

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS KOPI DAN KUALITAS PELAYANAN DI KAFE KOPI GARASI CANDI WINANGUN NGAGLIK SLEMAN YOGYAKARTA

THE CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS COFFEE AND SERVICE QUALITY AT KAFE' KOPI GARASI CANDI WINANGUN VILLAGE NGAGLIK SLEMAN YOGYAKARTA

Elan Diwangkoro

Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta

Elandiwangkoro@yahoo.com

Pembimbing: Dewi Eka Murniati, MM

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas kopi di Kafe Kopi Garasi, dan Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Kafe Kopi Garasi. Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket/kuisisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kafe Kopi Garasi. Tehnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah IPA (*Importance-Performance Analysis*). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Konsumen belum puas terhadap kinerja “kafe Kopi Garasi” pada kualitas produk, Analisis dengan menggunakan metode IPA, atribut rasa, *aftertaste*, dan *sweetnes* menjadi prioritas utama, Sub variabel *body* dan aroma menjadi prioritas prestasi, Sub variabel keasaman menjadi prioritas rendah, dan konsumen belum puas terhadap kinerja “kafe Kopi Garasi” pada kualitas pelayanan, hasil analisis dengan menggunakan metode IPA, sub variabelKeandalan (*realbility*) menjadi prioritas utama, Sub variabel bukti langsung, daya tangkap, dan jaminan menjadi prioritas prestasi, dan Sub variabel empati menjadi prioritas rendah.

Kata-kata kunci: kualitas kopi, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, kafe, kopi

Abstract

This study aims to determine the influence coffee quality and service quality towards Customer Satisfaction of The Kafe' Kopi Garasi. This research used an ex post facto design with a quantitative approach. The data collection method used was questionnaire. The population of this research consisted of all cutomers of Kafe Kopi Garasi. IPA (Importance-Performance Analysis) was used as the main technique to analyse the data. The results of this study are, consumers are not satisfied on the performance of the Kafe Kopi Garasi toward coffee quality, The result of the analysis using IPA, the sub variables taste, aftertaste, and sweetnes became a top priority, the sub variables body and flavor became achievements priority, and the sub variable acidity became low priority. Consumers are not satisfied on performance of the Kafe Kopi Garasi toward serivce quality.The result of the analysis using IPA, and the sub variable realbility became a top priority, the sub variables tangibles, responsiveness, assurance became achievements priority, and the sub variable empathy became low priority.

Key words: coffee quality, service quality, Customer Satisfaction, kafe', cofffee

PENDAHULUAN

Era globalisasi membuat persaingan bisnis menjadi lebih tajam baik di pasar domestik maupun pasar internasional. Dikarenakan banyaknya pesaing bisnis yang bergerak dibidang produk atau jasa yang serupa. Berbagai jenis usaha dalam bidang panganan seperti restoran, cafe dan kedai kopi.

Setiap orang mempunyai cara yang berbeda untuk menikmati kopi. Cara tersebut dapat dengan memilih *coffee shop* yang indah dengan pelayanan mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di *coffee shop* yang mewah. Menurut Lupiyoadi (2001:158) yang menyatakan bahwa konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas baik.

Yogyakarta sudah banyak sekali warung dan kafe/ *coffe shop*, berdasarkan observasi ada lebih dari 20 coffeshop yang berdiri tapi di salah satu sudut kotanya, terdapat *coffee shop* baru yang berukuran tidak terlalu besar tapi cukup ramai dikunjungi Konsumen, diketahui dengan observasi awal mulai pada bulan September kafe Kopi Garasi memiliki 621 orang konsumen yang datang/belanja, 624 konsumen di bulan Oktober, 626 orang konsumen dibulan November, dan 630 orang konsumen di bulan Desember, jadi dapat

dilihat bahwa dengan trend minum kopi saat ini konsumen di Kafe Kopi Garasi terus meningkat tiap bulannya. Lokasinya cenderung di daerah pinggir kota Yogyakarta, sebelah utara dari tugu Yogyakarta, tepatnya di daerah Candi winangun, Ngaglik, Sleman. *Coffee shop* tersebut diberi nama Kafe Kopi Garasi.

Kafe Kopi Garasi termasuk *coffee shop* menengah yaitu di peruntukan bagi mahasiswa. Kafe Kopi Garasi minuman berbahan dasar kopi *origin* dari berbagai daerah di Indonesia, minuman berbahan dasar coklat, dan juga menawarkan menu makanan ringan. Kafe Kopi Garasi menetapkan standar-standar operasional untuk mendapatkan dan mempertahankan kualitas produknya. Diantaranya adalah jenis dan jumlah bahan baku, lama proses pembuatan, mesin dan peralatan yang digunakan.

Biji kopi yang digunakan untuk menu unggulan Kafe Kopi Garasi adalah kopi *blend Garasi* yang merupakan campuran kopi arabika dan robusta. Kafe Kopi Garasi menetapkan standar pembuatan *manual brewing* dan *espresso*. Kualitas cita rasa kopi merupakan perpaduan antara kualitas bahan baku serta cara pengolahan buah kopi (Raharjo Pudji, 2012: 177). Lama pembuatan kopi berpengaruh terhadap kualitas kopi. Berdasarkan hasil obervasi awal diketahui barista di kopi garasi yang terbilang masih baru atau belum

berpengalaman terkadang membuat atau meracik kopi sangat lama sehingga menurunkan kualitas minuman kopi.

Barista di Kafe Kopi Garasi dalam pembuatan kopi menggunakan metode *manual brewing* yaitu proses *penyeduhan* dilakukan secara manual. Faktanya kemampuan barista mencampur/meracik sangat menentukan kualitas hasil produk. Menurut Kotler (2005:49), Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat. Kafe kopi garasi menggunakan mesin standar internasional untuk mesin dan peralatan pembantunya. Hal ini karena mesin dan peralatan tersebut menentukan kualitas dan rasa kopi yang dihasilkan. Peralatan pembantunya adalah grinder atau mesin giling kopi, untuk grinder ini Kedai Kopi menggunakan Krups dari Italia.

Menu di Kafe kopi Garasi diracik dan dihidangkan oleh para Barista yang mempunyai kecepatan, ketepatan, karamahan, dan ketrampilan yang berbeda-beda. Konsumen yang banyak sedangkan mesin dan peralatan yang terbatas sehingga kecepatan dalam hal pembuatan atau menu atau pesanan konsumen terbilang cukup lama, selain itu juga barista merangkap sebagai pelayan. Hal ini juga yang membuat lamanya barista melayani tamu sehingga harus menunggu lama hingga pesanan diantar.

Kurangnya keramahan barista yaitu sikap terburu-buru saat melayani tamu saat konsumen datang hingga Konsumen selesai menikmati menu. Barista harus mempunyai keterampilan yaitu seluruh keahlian yang dimiliki barista mulai dari pembuatan menu sampai saat menyajikan menu.

Konsumen yang datang ke Kafe Kopi Garasi umumnya dari kalangan mahasiswa yang sekedar ingin bermain bersama teman-temannya. Ada juga Konsumen berasal dari kalangan pebisnis yang ingin menikmati kopi sambil melakukan *meeting*.

Kafe Kopi Garasi merupakan sebuah usaha kuliner yang baru berdiri tapi berdasarkan obesrvasi yang dilakukan Kafe Kopi Garasi memiliki *repeat buyer*, hal ini yang menyebabkan peneliti bertanya-tanya kenapa sebuah usaha baru telah memiliki konsumen atau pelanggan yang cukup ramai. Tjiptono Fandy (2011:112) mengemukakan kepuasan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsinya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya. Pemikiran tersebut mengacu pada sebuah usaha kuliner pastinya memiliki produk, harga, layanan dan faktor yang harus selalu diperhatikan, karena faktor tersebut merupakan bagian dari kepuasan konsumen, namun pada penelitian ini hanya akan membahas tentang produk (kopi) dan layanan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas kopi dan kualitas pelayanan di Kafe Kopi Garasi.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis *ex post facto*, dimana penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian merunut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya kejadian tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena data yang diperoleh disajikan dalam bentuk angka-angka dan dianalisis menggunakan analisis statistik (Sugiyono, 2005:7).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan Oktober 2016. Lokasi penelitian di Kafe Kopi Garasi. Kafe ini berada di Candi Winangun Ngaglik Sleman Yogyakarta.

Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sedang makan di Kafe Kopi Garasi. Jumlah konsumen Kafe Kopi Garasi dalam satu bulan adalah ± 680 orang. Teknik penentuan sampel menggunakan *insidental sampling*, sehingga di peroleh sampel dalam penelitian ini adalah Jumlah konsumen Kafe Kopi Garasi berjumlah 102 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dimana mempelajari alat, teknik, atau prosedur yang digunakan untuk menggambarkan hasil pengamatan dan *Importance and Performance Analysis metode (IPA)* adalah Pengolahan data Kualitas Kopi dan kualitas pelayanan mengenai Persepsi (Kinerja) dan Tingkat Kepentingan dengan menampilkan Diagram IPA (*Importance Performance Analysis*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

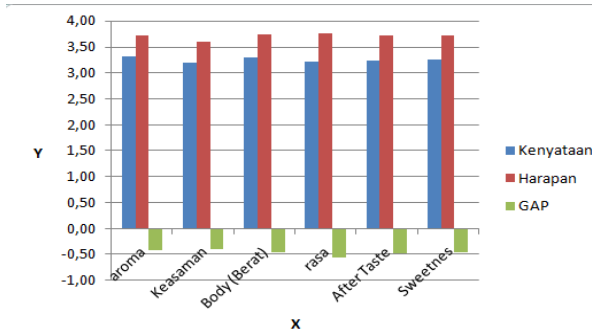
Pengukuran IPA Terhadap Kualitas Kopi

Analisis ini berdasarkan tingkat harapan dan kenyataan. Adapun hasil setiap atribut-atribut kualitas kopi disajikan dalam bentuk tabel dan diagram yang dapat dilihat pada Tabel 1 dan Gambar 1.

Tabel 1. Hasil Rata-Rata Data Tingkat Kenyataan (kinerja) dan Tingkat Harapan Kualitas Variabel Kopi

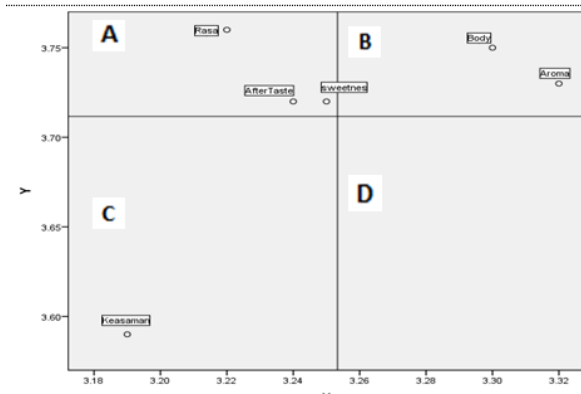
Variabel	Tingkat Kenyataan	Tingkat Harapan	GAP
Aroma	3,32	3,73	-0,41
Keasaman	3,19	3,59	-0,40
Berat	3,30	3,75	-0,45
Rasa	3,22	3,76	-0,55
After Taste	3,24	3,72	-0,48
Sweetnes	3,25	3,72	-0,47
Rata-rata	3,25	3,71	-0,46

Sumber: Data diolah, 2016



Gambar 1. Diagram Batang GAP Kepuasan Konsumen

Hasil Pengukuran IPA digunakan untuk menampilkan dalam diagram kartesius perbandingan antara tingkat harapan konsumen yang disimbolkan dalam (Y) dengan tingkat kinerja (kenyataan) Kafe Kopi Garasi yang disimbolkan dalam (X). dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Kartesius Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Kopi

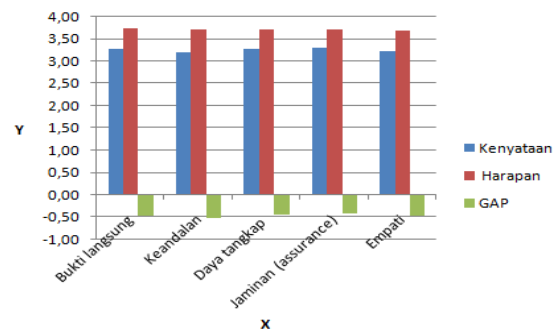
Pengukuran IPA Terhadap Kualitas Pelayanan

Hasil setiap atribut-atribut kualitas pelayanan disajikan dalam bentuk tabel dan diagram yang dapat dilihat pada Tabel 2 dan Gambar 3.

Tabel 2. Hasil Rata-Rata Data Tingkat Kenyataan (kinerja) dan Tingkat Harapan kualitas pelayanan

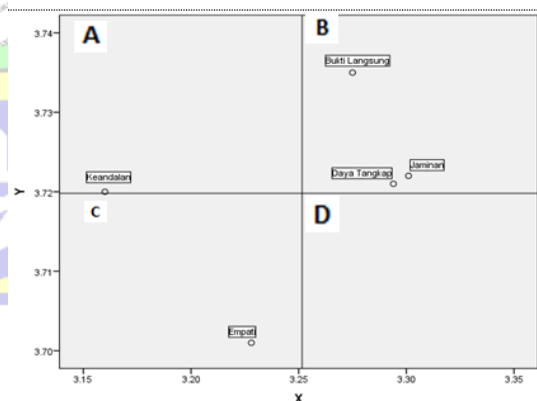
Variabel	Tingkat Kenyataan	Tingkat Harapan	GAP
Bukti langsung (<i>tangibles</i>)	3,27	3,74	-0,46
Keandalan (<i>realbility</i>)	3,19	3,72	-0,52
Daya tangkap (<i>responsiveness</i>)	3,29	3,72	-0,43
Jaminan (<i>assurance</i>)	3,30	3,72	-0,42
Empati	3,23	3,70	-0,47
Rata-rata	3,26	3,72	-0,46

Sumber: Data diolah, 2016



Gambar 3. Diagram Batang GAP Kepuasan Konsumen

Hasil Pengukuran IPA digunakan untuk menampilkan dalam diagram kartesius yang dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Diagram Kartesius Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan

Pembahasan Penelitian

Pengukuran IPA Terhadap Kualitas Kopi

Kinerja “Kafe Kopi Garasi” belum memenuhi harapan konsumen, sehingga

konsumen belum puas terhadap kinerja “kafe Kopi Garasi”. Menurut Kotler (2005:49), mengatakan bahwa Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat.

Sub variabel rasa, *aftertaste*, dan *sweetnes* menjadi prioritas utama atau pada kuadran A. Sub Variabel tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen namun manajemen belum dapat melaksanakan sesuai dengan dengan keinginan konsumen sehingga konsumen belum puas.

Sub variabel *body* dan aroma berada pada kuadran B yang menjadi prioritas prestasi. Menunjukkan unsur yang telah berhasil dilaksanakan oleh kafe, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

Sub variabel keasaman berada pada kuadran C, artinya unsur ini kurang penting pengaruhnya bagi Konsumen dan tidak perlu segera ditingkatkan atau diperbaiki. Sub variabel ini termasuk dalam prioritas rendah artinya Kafe Kopi Garasi tidak perlu terburu-buru untuk melakukan perbaikan atau peningkatan. Peningkatan dan perbaikan sub variabel dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali oleh pihak manajemen, karena pengaruh dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil. Namun masih perlu diwaspadai, diawasi dan dikendalikan karena tingkat harapan

konsumen dapat meningkat seiring meningkatnya kebutuhan.

Sementara itu tidak ada sub variabel atau sub variabel yang berada pada kuadran D. Karena Sub Variabel yang masuk dalam kuadran D dianggap kurang penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Dengan demikian pihak Kafe Kopi Garasi dapat mengurangi biaya pada sub variabel kuadran ini dan mengalokasikan kepada sub variabel yang membutuhkan peningkatan. Hendaknya Kafe kopi Garasi tetap mempertahankan dan meningkatkan kinerja sehingga tidak ada Sub Variabel yang masuk dalam kuadran ini.

Penelitian ini sejalan dengan Sulistya Witri (2015) dimana dalam penelitian nya menunjukkan hasil bahwa kuadran A harus menjadi prioritas utama yang harus ditingkatkan karena memiliki tingkat kepentingan/harapan tinggi dengan kinerja yang dinilai kurang.

Pengukuran IPA Terhadap Kualitas Pelayanan

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian dari masing-masing sub variabel pada variabel kualitas pelayanan dapat diartikan bahwa kinerja “Kafe Kopi Garasi” belum memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen belum puas terhadap kinerja “kafe Kopi Garasi”. Menurut Schiffman (2004:191) pelayanan merupakan suatu hal yang penting, sebab peningkatan

daripada pelayanan itu sendiri dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada waktu yang bersamaan dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.

Sub variabel Keandalan (*realbility*) menjadi prioritas utama. Sub variabel tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen namun manajemen belum dapat melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen belum puas. Artinya sub variabel tersebut dianggap mempengaruhi kepuasan Konsumen namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen. Sehingga mengecewakan/tidak puas.

Sub variabel bukti langsung, daya tangkap, dan jaminan pada kuadran B yang menjadi prioritas prestasi. Menunjukkan unsur yang telah berhasil dilaksanakan oleh kafe, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

Sub variabel empati berada pada kuadran C, artinya unsur ini kurang penting pengaruhnya bagi Konsumen dan tidak perlu segera ditingkatkan atau diperbaiki. Sub variabel ini termasuk dalam prioritas rendah artinya Kafe Kopi Garasi tidak perlu terburu-buru untuk melakukan perbaikan atau peningkatan. Peningkatan dan perbaikan sub variabel dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali oleh pihak manajemen, karena pengaruh dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil. Namun masih perlu diwaspadai, diawasi dan

dikendalikan karena tingkat harapan konsumen dapat meningkat seiring meningkatnya kebutuhan.

Sementara itu tidak ada sub variabel atau sub variabel yang berada pada kuadran D. Karena Sub Variabel yang masuk dalam kuadran D dianggap kurang penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Dengan demikian pihak Kafe Kopi Garasi dapat mengurangi biaya pada sub variabel kuadran ini dan mengalokasikan kepada sub variabel yang membutuhkan peningkatan. Hendaknya Kafe kopi Garasi tetap mempertahankan dan meningkatkan kinerja sehingga tidak ada Sub Variabel yang masuk dalam kuadran ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan Arie Satryo (2013) yang menyimpulkan pada penelitiannya “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan KRI. *Commuter Line* Bogor Indonesia” menyatakan bahwa terdapat atribut-atribut yang dinyatakan penting namun kinerjanya rendah artinya atribut-atribut ini memiliki nilai kepentingan tinggi tetapi kinerjanya masih kurang memuaskan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Konsumen belum puas terhadap kinerja “kafe Kopi Garasi” pada kualitas produk, Analisis dengan menggunakan

metode IPA, sub variabel rasa, *aftertaste*, dan *sweetnes* menjadi prioritas utama, Sub variabel *body* dan aroma menjadi prioritas prestasi, Sub variabel keasaman menjadi prioritas rendah.

Konsumen belum puas terhadap kinerja “kafe Kopi Garasi” pada kualitas pelayanan, Hasil analisis dengan menggunakan metode IPA, sub variabel Keandalan (*realbility*) menjadi prioritas utama, Sub variabel bukti langsung, daya tangkap, dan jaminan menjadi prioritas prestasi, dan Sub variabel empati menjadi prioritas rendah.

Saran

Hendaknya Hendaknya para karyawan Kafe kopi Garasi mampu mendorong peningkatan kualitas kopi melalui peningkatan rasa kopi dan inovasi produk dan kualitas pelayanan.

Hendaknya para karyawan Kafe Kopi Garasi mampu memperhatikan kualitas pelayanan dan memperbaiki kinerja perusahaan serta menjaga kinerja yang telah dimiliki agar terjadi peningkatan.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Rahardjo, Pudji. 2012. *KOPI Panduan Budi Daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Jakarta: Penebar Swadaya

Schiffman, Leon. G and Kanuk, Leslie Lazar. 2004. *Consumer Behavior 8th edition*. Pearson Prentice Hall

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sulistya, Witri Yuliah. 2015. *Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Smartfren Palembang*. Skripsi. Universitas Bina Darma

Tjiptono, Fandy. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset

DAFTAR PUSTAKA

Arie, Satryo W. 2013. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan KRI. Commuter Line Bogor Indonesia*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta