

INTISARI

STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK DI WISATA KULINER KEDAI “KOPI MERAPI”

Wulan Rahmawati¹, Mirwan Ushada², Megita Ryanjani Tanuputri²

Warung Kopi Merapi menjadi salah satu kedai dengan konsep sederhana, tradisional, dan merakyat. Kopi Merapi memiliki daya tarik tersendiri dengan lokasinya yang berada di lereng Gunung Merapi. Akan tetapi masih ditemui beberapa keluhan sehingga pemenuhan kebutuhan perlu dilakukan serta bagaimana menjadikan Kopi Merapi sebagai destinasi yang tidak boleh dilewatkan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis atribut kualitas layanan dan produk, menentukan atribut prioritas perbaikan berdasarkan integrasi IPA-Kano serta menyusun strategi perbaikan inovatif terhadap kualitas layanan dan produk di Warung Kopi Merapi. Penelitian dilakukan dengan kuesioner. Kuesioner pertama dilakukan untuk menganalisis perbandingan kepentingan dengan kinerja pada metode IPA. Kuesioner kedua yaitu kuesioner Kano digunakan untuk mengelompokkan atribut ke beberapa kategori kano. Kemudian dilakukan pengintegrasian hasil IPA dan Kano dimana akan diperoleh fokus atribut sesuai dengan persepsi konsumen. Hasil secara keseluruhan terlihat bahwa nilai kepentingan dengan kinerja masih negatif yang menunjukkan atribut masih berada di bawah harapan konsumen. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat atribut yang perlu ditingkatkan yaitu Kecepatan karyawan dalam pengantaran produk, Kecepatan layanan dalam pembersihan tempat, Ketersediaan bahan penunjang, dan Cita rasa kuat pada produk minuman kopi. Pada keinginan mengenai kecepatan karyawan dalam pengantaran produk ditentukan perubahan sistem pengantaran yang mana konsumen wajib menuliskan nomor meja. Kemudian kecepatan layanan dalam pembersihan tempat yaitu membentuk dan menambah karyawan di bagian kebersihan saja. Peningkatan pada atribut ketersediaan bahan penunjang ditentukan dengan melakukan pengadaan bahan yang diperlukan di satu titik yaitu di dekat kasir. Terakhir Cita rasa kuat pada produk minuman kopi ditentukan strategi perbaikan dengan melakukan penyusunan formulasi ulang komposisi dengan memperhatikan persentase komponen utama dari larutan kopi, gula, dan susu. Hasil usulan perbaikan tersebut diharapkan mampu membantu pihak Kopi Merapi untuk meningkatkan kinerja guna memenuhi kebutuhan konsumen pada target konsumennya sebagai strategi meningkatkan daya saing usaha.

Kata Kunci: cita rasa, IPA, Kano, kopi merapi, layanan dan produk, strategi, TRIZ

¹ Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

² Dosen Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

ABSTRACT

STRATEGIES TO IMPROVE SERVICE AND PRODUCT QUALITY IN CULINARY TOURISM SHOP "KOPI MERAPI"

Wulan Rahmawati¹, Mirwan Ushada², Megita Ryanjani Tanuputri²

Warung Kopi Merapi is one of the shops with a simple, traditional, and popular concept. Kopi Merapi has its own charm with its location on the slopes of Mount Merapi. However, there are still some complaints so that meeting needs to be done and how to make Merapi Coffee a destination that should not be missed. This research was conducted with the aim of analyzing service and product quality attributes, determining priority attributes for improvement based on IPA-Kano integration and developing innovative improvement strategies for service and product quality at Kopi Merapi. The research was conducted with questionnaires. The first questionnaire was conducted to analyze the comparison of importance with performance in the IPA method. The second questionnaire, the Kano questionnaire, was used to group attributes into several Kano categories. Then integrate the results of IPA and Kano where the focus of attributes will be obtained according to consumer perceptions. The overall result shows that the value of importance with performance is still negative which indicates the attribute is still below consumer expectations. Based on this, there are four attributes that need to be improved, namely the speed of employees in delivering products, the speed of service in cleaning the place, the availability of supporting materials, and the strong taste of coffee beverage products. At the desire regarding the speed of employees in product delivery, it is determined to change the delivery system where consumers are required to write down the table number. Then the speed of service in cleaning the place is to form and add employees in the cleaning section only. The increase in the availability attribute of supporting materials is determined by procuring the necessary materials at one point, namely near the cashier. Finally, the strong taste of coffee beverage products is determined by the improvement strategy by reformulating the composition by paying attention to the percentage of the main components of the coffee solution, sugar, and milk. The results of the proposed improvements are expected to be able to help Merapi Coffee to improve performance to meet consumer needs in its target consumers as a strategy to increase business competitiveness.

Keywords: *flavor, IPA, Kano, merapi coffee, service and product, strategy, TRIZ*

¹ Student of Agricultural Industrial Technology Department, Faculty of Agricultural Technology, Gadjah Mada University

² Lecturer of Agricultural Industrial Technology Department, Faculty of Agricultural Technology, Gadjah Mada University