

INTISARI

STRATEGI PENINGKATAN NILAI UNTUK PELANGGAN (*CUSTOMER VALUE*) KOPI LITERAN DI *COFFEE SHOP* KABUPATEN SLEMAN PADA MASA NORMAL BARU

Aninda Rizki Amalia¹, Dyah Ismoyowati², Nafis Khuriyati²

Berdasarkan data yang dihimpun dari Kementerian Pertanian, jumlah konsumsi komoditas kopi di Indonesia mengalami peningkatan selama periode tahun 2016-2021. Hal tersebut diikuti dengan meningkatnya pertumbuhan *coffee shop* di beberapa daerah di Indonesia, salah satunya di Kabupaten Sleman. Kopi literan merupakan salah satu inovasi produk yang dilakukan oleh *coffee shop* untuk bertahan di masa Normal Baru pandemi COVID-19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis atribut kualitas produk kopi literan dan layanan di *Coffee Shop* pada masa Normal Baru dan menyusun strategi peningkatan kualitas produk kopi literan dan layanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV). Penelitian ini menggunakan kuesioner yang terdiri dari penilaian kepentingan dan kinerja terhadap atribut yang berkaitan dengan kualitas produk kopi literan dan layanan di *coffee shop*. Kuesioner tersebut telah diisi oleh 129 konsumen kopi literan kemasan 500 ml dan 1000ml. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan dengan teknik *cluster sampling* dan *proportioned stratified sampling*, sehingga diperoleh 5 *coffee shops* sebagai sampel lokasi penelitian di Kabupaten Sleman. Berdasarkan hasil penelitian, hasil IPA diketahui bahwa terdapat enam atribut yang termasuk kedalam kuadran I. Hasil prioritas strategi perbaikan menggunakan metode PGCV yaitu terdapat tanda jarak antrian pemesanan kopi literan di *coffee shop* minimal 1 meter; area tunggu *take away* menerapkan protokol kesehatan berupa pembatasan jarak; pegangan untuk tangan pada kemasan kopi literan memudahkan ketika dibawa; kualitas produk kopi literan yang saya terima sesuai dengan harga yang ditawarkan; karyawan mampu menjelaskan informasi tentang menu, bahan, dan metode dalam membuat kopi literan; dan kampanye di sosial media mengenai protokol kesehatan mampu meyakinkan saya untuk tetap aman mengunjungi *coffee shop*. Usulan strategi perbaikan yang perlu dilakukan yaitu, sosialisasi kepada karyawan *coffee shop* dalam rangka meningkatkan peran aktif penerapan protokol kesehatan; peningkatan kualitas SDM dengan melakukan *training* pengenalan bahan baku dan metode pengolahan kopi literan yang diselenggarakan oleh pihak manajemen; penambahan fasilitas ruang tunggu *take away*; dan melakukan penelitian dan pengembangan produk.

Kata kunci: strategi peningkatan kualitas, kopi literan, masa normal baru IPA, PGCV

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

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

ABSTRACT

STRATEGY TO IMPROVE CUSTOMER VALUE OF BOTTLED COFFEE PRODUCT AT THE COFFEE SHOP OF SLEMAN REGENCY DURING THE NEW NORMAL ERA

Aninda Rizki Amalia³, Dyah Ismoyowati⁴, Nafis Khuriyati²

Based on data compiled from the Ministry of Agriculture, the consumption of coffee commodities in Indonesia has increased during 2016 to 2021 period. This case followed by the increasing growth of coffee shop in several regions in Indonesia, especially in Sleman Regency. Bottled coffee is one of the product innovations produced by coffee shop to survive the New Normal Era in the COVID-19 pandemic. The purpose of this research is to analyze the quality attributes of bottled coffee product and services at the coffee shop during the New Normal Era and to develop a strategy to improve the quality of bottled coffee product and services to increase customer satisfaction using the Importance Performance Analysis (IPA) and Potential Gain in Customer Value (PGCV) methods. The questionnaire is used in this research and consist of an assessment of the importance and performance of attributes related to the quality of bottled coffee product and services quality at the coffee shop. It is known that 129 consumers of bottled coffee in 500 ml and 1000 ml have filled out the questionnaire. The research location was determined by using cluster sampling and proportioned stratified sampling technique, so that 5 coffee shops were obtained as sample of this research locations in Sleman Regency. Based on the result of this research, the result of IPA are known that there are six attributes that are included in Quadrant I. The result of the improvement strategy priority by using the PGCV method are, *terdapat tanda jarak antrian pemesanan kopi literan di coffee shop minimal 1 meter; area tunggu take away menerapkan protokol kesehatan berupa pembatasan jarak; pegangan untuk tangan pada kemasan kopi literan memudahkan ketika dibawa; kualitas produk kopi literan yang saya terima sesuai dengan harga yang ditawarkan; karyawan mampu menjelaskan informasi tentang menu, bahan, dan metode dalam membuat kopi literan; dan kampanye di sosial media mengenai protokol kesehatan mampu meyakinkan saya untuk tetap aman mengunjungi coffee shop*. Improvement strategy that can be use are, socialization to coffee shop employees to increase an active role of implementing health protocol; improve the quality of the human resources by training to introduce the raw material and coffee processing method held by the management; addition of take away waiting room facilities; and conduct research and product development.

Keywords: quality improvement strategy, bottled coffee, new normal era, IPA, PGCV

³ Student of Agro-Industrial Technology Department, Faculty of Agricultural Technology, Gadjah Mada University

⁴ Lecturers of Agro-Industrial Technology Department, Faculty of Agricultural Technology, Gadjah Mada University