

***STRATEGY TO IMPROVE SERVICE QUALITY AT SIMALU KOPI USING THE
QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) METHOD***

**STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DI SIMALU KOPI
MENGGUNAKAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)***

Chazqa Bawazier, Amna Hartiati*, Dewa Ayu Anom Yuarini

Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana, Kampus
Bukit Jimbaran, Badung.

Diterima 15 Mei 2025 / Disetujui 17 Mei 2025

ABSTRACT

Simalu Kopi is a coffee shop that offers a homey coffee-drinking atmosphere close to nature and located in the middle of Batubulan Village, Sukawati District, Gianyar Regency, Bali Province. Simalu Kopi's income is fluctuating, but from August to December 2024, there was a 30% decrease in income per month and an average of 7 complaints per month from consumers regarding the shop's service. The objectives of this study are to identify the service attributes valued by customers at Simalu Kopi, analyze the level of importance and customer satisfaction with service quality at Simalu Kopi, and develop appropriate strategies for improving service quality at Simalu Kopi. This study employs the Quality Function Deployment (QFD) method, which involves developing products or services based on consumer needs. The variables used are Wi-Fi network reliability, availability of toilet facilities, comfortable seating, ample parking space, cleanliness of the premises, tidiness of the premises, cleanliness of dining utensils, cleanliness of drinking utensils, employee appearance, strategic location, service speed, order accuracy, payment ease, issue resolution, menu mastery, safety assurance, customer trust, employee friendliness, employee sensitivity, and service dedication. The analysis revealed that the service attribute of safety assurance has the highest consumer importance value, while the service attribute of employee friendliness has the highest consumer satisfaction value. The recommended strategies for improving service quality at Simalu Kopi include providing parking area markers, using the best Wi-Fi router and regularly monitoring the network, optimizing digital and physical promotions, conducting regular briefings, evaluations, and employee soft skills training, implementing a reward-punishment system, adopting service excellence practices, and adding large-screen facilities.

Keywords : Coffee shop, customer satisfaction, service quality, Quality Function Deployment (QFD)

ABSTRAK

Simalu Kopi merupakan kedai kopi yang menawarkan suasana ngopi ala rumahan yang dekat dengan alam dan terletak di tengah Desa Batubulan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Pendapatan Simalu Kopi bersifat fluktuatif, namun sejak bulan Agustus hingga Desember 2024 terjadi penurunan pendapatan sebesar 30% per bulan dan terdapat rata-rata 7 keluhan per bulan dari konsumen terhadap pelayanan kedai. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui atribut pelayanan yang dipentingkan

*Korespondensi Penulis :
Email: amnahartiati@unud.ac.id

oleh konsumen di Simalu Kopi, menganalisis tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Simalu Kopi, dan mendapatkan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang tepat di Simalu Kopi. Penelitian ini menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) yaitu mengembangkan produk atau jasa melalui kebutuhan konsumen. Variabel yang digunakan yaitu kelancaran jaringan wi-fi, ketersediaan fasilitas toilet, tempat duduk yang nyaman, lahan parkir yang luas, kebersihan ruangan, kerapian ruangan, kebersihan peralatan makan, kebersihan peralatan minum, penampilan karyawan, lokasi yang strategis, kecepatan penyajian, kesesuaian pesanan, kemudahan pembayaran, penanganan masalah, penguasaan menu, jaminan rasa aman, kepercayaan konsumen, keramahan karyawan, kepekaan karyawan, dan kesungguhan pelayanan. Hasil analisis diperoleh bahwa atribut pelayanan jaminan rasa aman memiliki nilai kepentingan konsumen tertinggi dan atribut pelayanan keramahan karyawan memiliki nilai kepuasan konsumen tertinggi. Strategi peningkatan kualitas pelayanan yang dapat direkomendasikan kepada Simalu Kopi adalah menyediakan penanda area parkir, menggunakan router wi-fi terbaik dan rutin memantau jaringan, mengoptimalkan promosi secara digital dan fisik, rutin melakukan *briefing*, evaluasi, pelatihan *soft skill* karyawan, dan sistem *reward–punishment*, menerapkan *service excellent*, serta menambah fasilitas layar lebar.

Kata kunci : Kedai kopi, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, *Quality Function Deployment* (QFD)

PENDAHULUAN

Bali merupakan pulau di Indonesia yang menjadi destinasi wisata nomor satu dunia yang tidak hanya dikenal karena keindahan alam dan budayanya saja, tetapi juga mengalami perkembangan dalam bidang usaha kulinernya yaitu *coffee shop*. Pesatnya perkembangan *coffee shop* di Bali dibuktikan dengan banyak bertambahnya *coffee shop* hampir setiap bulan Noethera (2024). Menjamurnya *coffee shop* menjadi tantangan bagi para pelaku usaha serupa karena persaingan akan semakin ketat. *Coffee shop* menjual produk utama berupa minuman *coffee*, minuman *non-coffee*, dan makanan ringan. Namun, saat ini konsumen tidak hanya memutuskan pembelian karena produk saja, melainkan juga karena pelayanan yang diberikan Cindy dan Atmojo (2022). Salah satu *coffee shop* di Bali yang menjual produk dan menawarkan pelayanan adalah Simalu Kopi.

Simalu Kopi merupakan *coffee shop* yang berdampingan dengan sawah dan terletak di tengah Desa Batubulan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Simalu Kopi menawarkan suasana ngopi ala rumahan yang dekat dengan alam, sehingga memberikan pengalaman suasana tenang yang jauh dari hiruk-pikuk kota. Simalu Kopi beroperasi mulai pukul 18.00 hingga 00.00 dan menargetkan mahasiswa/i dan para pekerja yang telah selesai melakukan aktivitas untuk bersantai sejenak di kedai.

Kepuasan konsumen dapat dianalisis dengan metode yang bernama *Quality Function Deployment* (QFD) yang berguna untuk menganalisis perencanaan strategis dengan menggunakan matriks *House of Quality* (HOQ) dengan menghubungkan kebutuhan pelanggan (*what*) dengan parameter teknis (*how*). QFD memiliki kelebihan yaitu *customer focused* dengan mendapatkan umpan balik dari konsumen terkait kebutuhan dan harapan konsumen yang menjadi penting karena kinerja perusahaan tidak akan terlepas dari konsumen (Wijaya, 2018). Beberapa penelitian yang menggunakan QFD antara lain: Anassalam dan Nur Cahya (2023) yang meneliti tingkat kepentingan kualitas layanan pada Kedai Kopi “*Dreeps Coffee*” Semarang menunjukkan hasil penelitian atribut daya tanggap dalam variabel *responsiveness* sebagai atribut paling penting bagi konsumen. Penelitian Dwi Putri et al. (2021) yang meneliti kualitas pelayanan di Inaka *Coffee* menunjukkan hasil penelitian atribut kecepatan sistem pelayanan kafe dalam melayani konsumen sebagai atribut yang diunggulkan Inaka *Coffee* dan respon teknis ketersediaan CCTV sebagai prioritas perbaikan. Penelitian Rafli et al. (2021) yang meneliti kualitas pelayanan di Kedai Kopi “*Sang Esoen*” menunjukkan hasil penelitian respon

teknis mengganti desain meja dan kursi yang lebih nyaman serta melakukan pengecekan fasilitas secara rutin sebagai prioritas perbaikan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka penelitian ini menggunakan metode QFD yang terbukti efektif dalam merumuskan perbaikan kualitas pelayanan melalui HOQ. Pelaksanaan penelitian ini ditujukan untuk mengetahui atribut pelayanan yang dipentingkan oleh konsumen di Simalu Kopi, menganalisis tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Simalu Kopi, serta mendapatkan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang tepat di Simalu Kopi.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Simalu Kopi yang berlokasi di Jalan Batuintan III No, 1A, Desa Batubulan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Analisis data dilakukan di Laboratorium Teknik dan Manajemen Industri, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana. Penelitian dilaksanakan selama 3 bulan sejak bulan Januari hingga Maret 2025.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Simalu Kopi dalam waktu satu bulan terakhir dengan pengambilan sampel menggunakan teknik sampling *non-probability* jenis *purposive sampling*. Waktu satu bulan tersebut sesuai dengan siklus operasional perusahaan seperti laporan keuangan dan target bulanan. Kriteria Penentuan sampel dihitung menggunakan rumus slovin dengan *margin error* 10% dan diperoleh sampel sebanyak 90 orang. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu konsumen berusia 15 hingga 50 tahun dan pernah mengonsumsi produk Simalu Kopi dan NAD *Coffee & Eatery* Batubulan minimal 2 kali.

Variabel yang Diamati

Variabel pada penelitian ini diperoleh melalui *brainstorming* dengan pihak Simalu Kopi yang didukung dengan penelitian terdahulu, sehingga didapatkan variabel berjumlah 20 atribut pelayanan. Atribut tersebut yaitu kelancaran jaringan wi-fi, ketersediaan fasilitas toilet, tempat duduk yang nyaman, lahan parkir yang luas, kebersihan ruangan, kerapian ruangan, kebersihan peralatan makan, kebersihan peralatan minum, penampilan karyawan, lokasi yang strategis, kecepatan penyajian, kesesuaian pesanan, kemudahan pembayaran, penanganan masalah, penguasaan menu, jaminan rasa aman, kepercayaan konsumen, keramahan karyawan, kepekaan karyawan, dan kesungguhan pelayanan.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif berupa parameter teknis dan atribut pelayanan, serta data kuantitatif berupa data penjualan dan hasil survei kuesioner. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dan survei, sedangkan data sekunder diperoleh dari gambaran umum perusahaan, atribut pelayanan, parameter teknis, dan data penjualan Simalu Kopi.

Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilakukan mulai dari survei pendahuluan, studi pustaka, menentukan lokasi penelitian, mengidentifikasi kompetitor. Kemudian, dilakukan tahap identifikasi atribut pelayanan melalui *brainstorming* dengan pihak Simalu Kopi dan penyusunan kuesioner kepentingan dan kepuasan konsumen. Kuesioner yang telah disusun selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Pengujian dilakukan kepada 30 orang responden di Kopi Kenangan Ruko Batubulan, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali karena jarak lokasi yang dekat dengan Simalu Kopi. Kuesioner yang telah valid dan reliabel disebarluaskan kepada 90 orang responden di Simalu Kopi menggunakan *google formulir*. Data yang telah terkumpul melalui kuesioner tersebut kemudian dilakukan olah data menggunakan *Microsoft Office Excel* 2019. Selanjutnya dilakukan analisis nilai dan tingkat kepentingan konsumen, analisis nilai dan tingkat kepuasan konsumen, penentuan target, penentuan rasio perbaikan, perancangan parameter teknis, analisis hubungan atribut kepentingan konsumen dengan parameter teknis (matriks korelasi), analisis hubungan antar parameter teknis (matriks *trade off*), dan penyusunan HOQ serta rekomendasi strategi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan karakteristik usia responden didominasi oleh kelompok usia 20-24 tahun sebanyak 47 orang (52%). Sejalan dengan penelitian Zahroh (2019), kelompok usia 17-26 tahun lebih sering mengonsumsi kopi karena konsumen sudah memiliki daya konsumtif yang meningkat dan kemampuan untuk melakukan pembelian. Selanjutnya, karakteristik jenis kelamin responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 58 orang (64%). Sejalan dengan penelitian Ibrahim (2020), mayoritas penikmat kopi adalah kalangan laki-laki dan perempuan hanya sebagian kecil saja. Karakteristik jenis pekerjaan responden didominasi oleh pelajar atau mahasiswa sebanyak 52 orang (58%). Sejalan dengan penelitian Maulida (2023), terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kebiasaan konsumsi di kalangan pelajar atau mahasiswa yaitu dorongan dari teman sebaya, kebiasaan keluarga dalam mengonsumsi kopi, serta situasi keuangan mahasiswa. Berdasarkan frekuensi pembelian produk per bulan responden didominasi oleh pembelian lebih dari 2 kali sebanyak 47 orang (52%). Sejalan dengan penelitian Ibrahim (2020), responden dengan frekuensi pembelian rata-rata sebanyak 3 kali dalam sebulan sebesar 46,7%.

Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Setiap atribut memiliki nilai r hitung $> r$ tabel sebesar 0,361, sehingga seluruh atribut kuesioner dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* $>$ nilai acuan (0,6) yaitu sebesar 0,817, sehingga kuesioner dinyatakan reliabel.

Analisis Nilai dan Tingkat Kepentingan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis, maka diperoleh bahwa 16 atribut pelayanan di Simalu Kopi yang mendapatkan kriteria sangat penting dan 4 atribut sisanya mendapatkan kriteria penting. Atribut jaminan rasa aman memiliki nilai kepentingan tertinggi sebesar 4,52 dan atribut penampilan karyawan dengan nilai kepentingan terendah sebesar 3,96. Hal tersebut mengindikasikan bahwa seluruh atribut pelayanan dipentingkan oleh konsumen ketika ingin mengunjungi sebuah *coffee shop* untuk membeli suatu produk.

Atribut jaminan rasa aman memiliki nilai kepentingan tertinggi yang menandakan bahwa konsumen sangat mengutamakan aspek keamanan dalam keputusan mereka. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Koesenggawati (2020) yang menyatakan bahwa keamanan merupakan aspek krusial, sehingga kafe berupaya menjamin para pengunjung terlindungi dari risiko kehilangan barang maupun ancaman lainnya sehingga dapat memberikan rasa puas kepada konsumen.

Atribut selanjutnya yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah lokasi strategis, kebersihan

peralatan makan, kebersihan peralatan minum, kepercayaan konsumen, dan lahan parkir yang luas. Dalam penelitian Yulianto et al. (2018) menyatakan bahwa peralatan makan yang dimiliki restoran bersih dan higienis, serta karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada konsumen merupakan atribut pelayanan yang dapat diupayakan peningkatannya. Penelitian Dwi Putri et al. (2021) juga menyatakan lokasi kafe strategis menjadi atribut tertinggi kedua yang dipentingkan konsumen. Keenam atribut tersebut dianggap menjadi atribut kepentingan utama yang harus dipenuhi oleh perusahaan karena memiliki nilai tertinggi diantara atribut lainnya. Hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Nilai dan tingkat kepentingan atribut pelayanan

Ranking	Atribut	NKK	TKK	Kriteria
1	Jaminan rasa aman	4,52	81,4	Sangat Penting
2	Lokasi yang strategis	4,50	81	Sangat Penting
3	Kebersihan peralatan makan	4,48	80,6	Sangat Penting
4	Kebersihan peralatan minum	4,46	80,6	Sangat Penting
5	Kepercayaan konsumen	4,47	80,4	Sangat Penting
6	Lahan parkir yang luas	4,47	80	Sangat Penting
7	Keramahan karyawan	4,44	79,2	Sangat Penting
8	Kesungguhan pelayanan	4,40	79,2	Sangat Penting
9	Kelancaran jaringan Wi-Fi	4,36	78,4	Sangat Penting
10	Kecepatan penyajian	4,32	77,8	Sangat Penting
11	Penanganan masalah	4,32	77,8	Sangat Penting
12	Kebersihan ruangan	4,29	77,2	Sangat Penting
13	Ketersediaan fasilitas toilet	4,28	77	Sangat Penting
14	Kesesuaian pesanan	4,27	76,8	Sangat Penting
15	Kemudahan pembayaran	4,27	76,8	Sangat Penting
16	Tempat duduk yang nyaman	4,22	76	Sangat Penting
17	Penguasaan menu	4,03	72,6	Penting
18	Kepakaan karyawan	4,02	72,4	Penting
19	Kerapian ruangan	3,97	71,4	Penting
20	Penampilan karyawan	3,96	71,2	Penting

Analisis Nilai dan Tingkat Kepuasan Konsumen dengan Kompetitor

Kepuasan konsumen terhadap pelayanan Simalu Kopi cenderung lebih rendah dibandingkan kompetitornya yaitu NAD *Coffee and Eatery* Batubulan. Atribut keramahan karyawan menjadi atribut yang paling memuaskan di Simalu Kopi. Simalu Kopi sangat menerapkan budaya 5S yaitu senyum, sapa, salam, sopan, dan santun, sehingga konsumen merasa sangat disambut ketika berkunjung. Selaras dengan penelitian Sari (2021) yang menyatakan bahwa salah satu strategi yang digunakan untuk mempertahankan konsumen adalah dengan menunjukkan sikap keramahan, terampil dalam berkomunikasi, dan dapat menyesuaikan diri. Hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai dan tingkat kepuasan atribut pelayanan

No	Atribut	Nilai Kepuasan Konsumen						
		Simalu	Kriteria	NAD	Kriteria	Target	Rasio	Prioritas
1	Kelancaran jaringan Wi-Fi	3,69	Puas	4,29	Sangat Puas	5	1,36	2
2	Ketersediaan fasilitas toilet	3,82	Puas	4,51	Sangat Puas	5	1,31	5
3	Tempat duduk yang nyaman	3,80	Puas	4,23	Sangat Puas	5	1,32	4
4	Lahan parkir yang luas	3,34	Cukup Puas	3,52	Puas	5	1,50	1
5	Kebersihan ruangan	4,20	Puas	4,28	Sangat Puas	5	1,19	11

No	Atribut	Nilai Kepuasan Konsumen					
		Simalu	Kriteria	NAD	Kriteria	Target	Rasio
6	Kerapian ruangan	3,82	Puas	4,29	Sangat Puas	5	1,31
7	Kebersihan peralatan makan	4,07	Puas	4,21	Puas	5	1,23
8	Kebersihan peralatan minum	4,10	Puas	4,18	Puas	5	1,22
9	Penampilan karyawan	3,88	Puas	4,27	Sangat Puas	5	1,29
10	Lokasi yang strategis	3,72	Puas	3,81	Puas	5	1,34
11	Kecepatan penyajian	3,92	Puas	4,29	Sangat Puas	5	1,27
12	Kesesuaian pesanan	4,10	Puas	4,12	Puas	5	1,22
13	Kemudahan pembayaran	4,07	Puas	4,20	Puas	5	1,23
14	Penanganan masalah	4,21	Puas	4,32	Sangat Puas	5	1,19
15	Penguasaan menu	4,21	Puas	4,21	Puas	5	1,19
16	Jaminan rasa aman	4,16	Puas	4,13	Puas	5	1,20
17	Kepercayaan konsumen	4,06	Puas	4,08	Puas	5	1,23
18	Keramahan karyawan	4,34	Sangat Puas	4,28	Sangat Puas	5	1,15
19	Kepakaan karyawan	4,07	Puas	4,26	Sangat Puas	5	1,23
20	Kesungguhan pelayanan	4,17	Puas	4,16	Puas	5	1,20

Penentuan Target Kualitas Pelayanan

Target kualitas pelayanan ditentukan melalui wawancara bersama pemilik Simalu Kopi. Target kualitas diukur menggunakan skala likert dengan rentang nilai 1 hingga 5. Nilai 1 berarti sangat tidak puas, nilai 2 berarti tidak puas, nilai 3 berarti cukup puas, nilai 4 berarti puas, dan nilai 5 berarti sangat puas. Berdasarkan hasil wawancara, perusahaan menetapkan nilai 5 sebagai target kualitas pelayanan. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat memaksimalkan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Penentuan Rasio Perbaikan

Berdasarkan data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh atribut pelayanan di Simalu Kopi memiliki nilai rasio perbaikan lebih dari 1. Sejalan dengan penelitian Yanti et al. (2023) yang menyatakan nilai rasio perbaikan lebih dari 1 mengindikasikan bahwa perusahaan belum memperoleh target maksimal dalam kepuasan konsumen terhadap produk atau pelayanan yang ditawarkan. Atribut lahan parkir yang luas menjadi prioritas perbaikan utama dengan nilai rasio perbaikan tertinggi yaitu sebesar 1,50 dikarenakan Simalu Kopi belum memiliki lahan parkir kendaraan yang memadai. Selanjutnya, atribut kelancaran jaringan Wi-Fi menjadi prioritas perbaikan kedua dikarenakan sinyal Wi-Fi di Simalu Kopi terkadang mengalami gangguan sinyal akibat perangkat router Wi-Fi yang sudah lama dan penarikan kabel penghubung perangkat ke pusat yang terlalu panjang. Prioritas perbaikan yang ketiga yaitu atribut lokasi yang strategis. Kedai yang berada di dalam area perumahan dan cukup jauh dari jalan utama membuat lokasi Simalu Kopi menjadi kurang strategis. Ketiga atribut tersebut menjadi perhatian khusus oleh Simalu Kopi dalam melakukan perbaikan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Perancangan Parameter Teknis

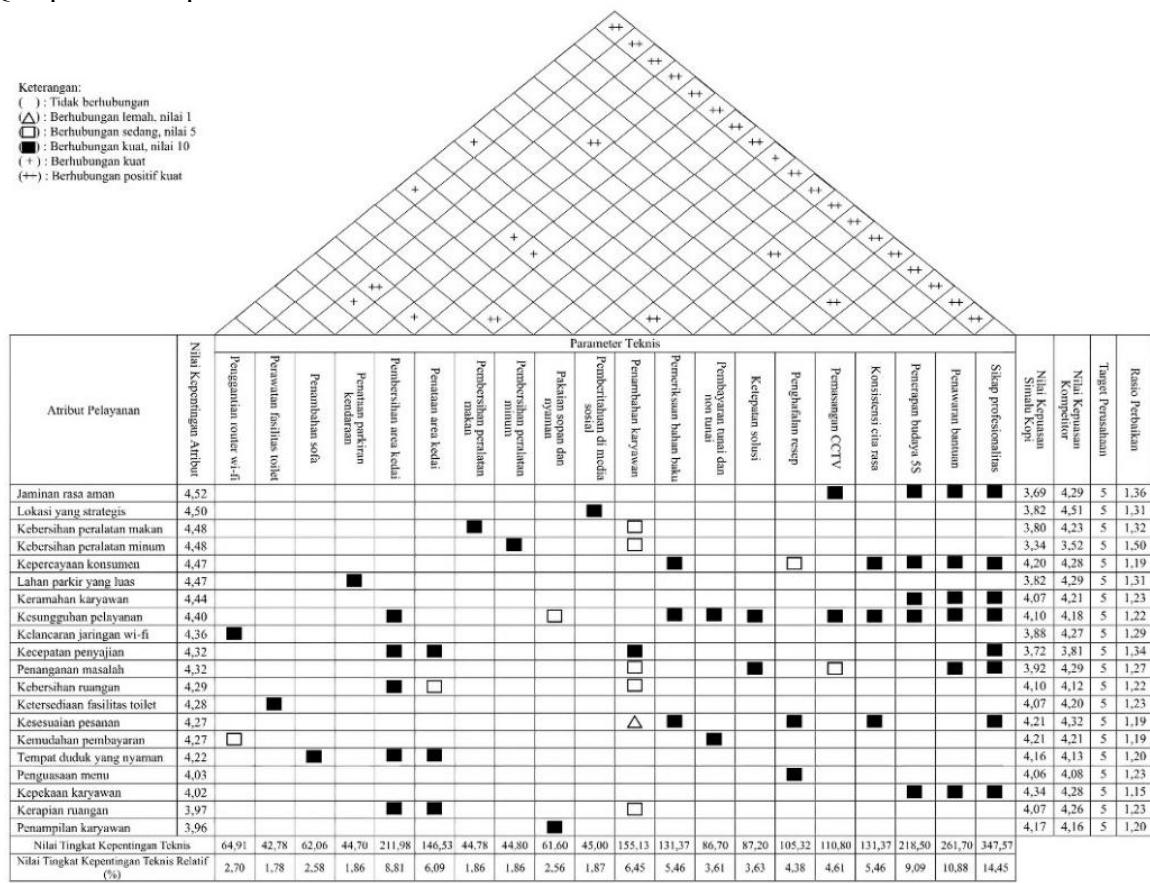
Perancangan parameter teknis dilakukan melalui *brainstorming* dengan pihak Simalu Kopi, sehingga diperoleh 20 parameter teknis. Parameter teknis tersebut yaitu penggantian router wi-fi, perawatan fasilitas toilet, penambahan sofa, penataan parkiran kendaraan, pembersihan area kedai, penataan area kedai, pembersihan peralatan makan, pembersihan peralatan minum, pakaian sopan dan nyaman, pemberitahuan di media sosial, penambahan karyawan, pemeriksaan bahan baku, pembayaran tunai dan non tunai, ketepatan solusi, penghafalan resep, pemasangan CCTV, konsistensi cita rasa, penerapan budaya 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, Santun), penawaran bantuan, dan sikap

profesionalitas.

Penyusunan *House of Quality (HOQ)* dan Rekomendasi Strategi

HOQ tersusun dari atribut pelayanan, nilai kepentingan atribut, nilai kepuasan konsumen dan kompetitor, target perusahaan, rasio perbaikan, parameter teknis, matriks korelasi, matriks trade off, nilai tingkat kepentingan teknis (TKT) dan nilai tingkat kepentingan teknis relatif (TKTR) (%). Nilai tersebut digunakan sebagai dasar dalam menetapkan prioritas parameter teknis untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menentukan parameter teknis yang paling berpengaruh terhadap atribut yang dianggap penting oleh konsumen.

Berdasarkan penyusunan HOQ dapat diketahui bahwa parameter teknis sikap profesionalitas memiliki nilai TKT tertinggi yaitu 347,57 dengan nilai TKTR sebesar 14,45%. Diikuti oleh penawaran bantuan memiliki nilai TKT yaitu 261,70 dengan nilai TKTR sebesar 10,88% dan penerapan budaya 5S memiliki nilai TKT yaitu 218,50 dengan nilai TKTR sebesar 9,09%. Ketiga parameter teknis tersebut pengaruh yang sangat kuat terhadap kualitas pelayanan Simalu Kopi, sehingga penting untuk dijadikan prioritas dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen Susunan HOQ dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. *House of Quality (HOQ)*

Rekomendasi Strategi

Strategi melalui atribut lahan parkir yaitu memberikan penanda jelas seperti rambu dan marka jalan untuk memisahkan area parkir motor dan mobil. Selanjutnya, meningkatkan kelancaran jaringan Wi-Fi dapat menggunakan perangkat router dan *access point* dengan teknologi terbaru. Sementara

itu, terkait lokasi strategis dapat dilakukan promosi digital (informasi akses dan lokasi) dan promosi fisik (pemasangan palang di jalan utama) agar lebih mudah dijangkau oleh konsumen.

Strategi melalui parameter teknis sikap profesionalitas yaitu melaksanakan *briefing* dan evaluasi rutin, pelatihan *soft skill*, serta sistem *reward* dan *punishment*. Selanjutnya, penawaran bantuan dengan menerapkan service excellent. Lalu, penerapan budaya 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, dan Santun) dengan melakukan pemantauan dan evaluasi.

Strategi melalui karakteristik responden yaitu dengan menambahkan fasilitas layar lebar untuk mengadakan menonton bersama pertandingan sepak bola ataupun turnamen *game online*. Strategi tersebut didasarkan oleh mayoritas konsumen Simalu Kopi adalah laki-laki berusia 20–24 tahun dengan latar belakang pekerjaan sebagian besar sebagai pelajar atau mahasiswa.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap kualitas pelayanan di Simalu Kopi, maka didapatkan kesimpulan bahwa atribut pelayanan yang dipentingkan oleh konsumen terhadap pelayanan di Simalu Kopi yaitu jaminan rasa aman, lokasi strategis, kebersihan peralatan makan dan minum, kepercayaan konsumen, lahan parkir luas, keramahan karyawan, kesungguhan pelayanan, kelancaran jaringan wi-fi, kecepatan penyajian, penanganan masalah, kebersihan ruangan, ketersediaan fasilitas toilet, kesesuaian pesanan, kemudahan pembayaran, tempat duduk nyaman, penguasaan menu, kepekaan karyawan, kerapian ruangan, dan penampilan karyawan.

Selanjutnya, atribut pelayanan yang memiliki nilai kepentingan tertinggi di Simalu Kopi yaitu jaminan rasa aman, lokasi yang strategis, kebersihan peralatan makan, kebersihan peralatan minum, kepercayaan konsumen, dan lahan parkir yang luas. Sedangkan, atribut pelayanan yang memiliki nilai kepuasan tertinggi di Simalu Kopi yaitu keramahan karyawan, penanganan masalah, penguasaan menu, kebersihan ruangan, dan kesungguhan pelayanan.

Strategi yang dapat direkomendasikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Simalu Kopi yaitu menyediakan penanda area parkir, menggunakan router wi-fi terbaik dan rutin memantau jaringan, mengoptimalkan promosi secara digital dan fisik, rutin melakukan briefing, evaluasi, pelatihan soft skill karyawan, dan sistem reward–punishment, menerapkan service excellent, serta menambah fasilitas layar lebar.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini yaitu Simalu Kopi sebaiknya menerapkan strategi-strategi yang telah direkomendasikan, lebih aktif di media sosial untuk promosi guna menjangkau konsumen lebih banyak sehingga dapat meningkatkan penjualan, serta perlu dipertimbangkan penelitian lebih lanjut mengenai analisis kualitas produk di Simalu Kopi yang memiliki potensi besar dalam memengaruhi tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anassalam, M., dan Nur Cahya, H. 2023. Upaya peningkatan kepuasan konsumen menggunakan metode *quality function deployment* pada Kedai Kopi Dreeps *Coffee Semarang*. *Jekobs*, 2(2): 113–124.
- Baskoro, D. A., dan Mahmudah, F. 2022. Pengaruh harga dan suasana café terhadap keputusan pembelian. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation*

- Industry, Entertainment Services, 5(1): 1–24.*
- Cindy, dan Atmojo, J. T. 2022. Pengaruh customer relations barista terhadap customer satisfaction dan repurchase intention interest (survei terhadap Authentic Coffee Shop). *Jurnal Visi Komunikasi*, 21(1), 44–58.
- Dwi Putri, N. N., Pujianto, T., dan Kastaman, R. 2021. Penerapan metode *quality function deployment* (QFD) yang terintegrasi metode *servqual* untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam kualitas pelayanan di Inaka *Coffee*. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 5(4): 1037–1050. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.04.7>
- Ibrahim, A. M. M. 2020. Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas minuman kopi arabika di Otten *Coffee*. *Skripsi*. Tidak dipublikasikan. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Maulida, D. S. 2023. Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas kopi dan pelayanan di Kedai Kopi Sepanjang Waktu Bintaro Tangerang Selatan. *Skripsi*. Tidak dipublikasikan. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Noethera. 2024. *Meningkatnya Bisnis Coffee Shop di Bali: Tips Agar Tetap Unik dan Bersaing*. <https://noethera.com/id/insight/the-rise-of-coffee-shops-in-bali-how-to-stay-unique-and-competitive/> (Diakses pada 16 Juni 2025)
- Rafli, N. Q., Widyaningrum, D., dan Jufriyanto, M. 2021. Usulan perbaikan pelayanan di Kedai Kopi Sang Esoen pada masa pandemi covid-19 menggunakan metode *service quality* dan *quality function deployment*. *JUSTI (Jurnal Sistem dan Teknik Industri)*, 2(1): 1–8. <https://doi.org/10.30587/justicb.v2i1.3178>
- Sari, N. 2021. Analisis strategi komunikasi interpersonal barista *Coffee Shop Space Roastery* di Yogyakarta. *Skripsi*. Tidak dipublikasikan. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Wijaya, T. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: PT. Indeks Jakarta.
- Yanti, N. M. Y. W., Yuanini, D. A. A., dan Wiranatha, A. S. 2023. Strategi peningkatan kualitas produk Rumah Makan Babi Guling Men Janji di Tabanan. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 11(3): 361. <https://doi.org/10.24843/jrma.2023.v11.i03.p04>
- Zahroh, Z. F. 2019. Analisis pengembangan kualitas produk kopi bubuk dengan metode *quality function deployment* (QFD) (studi kasus kelompok tani kopi ‘Makmur Abadi’ Desa Kandangan, Banyuwangi). *Skripsi*. Tidak dipublikasikan. Universitas Brawijaya.