

**KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN
DAYA SAING BISNIS (STUDI KASUS SEMARA COFFEE DI BSD
TANGERANG SELATAN)**

Lana Hasna Farhatan, Mohamad Harisudin, Agustono

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta
Jl. Ir. Sutami No 36 A Ketingan Surakarta 57126 Telp/Fax (0271)637457
Email: lanahasna@gmail.com

ABSTRACT : The performance of the domestic coffee processing industry is experiencing an increase driven by the growth of middle class and lifestyle changes. Coffee Shop is one of the growing business of coffee processing industry, so that the coffee shop becomes a very competitive business if it is in crowded locations. On the other side of the coffee shop should provide quality products and services based on the needs and wishes of consumers to create satisfaction. The research aims to determine the quality attributes that should be prioritized, knowing the necessary technical needs, and know the repair attribute that Semara Coffee must do. The basic method of research is the descriptive method of analysis. Location retrieval methods are performed purposive in South Tangerang and sampling with accidental sampling techniques. The data analysis used is the House of Quality (HOQ) matrix. The results showed that the absolute weight calculations resulted in a quality attribute that should be prioritized based on consumer requirements Semara Coffee is the taste, the arrangement of space, as well as hospitality, politeness, and barista appearance, technical requirement are financial.

Keywords: Coffee Shop, quality products and services, business competitiveness, matrix House of Quality (HOQ)

ABSTRAK : Kinerja industri pengolahan kopi dalam negeri mengalami peningkatan yang didorong oleh pertumbuhan kelas menengah dan perubahan gaya hidup. *Coffee shop* merupakan salah satu bisnis industri pengolahan kopi yang berkembang pesat, sehingga *coffee shop* menjadi bisnis yang sangat kompetitif jika berada di lokasi ramai. Di sisi lain *coffee shop* harus memberikan kualitas produk dan layanan berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk terciptanya kepuasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut kualitas yang harus diprioritaskan, mengetahui kebutuhan teknis yang diperlukan, dan mengetahui atribut perbaikan yang harus dilakukan Semara Coffee. Metode dasar penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Metode pengambilan lokasi dilakukan secara *purposive* di Tangerang Selatan dan pengambilan sampel dengan teknik *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan adalah matriks *House of Quality* (HOQ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan bobot absolut menghasilkan atribut kualitas yang harus diprioritaskan berdasarkan persyaratan konsumen Semara Coffee adalah rasa, penataan ruang, serta keramahan, kesopanan, dan penampilan barista, sedangkan persyaratan teknik adalah keuangan.

Kata Kunci: *Coffee Shop*, kualitas produk dan layanan, daya saing bisnis, matriks *House of Quality* (HOQ)

PENDAHULUAN

Era globalisasi yang dicirikan oleh pesatnya perdagangan, industri pengolahan pangan, jasa dan informasi, mengubah gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat Indonesia terutama di perkotaan (Rochmawati, 2015). Pola konsumsi tidak hanya tentang makan sebagai kebutuhan fisiologis, tapi juga memperhatikan nilai dari makanan tersebut. Salah satu bisnis yang diminati yaitu bisnis *coffee shop*. Perkembangan bisnis industri kopi berkembang pesat di berbagai kota, khususnya *coffee shop* sehingga membuat persaingan semakin ketat (KEMENPERIN, 2017). Moelyono Soesilo, Ketua Departemen Specialty & Industri BPP Asosiasi Ekspor dan Industri Kopi Indonesia (AEKI), mengatakan bahwa perkembangan industri olahan kopi dalam 4 tahun terakhir masih tinggi dan terus berkembang. Konsumsi kopi dalam negeri tahun 2019 tumbuh 5%- 6% (KEMENPERIN, 2019).

Konsumen sendiri dihadapkan pada banyak pilihan dan penawaran ketika mereka memilih sebuah *coffee shop*, sehingga saat ini nilai yang diinginkan oleh konsumen mengalami perubahan, tidak hanya sekedar memilih kopi yang enak dan murah, juga memperhatikan kualitas layanan, suasana, bahkan membandingkan dengan penawaran yang diberikan oleh *coffee shop* lain. Maraknya bisnis *coffee shop* mendorong para pelaku bisnis tidak hanya memperhatikan produk yang dijual, tapi memperhatikan juga layanan yang diberikan karena layanan merupakan strategi dalam bersaing yang dapat menimbulkan kesan positif bagi konsumen dengan

memberikan rasa puas, perhatian terhadap konsumen, dan merespon harapan konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan target utama karena pelanggan adalah aspek yang sangat penting dalam berkembangnya bisnis yang dijalani (Ashari *et al*, 2013). Persaingan bisnis yang tinggi mendorong pelaku bisnis dalam memperhatikan atribut produk dan layanan yang ditawarkan berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga dapat terciptanya kepuasan bagi konsumen.

Semara Coffee merupakan salah satu *coffee shop* yang berada di daerah perkotaan, yaitu di BSD Tangerang Selatan. penjualan produk di Semara Coffee mengalami kenaikan yang dipengaruhi oleh banyaknya variasi menu yang ditawarkan. Produk khas yang diunggulkan Semara Coffee dengan penjualan terbanyak yaitu es kopi semara. Es kopi semara merupakan menu *coffee based* yang terdiri dari kopi, gula aren, dan susu. Namun, penjualan produk es kopi semara di Semara Coffee mengalami fluktuasi. Kualitas produk khususnya produk khas seperti es kopi semara perlu dipertahankan atau bahkan ditingkatkan kualitasnya. Hal tersebut dapat dijadikan menu khas yang dapat bersaing dengan *coffee shop* lain. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui atribut-atribut kualitas yang diprioritaskan serta merumuskan perbaikan dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan Semara Coffee.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar Penelitian dan Penentuan Lokasi

Metode dasar dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Menurut Sugiyono (2009), metode deskriptif analisis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel. Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* yaitu pengambilan sampel yang ditentukan sendiri oleh peneliti berdasarkan kriteria tertentu (Wicaksono *et al*, 2015). Lokasi penelitian adalah Semara Coffee yang beralamat di Jl. Rawa Buntu Utara Blok BJ No. 26, BSD, Serpong, Tangerang Selatan dengan pertimbangan bahwa Semara Coffee merupakan salah satu *coffee shop* lokal yang baru berdiri pada tahun 2019 dan dapat bersaing dengan *coffee shop* terkenal, namun Semara Coffee mengalami penjualan yang fluktuatif, sehingga perlu dilakukan perbaikan kualitas produk dan layanan berdasarkan prioritas dalam upaya meningkatkan daya saing bisnisnya.

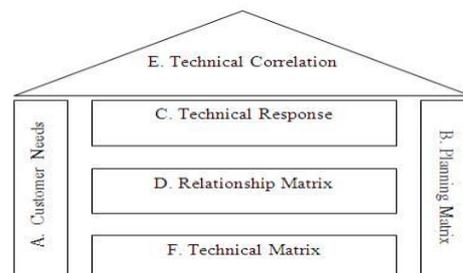
Metode Penentuan Sampel dan Pengumpulan Data

Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 100 responden konsumen Semara Coffee dan 30 responden konsumen Anomali Coffee sebagai *coffee shop* pesaing, serta pihak manajemen Semara Coffee. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data

primer diperoleh dari jawaban konsumen yang disebar melalui kuisioner dengan observasi langsung atau *offline* dan secara *online* menggunakan *google forms* serta wawancara dengan pihak manajemen Semara Coffee. Data Sekunder diperoleh dari instansi pemerintah atau lembaga yang berhubungan dengan penelitian, yaitu Badan Pusat Statistik, Dinas Perindustrian Republik Indonesia, dan instansi terkait. Data sekunder meliputi produksi kopi, konsumsi kopi, perkembangan industri olahan kopi, dan pasar ekspor. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi dan pencatatan dengan alat pengumpulan data berupa kuesioner.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah *House of Quality* (HOQ).



Gambar 1. Bentuk Matriks HOQ

Menurut Syafei dan Natasyashinta (2017), HOQ terdiri dari 6 komponen. Berikut adalah struktur matriks pada HOQ:

- a. *Customer needs*
Identifikasi persyaratan konsumen
- b. *Planning matriks*
 1. Tingkat kepentingan konsumen
 2. Nilai sasaran konsumen
 3. Faktor skala kenaikan

4. Poin penjualan (kriteria 1,5; 1,2; 1)
 5. Bobot absolut persyaratan konsumen
Bobot absolut = Tingkat kepentingan x Faktor skala kenaikan x Poin penjualan
- c. *Technical response*
1. Persyaratan teknis
 2. Penentuan arah pengembangan (kriteria ↑ ditingkatkan, ↓ diturunkan, o terdapat target tertentu)
- d. *Relationship matriks*
Pengembangan matriks hubungan persyaratan konsumen dengan persyaratan teknis (kriteria 0/ - tidak ada hubungan, 1/ Δ hubungan lemah, 3/ o hubungan moderat, 9/ ■ hubungan kuat)
- e. *Technical correlation*
Mengembangkan matriks hubungan antar persyaratan teknis (kriteria √√ positif kuat, √ positif lemah, - tidak ada hubungan, X negatif lemah, XX negatif kuat)
- f. *Technical matriks*
1. Urutan prioritas tingkat karakteristik teknis
Bobot absolut = Tingkat kepentingan x Simbol matriks hubungan persyaratan konsumen dan persyaratan teknis
Bobot relatif = Bobot absolut persyaratan konsumen x Simbol matriks hubungan persyaratan konsumen dan persyaratan teknis
 2. Penilaian kompetitif teknis
 3. Derajat kesulitan
 4. Nilai sasaran persyaratan teknis

berpengaruh dalam menentukan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen (Sutomo, 2015). Karakteristik responden konsumen Semara Coffee meliputi berdasarkan jenis kelamin, domisili tempat tinggal, usia, pekerjaan, dan pendapatan perbulan. Jumlah konsumen laki-laki sebanyak 55 orang atau 55%, sedangkan 45 orang atau 45% konsumen perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa penikmat kopi tidak hanya didominasi oleh laki-laki karena perbandingan kunjungan laki-laki dan perempuan tidak jauh berbeda.

Konsumen yang diteliti adalah pada rentang umur 16- 45 tahun dan sebagian besar berasal dari daerah Tangerang Selatan karena Kota dimana *coffee shop* tersebut berada berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pemilihan *coffee shop* (Alamsyah dan Dewinda, 2018). Mayoritas pekerjaan konsumen adalah sebagai mahasiswa dengan pendapatan sebesar Rp 1.000.001 – Rp 4.000.000. Pendapatan dan konsumsi memiliki hubungan yang searah, sehingga pendapatan akan berpengaruh terhadap tingkat konsumsi (Sukirno, 2005). Pangsa pasar Semara Coffee dapat ditujukan untuk golongan konsumen menengah kebawah karena terdapat beberapa menu yang sesuai dengan uang saku mahasiswa atau pelajar.

Identifikasi konsumen

Identifikasi persyaratan konsumen untuk mengetahui hal-hal

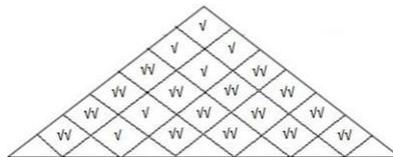
HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Karakteristik konsumen dapat

yang akan dikembangkan dan yang menjadi masalah bagi konsumen (Azhari *et al*, 2015). Konsumen menentukan tingkat kinerja dari persyaratan konsumen tersebut. Berdasarkan penelitian, persyaratan konsumen terdiri dari rasa, tampilan menu, harga, perlengkapan, lokasi, penataan ruang, fasilitas pendukung, keramahan, kesopanan, dan penampilan barista, penjelasan barista, transaksi, promosi, kecepatan penyajian, kebersihan, dan kenyamanan tempat.

Persyaratan teknis

Persyaratan teknis adalah bagaimana perusahaan memenuhi harapan konsumen yang terdapat pada daftar persyaratan konsumen dengan menetapkan ketentuan teknis berbagai sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan (Kurnianto *et al*, 2013). Berdasarkan wawancara dengan pihak manajemen Semara Coffee, persyaratan teknis yang dilakukan yaitu pembersihan, bahan baku, inventori, preparasi, keuangan, pembuatan produk, dan pelayanan.



		↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	Keterangan :								
		Produk				Layanan											
		Bahan baku	Inventori	Preparasi	PembuatProduk	Kebersihan	Keuangan	Pelayanan	Arah pengembangan (↑ semakin besar nilainya, semakin baik) Hubungan persyaratan konsumen dengan persyaratan teknis (- tidak ada hubungan, Δ lemah, ○ biasa, ■ kuat) Hubungan antar persyaratan teknis (√√ positif kuat, √ positif)								
Produk	Rasa	■	○	Δ	■	○	○	Δ	4	4	5	5	1,2	1,5	9,37	1	
	Tampilan menu	Δ	Δ	○	■	Δ	■	○	4	4	4	5	1,2	1,2	6,00	3	
	Harga	■	○	○	○	Δ	■	■	4	4	4	5	1,2	1,5	7,50	2	
	Perlengkapan	Δ	■	■	○	○	Δ	○	5	5	4	5	1,0	1,2	4,80	4	
Layanan	Lokasi	-	Δ	○	○	Δ	○	○	5	5	5	5	1,0	1,5	7,50	2	
	Penataan ruang	○	○	○	○	■	■	○	4	4	5	5	1,2	1,5	9,37	1	
	Fasilitas pendukung	○	Δ	Δ	○	○	○	○	4	4	5	5	1,2	1,2	7,50	2	
	Keramahan, kesopanan, dan penampilan barista	-	-	○	○	Δ	■	■	5	5	5	5	1,0	1,5	9,37	1	
	Penjelasan barista	■	Δ	○	○	○	■	■	5	4	5	5	1,0	1,2	6,00	3	
	Respon keluhan konsumen	○	○	○	Δ	■	■	■	5	4	5	5	1,0	1,5	7,50	2	
	Transaksi	○	Δ	○	○	■	■	■	5	5	4	5	1,0	1,2	4,80	4	
	Promosi	■	○	○	○	○	■	■	4	4	5	5	1,2	1,5	7,50	2	
	Kecepatan penyajian	■	○	■	○	■	○	■	5	4	5	5	1,0	1,2	6,00	3	
	Kebersihan	○	○	○	Δ	■	■	■	5	4	5	5	1,0	1,5	7,50	2	
Kenyamanan tempat	-	Δ	○	○	■	■	■	5	4	5	5	1,0	1,5	7,50	2		
Penilaian Kompetitif Teknis	Semara Coffee	4	5	4	4	4	4	5	Semara Coffee	Anomali	Kepentingan konsumen	NilaiSisa	Faktor Skala Kemarikan	Pembelajaran	BobotAbsolut	Prioritas.PersyaratanKonsumen	
	Anomali Coffee	5	5	5	5	4	5	5									
Derajat Kesulitan		3	4	4	5	3	4	4									
Nilai Sasaran		5	5	5	5	5	5	5									
Bobot Absolut		296	166	247	247	351	487	461									
Bobot Relatif		448,14	246,72	355,69	386,85	519,91	752,27	687,91									
Prioritas Persyaratan Teknis		4	7	6	5	3	1	2									

Gambar 2. Matriks House of Quality (HOQ) Semara Coffee

Peningkatan kualitas dengan House of Quality (HOQ)

a. Penentuan Arah Pengembangan

Menentukan target yang dilakukan terhadap respon teknis untuk meningkatkan kepuasan konsumen (Wibisono, 2018). Semara Coffee memiliki arah pengembangan yang ditingkatkan. Hal tersebut karena Semara Coffee berorientasi pada konsumen, sehingga apabila teknis yang dilakukan terus ditingkatkan akan dapat mempertahankan bahkan menambah jumlah konsumen. Penambahan jumlah konsumen dapat dipengaruhi oleh kepuasan konsumen berdasarkan kualitas produk dan layanan yang telah ditawarkan pihak Semara Coffee dalam memberikan pelayanan.

b. Pengembangan Matriks Hubungan Persyaratan Konsumen dan Persyaratan Teknis

Hubungan persyaratan konsumen dengan persyaratan teknis dalam matriks *relationship* dan menerjemahkan menjadi nilai yang menyatakan kekuatan dari hubungan (Dahlan dan Yuswono, 2016). Hubungan antara persyaratan konsumen dengan persyaratan teknis dapat merupakan hubungan kuat, sedang, lemah, atau tidak ada hubungan. Contoh hubungan yang kuat terjadi antara rasa dengan bahan baku dan pembuatan produk karena kualitas bahan baku yang digunakan dan pembuatan produk yang sesuai standar operasional dengan menggunakan takaran yang pas dapat menghasilkan rasa yang

enak. contoh hubungan yang sedang terjadi antara tampilan menu dengan preparasi dan pelayanan. Tampilan menu dipengaruhi oleh persiapan peralatan dan perlengkapan yang digunakan di bar, serta tampilan produk pada saat sebelum memesan dan ketika pesanan datang. Contoh hubungan yang lemah terjadi antara harga dengan pembersihan. Harga merupakan nilai yang dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan pelayanan, sedangkan kebersihan merupakan hal yang harus dilakukan oleh Semara Coffee sebagai salah satu bentuk pelayanan. Persyaratan konsumen yang tidak berhubungan dengan persyaratan teknis adalah lokasi dengan bahan baku. Semara Coffee sudah menentukan *supplier* bahan baku sesuai dengan harga dan kualitas yang dibutuhkan, sehingga tidak berpengaruh terhadap lokasi.

c. Mengembangkan Matriks Hubungan Antar Persyaratan Teknis

Matriks yang dilakukan untuk mengidentifikasi persyaratan teknis yang memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya (Rahman dan Heri, 2012). Contoh hubungan antar persyaratan teknis yang memiliki hubungan positif kuat adalah pembersihan dengan bahan baku, inventori, preparasi, keuangan, pembuatan produk, dan pelayanan karena pembersihan berpengaruh terhadap pandangan konsumen, apabila kebersihan tidak terjaga maka konsumen akan merasa risih dan merasa tidak nyaman dengan

tempat tersebut. Sedangkan contoh hubungan antar persyaratan teknis yang memiliki hubungan positif lemah adalah pada bahan baku dengan keuangan dan pelayanan karena bahan baku termasuk dalam kualitas produk, sedangkan keuangan dan pelayanan termasuk dalam kualitas layanan, sehingga bahan baku dengan keuangan dan pelayanan tidak berpengaruh secara langsung namun bahan baku dapat meningkatkan jumlah keuangan dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

d. Penilaian Kompetitif Konsumen

Membandingkan kualitas yang dihasilkan perusahaan dengan pesaingnya sehingga diketahui keunggulan dan kelemahannya (Kurnianto, 2013). Penilaian kompetitif konsumen diketahui melalui responden konsumen *coffee shop* yang menjadi patokan owner dalam mengembangkan usahanya. *Coffee shop* yang digunakan yaitu Anomali Coffee. Penilaian kompetitif persyaratan konsumen Anomali Coffee yang setara dengan Semara Coffee adalah perlengkapan, lokasi, keramahan, kesopanan, dan penampilan barista, serta transaksi.

e. Tingkat Kepentingan Konsumen

Peringkat tingkat kepentingan diberikan berdasarkan penilaian konsumen terhadap persyaratan konsumen yang dianggap penting (Santoso *et al*, 2014). Persyaratan konsumen yang sangat penting keberadaannya dan harus ada dalam *coffee shop* adalah rasa,

lokasi, penataan ruang, fasilitas pendukung, keramahan, kesopanan, dan penampilan barista, penjelasan barista, respon keluhan konsumen, promosi, kecepatan penyajian, kebersihan, dan kenyamanan tempat karena hal tersebut dapat meninggalkan kesan baik dalam memberikan kenyamanan bagi konsumen untuk membeli dan berkunjung kembali ke Semara Coffee.

f. Nilai Sasaran

Nilai sasaran menunjukkan besar nilai yang ingin dicapai perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanannya dengan memenuhi kepuasan konsumen agar lebih baik dari pesaingnya. Persyaratan konsumen yang ingin ditingkatkan adalah rasa, penampilan menu, harga, penataan ruang, fasilitas pendukung, dan promosi. Persyaratan konsumen tersebut dinilai sudah baik, namun masih perlu perbaikan dan membuat lebih baik agar dapat menambah kepuasan konsumen.

g. Faktor Skala Kenaikan

Rasio antara nilai sasaran yang diterapkan pihak manajemen dengan rating persyaratan yang diberikan dalam tingkat kepuasan persyaratan konsumen (Wagiono dan Hamrah, 2007). Persyaratan konsumen Semara Coffee dalam hal rasa, tampilan menu, harga, penataan ruang, fasilitas pendukung, dan promosi dengan besar faktor skala kenaikan adalah 1,25, sehingga membutuhkan perbaikan.

h. Poin Penjualan

Memberikan informasi dari konsumen seberapa baik suatu

persyaratan konsumen akan membantu dalam penjualan suatu produk. Menurut Satriawan dan Yuswono (2018), poin penjualan untuk mengetahui pengaruh persyaratan konsumen dengan minat membeli produk. Persyaratan konsumen yang menolong penjualan (1,5) adalah rasa, harga, lokasi, penataan ruang, keramahan, kesopanan, dan penampilan barista, respon keluhan konsumen, promosi, kebersihan, dan kenyamanan tempat karena rasa dengan harga yang sesuai serta pelayanan yang diberikan oleh barista dengan penataan ruang dan keadaan bersih dapat memberikan kenyamanan dalam Semara coffee membuat daya tarik tersendiri menurut konsumen.

i. Bobot Absolut Persyaratan Konsumen

Penentuan bobot absolut persyaratan konsumen berguna dalam mengembangkan prioritas persyaratan konsumen (Suhendar dan Suroto, 2014). Urutan prioritas persyaratan konsumen Semara Coffee adalah rasa, penataan ruang, keramahan, kesopanan, dan penampilan barista.

j. Penilaian Kompetitif Teknis

Membandingkankinerja teknis perusahaan dengan pesaingnya yaitu membandingkan Semara Coffee dengan Anomali Coffee. Penilaian kompetitif teknis diperoleh dari wawancara dengan *owner* Semara Coffee yang pernah bekerja di Anomali Coffee, sehingga dapat memberikan penilaian persyaratan teknis. Persyaratan teknis

Anomali Coffee yang memiliki nilai lebih tinggi dari Semara Coffee yaitu bahan baku, inventori, keuangan, dan pembuatan produk.

k. Nilai Sasaran Persyaratan Teknis

Mengevaluasi nilai persyaratan teknis dan memberi nilai sasaran untuk mempertahankan atau meningkatkan kemampuan perusahaan agar dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Raharja dan Amie, 2017). Persyaratan teknis yang perlu ditingkatkan dari pesaing adalah bahan baku, inventori, keuangan, dan pembuatan produk.

l. Derajat Kesulitan

Merupakan bahan evaluasi kemampuan manajemen dalam mengimplementasikan perbaikan kualitas dari persyaratan teknis (Irene dan Bambang, 2013). Persyaratan teknis yang cukup mudah dilaksanakan adalah pembuatan produk. Persyaratan teknis yang sulit adalah inventori, preparasi, keuangan, dan pelayanan. Persyaratan teknis yang sangat sulit dilaksanakan adalah pembersihan dan bahan baku.

m. Bobot Absolut Persyaratan Teknis

Diperoleh dari perkalian antara tingkat kepentingan dengan nilai simbol pada matriks hubungan antara persyaratan konsumen dan persyaratan teknis. Urutan prioritas persyaratan teknis berdasarkan bobot absolut adalah Urutan prioritas bobot absolut persyaratan teknis yaitu keuangan, pelayanan, pembersihan, bahan

baku, pembuatan produk, preparasi, dan inventori.

n. Bobot Relatif Persyaratan Teknis

Bobot relatif persyaratan teknis diperoleh dari perkalian antara tingkat bobot absolut persyaratan konsumen dengan nilai simbol pada matriks hubungan antara persyaratan konsumen dan persyaratan teknis. Urutan prioritas bobot relatif persyaratan teknis yaitu keuangan, pelayanan, pembersihan, bahan baku, pembuatan produk, preparasi, dan inventori.

Perbaikan Hasil Penerapan Matriks *House of Quality* (HOQ)

Peningkatan kualitas Semara Coffee menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) berdasarkan matriks *House of Quality* (HOQ) dapat dilakukan dengan melakukan perbaikan dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perbaikan yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Memperketat seleksi bahan baku yang berkualitas dalam proses pembuatan produk untuk menjaga keunggulan dengan rasa khasnya.
- b. Meningkatkan penataan ruangan melalui dekorasi pencahayaan dan hiasan sesuaikan dengan warna ruangan.
- c. Meningkatkan keramahan dan kesopanan barista dalam melakukan pelayanan dengan cara menyambut dan melayani dengan sopan, serta memperhatikan kerapian dan kelengkapan yang digunakan barista.
- d. Melakukan efisiensi biaya operasional untuk menekan harga.

- e. Mempertahankan tempat Semara Coffee dan memperbanyak cabang dengan lokasi yang terjangkau dan mudah diakses.
- f. Meningkatkan perawatan wastafel, kamar mandi, dan musholla dengan melakukan pembersihan secara berkala, serta melakukan perbaikan dan memperluas tempat parkir.
- g. Meningkatkan respon keluhan konsumen dengan menawarkan bantuan secara sigap dan tanggap tanpa menunggu lama.
- h. Memperbanyak strategi promosi baik melalui media cetak, media elektronik, maupun media *online*.
- i. Meningkatkan kebersihan dengan menambah intensitas pembersihan dan dilakukan secara berkala.
- j. Menjaga kenyamanan tempat dengan mengatur pencahayaan, menyalakan pendingin ruangan, dan mengatur musik.
- k. Memberikan gradasi warna dan *art coffee* pada proses pembuatan produk yang akan mempengaruhi tampilan menu terlihat lebih menarik.
- l. Melakukan *briefing* rutin dan memberikan pelatihan dengan memberikan penjelasan mengenai informasi umum untuk menambah pengetahuan dan wawasan barista.
- m. Melakukan pembagian tugas pada karyawan dengan *shift* yang sama saat menyiapkan pesanan secara bersamaan.
- n. Menyediakan perlengkapan tambahan dengan jumlah yang lebih banyak.
- o. Menyediakan berbagai metode pembayaran dan memastikan mesin yang digunakan dalam pembayaran *cash less* dapat berfungsi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa prioritas utama persyaratan konsumen Semara Coffee adalah rasa, penataan ruang, serta keramahan, kesopanan, dan penampilan barista, sedangkan prioritas utama persyaratan teknis adalah keuangan, sehingga perumusan perbaikan yang dapat dilakukan pihak manajemen Semara Coffee pada persyaratan konsumen adalah (1) menggunakan bahan baku yang berkualitas, (2) meningkatkan kerapian ruangan dengan memberikan dekorasi, (3) meningkatkan keramahan dan kesopanan barista dalam melakukan pelayanan serta memperhatikan kerapian dan kelengkapan yang digunakan barista, (4) menekan biaya yang kurang efisien, (5) mempertahankan tempat dan memperbanyak cabang dengan lokasi yang terjangkau dan mudah diakses, (6) meningkatkan perawatan fasilitas pendukung dengan melakukan pembersihan secara berkala, (7) menawarkan bantuan kepada konsumen secara sigap dan tanggap, (8) melakukan promosi ke berbagai media cetak dan elektronik, (9) menambah intensitas pembersihan, (10) menjaga kenyamanan tempat, (11) memberikan gradasi warna dan *art coffee* pada proses pembuatan produk, (12) melakukan *briefing* rutin dan memberikan penjelasan mengenai informasi umum untuk menambah pengetahuan dan wawasan barista, (13) melakukan pembagian tugas pada karyawan, (14) menyediakan perlengkapan tambahan dengan jumlah yang lebih

banyak, dan (15) menyediakan berbagai metode pembayaran serta memastikan mesin dapat berfungsi.

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti antara lain adalah (1) menjaga identitas merek usaha Semara Coffee yang menyajikan bahan baku kualitas premium, (2) Semara Coffee sebaiknya menjaga loyalitas konsumen dengan menyediakan promosi kartu member dimana konsumen mendapatkan poin pada setiap minimal pembelian dan dapat ditukarkan voucher diskon ketika mencapai nilai tertentu, (3) Semara Coffee sebaiknya meningkatkan kombinasi dalam konsep tata ruang yang sesuai sebagai penunjang kenyamanan konsumen, (4) Semara Coffee sebaiknya meningkatkan kualitas layanan yaitu memberikan pelatihan *good customer service* pada barista dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan konsumen, dan (5) Semara Coffee sebaiknya memperluas jangkauan layanan melalui layanan pesan antar secara *online* sehingga konsumen dapat memesan tanpa datang ke *outlet*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah D.P. dan Dewinda S.S. 2018. Dukungan lokasi dalam peningkatan minat berperilaku konsumen. *J Ekonomi dan Bisnis* 21(1): 59 – 74.
- Ashari H, Ujang S, dan Kirbrandoko. 2013. Kepuasan Pelaku Usaha Terhadap Kualitas Layanan Perizinan Pupuk di Kementerian Pertanian. *J Manajemen dan Agribisnis* 10 (3): 156-164.

- Azhari MAA, Caecilia SW, dan Lauddita I. 2015. Rancangan Produk Sepatu Olahraga Multifungsi Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional Reka Integra* 3(4): 241-252.
- Dahlan AF dan Yuswono H. 2016. Penentuan Atribut Persyaratan Teknis Alat Pemeras Santan di UMKM XYZ Kota Batu. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri* 4(1): 61- 67.
- Irene Y. dan Bambang R. 2013. Analisis Peningkatan Kualitas Layanan dengan *Quality Function Deployment* (QFD) pada Laboratorium Matematika Pusat Laboratorium Terpadu. *Jurnal Matematika Integratif* (2): 147-160.
- KEMENPERIN. 2017. *Peluang Usaha IKM Kopi*. Jakarta: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- KEMENPERIN. 2019. *Siaran Pers*. Kementerian Perindustrian Republik indonesia. <https://kemenperin.go.id>. Diakses 3 Oktober 2019.
- Kurnianto MF, Soetriono, dan Bagus PYK. 2013. Strategi Peningkatan Mutu Kecap Asin Berbasis Harapan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Kecap Asin Cap Ikan Suramas, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember). *Jurnal Inovasi politeknis negeri jember* 13(3): 1-13.
- Raharja F dan Amie K. 2017. Penerapan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) dalam Upaya Peningkatan Kualitas Produk Industri Rumahan Roti Raja Asih. *Diponegoro J of Management* 6(4): 1-10.
- Rahman A dan Heri S. 2012. Analisa Kepuasan Pelanggan pada Pekerjaan Reparasi Kapal dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD). *Jurnal Teknik ITS* 1(1): 297-302.
- Rochmawati dan Marlenywati. 2015. Perilaku Konsumsi Mie Instan Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah dan Jurusan Gizi Poltekkes Kemenkes Pontianak. *Jurnal Vokasi Kesehatan* 1 (6): 188 – 194.
- Santoso CH, Yohan GH, dan Monika K. 2014. Perencanaan *Quality Function Deployment* (QFD) pada Hotel Everbright Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 2(2): 15-30.
- Satriawan A dan Yuswono H. 2018. Penentuan Persyaratan Teknis dari Mesin Pemutar Adonan Es Menggunakan QFD Fase Pertama. *Jurnal Of Integrated System* 1(2): 180-192.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendar E dan Suroto. 2014. Penerapan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) dalam Upaya Peningkatan

- Kualitas Pelayanan Akademik Pada UB. *J Faktor Exacta* 7(4): 372-386.
- Menoreh. *J Vegetalika* 4 (1): 87-101.
- Sukirno S. 2003. *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Sutomo H, I Ketut S, dan Kadinda R. M. 2015. Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Pepaya California. *J Agrijati* 28(1): 114-144.
- Syafei MY dan Natasyashinta L. 2017. Perancangan Alat Bantu Pengecekan Fuse Box dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment*. *J of Industrial Engineering, Scientific Journal on Research and Application of Industrial System* 2 (2): 105-116.
- Wagiono YK dan Hamrah. 2007. Metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk Informasi Penyempurnaan Perakitan Varietas Melon. *J Agribisnis dan Ekonomi Pertanian* 1(2): 48-57.
- Wibisono D. 2018. Analisis Kualitas Layanan Pendidikan dengan Menggunakan Integrasi Metode Servqual dan QFD. *J Sosio e-Kons* 10(1): 56-74.
- Wicaksono H, Eka TSP, dan Sri M. 2015. Kesesuaian Tanaman Ganyong (*Canna indica* L.), Suweg (*Amorphophallus paeoniifolius* (Dennst.) Nicolson), dan Ubi Kayu (*Manihot esculenta* Crantz) pada Agroforestri Perbukitan