

PERBAIKAN ATRIBUT KUALITAS LAYANAN MAXX COFFEE SHOP

IMPROVING SERVICE QUALITY ATTRIBUTES IN MAXX COFFEE SHOP

Ronald Sukwadi¹, M.M. Wahyuni Inderawati², Kevin Alfonsi Sunarsa³

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik
Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
Jl. Jenderal Sudirman 51, Jakarta Selatan 12930

¹ronald.sukwadi@atmajaya.ac.id, ²wahyuni.inderawati@atmajaya.ac.id,
³akevinsunarsa@gmail.com

Abstrak

Layanan prima sangat penting dalam mendapatkan keunggulan bersaing. Dalam rangka untuk memperbaiki kualitas layanan, penelitian ini menyajikan sebuah studi kasus untuk mengidentifikasi atribut-atribut kritis yang mempengaruhi kualitas layanan pada sebuah kedai kopi. Kerangka manajemen kualitas SERVQUAL dengan lima dimensi kualitas, yaitu *reliability*, *assurance*, *tangibility*, *empathy*, dan *responsiveness*, digunakan untuk mendapatkan kebutuhan pelanggan. Pendekatan modifikasi AHP yang mengintegrasikan AHP, IPA, dan *brainstorming* digunakan dalam proses evaluasi kualitas layanan. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data dari 110 pelanggan kedai kopi Maxx. Selanjutnya, pengambil keputusan diajak untuk berpartisipasi dalam *brainstorming* terkait dengan strategi perbaikan dari atribut layanan kritis. Dari hasil penelitian didapatkan tujuh atribut kualitas layanan yang perlu diperbaiki.

Kata kunci: kualitas layanan, kedai kopi, *analytic hierarchy process*, *importance-performance analysis*, *brainstorming*

Abstract

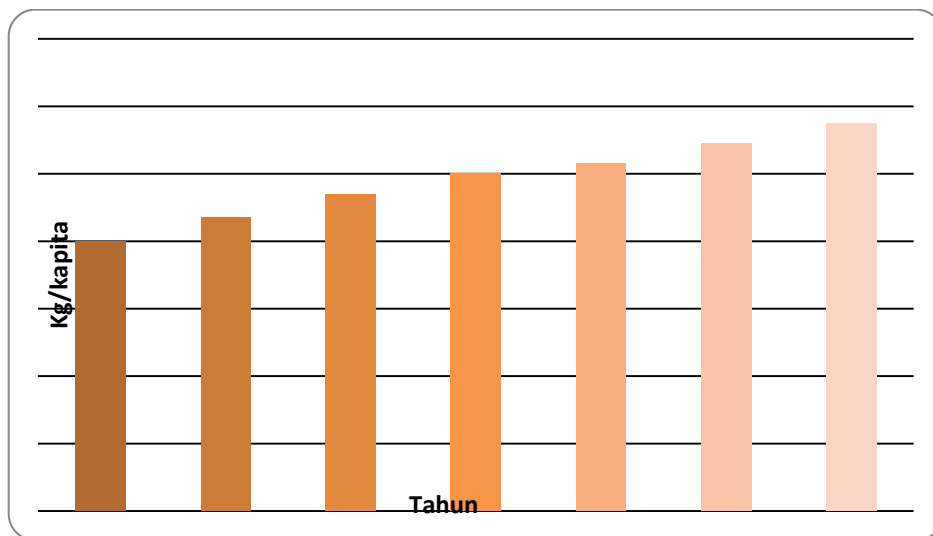
Service excellence is becoming a significant competitive advantage for companies. It helps companies to win customers in an extremely competitive environment nowadays. This research presented a case study to identify the critical attributes which influenced the service quality in a coffee shop. The SERVQUAL quality management framework with five-quality dimensions including reliability, assurance, tangibility, empathy, and responsiveness were applied to capture customer needs. The modified AHP approach, which combines AHP, IPA, and brainstorming methods, was also applied in the service quality assessment process. A questionnaire was used to collect the data from 110 customers of Maxx Coffee Shop. Finally, the decision makers were invited to take part in brainstorming process about the improvement strategy for critical service attributes.

Keywords: *service quality, coffee shop, analytic hierarchy process, importance-performance analysis, brainstorming*

Tanggal Terima Naskah : 30 Juni 2016
Tanggal Persetujuan Naskah : 24 Agustus 2016

1. PENDAHULUAN

Menurut Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI), pada tahun 2015 Indonesia merupakan negara produsen kopi keempat terbesar dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Dari total produksi, sekitar 67% kopinya diekspor sedangkan sisanya (33%) untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Dengan menjadi salah satu negara produsen kopi terbesar, konsumsi kopi di Indonesia selalu mengalami peningkatan setidaknya dalam 5 tahun terakhir. Menurut Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Universitas Indonesia (LPEM UI), tingkat konsumsi kopi dalam negeri pada tahun 1989 adalah sebesar 0,5 kg/kapita/tahun. Sementara pada tahun 2010, tingkat konsumsi kopi di Indonesia telah mencapai 0,8 kg/kapita/tahun dan terus mengalami kenaikan pada tahun-tahun selanjutnya.



Gambar 1. Grafik konsumsi kopi di Indonesia

Berdasarkan laporan Euromonitor, pertumbuhan kedai kopi di Indonesia sejak tahun 2008 mencapai 16% setiap tahunnya. Hal ini membuat tingkat kompetisi antar kedai kopi di Indonesia semakin ketat. Banyak kedai kopi yang melakukan berbagai strategi untuk mempertahankan pelanggan mereka, yaitu dengan menyediakan fasilitas berupa aneka menu makanan dan minuman baru, akses internet gratis, dan sebagainya. Hal ini tentu membuat persaingan antar kedai kopi terus meningkat [1]. Peningkatan kualitas layanan telah menjadi faktor utama dalam persaingan kompetitif [2],[3],[4]. Untuk itu dibutuhkan suatu pembahasan untuk meningkatkan atribut-atribut kualitas layanan berdasarkan penilaian pelanggan [5],[6].

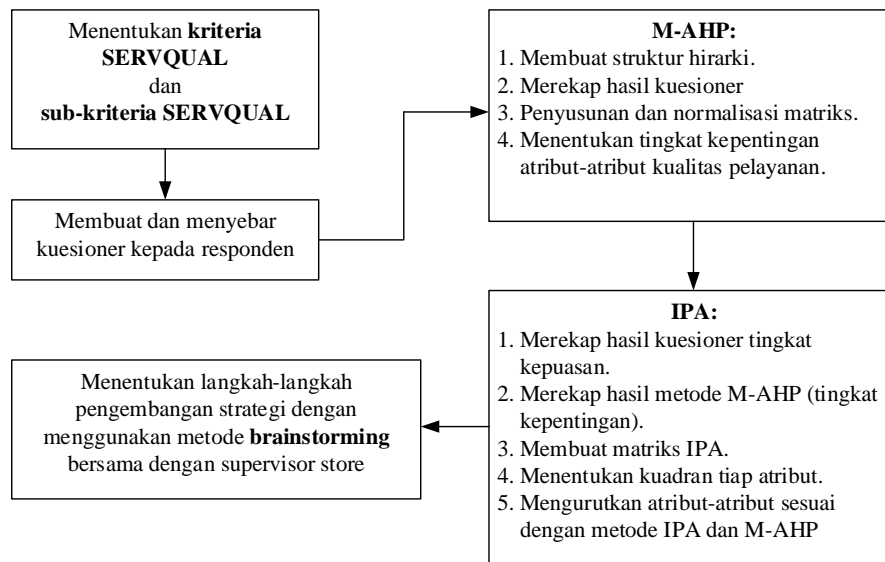
Metode AHP bertujuan *me-ranking* atribut-atribut dan memilih salah satu yang terbaik bagi kasus multi kriteria yang menggabungkan faktor kualitatif dan kuantitatif dalam evaluasi alternatif-alternatif yang ada [7],[8]. AHP digunakan untuk menangani ambiguitas dari konsep terkait ahli penilaian subjektif (*subjective judgment concept*). Dalam penelitian ini, metode AHP dimodifikasi sehingga kuesioner tidak harus diisi oleh *expert* dan dapat diisi oleh *non-expert*, serta bukan menggunakan perbandingan berpasangan [6],[9]. Metode IPA [10] merupakan teknik pengolahan data yang bertujuan untuk menangkap persepsi dari pihak *customer* dengan lebih jelas [11]. Tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan diukur dalam kaitannya dengan apa yang seharusnya dikerjakan oleh perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi. Dengan integrasi metode AHP dan IPA, dapat ditentukan prioritas dari atribut-atribut kualitas layanan kedai kopi. Dari atribut yang paling diprioritaskan tersebut, dicari langkah perbaikan untuk meningkatkan kualitasnya.

Langkah perbaikan kualitas layanan dilakukan dengan menggunakan metode *brainstorming*. *Brainstorming* merupakan suatu teknik konferensi dimana tiap-tiap kelompok berusaha mencari suatu solusi pada suatu permasalahan yang spesifik melalui pemunculan ide-ide secara spontan oleh masing-masing anggota kelompok. Dalam penelitian ini, peneliti bersama dengan pihak manajemen kedai kopi melakukan *brainstorming* untuk mendapatkan langkah-langkah perbaikan secara tepat. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengidentifikasi atribut kualitas layanan apa yang paling penting untuk kedai kopi Maxx Coffee.
2. Mengetahui atribut layanan apa saja yang harus diperbaiki kedai kopi Maxx Coffee serta menentukan pengembangan strategi yang sesuai untuk meningkatkan kepuasan pelanggan kedai kopi Maxx Coffee.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2. Responden dari penelitian ini adalah 110 pelanggan kedai kopi Maxx Coffee. Penelitian ini dilakukan di beberapa gerai kedai kopi Maxx Coffee yang ada di Tangerang.



Gambar 2. Metodologi penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penentuan Kriteria dan Sub-Kriteria SERVQUAL

Tahap pertama dalam penelitian ini adalah menentukan kriteria dan sub-kriteria SERVQUAL yang tepat dan sesuai. Penelitian ini memakai lima dimensi SERVQUAL, yakni *tangible* (A), *assurance* (B), *reliability* (C), *empathy* (D), dan *responsiveness* (E). Dari lima kriteria tersebut selanjutnya diturunkan menjadi 22 sub-kriteria yang dijabarkan pada Tabel 1. Sub-kriteria yang diambil berdasarkan jurnal-jurnal yang membahas hal yang serupa dan disesuaikan dengan keadaan objek penelitian.

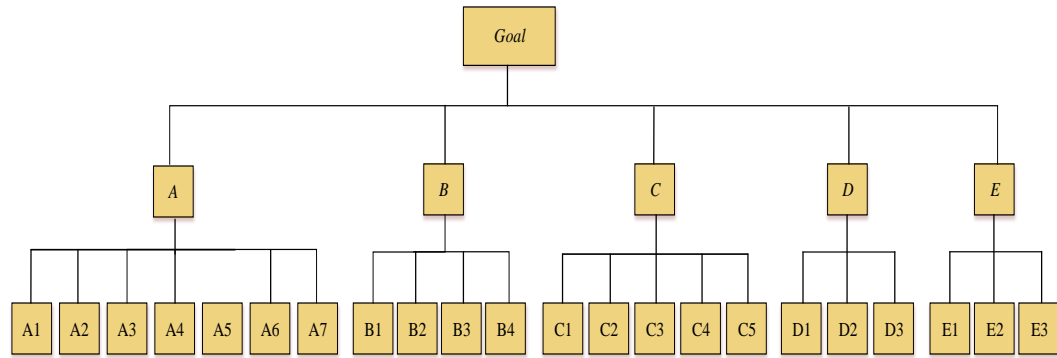
Tabel 1. Sub-kriteria (atribut) SERVQUAL

No	Atribut
A1	Kemenarikan desain <i>store</i>
A2	Kapasitas <i>store</i>
A3	Keadaan fasilitas <i>store</i> (AC, wi-fi, kursi, meja, sofa, <i>furniture</i>)
A4	Kebersihan fasilitas <i>store</i> (AC, wi-fi, kursi, meja, sofa, <i>furniture</i>)
A5	Kenyamanan suasana dan fasilitas <i>store</i> (meja, kursi, dan lain-lain; nyaman, bersih, dan tenang)
A6	Kecukupan inventaris <i>store</i> (sedotan, tisu, gula, dan lain-lain)
A7	Kerapian dan kebersihan penampilan karyawan
B1	Penyelesaian ketidaknyamanan dan keluhan <i>customer</i>
B2	Kefleksibelan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan
B3	Kekonsistenan layanan
B4	Pengetahuan karyawan mengenai produk dan tempat ia bekerja
C1	Kesesuaian layanan seperti yang dijanjikan
C2	Kelengkapan mesin dan peralatan
C3	Kehigienisan makanan dan minuman yang disajikan
C4	Keakuratan catatan pembelian (reservasi, nota, pesanan, dan lain-lain).
C5	Kehandalan karyawan saat dibutuhkan
D1	Perhatian khusus yang diberikan karyawan kepada <i>customer</i> sehingga membuat <i>customer</i> merasa spesial
D2	Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan <i>customer</i> secara spesifik
D3	Perhatian karyawan kepada <i>customer</i> dengan kebutuhan khusus (disabilitas)
E1	Kecepatan dan ketepatan layanan
E2	Kecepatan dalam merespon kebutuhan <i>customer</i>
E3	Penyesuaian proses dengan kebutuhan <i>customer</i>
F1	<i>TANGIBLES (A)</i>
F2	<i>ASSURANCE (B)</i>
F3	<i>RELIABILITY (C)</i>
F4	<i>EMPHATY (D)</i>
F5	<i>RESPONSIVENESS (E)</i>

3.2 Pengolahan Data Menggunakan Metode *Modified-AHP*

3.2.1 Pembuatan Struktur Hirarki

Struktur hirarki penelitian ini terbagi menjadi tiga *level*. *Level 0* merupakan *goal*, yaitu “Kualitas layanan kedai kopi Maxx Coffee.” *Level 1* merupakan lima kriteria SERVQUAL. *Level 2* merupakan sub-kriteria dari masing-masing kriteria SERVQUAL. Struktur hirarki penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Struktur hirarki penelitian

3.2.2 Rekap Hasil Kuesioner

Kuesioner penelitian terdiri atas tiga bagian, bagian pertama mewajibkan responden untuk mengisi data demografi, mulai dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, frekuensi mengunjungi Maxx Coffee dalam satu bulan, dan pendapatan per bulan. Pada bagian dua, responden diminta untuk mengisi beberapa *item* pertanyaan yang berkaitan dengan tingkat kepentingan dari atribut-atribut layanan. Pada bagian ketiga, responden diminta untuk mengisi beberapa *item* pertanyaan yang berkaitan dengan tingkat kepuasan mereka atas atribut-atribut layanan tersebut. Rekap hasil kuesioner dapat dilihat pada Tabel 2, Tabel 3, dan Tabel 4.

Tabel 2. Rekapitulasi kuesioner bagian 1 (N=110)

Kategori		Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	63	56,9
	Perempuan	47	43,1
Usia (tahun)	≤ 20	30	27,3
	21 - 30	70	63,6
	31 - 40	8	7,3
	41 -50	2	1,8
	> 50	0	0
Pekerjaan	Pelajar	81	73,4
	Karyawan	20	18,3
	Wiraswasta	6	5,5
	Ibu rumah tangga	1	0,9
	Lainnya	2	1,9
Frekuensi mengunjungi Maxx Coffee dalam 1 bulan	1 - 2 kali	68	61,8
	3 - 5 kali	24	21,8
	6 - 10 kali	10	9,1
	> 10 kali	8	7,3

Tabel 2. Rekapitulasi kuesioner bagian 1 (N=110) (lanjutan)

Kategori		Jumlah	Persentase (%)
Pendapatan per bulan	≤ Rp 3.000.000,-	61	55
	Rp 3.000.001 - Rp. 5.000.000,-	25	22,9
	Rp 5.000.001 - Rp. 7.000.000,-	15	13,8
	Rp 7.000.001 - Rp. 9.000.000,-	5	4,6
	Rp 9.000.001 - Rp. 11.000.000,-	3	2,8
	> Rp 11.000.000	1	0,9

Tabel 3. Rekapitulasi kuesioner bagian 2

No	Atribut	Total	Rata-rata
A1	Kemenarikan desain <i>store</i>	110	1
A2	Kapasitas <i>store</i>	122,40	1,11
A3	Keadaan fasilitas <i>store</i> (AC, wi-fi, kursi, meja, sofa, <i>furniture</i>)	167,50	1,52
A4	Kebersihan fasilitas <i>store</i> (AC, wi-fi, kursi, meja, sofa, <i>furniture</i>)	153,33	1,39
A5	Kenyamanan suasana dan fasilitas <i>store</i> (meja, kursi, dan lain-lain; nyaman, bersih, dan tenang)	156,50	1,42
A6	Kecukupan inventaris <i>store</i> (sedotan, tisu, gula, dan lain-lain)	115,66	1,05
A7	Kerapian dan kebersihan penampilan karyawan	109,75	1,00
B1	Penyelesaian ketidaknyamanan dan keluhan <i>customer</i>	110	1
B2	Kefleksibelan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	120,36	1,09
B3	Kekonsistenan layanan	135,82	1,23
B4	Pengetahuan karyawan mengenai produk dan tempat ia bekerja	125,41	1,14
C1	Kesesuaian layanan seperti yang dijanjikan	110	1
C2	Kelengkapan mesin dan peralatan	105,98	0,96
C3	Kehigienisan makanan dan minuman yang disajikan	144,16	1,31
C4	Keakuratan catatan pembelian (reservasi, nota, pesanan, dan lain-lain)	109,65	1,00
C5	Kehandalan karyawan saat dibutuhkan	111,75	1,02
D1	Perhatian khusus yang diberikan karyawan kepada <i>customer</i> sehingga membuat <i>customer</i> merasa spesial	110	1
D2	Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan <i>customer</i> secara spesifik	136,08	1,24
D3	Perhatian karyawan kepada <i>customer</i> dengan kebutuhan khusus (disabilitas)	161,16	1,47
E1	Kecepatan dan ketepatan layanan	110,00	1,00
E2	Kecepatan dalam merespon kebutuhan <i>customer</i>	122,25	1,11
E3	Penyesuaian proses dengan kebutuhan <i>customer</i>	121,91	1,11
F1	<i>TANGIBLES (A)</i>	110	1
F2	<i>ASSURANCE (B)</i>	132,16	1,20
F3	<i>RELIABILITY (C)</i>	122,41	1,11
F4	<i>EMPHATY (D)</i>	112,07	1,02
F5	<i>RESPONSIVENESS (E)</i>	117,83	1,07

Tabel 4. Rekapitulasi kuesioner bagian 3

No	Atribut	Total	Rata-rata
A1	Kemenarikan desain <i>store</i>	430,92	3,92
A2	Kapasitas <i>store</i>	407,71	3,71
A3	Keadaan fasilitas <i>store</i> (AC, wi-fi, kursi, meja, sofa, <i>furniture</i>)	452,11	4,11
A4	Kebersihan fasilitas <i>store</i> (AC, wi-fi, kursi, meja, sofa, <i>furniture</i>)	460,18	4,18
A5	Kenyamanan suasana dan fasilitas <i>store</i> . (meja, kursi, dan lain-lain; nyaman, bersih, dan tenang)	434,95	3,95
A6	Kecukupan inventaris <i>store</i> (sedotan, tisu, gula, dan lain-lain)	434,95	3,95
A7	Kerapian dan kebersihan penampilan karyawan	448,07	4,07
B1	Penyelesaian ketidaknyamanan dan keluhan <i>customer</i>	412,75	3,75
B2	Kefleksibelan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	422,84	3,84
B3	Kekonsistenan layanan	414,77	3,77
B4	Pengetahuan karyawan mengenai produk dan tempat ia bekerja	432,94	3,94
C1	Kesesuaian layanan seperti yang dijanjikan	424,86	3,86
C2	Kelengkapan mesin dan peralatan	419,82	3,82
C3	Kehigienisan makanan dan minuman yang disajikan	443,03	4,03
C4	Keakuratan catatan pembelian (reservasi, nota, pesanan, dan lain-lain).	437,98	3,98
C5	Kehandalan karyawan saat dibutuhkan	427,89	3,89
D1	Perhatian khusus yang diberikan karyawan kepada <i>customer</i> sehingga membuat <i>customer</i> merasa spesial	406,70	3,70
D2	Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan <i>customer</i> secara spesifik	420,83	3,83
D3	Perhatian karyawan kepada <i>customer</i> dengan kebutuhan khusus (disabilitas)	397,61	3,61
E1	Kecepatan dan ketepatan layanan	418,81	3,81
E2	Kecepatan dalam merespon kebutuhan <i>customer</i>	434,95	3,95
E3	Penyesuaian proses dengan kebutuhan <i>customer</i>	427,89	3,89

3.2.3 Penyusunan dan Normalisasi Matriks

Matriks disusun berdasarkan rekapitulasi kuesioner bagian 2. Rata-rata dari tiap atribut disusun menjadi matriks sesuai dengan kriterianya. Berikut merupakan contoh matriks sub-kriteria dari kriteria A:

Tabel 5. Matriks Sub-kriteria A

I	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7
A1	1,0000	0,8987	0,6567	0,7174	0,7029	0,9510	1,0023
A2	1,1127	1,0000	0,7307	0,7983	0,7821	1,0582	1,1153
A3	1,5227	1,3685	1,0000	1,0924	1,0703	1,4482	1,5263
A4	1,3939	1,2527	0,9154	1,0000	0,9797	1,3257	1,3971
A5	1,4227	1,2786	0,9343	1,0207	1,0000	1,3531	1,4260
A6	1,0515	0,9450	0,6905	0,7543	0,7391	1,0000	1,0539
A7	0,9977	0,8966	0,6552	0,7158	0,7013	0,9488	1,0000

Langkah selanjutnya adalah menormalisasi matriks-matriks yang telah dibuat. Tabel 6 merupakan contoh normalisasi matriks A.

Tabel 6. Normalisasi Matriks Sub-kriteria A

I	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	Rata-rata
A1	0,1176	0,1176	0,1176	0,1176	0,1176	0,1176	0,1176	0,1176
A2	0,1309	0,1309	0,1309	0,1309	0,1309	0,1309	0,1309	0,1309
A3	0,1791	0,1791	0,1791	0,1791	0,1791	0,1791	0,1791	0,1791
A4	0,1640	0,1640	0,1640	0,1640	0,1640	0,1640	0,1640	0,1640
A5	0,1674	0,1674	0,1674	0,1674	0,1674	0,1674	0,1674	0,1674
A6	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237
A7	0,1174	0,1174	0,1174	0,1174	0,1174	0,1174	0,1174	0,1174
Jumlah	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	

3.2.3 Penentuan Tingkat Kepentingan Atribut

Setelah semua matriks sudah dinormalisasi, selanjutnya dilakukan perhitungan untuk menentukan alternatif terbaik dari penelitian. Perhitungan dilakukan dengan cara perkalian matriks sub-kriteria dengan matriks kriteria. Tabel 7 merupakan contoh perkalian matriks kriteria A.

Tabel 7. Perkalian Matriks Kriteria A

	A			Goal		Goal
A1	0,1176		F1	0,1850	A1	0,0218
A2	0,1309				A2	0,0242
A3	0,1791				A3	0,0331
A4	0,1640	x			A4	0,0303
A5	0,1674			=	A5	0,0310
A6	0,1237				A6	0,0229
A7	0,1174				A7	0,0217

Setelah melakukan langkah-langkah tersebut, didapat nilai atribut kualitas layanan terhadap *goal*. “Perhatian karyawan kepada *customer* dengan kebutuhan khusus” (D3) menjadi atribut kualitas layanan paling penting, disusul oleh “Kecepatan dalam merespon kebutuhan *customer*,” dan “Penyesuaian proses dengan kebutuhan *customer*.” Tabel 8 merupakan lima atribut kualitas layanan yang memiliki tingkat kepentingan paling tinggi dan paling rendah.

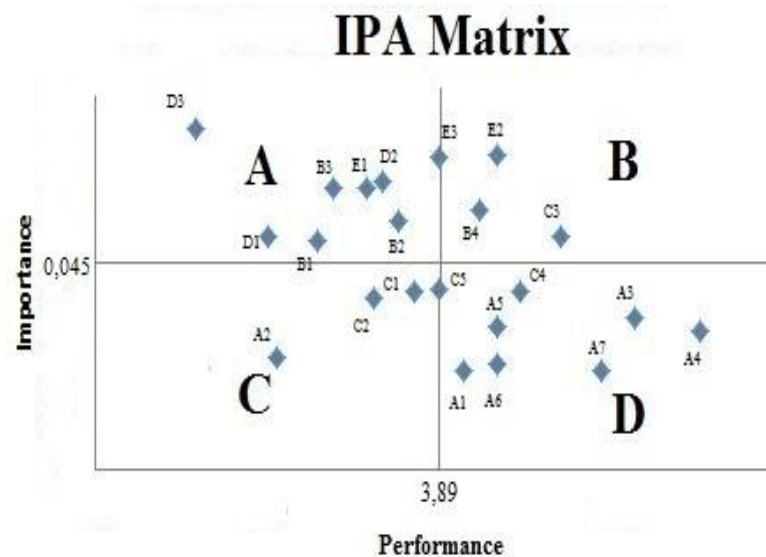
Tabel 8. Rekapitulasi Nilai Tingkat Kepentingan Terhadap *Goal*

Ranking	Terbaik	Terburuk
1	D3	A7
	0,0746	0,0217
2	E2	A1
	0,0684	0,0218
3	E3	A6
	0,0682	0,0229
4	D2	A2
	0,0630	0,0242
5	E1	A4
	0,0616	0,0303

3.3 Pengolahan Data Menggunakan *Importance-Performance Analysis*

3.3.1 Pembuatan Matriks IPA

Penelitian dilanjutkan dengan metode IPA. Metode ini membutuhkan data hasil metode M-AHP (tingkat kepentingan) dan rekapitulasi hasil kuesioner bagian 3 (tingkat kepuasan) yang dapat dilihat pada Tabel 4. Sebelum melakukan pengolahan data, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk data kuesioner bagian 3. Setelah diperoleh bahwa semua data *valid* dan *reliable*, maka pengolahan data dilanjutkan dengan membuat matriks IPA. Matriks IPA didapatkan dengan cara mencari titik koordinat atribut pada matriks *importance* pada sumbu y dan *performance* pada sumbu x. Titik koordinat atribut didapat dengan cara mencari nilai *mean* tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dari setiap atribut. Selanjutnya nilai tingkat kepentingan atribut dibagi dengan nilai *mean* sehingga dihasilkan titik koordinat sumbu y, kemudian nilai tingkat kepuasan atribut dibagi dengan nilai *mean* sehingga dihasilkan titik koordinat sumbu x. Gambar 4 merupakan hasil dari matriks IPA.



Gambar 4. Matriks IPA

3.3.2 Penentuan Kuadran Atribut

Matriks IPA membagi atribut-atribut menjadi empat kuadran dengan langkah penyelesaian yang berbeda-beda. Atribut pada kuadran A memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, namun tingkat kepuasan yang rendah. Oleh karena itu, atribut-atribut yang berada pada kuadran A harus mendapat perhatian khusus dan konsentrasi dalam perbaikan. Tabel 9 merupakan rekapitulasi hasil matriks IPA.

Tabel 9. Rekapitulasi Matriks IPA

Kuadran	Atribut	Aksi
A	B1, B2, B3, D1, D2, D3, E1	Konsentrasi dalam perbaikan
B	B4, C3, E2, E3	Pertahankan performa
C	A2, C1, C2	Tidak diprioritaskan
D	A1, A3, A4, A5, A6, A7, C4, C5	Memiliki kemungkinan untuk dihentikan

3.3.3 Pengurutan Prioritas Atribut

Setelah langkah-langkah metode M-AHP dan metode IPA selesai dilakukan, atribut-atribut dapat diurutkan sesuai dengan prioritasnya. Tiga atribut layanan yang memiliki tingkat prioritas paling tinggi akan dibahas menggunakan metode *brainstorming* sehingga menghasilkan usulan langkah perbaikan untuk kedai kopi. Dua atribut layanan lainnya dipilih oleh *supervisor store*, yang berkontribusi dalam metode *brainstorming*, berdasarkan kuadran A metode IPA. Tabel 10 merupakan rekapitulasi prioritas atribut.

Tabel 10. Rekapitulasi Prioritas Atribut

Atribut	IPA	M-AHP	Prioritas	Perbaikan
D3	A	0,0746	1	Fokus perbaikan
D2	A	0,0630	2	Fokus perbaikan
E1	A	0,0616	3	Fokus perbaikan
B3	A	0,0614	4	Fokus perbaikan
B2	A	0,0544	5	Fokus perbaikan
D1	A	0,0509	6	Fokus perbaikan
B1	A	0,0497	7	Fokus perbaikan
E2	B	0,0684	8	Pertahankan
E3	B	0,0682	9	Pertahankan
B4	B	0,0567	10	Pertahankan
C3	B	0,0510	11	Pertahankan
C1	C	0,0389	12	Prioritas rendah
C2	C	0,0375	13	Prioritas rendah
A2	C	0,0242	14	Prioritas rendah
C5	D	0,0396	15	Tidak diprioritaskan
C4	D	0,0388	16	Tidak diprioritaskan
A3	D	0,0331	17	Tidak diprioritaskan
A5	D	0,0310	18	Tidak diprioritaskan
A4	D	0,0303	19	Tidak diprioritaskan
A6	D	0,0229	20	Tidak diprioritaskan
A1	D	0,0218	21	Tidak diprioritaskan
A7	D	0,0217	22	Tidak diprioritaskan

3.4 Penentuan Langkah Perbaikan dengan Metode *Brainstorming*

Terdapat lima atribut yang akan dibahas menggunakan metode *brainstorming*. Tiga dari lima atribut dipilih berdasarkan tiga prioritas tertinggi. Ketiga atribut tersebut adalah D3, D2, dan E1 sedangkan dua atribut lainnya dipilih oleh dua *store supervisor* (masing-masing memilih satu atribut) berdasarkan atribut-atribut yang berada di kuadran A metode IPA yang menurut pandangan mereka membutuhkan pengembangan dan perbaikan. Dua atribut tersebut adalah B3 dan B1. Pada Tabel 11 disajikan rekapitulasi langkah-langkah perbaikan yang didapat menggunakan metode *brainstorming* yang dilakukan bersama dengan pihak manajemen (dalam hal ini diwakili *supervisor store*).

Tabel 11. Rekapitulasi Usulan Perbaikan dari Atribut Layanan

Atribut	Usulan Perbaikan
Perhatian karyawan kepada <i>customer</i> dengan kebutuhan khusus	Karyawan menawarkan bantuan dengan membantu <i>disable customer</i> menuju tempat duduk dan tidak perlu mengantri
	Jika <i>disbale customer</i> tersebut memakai <i>wheelchair</i> atau tongkat, maka karyawan harus sigap dalam memberikan ruangan untuk meletakkan alat-alat tersebut.
	Dilakukan penyuluhan terhadap semua karyawan terlebih dahulu agar kejadian seperti ini dapat diantisipasi dengan baik dan benar.
Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan <i>customer</i> secara spesifik	Pemberian <i>customer feedback</i> secara <i>on-line</i> dan pemberian <i>compliment</i> kepada <i>customer</i> yang bersedia mengisi <i>customer feedback</i> .
	Melakukan <i>review</i> mengenai <i>customer feedback</i> setiap dua minggu sekali bersama seluruh karyawan dalam satu <i>store</i> .
	Memberi <i>queueing line</i> dan memberikan petunjuk yang jelas dan jika masih ada <i>customer</i> yang mengantri tidak sesuai dengan petunjuk, karyawan dihimbau untuk menegur dengan bahasa dan cara yang halus.
	Pemilihan lagu yang tidak berulang, menjaga kebersihan meja dan ruangan (membersihkan piring atau gelas yang sudah selesai dipakai oleh <i>customer</i>), memberikan <i>compliment</i> seperti memberi air putih.
	Memberi nomor urutan pada produk pesanan agar pengeluaran produk ke <i>customer</i> dengan sistem <i>first in first out</i> (FIFO).
Kecepatan dan ketepatan pelayanan	Seleksi karyawan yang semakin diperketat
	Sistem <i>mentoring</i> pada <i>on job training</i> .
	Pembuatan <i>calender event</i> untuk setiap <i>store</i>
	Melakukan <i>proficiency test</i> setiap tiga bulan.
Kekonsistenan Pelayanan	Pembuatan <i>standard operating procedure</i> (SOP) tiap pekerjaan secara detail dan diterapkan dalam <i>training</i> dan dilatih kembali saat <i>on job training</i> .
	Perbaikan kordinasi antar departemen sehingga setiap <i>store</i> mendapatkan informasi dan peraturan yang sama dan pengawasan yang dilakukan merata di semua <i>store</i> .
	Pengkajian ulang mengenai penempatan karyawan.
Penyelesaian ketidaknyamanan dan keluhan <i>customer</i>	Perbaikan kordinasi dengan pihak <i>maintenance</i> .
	Pemeriksaan fasilitas dilakukan setiap minggu (jika ada masalah, langsung diselesaikan saat itu juga) dan perawatan fasilitas dilakukan setiap dua bulan.
	Perbaikan kordinasi pihak <i>store</i> dengan <i>warehouse</i> sehingga dapat meminimalisir <i>stock</i> yang habis.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa integrasi AHP dan IPA mampu menghasilkan urutan atribut-atribut kualitas layanan yang membutuhkan perbaikan berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh *customer* kedai kopi. Metode *brainstorming* menghasilkan langkah-langkah perbaikan demi menciptakan kualitas layanan yang lebih maksimal. Dari hasil penelitian terdapat tujuh atribut kualitas yang perlu diperbaiki, yaitu perhatian karyawan kepada *customer* dengan kebutuhan khusus (disabilitas), pemahaman karyawan terhadap kebutuhan *customer* secara spesifik, kecepatan dan ketepatan layanan, kekonsistenan layanan, kefleksibelan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, perhatian khusus yang diberikan karyawan kepada *customer* sehingga membuat *customer* merasa spesial, serta penyelesaian ketidaknyamanan dan keluhan *customer*.

REFERENSI

- [1]. Chen, P.T, & Hu, H.H. 2010. The effect of relational benefits on perceived value in relation to customer loyalty: An empirical study in The Australian Coffee Outlets Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 405-412

- [2]. Akbaba, A. 2006. Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey. *Hospitality Management*, 25, 170-192.
- [3]. Sukwadi, R. 2015. Utilizing Customer Experience Management framework to create a delightful service experience, *International Journal of Industrial Engineering and Management*, 6(1), 29-42.
- [4]. Sukwadi, R., & Agustin, D. 2016. Analisis kualitas layanan restoran dengan menggunakan model Kano-PRCA dan AIM. *Spektrum Industri*. 14(1), 89-98
- [5]. Bojanic, D.C., Rosen, L.D. 2004. Measuring service quality in Restaurants: An application of the Servqual Instrument. *International Journal of Hospital and Tourism*, 18 (1), 3-14.
- [6]. Sukwadi, R., & Yang, C.C. 2014. Determining service improvement priority in a zoological park. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 7(1), 1-20.
- [7]. Saaty, T. L. 1980. *The Analytic Hierarchy Process: Planning, priority setting, resource allocation*. New York: McGraw-Hill.
- [8]. Saaty, T. L. 1994. *Fundamentals of Decision making and priority theory with the Analytic Hierarchy Process*. Pittsburgh: RWS Publication.
- [9]. Banuelas, R., & Antony, J. 2004. Modified analytic hierarchy process to incorporate uncertainty and managerial aspects. *International Journal of Production Research*, 42(18), 3852-3872.
- [10]. Martilla, J., & James, J. 1977. Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*. 41(1), 77-79.
- [11]. Sukwadi, R., & Jufina. 2015. Penentuan prioritas perbaikan kualitas layanan TransJakarta dengan menggunakan metode IPA-PGCV, *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 4(2), 64-69.