

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Dan Pelayanan Seblak Rorongkong Teh Memey Kota Bogor

Analysis of Customer Satisfaction with The Products and Services of Seblak Rorongkong Teh Memey, Bogor City

Putri Sakti Fujiyanti A.¹, Raisa Fasya², Viona Kesya Sundari³, Ghaisya Raihana⁴, Ilham Fauzi⁵, Tina Nur Ainun⁶, Khoirul Aziz Husyairi⁷, Ai Imas Faidoh Fatimah⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} College of Vocational Studies, IPB University

Article Info:

Received: 16-02-2023
in revised form: 17-06-2023
Accepted: 20-07-2023
Available Online: 22-07-2023

Keywords:

Importance-Performance Analysis (IPA), customer satisfaction, importance attribute, performance attribute, suitability attribute, cartesian diagram.

Corresponding Author:

Putri Sakti Fujiyanti A.
College of Vocational Studies,
IPB University
phone: (+62) 821-2909-5928
e-mail:
putrisakti@apps.ipb.ac.id

Abstract: *This research is based on the tendency of consumers to consume spicy food in Bogor City, namely Seblak. Seblak is a spicy food that is in great demand by teenagers to adults. Seblak comes from the word "nyeblak" which means "shocking". One of the various ways to observe consumers' wants and needs for seblak is to analyze the satisfaction of customers visiting the Seblak Rorongkong Teh Memey Shop in Bogor City. The method used in analyzing consumer preferences for seblak shop is Importance Performance Analysis (IPA). This method is applied in order to rank various attributes and identify the efforts that need to be made by the seblak shop in making improvements. Data collection was carried out using a questionnaire to 100 respondents with an age range of 17-35 years. The data obtained was analyzed to produce attributes that have a level of compatibility between the level of importance and level of performance which was then analyzed using a Cartesian diagram to observe the level of importance and level of performance of Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey. The results of the analysis will be applied to determine the right strategies and corrective actions to improve the performance of the seblak shop.*

Abstrak: *Penelitian ini didasarkan oleh kecenderungan konsumen dalam mengkonsumsi makanan pedas di Kota Bogor yaitu Seblak. Seblak menjadi makanan pedas yang banyak diminati oleh kalangan remaja hingga dewasa. Seblak berasal dari kata "nyeblak" yang berarti "mengagetkan". Satu dari beragam cara untuk mengamati keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap seblak adalah dengan melakukan analisis kepuasan terhadap pelanggan yang mengunjungi Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey di Kota Bogor. Metode yang diterapkan dalam menganalisis preferensi konsumen Kedai Seblak yakni Importance Performance Analysis (IPA). Metode ini diterapkan guna untuk menempatkan peringkat berbagai atribut dan mengidentifikasi upaya yang perlu dilakukan oleh pihak kedai seblak dalam melakukan perbaikan. Pengumpulan data dilaksanakan dengan menggunakan kuesioner kepada 100 responden dengan rentang usia 17-35 tahun. Data yang diperoleh dianalisis untuk menghasilkan atribut yang mempunyai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang kemudian dilakukan analisis menggunakan diagram kartesius guna mengamati tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey. Hasil analisis akan diterapkan untuk menentukan strategi dan tindakan perbaikan yang tepat untuk meningkatkan kinerja dari kedai seblak tersebut.*

PENDAHULUAN

Saat ini masyarakat mempunyai banyak kebutuhan yang harus dipenuhi, adanya kebutuhan ini menjadikan para pengusaha mendirikan suatu perusahaan yang bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satu bisnis usaha yang hingga kini mampu berkembang pesat adalah usaha bisnis kuliner (Rahmawati & Utomo, 2022). Melonjaknya bisnis di bidang kuliner membuat persaingan antar pebisnis menjadi sangat ketat, sehingga banyak di antara mereka harus memiliki inovasi dan strategi untuk meningkatkan penjualannya. Para pebisnis ini harus memikirkan kebutuhan para konsumennya agar mereka merasa puas dengan produk yang disediakan. Konsumen menjadi salah satu penentu kelangsungan berjalannya usaha makanan. Usaha kuliner saat ini harus bisa mengatasi beragam kendala dan rintangan yang muncul dalam menjalankan suatu usaha pemasarannya, selain itu mereka harus dapat menjamin usaha tersebut agar dapat berjalan dengan cara yang efektif dan efisien. Pengusaha harus memiliki kemampuan yang baik dalam memperlakukan konsumen karena mereka merupakan faktor penting bagi berlangsungnya suatu bisnis. Perilaku konsumen akan selalu berubah bergerak sepanjang waktu karena perilaku konsumen bersifat (Setiadi, 2013). Setiap usaha di bidang kuliner harus dapat mengembangkan dan mempertahankan usahanya dengan meningkatkan penjualan serta kualitas pelayanan produknya, hal ini dapat menunjang kepuasan konsumen terhadap pembelian produk makanan sehingga dapat secara maksimal bersaing dengan pesaingnya. Salah satunya bisnis kuliner yang berkembang saat ini adalah seblak.

Seblak menjadi salah satu jajanan *favorit* yang banyak digemari oleh semua kalangan masyarakat. Seblak berasal dari kata “nyeblak” yang berarti “mengagetkan”. Seblak dimasak dengan kerupuk mentah yang ditambahkan dengan berbagai macam *topping*, serta dimasak dengan bumbu tertentu. Seblak mempunyai cara penyajian yang beragam, seperti seblak yang disajikan basah, seblak yang disajikan kering, dan seblak yang masih lembab. Menu merupakan lembar daftar makanan yang dilengkapi harga untuk mempermudah konsumen dalam pemesanan produk (Afriani, 2020). Aneka seblak dapat dijadikan hidangan *favorit* yang terkenal di kalangan generasi muda. Salah satu kuliner seblak yang banyak diminati di Kota Bogor adalah Seblak Rorongkong Teh Memey. Kedai seblak ini terletak di Jalan Tumenggung Wiradireja No. 116, Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor. Seblak Rorongkong Teh Memey telah banyak dikenal oleh masyarakat seperti kalangan pelajar, mahasiswa, maupun pekerja kantor. Hal ini karena produk dan pelayanan yang diberikan oleh pihak kedai kepada setiap pelanggan yang mengunjungi Seblak Rorongkong Teh Memey memiliki kualitas yang tinggi. Kualitas produk dan pelayanan yang baik dari Seblak Rorongkong Teh Memey secara efektif mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya.

Menurut Lupiyoadi & Hamdani (2011) pemberian kepuasan kepada konsumen dapat menjadi salah satu cara yang efektif dalam mempertahankan keberlangsungan suatu bisnis usaha. Seorang pelanggan dapat dikatakan puas jika mereka merasa senang ketika menggunakan produk dan pelayanan yang diberikan oleh Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey, namun pelanggan akan lebih memilih kedai seblak lain apabila merasa tidak puas dengan fasilitas produk dan pelayanan yang kurang baik dari pihak kedai seblak (Nur Rohman & Suji'ah, 2021). Hal ini akan berdampak buruk terhadap pertumbuhan Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey karena tingkat penjualan menjadi turun sehingga akan berdampak pada kelangsungan bisnis jangka panjang. Menurut Fatihudin & Firmansyah (2019) kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (diterima/dirasakan). Produk yang memiliki kualitas tinggi berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan (Nur Rohman & Suji'ah, 2021). Semakin tinggi kualitas produk, maka tingkat kepuasan pelanggan juga tinggi dan dapat memberikan keuntungan bagi kedai seblak. Selain kepuasan, kedai seblak juga harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan

kepada para pelanggannya. Menurut penelitian (Zahara et al., (2021) kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan. Menurut Kotler et al., (2016) kualitas pelayanan memiliki arti keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk yang mendukung kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Tjiptono (2014) terdapat lima faktor utama kualitas pelayanan yang digunakan untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan, di antaranya keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*).

Dari latar belakang tersebut, untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di Kedai Seblak Teh Memey digunakan suatu metode yang berfokus melihat sejauh mana pencapaian kedai seblak tersebut serta hal-hal yang harus evaluasi oleh perusahaan, yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) (Ong & Pambudi, 2014). Menurut Tjiptono (2014) teknik ini dilakukan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dalam artikelnya yaitu "*Importance Performance Analysis*" yang dipublikasi dalam sebuah *Journal of Marketing*. *Importance Performance Analysis* (IPA) yakni suatu metode yang diterapkan untuk menganalisis preferensi pelanggan melalui atribut jasa yang ditawarkan (Pratiwi & Hendrawan, 2018). Menurut Murdy & Pike (2012) metode ini digunakan agar pengusaha dapat melakukan strategi yang tepat serta perbaikan dikemudian hari, dan menjadi sebuah strategi untuk mengetahui atribut yang dirasa penting dan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis atribut yang dirasa penting dan memiliki kinerja bagus oleh pelanggan ketika melakukan suatu pembelian di Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan di Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey serta memahami atribut yang dianggap sesuai antara kepentingan dan kinerja oleh konsumen ketika melakukan pembelian produk Seblak Rorongkong Teh Memey.

METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2023 di Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey yang terletak di Jalan Tumenggung Wiradireja No. 116, Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan saat mengumpulkan data yakni merupakan metode kuesioner tertutup yang telah disediakan rincian pertanyaannya oleh penulis. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak teridentifikasi secara pasti. Oleh karena itu, untuk menentukan jumlah responden dilakukan menggunakan rumus Lemeshow Levy & Lemeshow (2008). Dari perhitungan dengan rumus tersebut diperoleh minimal jumlah sampel yang dijadikan data primer adalah 96 responden atau jika dibulatkan menjadi 100 responden. Penggunaan rumus Lemeshow ini dilakukan dengan alasan jumlah populasi yang ditentukan terlalu besar dan jumlahnya yang terus berubah.

$$n = \frac{Z^2 \times P (1-P)}{d^2} \tag{1}$$

Keterangan:

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1.96

P = Maximal estimasi = 0.5

d = Alpha (0.1)

Metode Analisis Data

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) ini dimanfaatkan guna memahami skala prioritas dari atribut kualitas produk dan pelayanan yang perlu perbaikan. Metode *Importance Performance Analysis* dikenalkan pertama kali oleh (Martilla & James, 1977). Metode ini digunakan untuk membuat peringkat (*ranking*) mengidentifikasi atribut dan mengidentifikasi usaha perbaikan yang dapat dilakukan oleh pengusaha. Metode ini bertujuan guna mengukur adanya hubungan antara persepsi dari pelanggan dan prioritas dari peningkatan kualitas produk yang dikenal sebagai analisis kuadran (Ong & Pambudi, 2014). Beberapa atribut jasa akan di *ranking* berdasarkan tingkat kepentingan dari persepsi konsumen dan tingkat kinerja perusahaan. Langkah-langkah yang digunakan dalam *Importance Performance Analysis* (IPA), yaitu:

1. Pembobotan Tingkat Kepentingan (*Importance*) dan Tingkat Kinerja (*Performance*)

Analisis ini menggunakan skala *likert*, dengan lima peringkat yang masing-masing diberikan skor seperti pada Tabel 1 dan 2 berikut.

Tabel 1 Pembobotan Tingkat Kepentingan

	Kriteria Jawaban	Skor
Skor Tingkat Kepentingan (Importance)	Sangat Tidak Penting	1
	Tidak Penting	2
	Netral	3
	Penting	4
	Sangat Penting	5

Sumber: Pratiwi & Hendrawan, 2018

Tabel 2 Pembobotan Tingkat Kinerja

	Kriteria Jawaban	Skor
Skor Tingkat Kinerja (Performance)	Sangat Tidak Puas	1
	Tidak Puas	2
	Netral	3
	Puas	4
	Sangat Puas	5

Sumber: Pratiwi & Hendrawan, 2018

2. Perhitungan Nilai Kesesuaian Antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Tingkat kesesuaian ini akan menentukan prioritas yang harus mendapat perhatian utama dari Seblak Rorongkong Teh Memey. Rumus yang digunakan yaitu (Resfani, 2013):

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \tag{2}$$

Keterangan:

TKi = Tingkat kesesuaian

X_i = Skor penilaian tingkat kerja
 Y_i = Skor penelitian tingkat kepentingan

3. Diagram Kartesius

Operasionalisasi *Importance Performance Analysis* (IPA) menggunakan suatu matriks yaitu Diagram Kartesius. Tingkat kinerja (*performance*) dilambangkan dengan sumbu (x) yang berbentuk garis mendatar/horizontal, sedangkan tingkat kepentingan (*importance*) dilambangkan dengan sumbu (y) yang berbentuk garis tegak/vertikal. Rumus yang digunakan yaitu (Resfani, 2013):

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad (3)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (4)$$

Keterangan:

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

$\sum X_i$ = Jumlah total skor kinerja

$\sum Y_i$ = Jumlah total skor kepentingan

n = Jumlah responden

Kemudian dihitung rata-rata \bar{X} dan \bar{Y} dengan rumus berikut (Resfani, 2013):

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{k} \quad (5)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{k} \quad (6)$$

Keterangan:

\bar{X} = Batas sumbu X (tingkat kinerja)

\bar{Y} = Batas sumbu Y (tingkat kepentingan)

k = Banyak atribut yang diteliti

Interpretasi dari metode *Importance Performance Analysis* (IPA) ditampilkan dalam bentuk grafik yang mempunyai empat kuadran. Keempat kuadran ini ditunjukkan pada sumbu Y (*Importance*) dengan tingkat kepentingan yang dialami oleh pelanggan dari beberapa atribut, dan sumbu X (*Performance*) dengan kinerja produk atau jasa terhadap atribut produk (Pratiwi & Hendrawan, 2018):

1. Kuadran 1 "*Concentrate Here*", atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang sangat penting dari sudut pandang responden, namun tingkat kinerja pihak kedai cukup rendah. Tindakan perbaikan pada atribut ini harus dilakukan secara berkala sehingga kinerjanya dapat terus meningkat.
2. Kuadran 2 "*Keep Up the Good Work*", atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang sangat penting bagi responden dan perusahaan memiliki tingkat kinerja yang tinggi dalam aktivitas ini. Atribut yang terdapat dalam kuadran dua harus selalu dipertahankan supaya menjadi produk unggul di mata konsumen.

3. Kuadran 3 "*Low Priority*", atribut ini berada pada tingkat kepentingan yang rendah dan tingkat kinerja yang rendah. Meskipun begitu, perusahaan tidak harus terkonsentrasi lebih pada atribut ini karena responden merasa atribut yang berada pada kuadran ini dirasa tidak terlalu penting.
4. Kuadran 4 "*Possible Overkill*", atribut berada pada tingkat kepentingan yang rendah, tetapi kinerjanya terlalu tinggi. Responden merasa puas dengan kinerja perusahaan tersebut, tetapi pengusaha harus tetap mempertimbangkan segala tindakan yang dilakukan agar dapat mengurangi dan menghermat biaya perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Kesesuaian

Dari lima dimensi dengan 14 atribut di bawah ini, terdapat dua atribut yang mendapatkan skor kinerja dan skor kepentingan yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut sudah sesuai dengan harapan responden. Kedua atribut tersebut adalah citarasa Seblak Rorongkong Teh Memey yang khas dan konsisten serta pegawai yang mampu berkomunikasi dengan baik pada saat menawarkan menu, sedangkan 12 atribut lainnya masih kurang memenuhi responden karena skor kinerja lebih kecil dibandingkan skor kepentingan. Di bawah ini dapat dilihat pada Tabel 3 adalah hasil pengujian tingkat kesesuaian yang membandingkan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan.

Tabel 3 Tingkat Kesesuaian antara Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

No	Dimensi	Kode Atribut	Atribut	Tingkat Kesesuaian %(<i>Tki</i>)	Urutan Prioritas
1	<i>Reliability</i>	A1	Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey memiliki citarasa yang khas dan konsisten	100.0	14
		A2	Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey memiliki varian menu yang beragam	98.5	11
		B1	Pegawai mampu berkomunikasi dengan baik pada saat menawarkan menu	100.0	13
		B2	Kemudahan dalam proses transaksi	97.0	6
2	<i>Responsiveness</i>	B3	Proses penyajian pesanan yang tidak membutuhkan waktu lama	98.1	10
		B4	Ketanggapan pegawai saat konsumen meminta bantuan	96.7	5
		B5	Pegawai dengan cepat membersihkan meja yang baru saja kosong	99.5	12
3	<i>Assurance</i>	C1	Citarasa seblak sesuai dengan harga yang dibayarkan	97.1	7
		C2	Kebersihan dalam proses pembuatan pesanan	96.6	4

No	Dimensi	Kode Atribut	Atribut	Tingkat Kesesuaian %(<i>Tki</i>)	Urutan Prioritas
4	<i>Empathy</i>	C3	Kenyamanan dan keamanan kedai	93.9	1
		D1	Keramahan pegawai terhadap konsumen	97.3	8
		D2	Etika berbicara pegawai yang baik kepada konsumen	96.1	3
5	<i>Tangibles</i>	E1	Varian menu Seblak Rorongkong Teh Memey memiliki harga yang terjangkau	97.8	9
		E2	Ketersediaan fasilitas (Musholla, Toilet)	94.0	2

Sumber: Data Primer, 2023

Tingkat kesesuaian berguna untuk mengetahui peringkat dari atribut yang terendah hingga yang tertinggi. Hal ini dilakukan agar dapat melihat prioritas yang membutuhkan upaya peningkatan atau perbaikan kualitas produk dan pelayanan dari pihak Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey. Dari hasil Tabel 3 terdapat persentase tingkat kesesuaian %(*Tki*) 100% pada dua atribut A1 dan B1, dan persentase tingkat kesesuaian %(*Tki*) kurang dari 100% pada atribut lainnya. Tingkat kesesuaian kurang dari 100% ini memiliki arti bahwa pihak penyedia barang atau jasa perlu memperbaiki kualitas produk dan pelayanannya (Pratiwi & Hendrawan, 2018), sedangkan tingkat kesesuaian yang lebih dari 100% berarti bahwa atribut tersebut sudah baik dan perlu dipertahankan. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa citarasa yang khas dan konsisten serta komunikasi pelayan pada pelanggan cukup baik namun perlu ditingkatkan lagi karena terdapat banyak kemungkinan jika skor kinerja atribut tersebut menurun.

Selain tingkat kesesuaian, terdapat urutan prioritas yang diperlukan untuk mendapatkan perhatian dari pihak Kedai Seblak Rorongkong. Dari data Tabel 3, prioritas atribut yang perlu mendapatkan perhatian adalah kenyamanan dan keamanan kedai serta ketersediaan fasilitas seperti toilet dan musholla dengan perolehan tingkat kesesuaian masing-masing atribut sebesar 93.9% dan 94.0%. Pihak kedai perlu menyediakan fasilitas yang lebih baik serta meningkatkan kenyamanan kedai, sedangkan atribut dengan tingkat kesesuaian yang paling tinggi adalah 100% yaitu citarasa seblak dan komunikasi pelayan terhadap pelanggan. Meskipun tingkat kesesuaian atribut tersebut mencapai 100%, namun pihak kedai perlu meningkatkan kualitas produk dan kinerjanya agar tidak menurun.

Importance Performance Analysis (IPA)

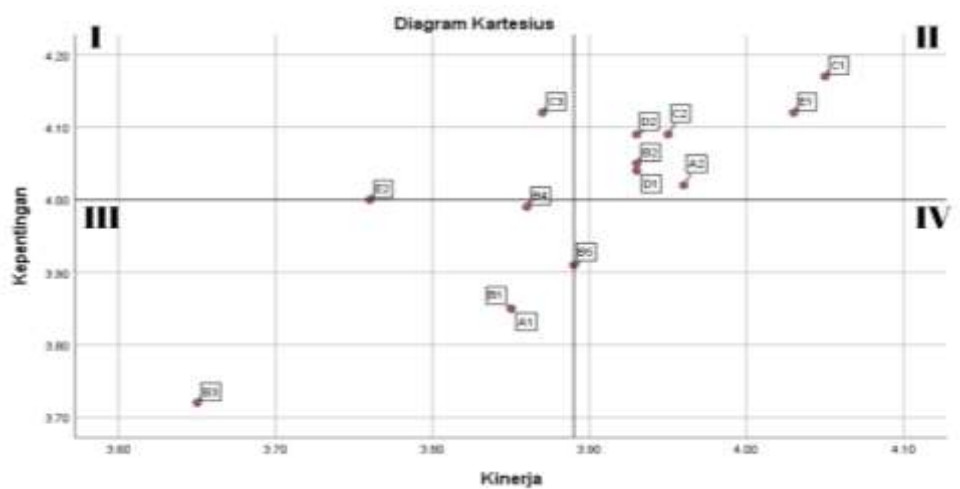
Setelah melakukan analisis atribut untuk menentukan kualitas produk dan pelayanan dari Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey, maka dilakukan sebuah langkah untuk mengetahui nilai rata-rata tingkat kepentingan dan data-rata tingkat kinerja yang telah diberikan oleh responden yang dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4 Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

No	Atribut	Kode	Indikator	Rata-Rata Tingkat Kepentingan (\bar{Y})	Rata-Rata Tingkat Kinerja (\bar{X})
1	<i>Reliability</i>	A1	Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey memiliki citarasa yang khas dan konsisten	3.85	3.85
		A2	Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey memiliki varian menu yang beragam	4.02	3.96
2	<i>Responsiveness</i>	B1	Pegawai mampu berkomunikasi dengan baik pada saat menawarkan menu	3.85	3.85
		B2	Kemudahan dalam proses transaksi	4.05	3.93
		B3	Proses penyajian pesanan yang tidak membutuhkan waktu lama	3.72	3.65
		B4	Ketanggapan pegawai saat konsumen meminta bantuan	3.99	3.86
		B5	Pegawai dengan cepat membersihkan meja yang baru saja kosong	3.91	3.89
3	<i>Assurance</i>	C1	Citarasa seblak sesuai dengan harga yang dibayarkan	4.17	4.05
		C2	Kebersihan dalam proses pembuatan pesanan	4.09	3.95
		C3	Kenyamanan dan keamanan kedai	4.12	3.87
4	<i>Empathy</i>	D1	Keramahan pegawai terhadap konsumen	4.04	3.93
		D2	Etika berbicara pegawai yang baik kepada konsumen	4.09	3.93
5	<i>Tangibles</i>	E1	Varian menu Seblak Rorongkong Teh Memey memiliki harga yang terjangkau	4.12	4.03
		E2	Ketersediaan fasilitas (Musholla, Toilet)	4.00	3.76
TOTAL				56.02	58.40
Rata-Rata (\bar{X}, \bar{Y})				4.00	3.89

Sumber: Data Primer, 2023

Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Atribut Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey



Sumber: Data Primer, 2023

Gambar 1 Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Atribut Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey

Keterangan:

Kode A (*Reliability*)

A1 = Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey memiliki citarasa yang khas dan konsisten

A2 = Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey memiliki varian menu yang beragam

Kode B (*Responsiveness*)

B1 = Pegawai mampu berkomunikasi dengan baik pada saat menawarkan menu

B2 = Kemudahan dalam proses transaksi

B3 = Proses penyajian pesanan yang tidak membutuhkan waktu lama

B4 = Ketanggapan pegawai saat konsumen meminta bantuan

B5 = Pegawai dengan cepat membersihkan meja yang baru saja kosong

Kode C (*Assurance*)

C1 = Citarasa seblak sesuai dengan harga yang dibayarkan

C2 = Kebersihan dalam proses pembuatan pesanan

C3 = Kenyamanan dan keamanan kedai

Kode D (*Empathy*)

D1 = Keramahan pegawai terhadap konsumen

D2 = Etika berbicara pegawai yang baik kepada konsumen

Kode E (*Tangibles*)

E1 = Varian menu Seblak Rorongkong Teh Memey memiliki harga yang terjangkau

E2 = Ketersediaan fasilitas (Musholla, Toilet)

Reliability

Kode A ditunjukkan untuk dimensi *reliability* yang menempati posisi pada diagram kartesius yakni untuk kode A1 terletak pada kuadran 3 yakni prioritas rendah (*low priority*) atribut Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey memiliki citarasa yang khas dan konsisten pada tingkat kepentingan yang tergolong rendah (3.85), serta tingkat kinerja yang juga tergolong rendah (3.85), sedangkan untuk kode A2 terletak pada kuadran 2 yakni pertahankan prestasi (*keep up the good work*) atribut Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey memiliki varian menu yang beragam tersebut sangat penting menurut rata-rata responden yang diperoleh (4.02), dan kinerja dari Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey menunjukkan hasil yang tinggi (3.96).

Responsiveness

Kode B ditunjukkan untuk dimensi *responsiveness* yang menempati posisi pada diagram kartesius, kode B1 menempati kuadran 3 yaitu prioritas rendah (*low priority*) dengan tingkat kepentingannya dan tingkat kinerjanya berada di angka rata-rata yang sama yaitu (3.85). Hal itu berarti *skill* berkomunikasi karyawan kepada pelanggan saat menawarkan menu tidak menjadi suatu parameter yang begitu diharapkan oleh pelanggan atau tingkat kepentingannya rendah, dan juga tidak begitu baik untuk hasil kepuasannya. Walaupun begitu, pihak kedai seblak tidak perlu terlalu menaruh perhatian atau konsentrasi pada hal ini karena pelanggan tidak merasa *skill* berkomunikasi karyawan kepada pelanggan saat menawarkan menu adalah hal yang penting. Pada kode selanjutnya, B2 menempati kuadran 2 yaitu pertahankan prestasi (*keep up the good work*) dengan tingkat kepentingannya (4.05) dan tingkat kinerjanya (3.93). Hal ini berarti pelanggan mengharapkan atau merasa bahwa kemudahan dalam proses transaksi adalah hal yang penting dan merasa puas akan hal tersebut. Pada kode selanjutnya, B3 berada di kuadran 3 yaitu prioritas rendah (*low priority*) dengan tingkat kepentingannya berada di angka (3.72) dan tingkat kinerjanya yaitu (3.65). Hal ini berarti pelanggan merasa bahwa proses penyajian pesanan yang tidak membutuhkan waktu lama tidak begitu penting dan performa yang dihasilkan rendah atau kurang bagus. Meskipun begitu, pihak kedai tidak perlu terlalu menaruh perhatian atau konsentrasi pada atribut ini, sebab pelanggan tidak merasa lamanya proses penyajian pesanan adalah hal yang penting. Kemudian pada kode B4, berada di kuadran 3 yaitu prioritas rendah (*low priority*) dengan tingkat kepentingannya berada di angka 3.99 dan tingkat kinerjanya berada di angka 3.86. Hal ini berarti pelanggan merasa bahwa ketanggapan pegawai saat konsumen meminta bantuan tidak begitu penting dan performa yang dihasilkan rendah atau kurang bagus. Walaupun begitu, pihak kedai tidak perlu terlalu menaruh perhatian atau konsentrasi pada atribut ini karena pelanggan tidak merasa ketanggapan pegawai saat konsumen meminta bantuan adalah hal yang penting. Yang terakhir pada kode B yaitu B5 berada di kuadran 3 yaitu prioritas rendah (*low priority*) dengan tingkat kepentingannya berada pada angka 3.91 dan tingkat kinerjanya yaitu 3.89. Hal itu berarti pelanggan merasa bahwa pegawai yang cepat membersihkan meja yang baru saja kosong tidak begitu penting dan performa yang dihasilkan rendah atau kurang bagus. Meskipun begitu, pihak kedai tidak perlu terlalu menaruh perhatian atau konsentrasi pada atribut ini karena pelanggan tidak merasa pegawai yang cepat membersihkan meja yang baru saja kosong adalah hal yang penting.

Assurance

Kode C ditunjukkan untuk dimensi *assurance* yang menempati posisi pada diagram kartesius, yaitu untuk kode C1 menempati kuadran 2 yakni pertahankan prestasi (*keep up the good work*) dengan tingkat kepentingan yang berada di angka (4.17) dan untuk tingkat kinerja berada pada angka (4.05). Hal ini menunjukkan bahwa citarasa seblak yang disediakan oleh pegawai sesuai dengan harga yang dibayarkan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kedai Seblak

Rorongkong Teh Memey. Para pegawai diharapkan dapat terus mempertahankan citarasa seblak yang dibuatnya. Untuk kode C2 terletak pada kuadran 2 yakni pertahankan prestasi (*keep up the good work*), artinya atribut kebersihan dalam proses pembuatan pesanan tergolong sangat penting menurut rata-rata responden yang diperoleh (4.09), dan kinerja dari Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey dalam atribut kebersihan dalam proses pembuatan pesanan menunjukkan hasil yang tinggi (3.95), hal tersebut harus dipertahankan agar usaha yang dijalankan di Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey dapat terus berjalan dengan baik. Kemudian, untuk kode C3 terletak pada kuadran 1 yakni prioritas utama (*concentrate here*) atribut kenyamanan dan keamanan kedai tergolong sangat penting bagi responden (4.13), namun tingkat kinerjanya masih cukup rendah (3.87), sehingga harus dilakukan peningkatan terhadap kinerja dari para pegawainya.

Empathy

Kode D ditunjukkan untuk dimensi *empathy* yang menempati posisi pada diagram kartesius, yaitu pada kode D1 menempati kuadran 2 (*Keep Up the Good Work*) dengan tingkat kepentingan yang berada di angka dengan rata-rata 4.04, sedangkan pada tingkat kinerja berada di angka rata-rata 3.93. Hal ini berarti bahwa konsumen mengharapkan pegawai Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey dapat mempertahankan keramahan terhadap konsumen karena konsumen merasa puas dengan atribut ini. Selanjutnya, pada kode D2 menempati kuadran 2 (*Keep Up the Good Work*) sama seperti kode sebelumnya. Pada kode ini tingkat kepentingan berada di angka dengan rata-rata 4.09, sedangkan pada tingkat kinerja berada di angka dengan rata-rata 3.93. Hal ini dapat diartikan bahwa atribut etika pegawai terhadap pelanggan itu penting dan pelanggan merasa puas dengan hal tersebut.

Tangibles

Kode E ditunjukkan untuk atribut *tangibles* yang menempati posisi pada diagram kartesius, yaitu pada kode E1 menempati kuadran 2 (*Keep Up the Good Work*) dengan tingkat kepentingan yang berada di angka rata-rata 4.12, sedangkan pada tingkat kinerja berada di angka rata-rata 4.03. Jadi dapat diartikan konsumen merasa puas terhadap harga menu di Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey. Selanjutnya, pada kode E2 menempati kuadran 1 (*Concentrate Here*) pada kode ini tingkat kepentingan berada di angka rata-rata 4.00, sedangkan untuk tingkat kinerja berada di angka rata-rata 3.76. Hal ini berarti tingkat kepentingan menghasilkan nilai yang tinggi terhadap atribut pelanggan merasa puas dengan disediakannya fasilitas yang memadai. Tetapi pada tingkat kinerja diperoleh nilai lebih rendah dibandingkan dengan tingkat kepentingan.

Tindakan Perbaikan

Tindakan perbaikan yang perlu diperhatikan yakni pada kode A1 karena termasuk ke dalam prioritas rendah (*low priority*) pada atribut citarasa, baik pada kepentingannya maupun pada kinerjanya. Oleh karena itu, Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey diharapkan mampu meningkatkan citarasa yang lebih baik sesuai dengan keinginan pelanggan dan terus melakukan perbaikan secara konsisten, sehingga tidak adanya penurunan mutu organoleptik atau citarasa yang dihasilkan pada seblak di Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey.

Tindakan perbaikan yang perlu diperhatikan selanjutnya yaitu pada atribut B1 karyawan dapat lebih ramah dan jelas saat menawarkan menu kepada pelanggan, sehingga pelanggan dapat lebih merasa nyaman. Meskipun begitu, pihak kedai seblak tidak perlu terlalu menaruh konsentrasi pada hal tersebut. Pada atribut B2, tindakan perbaikan yang dapat dilakukan yaitu karyawan dan pihak kedai perlu mempertahankan kualitas dari kemudahan proses transaksi yang sudah ada. Bila dapat dilakukan, pihak kedai juga dapat menyediakan proses transaksi lainnya via *e-wallet* yang saat ini

sedang marak. Hal ini harus dilakukan agar Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey dapat lebih unggul dibanding kedai seblak lainnya. Selanjutnya pada atribut B3, tindakan perbaikan yang dapat dilakukan yaitu proses penyajian pesanan perlu dilakukan lebih cepat dari sebelumnya. Namun, pihak kedai tidak perlu terlalu menaruh konsentrasi pada hal tersebut karena atribut tersebut dirasa kurang penting. Kemudian pada atribut B4, tindakan perbaikan yang dapat dilakukan yaitu pegawai perlu lebih tanggap saat konsumen meminta bantuan. Tindakan perbaikan yang terakhir, yaitu pada atribut B5, pegawai perlu lebih cepat dalam membersihkan meja yang baru saja kosong. Meskipun begitu, pihak kedai tidak perlu menaruh konsentrasi pada hal tersebut karena pelanggan tidak merasa hal itu begitu penting.

Tindakan perbaikan pada atribut C3 mengenai kenyamanan dan keamanan kedai, yang perlu diperhatikan oleh Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey pada segi kenyamanan yaitu memperbesar tempat makan serta menambah alat pendingin ruangan (kipas angin) untuk memberi kenyamanan konsumen pada saat mengkonsumsi seblak di kedai, sedangkan untuk segi keamanan sebaiknya petugas parkir meningkatkan penjagaan terhadap kendaraan konsumen yang datang, sehingga atribut mengenai kenyamanan dan keamanan di Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey terus ditingkatkan agar tingkat kepercayaan konsumen dapat bertambah.

Tindakan perbaikan pada atribut D1 yang perlu diperhatikan oleh Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey yaitu setiap pegawai dapat mempertahankan keramahan kepada setiap konsumen agar merasa nyaman pada saat membeli Seblak Rorongkong Teh Memey, sedangkan tindakan perbaikan pada D2 yang perlu diperhatikan oleh Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey yaitu pegawai dapat mempertahankan etika yang baik terhadap pelanggan agar pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanannya.

Tindakan perbaikan pada atribut E1 yang perlu diperhatikan oleh Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey yaitu dapat mempertahankan harga dari menu tetapi tidak menurunkan kualitas bahan yang digunakan, Hal ini dilakukan agar pelanggan dapat merasa puas terhadap kualitas seblak Rorongkong Teh Memey, sedangkan tindakan perbaikan pada atribut E2 yang harus diperhatikan yaitu dapat meningkatkan fasilitas yang lebih memadai dari kapasitas pembeli agar pembeli merasa puas terhadap fasilitas yang disediakan oleh Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey.

SIMPULAN

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey perlu melakukan perbaikan pada atribut citarasa yang kurang konsisten, sehingga diharapkan menggunakan formulasi yang sesuai agar citarasa yang dihasilkan dapat lebih baik. Kedai ini juga harus dapat mempertahankan dan meningkatkan atribut varian mutu yang beragam agar konsumen melakukan pembelian berulang di Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey. Kemudian, pada kode B1, B3, B4, dan B5 perlu dilakukan perbaikan karena berada pada kuadran 3 yaitu prioritas rendah (*low priority*), namun tidak perlu terlalu menaruh fokus atau konsentrasi pada hal-hal tersebut karena pelanggan tidak merasa hal-hal itu begitu penting. Lain halnya dengan atribut B2, atribut ini perlu mempertahankan prestasi (*keep up the good work*) yang sudah ada, agar Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey dapat unggul dari kedai seblak lainnya.

Pada kode C1 dan C2 berada pada kuadran 2 yang berarti kedai seblak harus mempertahankan atribut tersebut agar dapat lebih unggul dari kedai seblak lainnya. Namun, pada kode C3 berada pada kuadran 1 yaitu prioritas utama (*concentrate here*) yang berarti perlu ada peningkatan kinerja dari para pegawai kedai seblak. Kode D1 dan D2 pada dimensi *Empathy* serta kode E1 dan E2 pada dimensi *Tangibles* menunjukkan bahwa pada semua atribut ini harus mempertahankan prestasi di kuadran 2 yaitu (*keep up the good work*) agar Kedai Seblak

Rorongkong Teh Memey dapat menjaga kualitas dari setiap atributnya dan kedai ini dapat unggul dari kedai seblak lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Khoirul Aziz Husyairi selaku dosen pengampu mata kuliah Pemasaran dan Riset Pasar atas bimbingannya selama penyusunan jurnal ini. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada Pemilik Seblak Rorongkong Teh Memey atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan salah satunya berupa perizinan dalam pembagian kuesioner terhadap beberapa pengunjung kedai.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, M. (2020). Pengaruh Cita Rasa Dan Variasi Menu Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Aneka Seblak Sei Panas Kota Batam. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa : Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan* (1st ed.). Yogyakarta : Deepublish.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). London : Person Education.
- Levy, S. P., & Lemeshow, S. (2008). *Sampling of Populations: Methods and Applications* (4th ed.). Canada : Simultaneously.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Jakarta : Salemba Empat.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77–79. <https://doi.org/doi.org/10.2307/1250495>
- Murdy, S., & Pike, S. (2012). Perceptions of visitor relationship marketing opportunities by destination marketers: An importance-performance analysis. *Tourism Management*, 33(5), 1281–1285. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.11.024>
- Nur Rohman, M. L., & Suji'ah, U. (2021). Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Rumah Makan Griya Dahar Mbok Sum. *Journal Competency Of Business*, 5(2), 64–76.
- Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di SBU Laboratory Cibitung PT SUCOFINDO (PERSERO). *Jurnal Teknik Industri UNDIP*, IX(1), 8–9.
- Pratiwi, I. W., & Hendrawan, D. (2018). Implementasi Importance-Performance Analysis (IPA): Analisis Preferensi Konsumen Muda Mie Setan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 1–20.
- Rahmawati, D. A., & Utomo, S. P. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research*, 3(1), 242–248.
- Resfani, D. L. (2013). *Analisis Kepuasan Konsumen dan Positioning Produk Waralaba Teh Isntan (Studi Kasus: Es Teh Poci)*. Universitas Indonesia.
- Setiadi, N. J. (2013). *PERILAKU KONSUMEN: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Revisi). KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi.
- Zahara, M., Andreansyah, N., Relawati, & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran KFC Lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 7(1), 67–74.