

USULAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE IPA (*IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*) DAN PGCV (*POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE*) DI KEDAI ARAH KOPI GROGOL

Lukman Harun ¹⁾, Wawan Kurniawan ²⁾

¹⁾Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Trisakti
Corresponding Author : harun11lukman@gmail.com

ABSTRAK

Pada jaman yang modern ini, Indonesia sebagai negara berkembang mengalami peningkatan yang pesat dalam gaya hidup dan kebutuhan tersier. Mengonsumsi minuman seperti kopi telah menjadi salah satu gaya hidup yang dijalani oleh masyarakat saat ini. Seiring meningkatnya gaya hidup dan mobilitas, pertumbuhan kedai kopi pun semakin pesat. Dengan pesatnya pertumbuhan populasi masyarakat yang menjalankan gaya hidup baru ini, membuat persaingan industri kedai kopi menjadi sangat kompetitif. Salah satu kualitas agar suatu kedai kopi dapat bertahan dan sukses dalam persaingan yang kompetitif adalah berusaha untuk memiliki menu, logo dan desain bangunan yang menarik, serta mempertahankan kepuasan pelanggan. Salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas konsumen adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, dan prioritas perbaikan yang dapat dilakukan oleh kedai kopi untuk meningkatkan kualitas kinerja kedai. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 96 responden. Dengan menggunakan dimensi SERVQUAL, dapat diukur tingkat kepuasan dan tingkat kinerja. Sedangkan untuk menentukan atribut yang perlu diperbaiki digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), terdapat 7 atribut yang dinyatakan tidak layak. *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan yang dapat diterapkan oleh kedai kopi. Urutan perbaikan yang didapatkan yaitu 1) Konsistensi Pelayanan 2) Kualitas minuman yang baik dan konsisten 3) Kecepatan dan ketepatan dalam mengatasi keluhan 4) Kemenarikan desain kedai kopi 5) Kenyamanan suasana dan fasilitas kedai kopi 6) Kebersihan fasilitas kedai kopi 7) Keamanan dalam bertransaksi.

Kata Kunci: Service Quality, Kepuasan Pelanggan, *Importance Performance Analysis*, *Potential Gain in Customer Value*, Kopi.

I. PENDAHULUAN

Kopi adalah salah satu minuman yang digemari oleh segala golongan masyarakat di dunia sejak berabad-abad yang lalu, sebelum meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia pada tahun mayoritas penggemar kopi adalah dewasa hingga lansia, namun pada masa sekarang penggemar kopi meningkat pesat di kalangan para remaja. Meningkatnya jumlah konsumen kopi ini mengakibatkan banyaknya pengusaha yang memulai bisnis gerai kopi, dan meningkatkan persaingan yang ketat pada bisnis gerai kopi.

Indonesia merupakan produsen kopi urutan keempat terbesar di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Dari total produksi yang dihasilkan, sekitar 67% hasil produksi diekspor sedangkan sisanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Konsumsi kopi di Indonesia selalu mengalami peningkatan setidaknya dalam 5 tahun terakhir.

Arah Kopi merupakan salah satu kedai kopi yang didirikan pada tahun 2019 dan berada di Grogol Petamburan, Jakarta. Arah Kopi adalah kedai kopi yang berfokus pelayanan dengan pesanan yang dibungkus untuk dibawa pulang atau dikonsumsi di tempat lain, sehingga gerai Arah Kopi memiliki bangunan yang kecil serta minimalis dan memiliki tempat duduk yang sedikit, sehingga kapasitas untuk pelanggan yang ingin menikmati minuman di tempat sedikit. Karena sedikitnya kapasitas tempat duduk yang dimiliki ini membuat para pelanggan memilih untuk membawa pulang pesanan atau berpindah ke tempat lain.

Metode *Service Quality* digunakan untuk mengetahui bagaimana harapan dan layanan Arah Kopi di mata pelanggan. Sedangkan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan PGCV (*Potential Gain in Customer Value*) mengetahui prioritas perbaikan yang dapat dilakukan oleh Arah Kopi.

II. STUDI PUSTAKA

Metode *Importance Performance Analysis* merupakan suatu teknik penerapan untuk mengatur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan itu sendiri yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Metode *Importance Performance Analysis* dapat digunakan sebagai alat bantu dalam menganalisis sejauh mana antara kinerja atau pelayanan yang dapat dirasakan oleh pelanggan dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan. Tahap pertama dalam metode *Importance Performance Analysis* adalah menentukan tingkat kesesuaian yang merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor harapan atau kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan skala prioritas yang akan digunakan dalam penanganan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tahap kedua adalah analisis diagram

kartesian yang digunakan untuk melihat atribut apa saja yang harus diperbaiki, dikurangi atau dipertahankan.

Metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh perusahaan, sedangkan analisis dari *Customer Satisfaction Index* kurang dapat merekomendasikan perbaikan yang menjadi prioritas utama. Metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) merupakan peralatan yang mudah untuk menganalisa pelanggan. Nilai Indeks PGCV untuk setiap variabel atau kriteria pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu *Achived Customer Value* (ACV) dan *Ultimately Desired Customer Value* (UDCV).

III. METODOLOGI PENELITIAN

Untuk menentukan besar sampel, digunakan metode Lemeshow. Metode ini dipilih karena dapat digunakan untuk menentukan sampel dengan besar populasi yang tidak dapat ditentukan. Penyebaran kuesioner *Pre-test* akan dilakukan kepada 30 orang yang sudah pernah mengunjungi atau melakukan pembelian di Kedai Arah kopi Grogol, Kuesioner *Pre-test* dibuat untuk mengetahui atribut-atribut yang dianggap pantas untuk digunakan atau tidak. Uji validitas akan dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dapat digunakan dan sesuai dengan kenyataan sebenarnya. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur pertanyaan-pertanyaan yang digunakan di dalam kuesioner, apakah pertanyaan-pertanyaan tersebut konsisten, dapat diandalkan, dan stabil. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronach's Alpha* (α). Kuesioner penelitian akan disebarkan kepada 96 pelanggan yang sudah pernah mengunjungi atau melakukan pembelian di kedai Arah Kopi Grogol. pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV), *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Servqual*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengumpulan Data

Penyusunan kuesioner *pre-test* dimulai dengan mengidentifikasi atribut kuesioner, identifikasi ini dilakukan untuk menentukan pertanyaan yang akan digunakan pada kuesioner. Identifikasi dilakukan dengan cara melakukan wawancara. Penyebaran kuesioner *Pre-test* akan dilakukan kepada 30 orang yang sudah pernah mengunjungi atau melakukan pembelian di Kedai Arah kopi Grogol. Setelah itu pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menentukan apakah atribut yang digunakan dalam kuesioner layak dan dapat dipakai dalam penelitian, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 23. Semua atribut yang

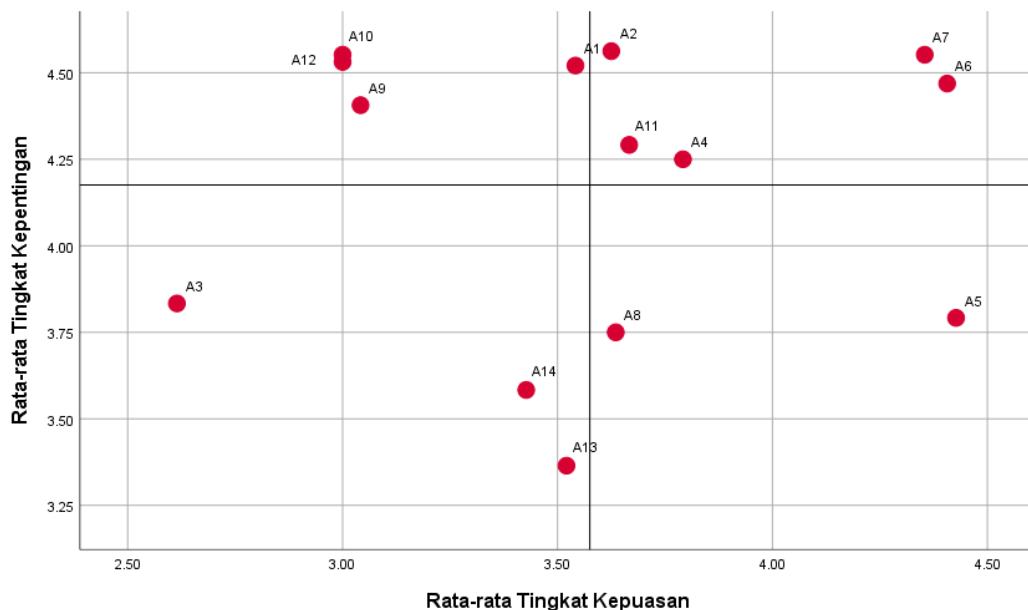
digunakan dinyatakan valid dan reliabel karena memenuhi syarat uji validitas dan reliabilitas.

Setelah kuesioner dinyatakan valid dan reliabel, kuesioner disebarkan kepada 96 responden, data hasil dari kuesioner inilah yang akan digunakan untuk pengolahan data.

4.2. Importance Performance Analysis (IPA)

Tingkat kesesuaian adalah persentase kinerja yang diberikan terhadap kepentingan atribut tersebut, tingkat kesesuaian dapat digunakan sebagai acuan apakah kinerja perusahaan dalam bagian atribut tersebut sudah layak atau belum, suatu atribut dapat dikatakan layak jika tingkat kesesuaiannya lebih tinggi dari rata-rata keseluruhan tingkat kesesuaian. Hasil dari tingkat kesesuaian adalah 7 atribut yang tidak sesuai

Setelah dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian, dilanjutkan dengan melakukan analisis diagram kartesis. Diagram kartesis dilakukan dengan cara memetakan setiap atribut kedalam diagram dengan sumbu x dan sumbu y, setiap atribut dipetakan sesuai dengan nilai rata-rata skor kepuasan dan rata-rata skor kepentingannya. Hasil diagram kartesius dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1 Diagram Kartesius

Pada diagram di atas dapat dilihat pada gambar diatas bahwa diagram terbagi menjadi 4 bagian, untuk atribut - atribut yang perlu menjadi perhatian utama adalah atribut yang terletak di bagian pertama yaitu bagian yang terletak di kiri dan atas diagram, bagian ini memiliki tingkat kepentingan yang diatas rata – rata dan memiliki tingkat kepuasan yang di bawah rata – rata, atribut - atribut yang terletak di bagian ini adalah atribut 1, 9, 10 dan 12. Seluruh atribut yang terletak di bagian

pertama memiliki tingkat kesesuaian yang kurang dari 86 persen dan dinyatakan tidak layak. Hasil Diagram Kartesius dapat dilihat pada tabel 1 dibawah.

Tabel 1 Hasil Diagram Kartesius

Kuadran	No Atribut	Kesesuaian
I	1,9,10,12	Tidak Layak
II	4,6,7	Layak
	2,11	Tidak Layak
III	3	Layak
	13,14	Tidak Layak
IV	5,8	Layak

4.3. *Potential Gain in Customer Value (PGCV)*

Metode *potential gain in customer value* (PGCV) dilakukan untuk menentukan urutan prioritas perbaikan atribut, pada metode ini kita memerlukan nilai rata rata dari tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan. Nilai yang diperlukan adalah *Achived Customer Value* (ACV) dan *Ultimately Desired Customer Value* (UDCV). Hasil perhitungan PGCV dapat dilihat dari tabel 2.

Tabel 2 Hasil *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)

No	Atribut	Nilai ACV	Nilai UDCV	Indeks PGCV	Urutan
1	Kemenarikan desain kedai kopi	16,01	22,60	6,59	5
2	Kebersihan fasilitas kedai kopi	16,54	22,81	6,27	6
3	Kenyamanan suasana dan fasilitas kedai kopi	10,02	19,17	9,14	1
4	Karyawan yang berpenampilan rapi dan bersih	16,11	21,25	5,14	9
5	Keakuratan catatan pembelian	16,79	18,96	2,17	14
6	Harga sesuai dengan yang tercantum di dalam menu	19,69	22,34	2,65	13
7	Kecepatan dan ketepatan pelayanan	19,82	22,76	2,94	12

8	Penyesuaian dengan kebutuhan pelanggan	13,63	18,75	5,12	10
9	Kecepatan dan ketepatan dalam mengatasi keluhan	13,40	22,03	8,63	4
10	Konsistensi pelayanan	13,66	22,76	9,10	2
11	Keamanan dalam bertransaksi	15,74	21,46	5,72	7
12	Kualitas minuman yang baik dan konsisten	13,59	22,66	9,06	3
13	Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan	11,85	16,82	4,98	11
14	Perhatian karyawan kepada pelanggan dengan kebutuhan khusus	12,28	17,92	5,64	8

4.4. Hasil metode *Importance Performance Analysis* dan Metode *Potential Gain in Customer Value*

Untuk menentukan urutan perbaikan atribut pada penelitian ini dibutuhkan hasil dari analisa metode *Importance Performance Analysis* dan Metode *Potential Gain in Customer Value*. Hasil dari gabungan antara Importance performance analysis (IPA) dan Potential Gain in Customer Value (PGCV) dapat disimpulkan bahwa urutan prioritas perbaikan sebagai berikut: 1) Konsistensi Pelayanan, 2) Kualitas minuman yang baik dan konsisten, 3) Kecepatan dan ketepatan dalam mengatasi keluhan, 4) Kemenarikan desain kedai kopi, 5) Kenyamanan suasana dan fasilitas kedai kopi, 6) Kebersihan fasilitas kedai kopi, 7) Keamanan dalam bertransaksi.

4.5. Alternatif Usulan Perbaikan

Berdasarkan pembahasan diatas maka, usulan perbaikan yang diberikan yaitu 1) Pembuatan SOP pelayanan agar dapat dijadikan sebagai pedoman kebijakan untuk melayani pelanggan sehingga konsistensi pelayanan meningkat, 2) Pembuatan SOP Pelatihan karyawan agar karyawan yang bekerja memiliki keterampilan yang baik dan konsisten dalam pembuatan produk, 3) Pembuatan SOP penanganan keluhan pelanggan agar karyawan dapat menangani keluhan pelanggan sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah :

Hasil dari gabungan antara Importance performance analysis (IPA) dan Potential Gain in Customer Value (PGCV) dapat disimpulkan bahwa urutan prioritas perbaikan sebagai berikut: 1) Konsistensi Pelayanan, 2) Kualitas minuman yang baik dan konsisten, 3) Kecepatan dan ketepatan dalam mengatasi keluhan, 4) Kemenarikan desain kedai kopi, 5) Kenyamanan suasana dan fasilitas kedai kopi, 6) Kebersihan fasilitas kedai kopi, 7) Keamanan dalam bertransaksi.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia – Association of Indonesian Coffee Exporters and Industries, "Industri Kopi Indonesia," aeki-aice.org, 2015. [on-line]. Tersedia: <http://www.aeki-aice.org>. [Akses maret. 15, 2020].
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management. Analysis, Planning, Implemetation, and Control*. 9th Ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Kedua. JakartaL PT Indeks.
- Sugiyono. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Husaini, U. (2003). *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ruhimat, D. (2008). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Devani, Vera, dan Rizki, A.R. (2016). Analisa Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)*. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*. 2(2): 24-29.