

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KOPI OPA *ROASTERY* DELANGGU DI KABUPATEN KLATEN

Rinda Khoiri Nur R.¹, Rhina Uchyani Fajarningsih², Mei Tri Sundari³

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta
Jl. Ir. Sutami No.36 A Kentingan Surakarta 57126 Telp/Fax (0271) 637457
Email : rindakhoiri@gmail.com¹, rhinauchyani@staff.uns.ac.id²,
meitri_sundari@yahoo.com³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Kopi Opa *Roastery* Delanggu dan memberikan rekomendasi strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Metode dasar yang digunakan adalah deskriptif. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja yaitu Kedai Kopi Opa *Roastery* Delanggu. Pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis *accidental sampling* yang berjumlah 100 responden dengan kriteria pernah mengunjungi dan membeli produk secara langsung minimal satu kali. Analisis data yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis* menggunakan *software* Microsoft Excel 2010. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berdasarkan *Customer Satisfaction Index* adalah 56,58% yang berarti secara keseluruhan konsumen merasa cukup puas dengan kinerja Kopi Opa *Roastery* Delanggu. Strategi yang direkomendasikan yaitu dengan meningkatkan promosi di media sosial, meningkatkan kecepatan karyawan dalam merespon keluhan dan permasalahan konsumen, menyediakan pembayaran dengan kartu debit, memperluas tempat parkir, serta meningkatkan kebersihan tempat.

Kata Kunci : *Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis, Kepuasan Konsumen, Kopi Opa Roastery Delanggu*

ABSTRACT

This study aims to determine the level of consumer satisfaction with Kopi Opa *Roastery* Delanggu and provide recommendations for appropriate strategies to increase customer satisfaction. The basic method used is descriptive. The research location was deliberately chosen, namely Kedai Kopi Opa *Roastery* Delanggu. Sampling using a non-probability sampling method with the type of accidental sampling totaling 100 respondents with the criteria of having visited and bought the product directly at least once. Analysis of the data used is the *Customer Satisfaction Index* and *Importance Performance Analysis* using Microsoft Excel 2010 software. The results show that the level of customer satisfaction based on the *Customer Satisfaction Index* is 56.58%, which means that overall consumers are quite satisfied with the performance of Kopi Opa *Roastery* Delanggu. The recommended strategy is to increase promotions on social media, increase the speed of employees in responding to consumer complaints and problems, provide payment by debit card, expand parking spaces, and improve the cleanliness of the place.

Kata Kunci : *Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis, Consumer Satisfaction, Kopi Opa Roastery Delanggu*

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memegang peranan cukup penting dalam perekonomian Indonesia. Komoditas kopi sebagai produk ekspor dapat memberikan kontribusi berupa penghasil devisa dan pendapatan negara, sumber pendapatan bagi petani, penciptaan lapangan kerja, serta pendorong pertumbuhan pada sektor agribisnis dan agroindustri (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2019).

Strata industri kopi dalam negeri sangat beragam, mulai dari unit usaha berskala *home industry* hingga industri kopi berskala multinasional. Produk yang dihasilkan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dalam negeri, namun juga untuk mengisi pasar di luar negeri (Zulkarnain *et al*, 2013).

Tabel 1. Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2015-2018

Tahun	Produksi (Ton)
2015	639.355
2016	663.871
2017	717.962
2018	756.051

Sumber : Direktorat Jenderal Perkebunan, 2019

Peningkatan produksi kopi dari tahun 2015 hingga 2018 sejalan dengan peningkatan konsumsi kopi di Indonesia.

Tabel 2. Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2015-2018

Tahun	Konsumsi Kopi (Ton)
2015/2016	273.000
2016/2017	279.000
2017/2018	285.000

Sumber : *International Coffee Organization*, 2020

Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat. Menurut Sumartini dan Tias (2019), Aktivitas mengkonsumsi kopi di kedai kopi menjadi hal yang biasa dan banyak dilakukan oleh masyarakat. Hal ini menyebabkan berkembangnya bisnis kedai kopi.

Perkembangan bisnis kedai kopi memberikan persaingan terhadap usaha kedai kopi. Banyaknya pesaing bisnis kedai kopi membuat konsumen memiliki lebih banyak pilihan untuk melakukan pembelian kopi yang sesuai dengan selera yang diinginkan. Pengusaha kedai kopi harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen agar bisa bertahan dalam persaingan serta dapat memberikan kepuasan konsumen. Kepuasan merupakan suatu perasaan yang dirasakan seseorang dari hasil membandingkan produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang (Alvioletta *et al*, 2020).

Salah satu bisnis kedai kopi di Kabupaten Klaten adalah Kopi Opa *Roastery* Delanggu yang terletak di Jalan Raya Delanggu Utara No. 50, Perkebunan, Kepanjen, Kecamatan Delanggu. Kopi Opa *Roastery* Delanggu merupakan kedai kopi yang melakukan pengolahan kopi sendiri dari biji kopi mentah menjadi kopi bubuk. Proses pemanggangan kopi dilakukan di kedai kopi tersebut sehingga kualitas kopi yang dihasilkan bisa disesuaikan dengan keinginan. Sebagai kedai yang tergolong baru Kopi Opa *Roastery* Delanggu harus bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memperhatikan atribut-atribut yang ditawarkan supaya dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Kopi Opa *Roastery* Delanggu menarik minat penikmat kopi dengan memberikan penawaran pada konsumen untuk memilih jenis kopi yang akan dikonsumsi, tempat yang nyaman dengan tema rumah tradisional jawa, serta edukasi mengenai proses pembuatan kopi sehingga dapat menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen bermanfaat dalam mendorong terciptanya loyalitas. Analisis tingkat kepuasan konsumen dapat mendukung berkembangnya Kopi Opa *Roastery* Delanggu karena dapat mengetahui tingkat kepentingan maupun kinerja yang dimiliki, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam penentuan strategi untuk memperbaiki atau

mempertahankan kinerja atribut yang ditawarkan. Melihat pentingnya kepuasan konsumen bagi suatu bisnis, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kopi Opa *Roastery* Delanggu Di Kabupaten Klaten”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Kopi Opa *Roastery* Delanggu di Kabupaten Klaten dan memberikan rekomendasi strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen Kopi Opa *Roastery* Delanggu di Kabupaten Klaten.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar Penelitian

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif.

Metode Penentuan Lokasi

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja yaitu kedai Kopi Opa *Roastery* Delanggu dengan pertimbangan melakukan proses pemanggangan kopi sendiri, menawarkan banyak jenis kopi dari berbagai daerah di Nusantara, edukasi pembuatan kopi, dan menawarkan tempat minum dengan tema rumah tradisional Jawa supaya terasa seperti di rumah sendiri sehingga dapat menciptakan kenyamanan bagi orang-orang yang mengunjunginya.

Metode Penentuan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non-probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Kriteria konsumen yang diambil adalah konsumen yang pernah mengunjungi dan membeli secara langsung produk kopi di Kopi Opa *Roastery* Delanggu minimal satu kali.

Menurut Suliyanto (2018), apabila ukuran populasi tidak diketahui secara pasti, maka rumus yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimal dikembangkan oleh Cochran (1997), sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2}}{4 d^2} \dots\dots\dots (1)$$

Dimana n adalah ukuran sampel minimal, Z adalah area dibawah kurva normal, α adalah tingkat signifikansi sebesar 0,05, d adalah tingkat toleransi kesalahan sebesar 10%.

Berdasarkan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan :

$$Z_{\alpha/2} = Z_{0,025} = 1,96$$

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,10)^2} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan ukuran sampel minimal tersebut, maka sampel yang akan diambil sebesar 100 responden.

Metode Pengujian Instrumen

Instrumen penelitian memiliki syarat valid dan reliabel. Menurut Hermawan (2011), untuk melakukan uji instrumen digunakan 30 responden. Skala Likert merupakan data yang berskala ordinal. Data berskala ordinal dapat diperlakukan seperti data interval setelah melalui transformasi dengan menggunakan *metode succesive interval* (Sarwono, 2011). Menurut Gunawan (2020), menentukan apakah item valid atau tidak dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $\geq r$ tabel maka item dinyatakan valid. Jika r hitung $< r$ tabel maka item tidak valid. Menurut Hulu dan Sinaga (2019), pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, dimana jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka pertanyaan reliabel. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka pertanyaan tidak reliabel.

Metode Analisis Data

Analisis deskriptif adalah teknik analisis yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mengklasifikasikan, menjelaskan dan menganalisis sehingga memberikan informasi dan gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti (Masyitah dan Harahap, 2018).

Customer Satisfaction Index digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari setiap atribut (Agustin *et al*, 2021). Menurut Damanik (2014), Tahapan dalam perhitungan *Customer Satisfaction Index*

(CSI) adalah (a) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) dengan rumus,

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots\dots\dots (2)$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots\dots\dots (3)$$

Dimana n adalah jumlah responden, Y_i adalah nilai kepentingan atribut ke-i, X_i adalah nilai kinerja atribut ke-i, (b) Menghitung *Weighted Factor* (WF) dengan rumus,

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\text{Total MIS}_i} \dots\dots\dots (4)$$

Dimana MIS_i adalah *Mean Importance Score*, ke-i, (c) Menghitung *Weighted Score* (WS) dengan rumus,

$$WS_i = MSS_i \times WF_i \dots\dots\dots (5)$$

Dimana MSS_i adalah *Mean Satisfaction Score*, ke-i, WF_i adalah *Weighted Factor*, ke-i, (d) Menghitung *Weighted Average Total* (WAT) dengan rumus,

$$WAT = WSA_1 + \dots + WSA_n \dots\dots\dots (6)$$

Dimana WSa adalah *Weighted Score*, (e) Menggunakan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan rumus,

$$CSI = \frac{WA}{HS} \times 100\% \dots\dots\dots (7)$$

Dimana WA adalah *Weighted Average*, HS adalah *High Scale*. Nilai yang diperoleh dari perhitungan CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

Tabel 3. Kriteria Kepuasan Konsumen

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 - 1,00	Sangat Puas
0,66 - 0,80	Puas
0,51 - 0,65	Cukup Puas
0,35 - 0,50	Kurang Puas
0,00 - 0,34	Tidak Puas

Sumber : Aritonang dalam Bagaskara dan Suparto (2019)

Importance performance analysis adalah suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan kinerja. Teknik ini berguna dalam pengembangan program pemasaran yang efektif (Chandra dan Novia, 2019). Menurut Anggraini *et al* (2015), tahapan dalam metode *Importance Performance Analysis* adalah (a) Menentukan tingkat kesesuaian antara

tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut-atribut yang diteliti dengan rumus,

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \dots\dots\dots (8)$$

Dimana Tk_i adalah tingkat kesesuaian, X_i adalah skor penilaian kerja, Y_i adalah skor penilaian kepentingan, (b) Menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang menjadi persepsi konsumen dengan rumus,

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n} \dots\dots\dots (9)$$

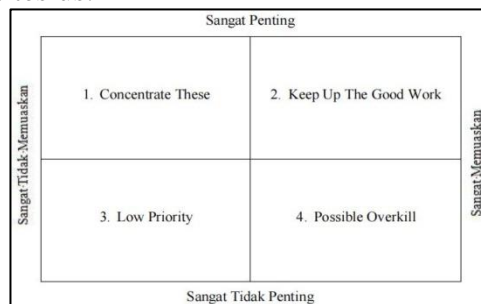
$$\bar{Y} = \frac{\sum y_i}{n} \dots\dots\dots (10)$$

Dimana \bar{X} adalah skor rata-rata tingkat kinerja, \bar{Y} adalah skor rata-rata tingkat kepentingan, n adalah jumlah responden, (c) Menghitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan dan kinerja yang akan menjadi batas dalam diagram kartesius dengan rumus,

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}}{k} \dots\dots\dots (11)$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}}{k} \dots\dots\dots (12)$$

Dimana $\bar{\bar{X}}$ adalah rata-rata skor tingkat kinerja seluruh attribut, $\bar{\bar{Y}}$ adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh atribut, k adalah jumlah atribut, (d) Melakukan penjabaran atribut dalam sebuah diagram kartesius.



Sumber : Candrianto, 2021

Gambar 1. Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis*

Penjelasan mengenai diagram kartesius yaitu (a) Kuadran 1 (*Concentrate These*), merupakan kuadran yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor tersebut belum sesuai dengan harapan konsumen. Variabel-variabel dalam kuadran ini harus ditingkatkan, (b) Kuadran 2 (*Keep Up The Good Work*), merupakan kuadran yang memuat faktor-

faktor yang dianggap konsumen sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasan relatif lebih tinggi. Variabel-variabel dalam kuadran ini harus dipertahankan karena unggul di mata konsumen, (c) Kuadran 3 (*Low Priority*), merupakan kuadran yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Variabel-variabel yang ada dalam kuadran ini dipertimbangkan kembali dalam peningkatannya, (d) Kuadran 4 (*Possible Overkill*), merupakan kuadran yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang ada dalam kuadran ini bisa dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Umum Kopi Opa Roastery Delanggu

Kopi Opa Roastery Delanggu merupakan salah satu kedai kopi di Kabupaten Klaten yang berlokasi di Jalan Raya Delanggu Utara No. 50, Perkebunan, Kepanjen, Kecamatan Delanggu. Kedai ini didirikan pada tanggal 15 September tahun 2019 oleh Bapak Santa. Bapak Santa ingin menyediakan tempat bagi siapapun baik muda, tua, maupun lansia untuk berbagi rasa, berbela rasa, dan bersama-sama. Kedai dinamakan Kopi Opa karena cucu-cucu dan keponakan Bapak Santa memanggilnya dengan sebutan Opa. Panggilan tersebut kemudian dikekalkan sebagai nama kedai kopi dengan memberi tambahan kata *roastery* karena kedai melakukan pemanggangan kopi sendiri. Rumah tradisional Jawa dipilih sebagai langgam joglo Kopi Opa Roastery Delanggu supaya terasa seperti di rumah sendiri sehingga dapat menciptakan kenyamanan bagi orang-orang yang mengunjunginya. Kedai juga memiliki sejumlah aksesoris betawi seperti pada lisplang dan kursi yang digunakan. Penambahan sejumlah aksesoris betawi pada

kedai merupakan isyarat bahwa pemiliknya adalah orang Jawa yang lama tinggal dan bekerja di Jakarta.

Kopi Opa Roastery Delanggu melakukan pengolahan kopi sendiri dari biji kopi mentah menjadi kopi bubuk. Menu minuman kopi yang ditawarkan yaitu *espresso*, *single origin*, es kopi kandang, kopi saset dan kopi botol. *Espresso* adalah ekstrak biji kopi yang diproses dengan mesin tekanan tinggi. *Single origin* adalah kopi yang berasal dari wilayah tertentu. Es kopi kandang merupakan campuran *espresso*, susu segar, dan gula aren.

Karakteristik Responden

Jumlah konsumen yang dijadikan responden adalah sebanyak 100 orang. Responden penelitian didominasi oleh laki-laki karena kebiasaan mengonsumsi minuman kopi merupakan kegiatan yang sering dilakukan oleh laki-laki untuk memenuhi kebutuhannya. Mayoritas responden berusia 19 - 24 tahun. Anak-anak muda selalu mengikuti tren yang sedang disukai oleh banyak orang. Anak-anak muda cenderung suka menghabiskan waktunya di kedai kopi. Responden yang berdomisili di Klaten lebih banyak dibanding dari luar karena lokasi yang dekat. Responden penelitian mayoritas berstatus belum menikah. Seseorang yang belum menikah biasanya memiliki banyak kegiatan di luar rumah baik untuk keperluan organisasi maupun menjalankan kewajiban sebagai seorang pelajar atau mahasiswa. Responden dengan pendidikan terakhir SMA merupakan responden terbanyak yang berkunjung. Tingkat pendidikan terakhir SMA menunjukkan bahwa tingkat pendidikan sebagian besar responden sudah baik karena telah menempuh pendidikan selama 12 tahun. Tingginya pendidikan membuat seseorang lebih terbuka terhadap sesuatu yang baru serta perubahan yang terjadi di masyarakat. Responden dengan pekerjaan sebagai pelajar dan mahasiswa mendominasi karena letak yang strategis serta dekat

dengan kampus yaitu Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta dan Politeknik Manufaktur Ceper. Mayoritas responden memiliki pendapatan < Rp 1.500.000. Hal ini dikarenakan mayoritas pekerjaan responden adalah pelajar atau mahasiswa dimana rata-rata masih menggunakan uang saku dari orang tua untuk mencukupi kebutuhannya.

Mayoritas responden yang mengkonsumsi kopi di Kopi Opa *Roastery* Delanggu mendapatkan informasi keberadaan kedai dari rekomendasi teman atau kenalan. Pendapat dan kesukaan dari teman/kenalan biasanya mampu untuk mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang dalam berkunjung dan membeli produk. Alasan berkunjung dan melakukan

pembelian responden didominasi karena kenyamanan tempat. Tempat yang nyaman akan membuat konsumen senang dan betah untuk berada di kedai. Frekuensi pembelian konsumen Kopi Opa *Roastery* Delanggu sebagian besar adalah 1 - 2 kali. Hal ini dikarenakan kebiasaan anak muda yang suka mencari sesuatu yang baru. Banyaknya kedai kopi di Kabupaten Klaten membuat mereka memiliki banyak pilihan tempat untuk menikmati kopi.

Analisis Customer Satisfaction Index

Customer Satisfaction Index (CSI) dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melakukan pertimbangan terhadap tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut-atribut yang diukur.

Tabel 4. Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

Atribut		Pernyataan	MIS	WF %	MSS	WS
Rasa kopi	1	Rasa Kopi Opa <i>Roastery</i> Delanggu memiliki ciri khas	2,22	3,89	2,30	8,95
	2	Rasa kopi seimbang antara pahit, manis, dan asam	2,35	4,12	3,67	15,12
Variasi menu kopi	3	Variasi menu Kopi Opa <i>Roastery</i> Delanggu beragam sehingga konsumen memiliki banyak pilihan	2,46	4,31	3,27	14,09
Aroma kopi	4	Aroma Kopi Opa <i>Roastery</i> Delanggu mewakili rasa kopi	2,25	3,94	2,06	8,12
	5	Aroma Kopi Opa <i>Roastery</i> Delanggu memiliki ciri khas	2,32	4,06	2,22	9,01
Penyajian kopi yang menarik	6	Penyajian minuman Kopi Opa <i>Roastery</i> Delanggu menarik bagi konsumen	2,40	4,20	3,15	13,23
Kesesuaian harga kopi dengan kualitas	7	Harga yang ditetapkan Kopi Opa <i>Roastery</i> Delanggu sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan	2,30	4,03	3,42	13,78
Kemudahan menjangkau lokasi	8	Lokasi Kopi Opa <i>Roastery</i> Delanggu mudah dilalui dan terjangkau oleh kendaraan umum maupun pribadi	2,67	4,68	3,67	17,18
Promosi media sosial	9	Kopi Opa <i>Roastery</i> Delanggu gencar melakukan promosi di media sosial untuk mengenalkan produk yang ditawarkan maupun kedai kopi	3,42	5,99	2,80	16,77
Ketersediaan papan nama	10	Kopi Opa <i>Roastery</i> Delanggu menyediakan papan nama kedai untuk mempermudah konsumen menemukan kedai kopi	2,55	4,75	3,42	16,25
Keramahan dan kesopanan karyawan	11	Karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani konsumen	2,67	4,82	3,42	16,48
Penampilan karyawan	12	Karyawan berpenampilan rapi dalam melayani konsumen	2,63	4,61	3,67	16,92
Kesigapan karyawan	13	Karyawan cepat dalam merespon keluhan dan permasalahan konsumen	2,75	4,82	2,46	11,86
	14	Karyawan sigap dalam memperbaiki kembali meja yang telah digunakan konsumen	2,59	4,54	3,67	16,67
Kemampuan karyawan menjelaskan produk	15	Karyawan mampu menjelaskan produk kepada konsumen dengan bahasa yang mudah dimengerti	2,30	4,03	2,18	8,79
Kecepatan transaksi	16	Karyawan cepat dalam melayani pembayaran	2,40	4,20	2,43	10,21
Kecepatan penyajian	17	Karyawan cepat dalam menyajikan pesanan	3,67	6,43	3,67	23,60

Atribut	Pernyataan	MIS	WF %	MSS	WS
Desain interior kedai kopi	18 Desain interior kedai kopi unik dan memiliki ciri khas sehingga konsumen dapat langsung mengenalinya	2,49	4,75	2,35	11,16
Kenyamanan tempat	19 Suasana dan lingkungan Kopi Opa Roastery Delanggu nyaman	2,67	4,68	3,42	16,01
Kebersihan tempat	20 Kopi Opa Roastery Delanggu menjaga kebersihan meja, lingkungan kedai, dan kebersihan alat minum	2,59	4,68	2,37	11,09
Ketersediaan dan kebersihan toilet dan mushola	21 Kopi Opa Roastery Delanggu menyediakan toilet dan mushola serta menjaga kebersihannya	2,63	4,61	3,42	15,77
Ketersediaan akses parkir	22 Kopi Opa Roastery Delanggu menyediakan tempat parkir untuk konsumen	2,75	4,82	2,30	11,09
Weight Score Total					302,15
CSI (%)					56,58

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Nilai *Customer Satisfaction Index* dari Kopi Opa Roastery Delanggu sebesar 56,58%. Nilai tersebut berada pada rentang skala 51% - 65% yang masuk ke dalam kategori cukup puas. Hasil ini mengindikasikan bahwa secara umum konsumen yang membeli merasa cukup puas dengan kinerja yang diberikan. Kopi Opa Roastery Delanggu diharapkan dapat terus meningkatkan kepuasan konsumen agar sesuai dengan harapan yang diinginkan dengan memperbaiki kinerja, sehingga nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat mencapai 100%.

Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat menentukan prioritas

atribut berdasarkan prioritas perbaikan. Prioritas ini digambarkan dalam sebuah diagram kartesius yang terbagi dalam empat kuadran, kemudian masing-masing atribut dipetakan berdasarkan hasil nilai rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Perbaikan terhadap kinerja atribut tidak dapat dilakukan secara bersamaan karena keterbatasan sumber daya. Pihak kedai harus mampu mengalokasikan sumber daya yang ada pada perbaikan kinerja atribut yang memberikan manfaat lebih besar terhadap tingkat kepuasan. Atribut yang perlu diprioritaskan adalah atribut yang dianggap penting oleh konsumen namun kinerjanya belum sesuai dengan harapan.

Tabel 5. Perhitungan Importance Performance Analysis (IPA)

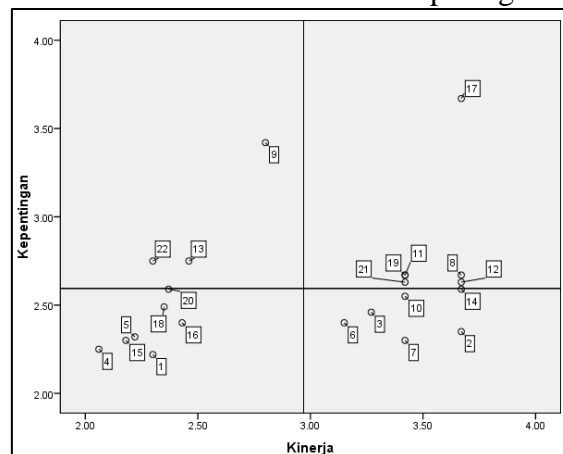
Atribut	Indikator	Tk_i	\bar{X}	\bar{Y}
Rasa kopi	1 Rasa Kopi Opa Roastery Delanggu memiliki ciri khas	103,18%	2,30	2,22
	2 Rasa kopi seimbang antara pahit, manis, dan asam	156,24%	3,67	2,35
Variasi menu kopi	3 Variasi menu Kopi Opa Roastery Delanggu beragam sehingga konsumen memiliki banyak pilihan	132,97%	3,27	2,46
Aroma kopi	4 Aroma Kopi Opa Roastery Delanggu mewakili rasa kopi	91,58%	2,06	2,25
	5 Aroma Kopi Opa Roastery Delanggu memiliki ciri khas	95,88%	2,22	2,32
Penyajian kopi yang menarik	6 Penyajian minuman Kopi Opa Roastery Delanggu menarik bagi konsumen	131,44%	3,15	2,40
Kesesuaian harga kopi dengan kualitas	7 Harga yang ditetapkan Kopi Opa Roastery Delanggu sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan	149,04%	3,42	2,30
Kemudahan menjangkau lokasi	8 Lokasi Kopi Opa Roastery Delanggu mudah dilalui dan terjangkau oleh kendaraan umum maupun pribadi	137,43%	3,67	2,67
Promosi media sosial	9 Kopi Opa Roastery Delanggu gencar melakukan promosi di media sosial untuk mengenalkan produk yang ditawarkan maupun kedai kopi	81,98%	2,80	3,42
Ketersediaan papan nama	10 Kopi Opa Roastery Delanggu menyediakan papan nama kedai untuk mempermudah konsumen menemukan kedai kopi	133,92%	3,42	2,55
Keramahan dan kesopanan karyawan	11 Karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani konsumen	128,27%	3,42	2,67

Atribut	Indikator	Tk_i	\bar{X}	\bar{Y}
Penampilan karyawan	12 Karyawan berpenampilan rapi dalam melayani konsumen	139,51%	3,67	2,63
Kesigapan karyawan	13 Karyawan cepat dalam merespon keluhan dan permasalahan konsumen	89,21%	2,46	2,75
	14 Karyawan sigap dalam merapikan kembali meja yang telah digunakan konsumen	141,52%	3,67	2,59
Kemampuan karyawan menjelaskan produk	15 Karyawan mampu menjelaskan produk kepada konsumen dengan bahasa yang mudah dimengerti	94,99%	2,18	2,30
Kecepatan transaksi	16 Karyawan cepat dalam melayani pembayaran	101,18%	2,43	2,40
Kecepatan penyajian	17 Karyawan cepat dalam menyajikan pesanan	100%	3,67	3,67
Desain interior kedai kopi	18 Desain interior kedai kopi unik dan memiliki ciri khas sehingga konsumen dapat langsung mengenalinya	94,27%	2,35	2,49
Kenyamanan tempat	19 Suasana dan lingkungan Kopi Opa Roastery Delanggu nyaman	128,27%	3,42	2,67
Kebersihan tempat	20 Kopi Opa Roastery Delanggu menjaga kebersihan meja, lingkungan kedai, dan kebersihan alat minum	91,60%	2,37	2,59
Ketersediaan dan kebersihan toilet dan mushola	21 Kopi Opa Roastery Delanggu menyediakan toilet dan mushola serta menjaga kebersihannya	130,21%	3,42	2,63
Ketersediaan akses parkir	22 Kopi Opa Roastery Delanggu menyediakan tempat parkir untuk konsumen	83,31%	2,30	2,75
Total			65,34	57,08
Rata-rata skor seluruh atribut			2,97	2,59

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Tingkat kesesuaian dapat digunakan untuk melihat peringkat atribut dari yang terendah sampai tertinggi sehingga dapat diketahui urutan prioritas untuk upaya perbaikan oleh pihak Kopi Opa Roastery Delanggu. Atribut yang memiliki tingkat kesesuaian terendah adalah promosi media sosial yaitu sebesar 81,98%. Atribut promosi media sosial yang dilakukan oleh kedai belum sesuai dengan harapan konsumen. Pihak kedai perlu untuk melakukan perbaikan atribut supaya dapat mencapai harapan yang diinginkan oleh konsumen.

Nilai rata-rata keseluruhan atribut tingkat kepentingan adalah sebesar 2,59, sedangkan nilai rata-rata keseluruhan atribut tingkat kinerja adalah sebesar 2,97. Nilai tersebut digunakan sebagai batas garis pembagi dalam diagram kartesius menjadi empat kuadran. Diagram kartesius merupakan suatu diagram yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis rata-rata skor kinerja dan rata-rata tingkat kepentingan. Hasil pemetaan nilai rata-rata tingkat kepentingan dan nilai rata-rata tingkat kinerja dengan menggunakan diagram kartesius dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2. Hasil diagram kartesius IPA

Kuadran 1 (*Concentrate These*) adalah kuadran yang memuat atribut yang dianggap penting oleh konsumen namun pada kenyataannya atribut belum sesuai dengan harapan konsumen. Atribut pada kuadran ini perlu diprioritaskan dan ditingkatkan kinerjanya. Atribut yang ada dalam kuadran 1 yaitu promosi media sosial, kecepatan karyawan dalam merespon keluhan dan permasalahan, serta ketersediaan akses parkir.

Kuadran 2 (*Keep Up The Good Work*) adalah kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting bagi konsumen dan kinerjanya sudah sesuai dengan harapan konsumen. Atribut pada kuadran ini memiliki tingkat kepuasan relatif tinggi. Pihak kedai sudah tepat dalam melakukan kinerja sehingga kinerja tersebut harus tetap dipertahankan karena menjadi keunggulan. Atribut yang ada dalam kuadran 2 yaitu kemudahan menjangkau lokasi, keramahan dan kesopanan karyawan, penampilan karyawan, kecepatan penyajian, kenyamanan tempat, serta ketersediaan dan kebersihan toilet dan mushola.

Kuadran 3 (*Low Priority*) adalah kuadran yang menunjukkan atribut-atribut yang dianggap kurang penting bagi konsumen dan kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan atribut pada kuadran ini perlu untuk dipertimbangkan karena manfaat yang dirasakan konsumen kecil. Atribut yang berada di kuadran ini yaitu ciri khas rasa kopi, aroma kopi, kemampuan karyawan menjelaskan produk, kecepatan transaksi, desain interior, dan kebersihan tempat.

Kuadran 4 (*Possible Overkill*) merupakan kuadran yang menunjukkan atribut-atribut yang dianggap kurang penting bagi konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Pihak kedai dapat mengurangi kinerja atribut-atribut pada kuadran ini apabila pengurangan kinerja tersebut dibutuhkan. Atribut-atribut yang ada pada kuadran ini apabila dalam pelaksanaannya memerlukan biaya maka perlu dilakukan pengalihan biaya untuk

memperbaiki kuadran 1. Atribut yang berada di kuadran ini yaitu keseimbangan rasa kopi, variasi menu kopi, penyajian kopi yang menarik, kesesuaian harga dengan kualitas, ketersediaan papan nama, dan kesigapan karyawan dalam merapikan meja.

Rekomendasi Strategi Pemasaran yang tepat untuk Kopi Opa Roastery Delanggu

Strategi bauran pemasaran Kopi Opa Roastery Delanggu mengacu pada tujuh bauran pemasaran yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Berdasarkan hasil penelitian, strategi yang digunakan oleh Kopi Opa Roastery Delanggu belum sepenuhnya memenuhi kepuasan konsumen. Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu dengan memperbaiki kinerja atribut yang dinilai belum baik dan memperhatikan kembali strategi yang diterapkan.

Atribut produk yang diukur pada penelitian ini adalah rasa kopi, variasi menu kopi, aroma kopi, dan penyajian kopi yang menarik. Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan menonjolkan ciri khas rasa dan aroma espresso yang dimiliki karena espresso akan digunakan untuk membuat menu kopi yang lain. Jika kedai memiliki rasa dan aroma yang khas maka kedai akan memiliki daya tarik tersendiri untuk dapat menarik konsumen datang kembali mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan. Kopi Opa Roastery Delanggu juga perlu mempertahankan kinerja variasi menu kopi, keseimbangan rasa kopi, dan penyajian kopi yang menarik tetapi tidak boleh terlalu memperhatikan atribut ini dan mengesampingkan atribut yang lain.

Atribut yang termasuk bauran harga adalah kesesuaian harga kopi dengan kualitas. Kopi Opa Roastery Delanggu dapat mempertahankan kinerja kesesuaian harga dengan mempertahankan harga yang telah ditetapkan karena sudah sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan.

Atribut yang berkaitan dengan tempat adalah kemudahan menjangkau lokasi. Kinerja dari atribut sudah mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen. Lokasi Kopi Opa *Roastery* Delanggu terletak di Jalan Raya Solo Jogja yang strategis untuk di kunjungi. Hal ini membuat konsumen tidak merasa kesulitan untuk menjangkau. Akses transportasi juga mudah baik untuk kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Kopi Opa *Roastery* Delanggu perlu mempertahankan kinerja atribut ini dengan mempertahankan lokasi kedai di pinggir Jalan Raya Delanggu Utara No. 50, Perkebunan, Kepanjen, Kecamatan Delanggu, Kabupaten Klaten. Atribut ini perlu dipertahankan karena menjadi keunggulan dari kedai.

Atribut promosi yang digunakan dalam penelitian ini adalah promosi media sosial dan ketersediaan papan nama. Strategi yang dapat dilakukan untuk perbaikan adalah meningkatkan promosi di media sosial dengan cara selalu mengunggah foto dan video terbaru kegiatan di kedai. Foto dan video yang diunggah bisa dari hasil foto yang diambil sendiri maupun dari unggahan konsumen yang menandai akun Kopi Opa *Roastery* Delanggu. Kegiatan yang dimaksud bisa seperti kegiatan bersantai, mengerjakan tugas, maupun rapat. Kopi Opa *Roastery* Delanggu bisa mempertahankan kinerja ketersediaan papan nama dengan menjaga papan nama agar selalu terlihat jelas. Hal ini dikarenakan papan nama yang terlihat jelas dapat mempermudah konsumen untuk menemukan kedai dan dapat menarik konsumen baru untuk datang berkunjung.

Atribut yang termasuk dalam bauran orang adalah keramahan dan kesopanan karyawan, penampilan karyawan, kecepatan karyawan dalam merespon keluhan dan permasalahan konsumen, karyawan sigap dalam merapikan meja, dan kemampuan karyawan menjelaskan produk. Strategi yang dapat dilakukan untuk perbaikan adalah dengan

meningkatkan kecepatan karyawan dalam merespon keluhan dan permasalahan konsumen. Hal ini dikarenakan kecepatan karyawan dalam merespon keluhan dan permasalahan dapat menciptakan kepuasan konsumen. Kinerja atribut keramahan dan kesopanan karyawan perlu dipertahankan. Keramahan dan sikap sopan santun sangat penting dimiliki oleh karyawan dalam melayani konsumen supaya konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Kinerja atribut penampilan karyawan perlu dipertahankan karena penampilan karyawan merupakan atribut yang dapat membuat konsumen semakin percaya terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Kopi Opa *Roastery* Delanggu dapat memperbaiki kemampuan karyawan dengan mengarahkan karyawan untuk lebih memberikan informasi dan penjelasan tentang menu kopi yang ditawarkan supaya konsumen mengetahui perbedaannya sehingga dapat memilih menu sesuai dengan yang diinginkan. Kesigapan karyawan dalam merapikan meja juga perlu dipertahankan dilakukan supaya saat konsumen baru datang meja sudah bersih.

Atribut proses adalah kecepatan transaksi dan kecepatan penyajian. Kopi Opa *Roastery* Delanggu dapat meningkatkan kinerja atribut kecepatan transaksi melalui penyediaan pembayaran dengan menggunakan kartu debit agar dapat mempercepat proses transaksi. Atribut kecepatan penyajian perlu dipertahankan dengan menjaga kecepatan karyawan dalam menyajikan pesanan kepada konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen tidak suka menunggu lama untuk mendapatkan pesannya.

Atribut bukti fisik yaitu desain interior kedai kopi, kenyamanan tempat, kebersihan tempat, ketersediaan dan kebersihan toilet dan mushola, serta ketersediaan akses parkir. Strategi yang dapat dilakukan oleh Kopi Opa *Roastery* Delanggu untuk perbaikan adalah dengan memperluas tempat parkir yang

disediakan. Tempat parkir yang luas akan memudahkan konsumen dalam memarkirkan kendaraannya. Atribut kenyamanan tempat perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Kenyamanan tempat yang didukung dengan suasana yang baik dapat meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Kenyamanan tempat dapat ditingkatkan dengan mengganti obat nyamuk bakar dengan alat pengusir nyamuk elektrik serta menyediakan tempat khusus untuk merokok sehingga asapnya tidak mengganggu konsumen yang lain. Kinerja atribut ketersediaan dan kebersihan toilet dan mushola perlu dipertahankan dengan selalu menjaga kebersihan dari toilet dan mushola yang tersedia. Kopi Opa *Roastery* Delanggu dapat melakukan perbaikan kinerja atribut desain interior dengan menambahkan hiasan pada kedai agar lebih menarik. Hal ini dikarenakan desain interior dapat menarik perhatian konsumen saat melihat kedai. Kinerja atribut kebersihan tempat juga perlu diperbaiki dengan meningkatkan kebersihan tempat yang mencakup kebersihan meja, lingkungan kedai, dan kebersihan alat minum.

SIMPULAN

Tingkat kepuasan konsumen terhadap Kopi Opa *Roastery* Delanggu di Kabupaten Klaten berdasarkan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah sebesar 56,58% yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen merasa cukup puas dengan kinerja Kopi Opa *Roastery* Delanggu.

Strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen Kopi Opa *Roastery* Delanggu di Kabupaten Klaten yang direkomendasikan yaitu pada strategi produk, Kopi Opa *Roastery* Delanggu dapat menonjolkan ciri khas rasa dan aroma dari espresso. Strategi harga yang dapat dilakukan adalah mempertahankan kesesuaian harga dengan kualitas. Strategi tempat yang dapat dilakukan adalah mempertahankan lokasi

Kopi Opa *Roastery* Delanggu. Strategi promosi yang dapat dilakukan adalah meningkatkan promosi di media sosial dengan cara selalu mengunggah foto dan video terbaru kegiatan di Kopi Opa *Roastery* Delanggu. Strategi orang yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kecepatan karyawan dalam merespon keluhan dan permasalahan konsumen serta lebih memberikan informasi dan penjelasan tentang menu kopi yang ditawarkan. Strategi proses yang dapat dilakukan adalah menyediakan pembayaran dengan menggunakan kartu debit. Strategi bukti fisik yang dapat dilakukan adalah memperluas tempat parkir, menambahkan hiasan pada kedai agar lebih menarik, serta meningkatkan kebersihan tempat yang mencakup kebersihan meja, lingkungan kedai, dan kebersihan alat minum.

DAFTAR PUTAKA

- Agustin, R. D., Nugroho, A. D., Masyhuri. 2021. Kepuasan Petani Terhadap Layanan Pasar Lelang Cabai Sido Dadi di Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal SEPA* 17(2): 174-184.
- Alvioletta, V., Setyawan, M. Y. H., Saputra, M. H. K. 2020. *Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Pada Penilaian Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Pelayanan Divisi (Studi Kasus : CV Tirta Kencana)*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.
- Anggraini, L. D., Deoranto, P., Iksari, D. M. 2015. Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*. *Jurnal Industri* 4(2): 74-81.
- Bagaskara, S., Suparto. 2019. Analisis Kepuasan Pelanggan pada Jasa Cuci Sepatu SANS.INC dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). *Jurnal SENOPATI* 1 (1): 22-29.

- Candrianto. 2021. *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang: Literasi Nusantara.
- Chandra, T., Novia, D. 2019. *Analysis Of Service Quality and Customer Satisfaction Using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) Method In "Jakarta" Optical Pekanbaru*. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 7 (2): 125-139.
- Damanik, P. A. 2014. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Minuman Kopi dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) (Studi Kasus di Coffee Story Malang)*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2019. *Statistik Perkebunan Indonesia Tree Crop Estate Statistics Of Indonesia 2018-2020*. Jakarta: Direktorat Jenderal Perkebunan.
- Gunawan, C. 2020. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*. Sleman: CV Budi Utama.
- Hermawan, B. 2011. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek, dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 4 (2): 9-17.
- Hulu, V.T., Sinaga, T. R. 2019. *Analisis Data Statistik Parametrik Aplikasi SPSS Dan Statical (Sebuah Pengantar Untuk Kesehatan)*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- International Coffee Organization*. 2020. World Coffee Consumption. https://www.ico.org/trade_statistics.asp?section=Statistics.
- Masyitah, E., Harahap, K. K. S. 2018. Analisis Kinerja Keuangan Menggunakan Rasio Likuiditas dan Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer* 1 (1): 33 – 46.
- Sarwono, J. 2011. *Mixed Methods Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif Secara Benar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumartini, L. C., Tias, D. F. A. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis* 3 (2): 111-118.
- Zulkarnain, Lamusa, A., Tangkesalu, D. 2013. Analisis Nilai Tambah Kopi Jahe Pada Industri Sal-Han di Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis* 1 (5): 493-499.