudah sepatutnya diukur. Sedangkan instrumen disebut reliabel bila instrumen penelitian dapat digunakan mengukur objek serupa dan menghasilkan data yang serupa. Hasil uji validitas dan uji rehabilitas pada penelitian ini menggunakan SPSS 27.0. Hasil uji validitas kenyataan dan Harapan Menampilkan bahwa semua *Corrected Item-Total Correlation*, yaitu  $r_c$  diatas 0,3 maka dapat dikatakan valid, berarti indikator X1 sampai X5 layak digunakan untuk analisis selanjutnya. Berdasarkan hasil uji validitas tingkat kenyataan dan harapan menunjukkan bahwa variabel yang diuji memenuhi syarat dengan hasil diatas 0,3. Tujuan utama uji rehabilitas adalah untuk menguji konsisten atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrument apabila instrument tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan dari lima variabel lebih dari 0,6. Hal tersebut menunjukkan kelima variabel memiliki tingkat reliabel.

Berdasarkan Nilai Kenyataan dan Nilai Harapan pada tabel 1 dan tabel 2, maka dapat dibuat matriks kenyataan dan harapan. Nilai Rata-Rata Kenyataan adalah 391 dan Nilai Harapan adalah 402 ke dalam bentuk diagram kartesius Kenyataan-Harapan sebagai berikut:



**Gambar 1. Gambar Diagram Kartesius Kenyataan dan Harapan**

1. Kuadran 1 (*Attributes to Improve*)

Kuadran 1 dalam Importance Performance Analysis (IPA) adalah area yang berisi faktor-faktor yang sangat penting bagi pengunjung tetapi belum memenuhi harapan, sebab kualitas atau kinerja aktualnya masih rendah. Di Eastu Coffebar, faktor-faktor ini memuat kebersihan alat makan dan minum, kecepatan dan ketepatan dalam pemesanan dan penyajian, akurasi dalam pencatatan pesanan dan transaksi, kemampuan karyawan dalam menangani keluhan, kenyamanan meja dan kursi, ketersediaan informasi di media sosial, serta kemudahan dalam meminta bantuan dari karyawan.

2. Kuadran 2 (*Strategi Maintain Performance*)

Kuadran 2 memuat faktor-faktor yang penting bagi pengunjung dan dianggap sudah memenuhi harapan. Faktor-faktor ini memuat tampilan eksterior dan interior Eastu Coffebar yang menarik, fasilitas penunjang seperti toilet, tempat ibadah, Wi-Fi, dan terminal listrik, area parkir yang aman, tampilan makanan yang selaras dengan menu, serta tata letak yang bersih dan rapi.

3. Kuadran 3 (*Strategi low Priority*)

Kuadran 3 memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pengunjung dan dinilai biasa saja. Faktor-faktor ini memuat rekomendasi menu bestseller oleh karyawan, pemberian cendera mata berupa stiker, garansi untuk keterlambatan pesanan, jaminan produk yang layak konsumsi, kesediaan menerima kritik dan saran, serta prioritas karyawan pada kepentingan *customer*.

4. Kuadran 4 (*Strategy Main Priority*)

Kuadran 4 memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen tetapi dirasakan berlebihan. Faktor-faktor ini memuat penampilan rapi dan menarik karyawan, jawaban cepat dalam menangani keluhan, jaminan keamanan seperti CCTV, keamanan parkir dan barang tertinggal, jaminan pengembalian uang jika konsumen dirugikan, serta perlakuan adil karyawan pada semua konsumen tanpa memandang status.

Analisis Importance Performance Analysis (IPA) di Eastu Coffebar menghasilkan hasil terkait atribut-atribut layanan yang perlu ditingkatkan. Kebersihan alat makan dan minum menjadi hal yang utama, mengingat pelanggan sangat memprioritaskan aspek higienitas dalam menikmati makanan dan minuman. Kecepatan dan ketepatan layanan juga menjadi faktor krusial, dimana pelanggan menginginkan efisiensi waktu dalam proses pemesanan dan penyajian. Akurasi pencatatan pesanan harus diperhatikan dengan seksama untuk menghindari kesalahan yang dapat mengecewakan pelanggan. Selain itu, kemampuan karyawan dalam menangani keluhan menjadi kunci dalam menjaga kepuasan pelanggan dan membangun citra positif Eastu Coffebar. Kenyamanan fasilitas, ketersediaan informasi, dan kemudahan dalam meminta bantuan juga merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh manajemen Eastu Coffebar.

Berdasarkan temuan tersebut, Eastu Coffebar perlu memfokuskan strategi peningkatan kualitas pada atribut-atribut yang terdapat di kuadran 1. Peningkatan standar kebersihan dapat dilakukan dengan menerapkan prosedur pembersihan yang lebih ketat dan komprehensif, meliputi seluruh peralatan makan dan minum serta area kafe. Optimalisasi proses pemesanan dan penyajian dapat dilakukan melalui evaluasi alur kerja, identifikasi potensi hambatan, dan pelatihan karyawan untuk meningkatkan kecepatan dan ketepatan layanan. Penerapan sistem pemesanan digital atau mekanisme *double-checking* dapat diimplementasikan untuk meningkatkan akurasi pencatatan pesanan. Pelatihan khusus mengenai *customer service* dan *complaint handling* perlu diberikan kepada karyawan agar mampu menangani keluhan pelanggan secara profesional.

Kenyamanan pelanggan juga perlu ditingkatkan dengan mengevaluasi dan memperbaiki kondisi meja dan kursi, serta memastikan ketersediaan fasilitas penunjang seperti Wi-Fi dan stop kontak. Informasi yang lengkap, akurat, dan terkini harus disajikan di media sosial dan di lokasi Eastu Coffebar untuk memudahkan akses informasi bagi pelanggan. Karyawan harus mudah dihubungi dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, baik secara langsung maupun melalui saluran komunikasi lainnya. Dengan meningkatkan kinerja pada atribut-atribut tersebut, Eastu Coffebar diharapkan dapat memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Di sisi lain, Eastu Coffebar juga perlu mempertahankan kinerja atribut-atribut yang sudah berada di kuadran 2, seperti tampilan eksterior dan interior, fasilitas penunjang, area parkir, tampilan makanan, serta tata letak yang bersih dan rapi. Kepuasan pelanggan bersifat dinamis, sehingga Eastu Coffebar harus terus memantau dan mengevaluasi kinerja atribut-atribut tersebut untuk memastikan tetap sesuai dengan harapan pelanggan. Atribut-atribut di kuadran 3 tidak perlu menjadi prioritas utama dalam peningkatan kualitas layanan, sehingga sumber daya dapat dialokasikan untuk meningkatkan atribut-atribut di kuadran 1 dan mempertahankan kinerja atribut di kuadran 2.

Evaluasi juga perlu dilakukan terhadap atribut-atribut di kuadran 4 yang kinerjanya dirasakan berlebihan oleh pelanggan. Eastu Coffebar dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya pada atribut-atribut tersebut dan mengalokasikannya untuk meningkatkan atribut-atribut yang lebih penting bagi pelanggan. Penerapan strategi yang tepat sasaran berdasarkan hasil analisis IPA ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada keberhasilan bisnis Eastu Coffebar.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan menggunakan metode SERVQUAL, kualitas pelayanan di Eastu Coffebar memperlihatkan bahwa nilai rata-rata kenyataan dan harapan yang didapat adalah 391 dan 402, menghasilkan gap sebesar -11. Hal ini memperlihatkan bahwa Eastu Coffebar memberikan pelayanan yang belum sepenuhnya bisa membuat pelanggan merasa puas. Gap negatif ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara pelayanan yang diterima dengan harapan pelanggan. Faktor pelayanan yang perlu diperbaiki pada Eastu Coffebar, berdasarkan analisis kuadran IPA, memuat sejumlah aspek: kebersihan alat makan dan minum (A6), kecepatan proses pemesanan dan penyajian (A8), akurasi pesanan dan transaksi (A9), kemampuan karyawan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan (A10), kenyamanan meja dan kursi (A11), rekomendasi menu bestseller oleh karyawan (A12), pemberian cendera mata berupa stiker (A13), pelayanan informasi melalui media sosial (A14), kemudahan meminta bantuan karyawan (A15), garansi keterlambatan pesanan (A17), kualitas produk yang layak konsumsi dan tidak kadaluarsa (A20), kesediaan menerima kritik dan saran (A22), serta prioritas karyawan pada kepentingan pelanggan (A23). Fokus pada perbaikan aspek-aspek ini diharapkan bisa memperbaiki persepsi pelanggan dan menaikkan tingkat kepuasan mereka pada pelayanan di Eastu Coffebar..

#### 5. REFERENCES

- Kotler, Philip dkk. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku Dua. Edisi Pertama. Andy. Yogyakarta.
- Poerwarini, R. R., & Roesdianto, R. (2020). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Rotan Balearjosari Malang Dengan Metode Klaster Diamond. *Jurnal Heuristic*, 17(2), 95-106.
- Rini Purwasih, Aden, dkk. 2021, *Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (SERVQUAL) dan Importance Performance Analysis (IPA)*. Vol 4 , No 1. Universitas Pamulang
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit : Bandung Alfabet
- Tjiptono, F. (2019a). *Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan. Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, 103.
- Tjiptono, Fandy. 2014 *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta.