

Rancangan Layanan Kedai Kopi dengan Dimensi *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* di Masa Pandemi Covid-19

Dynoviar Nirbita Muhammad, Febriana Wurjaningrum

Departemen Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga
Jl. Airlangga 4-6 Surabaya, Indonesia

Corresponding author:
dynoviar.nirbita.muhammad-2016@feb.unair.ac.id

ABSTRAK

Turunnya pendapatan akibat COVID-19 serta anjuran protokol kesehatan dari pemerintah membuat pelaku bisnis mencari cara yang efektif untuk dapat melayani secara maksimal dengan segala keterbatasan pada masa pandemi. Dimensi *Service Quality* dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat membantu pelaku bisnis menemukan atribut yang dapat diperbaiki berdasarkan nilai kinerja dan nilai kepentingan. Peneliti membuat 22 pertanyaan seputar kualitas layanan di masa pandemi berdasarkan studi pustaka. Terdapat 65 partisipan yang diambil dari pelanggan kedai selama pandemi COVID-19. Menurut hasil IPA, usulan perbaikan dapat diterapkan pada dimensi *Servqual* yang masuk ke dalam Kuadran I (Prioritas Utama). Di dalamnya antara lain terdapat atribut protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah, ruang duduk yang nyaman dan memadai, serta ruang duduk yang bersih dan rapi. In-depth interview kemudian dilakukan dengan manajer dan pemilik Kedai Kopi Berbaur untuk menemukan usulan perbaikan. Usulan perbaikan yang dihasilkan antara lain adalah penempelan informasi physical distancing, perluasan tempat di masa sewa selanjutnya, dan melakukan pengawasan berkala terhadap kinerja kebersihan tempat. Hasil penelitian ini menambah bukti empiris dan referensi mengenai praktik yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dalam bisnis kedai kopi pada masa pandemi COVID-19.

Kata kunci: *Importance Performance Analysis*, Kedai Kopi, *Service Quality*

ABSTRACT

The decline of income due to COVID-19 as well as recommendations for health protocols from the government have made business people look for effective ways to be able to serve optimally with all limitations during the pandemic. The Service Quality dimension and the Importance Performance Analysis method can help businesses find attributes that can be improved based on performance values and importance values. Researchers made 22 questions about service quality during a pandemic based on a literature study. There were 65 participants taken from shop customers during the COVID-19 pandemic. According to the results of IPA, the proposed improvement can be applied to the Servqual dimensions that are included in Quadrant I (Priority). It includes the attributes of a health protocol as recommended by the government, a comfortable and adequate sitting room, and a clean and tidy sitting room. In-depth interviews were then conducted with the manager and owner of Kedai Kopi Berbaur to find suggestions for improvement. The proposed improvements include posting physical distancing information, expanding the space for the next rental period, and conducting regular monitoring of the cleanliness of the place. The results of this study add to empirical evidence and references regarding practices related to service quality in the coffee shop business during the COVID-19 pandemic.

Keywords: *Importance Performance Analysis*, Coffee Shop, *Service Quality*

PENDAHULUAN

Wabah Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) yang terjadi hampir di seluruh belahan dunia mulai menampakkan dampaknya pada sektor bisnis seperti bisnis makan-minum di Indonesia. Beberapa bisnis berbasis makan-minum berskala besar maupun kecil mulai terdampak akibat dari wabah COVID-19 ini. Rutinitas operasional bisnis mulai berubah akibat dari rangkaian kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah selama pandemi COVID-19. Bisnis jasa seperti resto dan kedai kopi yang sebelumnya berkembang dengan cara menumbuhkan pengalaman dan suasana menarik bagi konsumen, harus mencari cara untuk beradaptasi dengan keadaan yang baru.

Berdasarkan Mokapos (2020), dampak penurunan pendapatan harian secara nasional berdampak paling besar pada industri makan-minum, jasa, dan ritel. Observasi yang dilakukan Moka di 17 kota di Indonesia yang terkonsentrasi di Jabodetabek Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Medan, Batam, dan Bali menunjukkan hasil sebanyak 13 kota mengalami penurunan pendapatan harian yang signifikan. Bali dan Surabaya merupakan dua kota yang mengalami penurunan pendapatan harian yang paling signifikan. Kedua kota tersebut mengalami penurunan sebesar 18 persen dan 26 persen pada Januari hingga Februari tahun 2020.

Pada September 2020, kondisi perekonomian bisnis secara nasional masih belum kunjung membaik. Dalam laporan hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS) yang tercantum pada Analisis Hasil Survei Dampak COVID-19 Terhadap Pelaku Usaha yang dipublikasikan pada Selasa (15/9/2020) menyebutkan bahwa 82,8 persen penjualan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah

(UMKM) mengalami penurunan. Berfokus pada pelaku usaha Akomodasi dan Makan Minum, tercatat 92,47 persen dari pelaku usaha Akomodasi dan Makan Minum yang disurvei mengalami penurunan pendapatan hingga 87 persen dari pendapatan sebelum wabah COVID-19.

Selain penurunan pendapatan, pelaku bisnis juga diwajibkan untuk memenuhi aturan operasional dari Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/Menkes/382/2020 tentang Protokol Kesehatan bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (COVID-19). Hal ini ditujukan bagi pengusaha dan/atau pengelola serta karyawan dalam memenuhi kebutuhan tamu akan produk dan pelayanan pariwisata yang bersih, sehat, aman, dan ramah lingkungan pada masa pandemi COVID-19 (Kemenparekraf, 2021).

Dampak wabah COVID-19 pada ritel makanan dan sektor jasa terbagi dalam dua kategori utama, yang pertama adalah dampak kesehatan pada karyawan dan yang kedua adalah perubahan pada apa dan di mana orang ingin membeli makanan mereka (Goddard, 2020). Situasi pandemi COVID-19 memberikan tantangan sekaligus peluang untuk menjaga eksistensi UMKM, termasuk bisnis kuliner (Ezizwita & Sukma, 2021). Penurunan pendapatan akibat COVID-19 serta anjuran protokol kesehatan dari pemerintah membuat pelaku bisnis mencari cara yang efektif untuk dapat melayani dengan maksimal dengan segala keterbatasan pada masa pandemi. Menurunnya pendapatan serta adanya protokol kesehatan yang perlu dipatuhi membuat kondisi bisnis selama pandemi COVID-19 tidaklah sama seperti kondisi pada sebelumnya. Perubahan ini

menunjukkan perlunya penelitian baru pada industri bisnis jasa terutama F&B dalam menghadapi krisis pandemi.

Salah satu sektor bisnis makan-minum yang terdampak COVID-19 adalah industri kedai kopi. Sebelumnya, kedai kopi telah menjadi tempat incaran kaum penikmat kopi, mahasiswa yang mengerjakan tugas, serta pekerja freelance untuk bekerja. Pada saat pandemi, diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) membuat konsumen utama kedai kopi untuk tinggal lebih banyak di rumah. Hulu hingga hilir di industri kopi merasa sulit untuk tetap bertahan selama krisis virus corona karena penjualan menurun dan para pelaku industri terpaksa menemukan metode bisnis baru (Mariska, 2020).

Kedai Kopi merupakan salah satu dari banyak jenis usaha yang berjalan pada industri kopi. Berbeda dengan penggilingan kopi yang memproduksi biji kopi, kedai kopi berjalan dengan memberikan pelayanan dan menjual produk olahan dari biji kopi kepada pelanggan. Beberapa pelayanan yang diberikan oleh kedai kopi antara lain, tempat yang nyaman, fasilitas internet, dan produk olahan kopi seperti minuman dan makanan. (Kim, 2008) menunjuk poin sikap karyawan, kenyamanan tempat dan kualitas sensorik bau kopi sebagai poin yang memiliki penilaian terbesar pada kedai kopi.

Pada masa pandemi, terdapat kebijakan-kebijakan baru dan perubahan perilaku konsumen yang berusaha mematuhi protokol kesehatan. Hal ini dapat merubah poin penilaian konsumen terhadap kedai kopi dikarenakan faktor pandemi COVID-19. Perubahan ini dapat memberikan dampak negatif kepada pelaku industri kedai kopi yang merasakan turunnya pendapatan

karena efek pandemi COVID-19. Dengan adanya poin-poin yang berkaitan dengan protokol kesehatan yang diterapkan pada penelitian ini penulis berharap penelitian ini dapat menjadi contoh bagi pemilik kedai kopi yang ingin melakukan perbaikan disaat pandemi.

Sebagai objek yang diteliti, penelitian perbaikan layanan dilakukan di Kedai Kopi Berbaur, Surabaya. Kedai kopi ini adalah kedai kopi milik 4 mahasiswa Universitas Airlangga yang berlokasi di Gubeng, Surabaya. Menurut in-depth interview dengan pemilik, penurunan pendapatan terendah saat pandemi COVID-19 terjadi pada bulan Maret 2020. Saat itu pendapatan Kedai Kopi Berbaur turun hingga 76 persen daripada bulan sebelumnya. Beberapa kebijakan Pemerintah Kota Surabaya terkait protokol kesehatan juga telah diterapkan pada kedai. Kebijakan seperti pembatasan kapasitas dan penerapan jam malam telah diterapkan sesuai dengan anjuran pemerintah. Penurunan pendapatan pada pandemi COVID-19 dan perlunya penerapan protokol kesehatan lanjutan mendorong jajaran pemilik Kedai Kopi Berbaur untuk melakukan Continuous Improvement pada kepuasan pelanggan. Memperbaiki kualitas layanan dianggap sebagai salah solusi untuk untuk memberikan nilai dan kepuasan yang terbaik terhadap pelanggan pada masa pandemi COVID-19.

Berdasarkan penelitian Chen & Lin (2013), menyatakan bahwa Kuadran 1 (Konsentrasi Disini) mengarahkan perhatian dan mengalokasikan sumber daya rumah sakit untuk melakukan perbaikan di zona ini. Penelitian Chen & Lin (2013), melakukan survei menggunakan 18 faktor dari tinjauan literatur pemasaran internal dan mengukurnya menggunakan kuadram IPA untuk meningkatkan performa pemasaran

internal. Temuannya gaji dan benefit yang memadai masuk kedalam Kuadran 1. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penulis adalah analisis Importance Performance Analysis dan menggunakan Kuadran I sebagai basis hasil. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah objek penelitian yang bersifat internal yakni bagian pemasaran rumah sakit.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tzeng & Chang (2011) yaitu tentang Penelitian Kualitas Layanan Resto di Taiwan Menggunakan Dimensi Service Quality, Metode Importance Performance Analysis dan Improvement Factor, yang menyatakan bahwa peneliti merekomendasikan pemilik restoran untuk fokus kepada Kuadran 2 (Keep Up The Good Work) karena dapat dijadikan acuan ketika ingin melakukan diferensiasi dan inovasi untuk mendorong perbaikan kualitas layanan. Penelitian ini dijadikan acuan oleh penulis karena memiliki kesamaan dalam penggunaan dimensi Servqual dan metode Importance Performance Analysis yang diterapkan pada objek penelitian makan-minum. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, faktor pandemi COVID-19 dimasukkan peneliti pada komponen pertanyaan kualitas layanan penelitian ini. Peneliti berusaha mengetahui poin-poin apa saja yang dianggap penting oleh konsumen di masa pandemi COVID-19.

Dari literature review yang dilakukan peneliti, langkah selanjutnya adalah menyusun usulan perbaikan pelayanan melalui Importance Performance Analysis untuk dapat menentukan dimensi yang dapat diperbaiki. Pada penelitian ini, Service Quality digunakan untuk menilai persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang ada di Kedai Berbaur saat pandemi COVID-19.

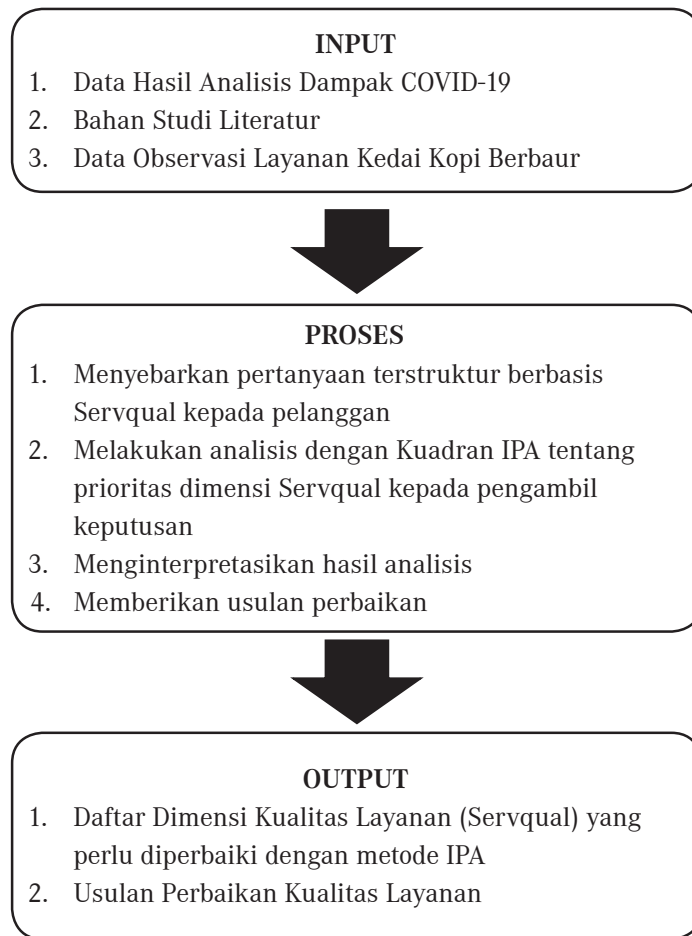
Dengan turunnya pendapatan dan keinginan untuk memuaskan pelanggan, memperbaiki kualitas layanan dianggap sebagai salah solusi untuk memenangkan persaingan bisnis guna memberikan nilai dan kepuasan yang sesuai dengan kemauan pelanggan.

Setelah mengetahui persepsi pelanggan melalui survei Servqual, pembobotan dilakukan dengan metode Importance Performance Analysis (IPA) yang mempunyai kemampuan untuk memecahkan masalah kualitas pelayanan yang merupakan multi kriteria berdasarkan pada perbandingan preferensi dari tiap elemen. IPA digunakan untuk membuat keputusan dalam menentukan pilihan atas perbandingan yang sederhana kemudian membangun prioritas urutan alternatif dalam kualitas layanan (Martilla & James, 1977). Hasil survei IPA dapat menunjukkan apa yang diperlukan untuk memuaskan objek penelitian dan berfungsi sebagai model untuk mengetahui perspektifnya (Chen & Lin, 2013).

Motivasi utama dari penelitian ini adalah untuk melakukan perbaikan kualitas layanan pada kedai Berbaur menggunakan dimensi Servqual dan metode IPA selama pandemi COVID-19. Diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang analisis kualitas pelayanan untuk akademisi maupun praktik bisnis dalam menghadapi pandemi..

METODE

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode penelitian. Pendekatan kualitatif ini menitikberatkan pada pemahaman, pemikiran, dan persepsi penulis. Penelitian kualitatif bersifat subjektif karena sebagian



Gambar 1. Kerangka berfikir

besar dilakukan dengan cara pengumpulan informasi, wawancara kepada narasumber, dan observasi langsung. Data primer pada penelitian ini didapatkan dengan melakukan wawancara dengan pihak terkait ataupun dari data observasi langsung dilapangan. Data primer dalam penelitian ini antara lain :

1. Hasil penilaian Servqual kualitas pelayanan Kedai Kopi Berbaur yang disebarkan kepada 65 pelanggan Kedai Kopi Berbaur yang pernah berkunjung selama pandemi COVID-19 atau dihitung dari Maret 2020.
2. Hasil penilaian kuadran Importance-Performance Analysis berdasarkan olah data pada software SPSS

3. Transkrip in-depth interview yang melibatkan beberapa narasumber, diantaranya adalah 3 orang pihak internal Kedai Kopi berbaur, yakni Finance Manager, Operational Manager, dan Pemilik.

Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah dokumentasi atau catatan perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, dan artikel jurnal yang dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan kebenarannya sebagai sumber data yang digunakan.

Pada penelitian ini survei dilakukan sebagai langkah awal untuk mengetahui kondisi kualitas layanan Kedai Kopi

Berbaur menurut pelanggan. Survei yang dijalankan peneliti menggunakan pertanyaan terstruktur berdasarkan penelitian Tzeng & Chang (2011), terdapat 22 pertanyaan Service Quality yang diambil dan disesuaikan dengan objek penelitian di masa pandemi COVID-19. Partisipan pada penelitian ini adalah pelanggan Kedai Kopi Berbaur yang pernah berkunjung selama pandemi COVID-19 atau dihitung dari Maret 2020. Survei disebarluaskan secara daring untuk menghindari perpindahan COVID-19 melalui kertas serta untuk

mematuhi protokol kesehatan yang berlaku. Pertanyaan terstruktur pada penelitian ini ditunjukkan pada table 1.

Setelah pengumpulan data kinerja dan nilai kepentingan diperoleh, nilai rata-rata kinerja dan nilai rata-rata kepentingan dimasukkan ke dalam SPSS untuk diidentifikasi ke dalam diagram Importance Performance Analysis yang sesuai. Identifikasi dilakukan dengan memasukkan nilai rata-rata kinerja ke dalam sumbu X dan nilai rata-rata kepentingan akan menjadi sumbu

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Servqual

| No. | Pertanyaan |
|--------------------------------------|---|
| Tangible (Bukti Fisik) | |
| 1 | Kedai memiliki peralatan kopi yang memadai |
| 2 | Kedai memberikan fasilitas pelayanan tambahan seperti toilet, wifi, stop kontak, dll. |
| 3 | Kedai memiliki ruang duduk yang bersih dan rapi |
| 4 | Kedai memiliki ruang duduk yang nyaman dan memadai |
| 5 | Kedai memiliki menu yang jelas dan lengkap |
| 6 | Kedai memiliki pelayan beratribut lengkap seperti seragam, apron, dll. |
| 7 | Kedai memiliki fasilitas penunjang protokol kesehatan seperti hand sanitizer, pengecek suhu, masker, dll. |
| Reliability (Kehandalan) | |
| 8 | Kedai beroperasi dengan tepat waktu (9.00-22.00) |
| 9 | Kedai menjalani protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah |
| 10 | Barista kedai dapat diandalkan dengan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat |
| 11 | Kedai memberikan kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten |
| Responsiveness (Daya Tanggap) | |
| 12 | Barista yang cepat dan tanggap dalam melayani pesanan |
| 13 | Proses pembayaran yang diterapkan tepat dan tanggap |
| 14 | Barista yang cepat dan tanggap dalam membantu permintaan pelanggan |
| 15 | Ketanggapan karyawan menerima keluhan pelanggan |
| Assurance (Jaminan) | |
| 16 | Produk disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya |
| 17 | Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu |
| 18 | Kedai bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai |
| Empathy (Empati) | |
| 19 | Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen |
| 20 | Kedai memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun penampilan konsumen |
| 21 | Ungkapan dan bahasa yang mudah dipahami saat karyawan melayani konsumen |
| 22 | Barista memberikan ucapan "Selamat Datang" dan "Terima Kasih" |

Y. Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas layanan. Kuadran I memiliki tingkat sangat penting (prioritas utama), kuadran II mempunyai tingkat kepentingan penting (keep up the good work). Kuadran III memiliki tingkat kepentingan kurang penting (prioritas rendah) dan pada kuadran IV mempunyai tingkat kepentingan yang tidak terlalu penting (prioritas sangat rendah).

Untuk menemukan rancangan perbaikan, peneliti melakukan In-depth Interview yang dilakukan dengan berinteraksi secara langsung dengan narasumber. In-depth Interview digunakan untuk mendapatkan

jawaban yang lebih mendalam terhadap suatu kasus atau peristiwa. Narasumber pada in-depth interview penelitian ini adalah pemilik dan manager-manager Kedai Kopi Berbaur. Proses in-depth interview dilakukan dengan aplikasi Whatsapp secara daring. Pada penelitian ini Research Guidance digunakan dalam in-depth interview dengan manager-manager dan pemilik Kedai Kopi Berbaur sebagai panduan penelitian. Research Guidance pada penelitian ini merupakan serangkaian pertanyaan yang diajukan oleh penulis dalam in-depth interview. Pertanyaan in-depth interview pada penelitian ini aditunjukkan dalam tabel 2.

Tabel 2. Research Guide

| No | Tema Pertanyaan | Pertanyaan Penelitian |
|----|--|--|
| 1 | Kegiatan evaluasi kepuasan pelanggan atas kualitas layanan di Kedai Kopi Berbaur | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana cara Kedai Kopi Berbaur mengetahui (mengevaluasi) kepuasan pelanggan atas layanan yang diberikan? 2. Hal apa yang paling sering dikeluhkan oleh pelanggan pada layanan Kedai Kopi Berbaur? 3. Apakah kualitas layanan Kedai Kopi Berbaur sudah terjamin oleh standar tertentu? 4. Bagaimana prosedur yang harus ditempuh oleh pelanggan jika ingin melaporkan keluhan mereka dan memastikan bahwa keluhan permintaan mereka sudah dipenuhi atau ditanggapi? 5. Siapakah pihak yang melakukan evaluasi pada kualitas layanan Kedai Kopi Berbaur? |
| 2 | Triangulasi Hasil Dimensi Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA) | <ol style="list-style-type: none"> 6. Apakah hasil survei kepuasan Kedai Kopi Berbaur memiliki hasil yang sama dengan hasil SERVQUAL pada penelitian ini? 7. Apakah Kedai Kopi Berbaur memprioritaskan unsur layanan tertentu dibandingkan dengan unsur layanan yang lain, mengapa demikian? 8. Apakah prioritas unsur layanan Kedai Kopi Berbaur memiliki hasil yang sama dengan hasil IPA pada penelitian ini? |
| 3 | Usulan perbaikan terhadap hasil analisis kualitas layanan pada Kedai Kopi Berbaur. | <ol style="list-style-type: none"> 9. Bagaimana langkah Kedai Kopi Berbaur dalam memperbaiki atribut yang direkomendasikan dalam penelitian ini? 10. Bagaimana prosedur Kedai Kopi Berbaur dalam merencanakan usaha perbaikan layanan agar tepat sasaran? |

Dokumentasi merupakan pengumpulan data dari berbagai laporan mengenai aktivitas dan kondisi organisasi pada periode waktu sebelumnya. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa data yang dikumpulkan dari laporan dan catatan Kedai Kopi Berbaur yang dinilai menunjang penelitian. Dokumentasi ini meliputi data penjualan dan profil perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Total 65 partisipan yang dikelompokkan berdasarkan (1) jenis kelamin, (2) umur, dan (3) frekuensi kedatangan selama pandemi, didapati hasil sebagai berikut:

1. 28 partisipan berjenis kelamin pria dan sebanyak 37 partisipan berjenis kelamin wanita.
2. Rentang umur pelanggan Kedai Kopi Berbaur dengan proporsi terbesar ialah rentang 20-29 tahun yaitu sebesar 69.2 persen. Kemudian disusul oleh rentang usia dibawah 20 tahun dengan besaran 30.8 persen. Dalam sampel tidak ditemukan pelanggan Kedai Kopi Berbaur diatas usia 29 tahun yang berkunjung. Sebagian besar usia pelanggan Kedai Kopi Berbaur tergolong pada usia remaja hingga usia produktif.
3. Frekuensi kedatangan partisipan selama pandemi cukup variatif. Pelanggan yang datang ke Kedai Kopi Berbaur diukur dari sejak bulan Maret 2020 hingga bulan Maret 2021. Frekuensi kedatangan konsumen lebih dari 5 kali selama periode pandemi memiliki jumlah terbesar yakni 43.1 persen. Kemudian disusul dengan Frekuensi kedatangan konsumen dengan jumlah kedatangan 1-3 kali selama periode pandemi berjumlah 40 persen. Serta frekuensi kedatangan konsumen dengan jumlah kedatangan 4-5 kali berjumlah 16.9 persen.

Dimensi Servqual

Terdapat 22 pernyataan Service Quality yang diambil berdasarkan penelitian Tzeng & Chang (2011), dan disesuaikan dengan objek penelitian di masa pandemi COVID-19. Pertanyaan terstruktur dibagikan kepada pelanggan Kedai Kopi Berbaur yang pernah berkunjung selama pandemi COVID-19 atau dihitung dari Maret 2020 hingga Maret 2021. Pertanyaan terstruktur disebarluaskan secara daring untuk menghindari perpindahan COVID-19 melalui kertas. Sebanyak 65 partisipan telah berkunjung ke Kedai Kopi Berbaur selama masa pandemi telah diteliti oleh penulis.

Nilai diperoleh dari pertanyaan terstruktur yang disebarluaskan kepada partisipan, kemudian didapatkan nilai kinerja dan kepentingan terhadap kualitas layanan Kedai Kopi Berbaur. Nilai rata-rata kualitas pelayanan Kedai Kopi Berbaur kemudian dihitung dengan menggunakan :

$$X = \frac{\sum (\text{skor})}{\text{jumlah partisipan}}$$

Hasil jawaban partisipan ditunjukkan pada tabel 3.

Importance Performance Analysis

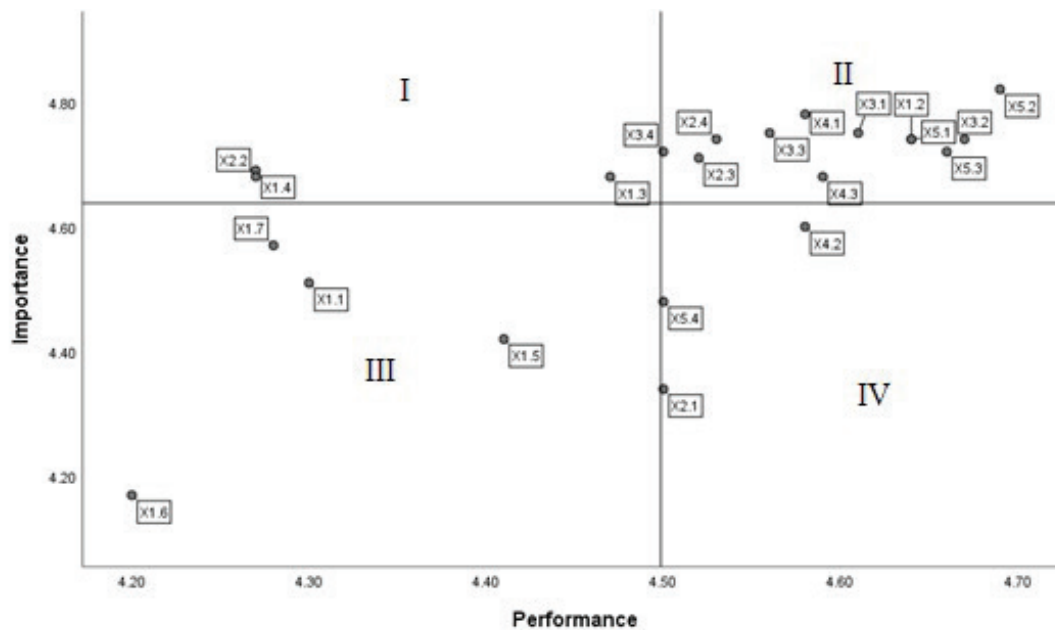
Sebelumnya, dimensi Servqual digunakan untuk mengetahui nilai kinerja dan kepentingan dari tiap-tiap dimensi. Setelah diketahui dimensi yang memiliki nilai kinerja yang cukup rendah, diperlukan prioritas atribut agar perbaikan layanan dapat terfokus dan terencana. Pembobotan kepentingan kemudian dilakukan untuk mengetahui dimensi mana yang dinilai memiliki prioritas kepentingan tinggi.

Berdasarkan penelitian Chen & Lin (2013), menyatakan bahwa Kuadran 1 (Konsentrasi Disini) mengarahkan perhatian dan mengalokasikan sumber daya rumah sakit

Tabel 3. Hasil Perhitungan *Service Quality*

| Dimensi Servqual | Rata-Rata Kinerja | Rata-Rata Kepentingan |
|--|--------------------------|------------------------------|
| X1.1 Kedai memiliki peralatan kopi yang memadai | 4,31 | 4,51 |
| X1.2 Kedai memberikan fasilitas pelayanan tambahan seperti toilet, wifi, stop kontak, dll. | 4,65 | 4,74 |
| X1.3 Kedai memiliki ruang duduk yang bersih dan rapi | 4,48 | 4,68 |
| X1.4 Kedai memiliki ruang duduk yang nyaman dan memadai | 4,38 | 4,69 |
| X1.5 Kedai memiliki menu yang jelas dan lengkap | 4,42 | 4,42 |
| X1.6 Kedai memiliki pelayan beratribut lengkap seperti seragam, apron, dll. | 4,23 | 4,17 |
| X1.7 Kedai memiliki fasilitas penunjang protokol kesehatan seperti hand sanitizer, pengecek suhu, masker, dll. | 4,31 | 4,57 |
| X2.1 Kedai beroperasi dengan tepat waktu (9.00-22.00) | 4,51 | 4,34 |
| X2.2 Kedai menjalani protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah | 4,29 | 4,68 |
| X2.3 Barista kedai dapat diandalkan dengan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat | 4,51 | 4,71 |
| X2.4 Kedai memberikan kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten | 4,51 | 4,74 |
| X3.1 Barista yang cepat dan tanggap dalam melayani pesanan | 4,62 | 4,75 |
| X3.2 Proses pembayaran yang diterapkan tepat dan tanggap | 4,68 | 4,74 |
| X3.3 Barista yang cepat dan tanggap dalam membantu permintaan pelanggan | 4,55 | 4,75 |
| X3.4 Ketanggapan karyawan menerima keluhan pelanggan | 4,49 | 4,72 |
| X4.1 Produk disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya | 4,58 | 4,78 |
| X4.2 Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu | 4,58 | 4,60 |
| X4.3 Kedai bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai | 4,60 | 4,68 |
| X5.1 Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen | 4,65 | 4,74 |
| X5.2 Kedai memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun penampilan konsumen | 4,68 | 4,82 |
| X5.3 Ungkapan dan bahasa yang mudah dipahami saat karyawan melayani konsumen | 4,66 | 4,72 |
| X5.4 Barista memberikan ucapan “Selamat Datang” dan “Terima Kasih” | 4,49 | 4,48 |
| TOTAL | 4,51 | 4,64 |

Sumber: Data olahan (2021)



Gambar 2. Diagram Hasil *Importance Performance Analysis*
 Sumber: Data olahan SPSS (2021)

untuk melakukan perbaikan di zona ini. Kuadran I dinilai tepat untuk dilakukan perbaikan karena memiliki nilai kinerja lebih kecil dari rata-rata tetapi nilai tingkat kepentingan yang lebih besar dari rata-rata sehingga pelanggan merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan (Kim, 2008). Berdasarkan diagram kartesius IPA, dapat disimpulkan bahwa X2.2 (Kedai menjalani protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah), X1.4 (Kedai memiliki ruang duduk yang nyaman dan memadai), dan X1.3 (Kedai memiliki ruang duduk yang bersih dan rapi) menjadi atribut yang masuk kedalam Kuadran I. Ketiga atribut tersebut dinilai sangat penting untuk dilakukan perbaikan agar dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan Kedai Kopi Berbaur kepada pelanggan.

IMPLIKASI MANAHERIAL

Berdasarkan wawancara terstruktur mengenai hasil analisis penelitian menggunakan dimensi Servqual dan Importance Performance Analysis, terdapat

implikasi manajerial antara lain sebagai berikut:

Solusi untuk kurangnya kinerja pada atribut X2.2 (Kedai menjalani protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah) dapat diperbaiki dengan usulan sebagai berikut:

1. Kedai Kopi Berbaur hendaknya melakukan penegasan mengenai protokol kesehatan yang berlaku kepada karyawan.
2. Kedai Kopi Berbaur dapat memberikan reward dan punishment kepada karyawan Kedai Kopi Berbaur yang patuh akan protokol kesehatan.
3. Menempelkan informasi pentingnya 3M (Memakai Masker, Menjaga Jarak Aman, dan Mencuci Tangan) dalam bentuk fisik agar dapat dilihat jelas oleh karyawan Kedai Kopi Berbaur.
4. Menempelkan himbauan keluar-masuk serta Physical Distancing pada Kedai Kopi Berbaur.

Solusi untuk kurangnya kinerja pada atribut X1.4 (Kedai memiliki ruang duduk yang nyaman dan memadai) dapat diperbaiki dengan usulan sebagai berikut:

1. Kedai Kopi Berbaur untuk masa sewa selanjutnya direkomendasikan untuk menata ulang tatanan layout yang berfokus kepada kenyamanan pelanggan.
2. Perluasan tempat direkomendasikan agar dapat meningkatkan akomodasi pelanggan.

Solusi untuk kurangnya kinerja pada atribut X1.3 (Kedai memiliki ruang duduk yang bersih dan rapi) dapat diperbaiki dengan usulan sebagai berikut:

1. Kedai Kopi Berbaur hendaknya melakukan penegasan mengenai kebersihan tempat yang berlaku.
2. Kedai Kopi Berbaur hendaknya melakukan pengawasan berkala terhadap kinerja kebersihan dan kerapian tempat agar terjaganya kenyamanan pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan Dimensi Servqual sebagai indikator penilaian, Terdapat total 22 atribut penilaian yang terbagi dalam 5 dimensi Servqual. Pada dimensi Tangible/Bukti Fisik memiliki 7 atribut, dimensi Reliability/Kehandalan memiliki 4 atribut, dimensi Responsiveness/Ketanggapan memiliki 4 atribut, dimensi Assurance/Jaminan memiliki 3 atribut, dan dimensi Empathy/Empati memiliki 4 atribut. Berdasarkan perhitungan hasil Importance Performance Analysis menggunakan dimensi Servqual dengan nilai kinerja dan kepentingan, maka usulan perbaikan layanan diprioritaskan pada atribut protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah, ruang duduk yang nyaman dan memadai, dan ruang duduk yang bersih dan

rapi. Atribut tersebut dipilih karena menjadi atribut yang masuk kedalam Kuadran I (Prioritas Utama). Atribut Servqual pada Kuadran I terpilih menjadi prioritas utama untuk memperbaiki nilai kinerja atribut agar sesuai dengan tingkat kepentingan pelanggan pada masa pandemi COVID-19.

Berdasarkan wawancara terstruktur dengan pemilik beserta manager-manager Kedai Kopi Berbaur untuk menemukan usulan perbaikan yang dapat direkomendasikan dan diterapkan selama masa pandemi COVID -19 berlangsung. Dapat disimpulkan usulan perbaikan yang sesuai antara lain sebagai berikut:

1. Kedai Kopi Berbaur hendaknya melakukan penegasan mengenai protokol kesehatan yang berlaku kepada karyawan.
2. Kedai Kopi Berbaur dapat memberikan reward dan punishment kepada karyawan Kedai Kopi Berbaur yang patuh akan protokol kesehatan.
3. Menempelkan informasi pentingnya 3M (Memakai Masker, Menjaga Jarak Aman, dan Mencuci Tangan) dalam bentuk fisik agar dapat dilihat jelas oleh karyawan Kedai Kopi Berbaur.
4. Menempelkan himbauan keluar-masuk serta Physical Distancing pada Kedai Kopi Berbaur.
5. Kedai Kopi Berbaur untuk masa sewa selanjutnya direkomendasikan untuk menata ulang tatanan layout yang berfokus kepada kenyamanan pelanggan.
6. Perluasan tempat direkomendasikan agar dapat meningkatkan akomodasi pelanggan.
7. Kedai Kopi Berbaur hendaknya melakukan penegasan mengenai kebersihan tempat yang berlaku.
8. Kedai Kopi Berbaur hendaknya melakukan pengawasan berkala

terhadap kinerja kebersihan dan kerapian tempat agar terjaganya kenyamanan pelanggan.

Saran bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian pada objek yang lebih luas seperti skala

regional dan nasional untuk mencakup pasar yang lebih besar. Terkait metode penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda dan variatif sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih baik dan relevan. ◀

REFERENSI

- Anand, G., Chhajed, D., & Delfin, L. (2012). Job Autonomy, Trust In Leadership, and Continuous Improvement: An Empirical Study In Health Care. *Operations Management Research*, 70-80.
- Chen, Y.-C., & Lin, S. (2013). Applying Importance-Performance Analysis for Improving Internal. *International Business Research*.
- Ezizwita, & Sukma, T. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas* Vol. 23, 51-63.
- Foster, S. T. (2013). *Managing Quality: Integrating The Supply Chain 6th Edition*. Pearson.
- Gazpers, V. (1997). *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- George, A., & Kumar, G. G. (2014). Impact of Service Quality Dimensions in Internet Banking on Customer Satisfaction. *Decision*, 73-85.
- Goddard, E. (2020). The impact of COVID-19 on food retail and food service in Canada: Preliminary assessment. *Canadian Journal of Agricultural Economics*.
- Kemenparekraf. (2021). *Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di Restoran/Rumah Makan*. Jakarta: Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kim, H.-A. (2008). Importance-Performance Analysis of Service Quality of In Campus Specialty Coffee Shop. *Journal of the Korean Society of Food Science and Nutrition*, 1.069 - 1.078.
- Koval, O., Nabareseh, S., Chromjakova, F., & Marciniak, R. (2018). Can Continuous Improvement Lead To Satisfied Customers? Evidence From The Services Industry. *The TQM Journal*, 679-700.
- Mariska, D. (2020, May 5). *Coffee Industry Must Find New Ways to Stay Afloat*. Retrieved from Jakarta Globe: <https://jakartaglobe.id/business/coffee-industry-must-find-new-ways-to-stay-afloat>
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance Performance Analysis. *The Journal Of Marketing*, 78-79.
- Milner, C. D., & Savage, B. M. (2016). Modeling continuous improvement evolution in the service sector: A comparative case study. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 438-460.
- Nasution, M. N. (2005). *Total Quality Management 3rd Edition*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1988). A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 25.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, d. L. (1985). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Marketing*.

- Poerwanto, G. H. (2012). *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Puspitasari, N. B., Suliantoro, H., & Kusumawardhani, L. (2010). Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Integrasi Importance Performance Analysis dan Model KANO (Studi Kasus di PT. Perusahaan Air Minum Lyonnaise Jaya Jakarta). *J@TI Undip*, 185-196.
- Sanchez, L., & Blanco, B. (2014). Three Decades of Continuous Improvement. *Total Quality Management & Business Excellence*, 986-1001.
- Sekaran, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silvestro, R., & Lustrato, P. (2015). Exploring The “Mid Office” Concept As an Enabler of Mass Customization In Services. *International Journal of Operations & Production Management*, 866-894.