



ABSTRAK

PENGEMBANGAN STRATEGI PERBAIKAN COFFEESHOP DENGAN MEMPERTIMBANGKAN VOICE OF CUSTOMER

Abhiseka Isyawara Sundara¹, Dyah Ismoyowati², Suharno²

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistika, jumlah *café/coffeeshop* di wilayah Yogyakarta sangat pesat selama periode tahun 2012-2016 dari semula hanya 56 gerai menjadi 961 gerai pada tahun 2016. Kenaikan jumlah *café* ini mengakibatkan persaingan yang ada semakin ketat. Kompetitor yang membawa konsep yang lebih menarik, estetis, dan variasi menu yang menarik mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung di Legend Coffee. Untuk dapat kembali bersaing, manajemen memerlukan perbaikan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan terhadap *voice of customer* pelanggan untuk mengembangkan strategi perbaikan yang tepat.

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengidentifikasi *voice of customer* berkaitan dengan kualitas produk, layanan, dan harga serta mengembangkan strategi perbaikan yang dapat dilakukan manajemen dengan mempertimbangkan *voice of customer*. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan syarat responden pernah berkunjung ke Legend Coffee. Responden yang digunakan sebanyak 105 orang responden yang sesuai dengan syarat.

Hasil dan kesimpulan dari penelitian ini, setelah dilakukan analisis dengan IPGA diketahui bahwa atribut dari kualitas produk dan layanan berada di kuadran *Concentrate Here* yang membutuhkan perbaikan secepatnya. Berdasarkan *voice of customer* tersebut kemudian dikembangkan perbaikan yang akan dilakukan manajemen dengan menggunakan QFD. Strategi perbaikan dengan prioritas tertinggi yang akan dilakukan manajemen diantaranya adalah peningkatan SDM dengan pelatihan sesuai *job description*, peningkatan supervisi setiap divisi, dan penyusunan SOP yang lebih jelas.

Kata Kunci: harga, kualitas layanan, kualitas produk, *importance performance gap analysis* (IPGA), *quality function deployment* (QFD), *voice of customer*.

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

DEVELOPING COFFESHOP IMPROVEMENT STRATEGY BY CONSIDERING VOICE OF CUSTOMER

Abhiseka Isyawara Sundara¹, Dyah Ismoyowati², Suharno²

Based on the data compiled from Central Statistic Bureau, the amount of café/coffeeshop in Yogyakarta province experience a vast growth during 2012-2016 period starting from just 56 outlet turns into 961 outlet in 2016. The escalation of the amount of café have a huge impact on the competition. Bringing a more interesting concept, aesthetic place, and interesting variations of menu resulting a decrease in number of visitors in Legend Coffee. To be able to compete against the competitor, the management needs to develop an improvement strategy in accordance to the customer needs. Therefore, this research needs to done on the voice customers of Legend Coffee to develop the right improvement strategy.

The purpose of the research is to identify the voice of the customer with regard to the quality of products, services, and prices and to develop an improvement strategy that can be done by Legend Coffee based on the voice of the customer. Sampling is done using purposive sampling method with the criteria of the respondent having criteria have visited Legend Coffee before. The respondents used were 105 respondents that is in accordance with the criteria used. The voice of customer analysis is done using Importance Performance Gap Analysis (IPGA) method and the development of improvement strategies using the Quality Function Deployment (QFD) method.

The results and conclusions of this research, after conducting analysis using the IPGA method, it is known that some product quality and service attributes were located in the Concentrate Here quadrant, which requires immediate improvement. Based on those results, then strategic improvements will be made with management using QFD. The highest prioritized improvement strategies are increase in human resources with training in accordance with the job description, increase supervision of each division, and clearer preparation and more detailed SOPs.

Keywords: price, service quality, product quality, importance performance gap analysis (IPGA), quality function deployment (QFD), voice of customer.

¹ Student of Agro-Industrial Technology Department, Faculty of Agro-Industrial Technology, Universitas Gadjah Mada

² Lecturers of Agro-Industrial Technology Departemnt, Faculty of Agro-Industrial Technology, Universitas Gadjah Mada