

**USULAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK  
PENINGKATAN KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Kasus di Sapulidi Café Cihampelas, Bandung)**

**JURNAL TUGAS AKHIR**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Akademik Mencapai  
Gelar Sarjana Strata Satu Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas  
Teknik Universitas Kristen Maranatha**

**Disusun oleh :**

**Nama : Jimmy Sandjaya**

**NRP : 0323177**



**FAKULTAS TEKNIK JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA  
BANDUNG**

**2007**

**USULAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK  
PENINGKATAN KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Kasus di Sapulidi Café Cihampelas, Bandung)**

**MARKETING STRATEGY IMPROVEMENT TO  
INCREASE CUSTOMER SATISFACTION**

Jimmy Sandjaya<sup>1</sup>, Melina Hermawan<sup>2</sup>  
[jimmy\\_sandjaya@yahoo.com](mailto:jimmy_sandjaya@yahoo.com), [melina.hermawan@eng.maranatha.edu](mailto:melina.hermawan@eng.maranatha.edu)

**ABSTRAK**

*Sapulidi Café terletak di Jalan Cihampelas. Sapulidi Café berdiri mulai tahun 1999. Penelitian dilakukan untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih sebuah café. Selain itu, penelitian juga dilakukan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan kuesioner. Variabel penelitian dilakukan dengan variabel 7P. Selain dengan menggunakan variabel 7P Sapulidi Café berusaha mencari STP (segmentation, targetting, positioning) yang tepat. Untuk mengetahui kepuasan konsumen menggunakan diagram IPA (Important Performance Analysis) Hasil dari penelitian memperlihatkan masih ada item-item dari Sapulidi café yang dianggap tidak sesuai dengan harapan dari para pelanggan Sapulidi Café (kinerja Sapulidi Café masih di bawah harapan dari pelanggan). Untuk itu diberikan usulan berupa perubahan konsep strategi pemasaran dari Sapulidi Café berdasarkan prioritas menurut diagram IPA .*

*Kata kunci: Manajemen, Kepuasan*

**ABSTRACT**

*Sapulidi Café at Jalan Cihampelas was founded in 1999. The research is to know the influencing factor for the customer when choosing café. Beside that, the research for customer satisfaction was doing by using Important questioner. Variable of the research is 7P. Beside that, Sapulidi Café was searching the right STP (segmentation, targeting, and positioning). Important Performance Analysis Chart for knowing the customer satisfaction. The result of research showing that there are still items which is not appropriate with the expectation of customer. The work rating for Sapulidi Café's is below the average. So, the improvement will be a marketing strategy for Sapulidi Café based on priority from IPA Chart.*

*Keywords: Management, Satisfaction.*

## 1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Mulai tahun 2004 terjadi penurunan pengunjung yang menyebabkan penurunan pengunjung bagi Sapulidi Café sehingga pihak Sapulidi Café berusaha mencari konsep Strategi Pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam rangka meningkatkan pendapatan . Strategi Pemasaran dilakukan berdasarkan variabel 7P dan STP (segmentation, targetting, dan postioning)

## 1.2 KAJIAN PUSTAKA

### Diagram IPA (*Important Performance Analysis*) (6,242)

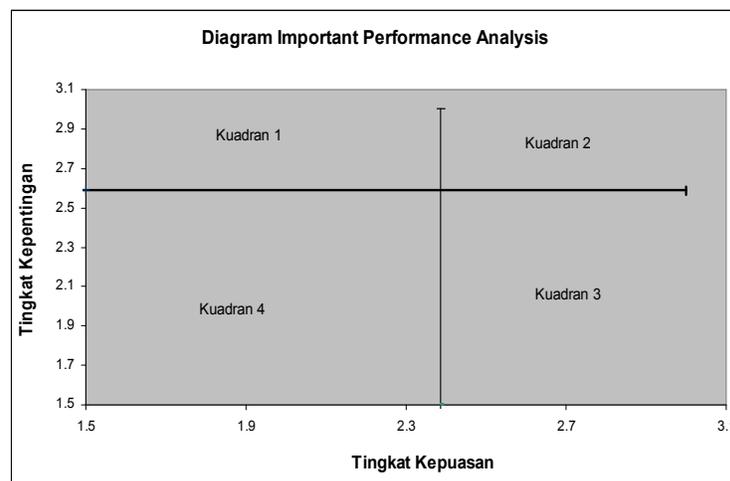


Diagram *Important-Performance Analysis* digunakan untuk mengetahui prioritas yang harus dilakukan untuk suatu perusahaan dalam mengatasi masalah dalam mengatur kepuasan kosnumen sehingga bisa memutuskan prioritas mana yang bisa untuk didahulukan untuk mendapat penanganan

Kuadran 1 menunjukkan perlunya prioritas penanganan yang serius karena adanya kesenjangan yang tinggi antara harapan konsumen dengan hasil kinerja dari perusahaan

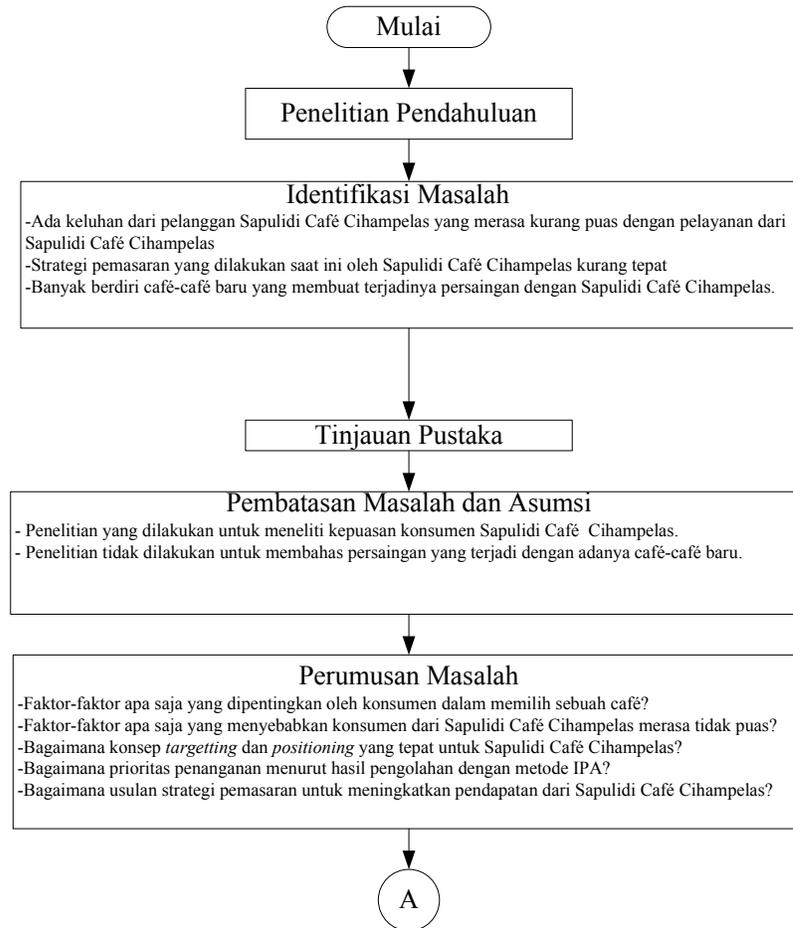
Kuadran 2 menunjukkan perusahaan harus mempertahankan kinerja karena ada kesesuaian antara harapan konsumen dan kinerja yang telah dilakukan oleh perusahaan

Kuadran 3 menunjukkan konsumen menganggap bahwa item atau atribut yang terdapat kuadran ini dianggap tidak penting oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu terlalu memperhatikan item yang terdapat pada kuadran ini.

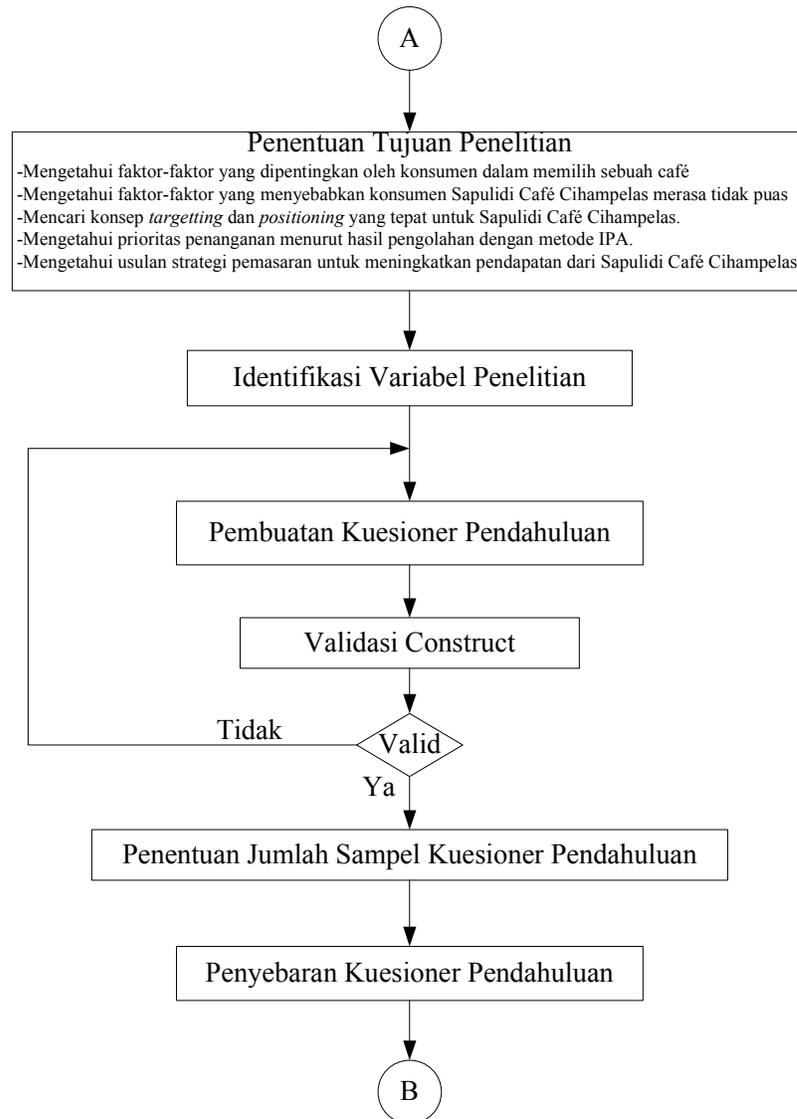
Kuadran 4 menunjukkan konsumen menganggap bahwa item atau atribut yang terdapat kuadran ini dianggap tidak penting oleh konsumen namun kinerja yang telah dilakukan oleh perusahaan telah melebihi harapan dari konsumen.

### **1.3 METODOLOGI PENELITIAN**

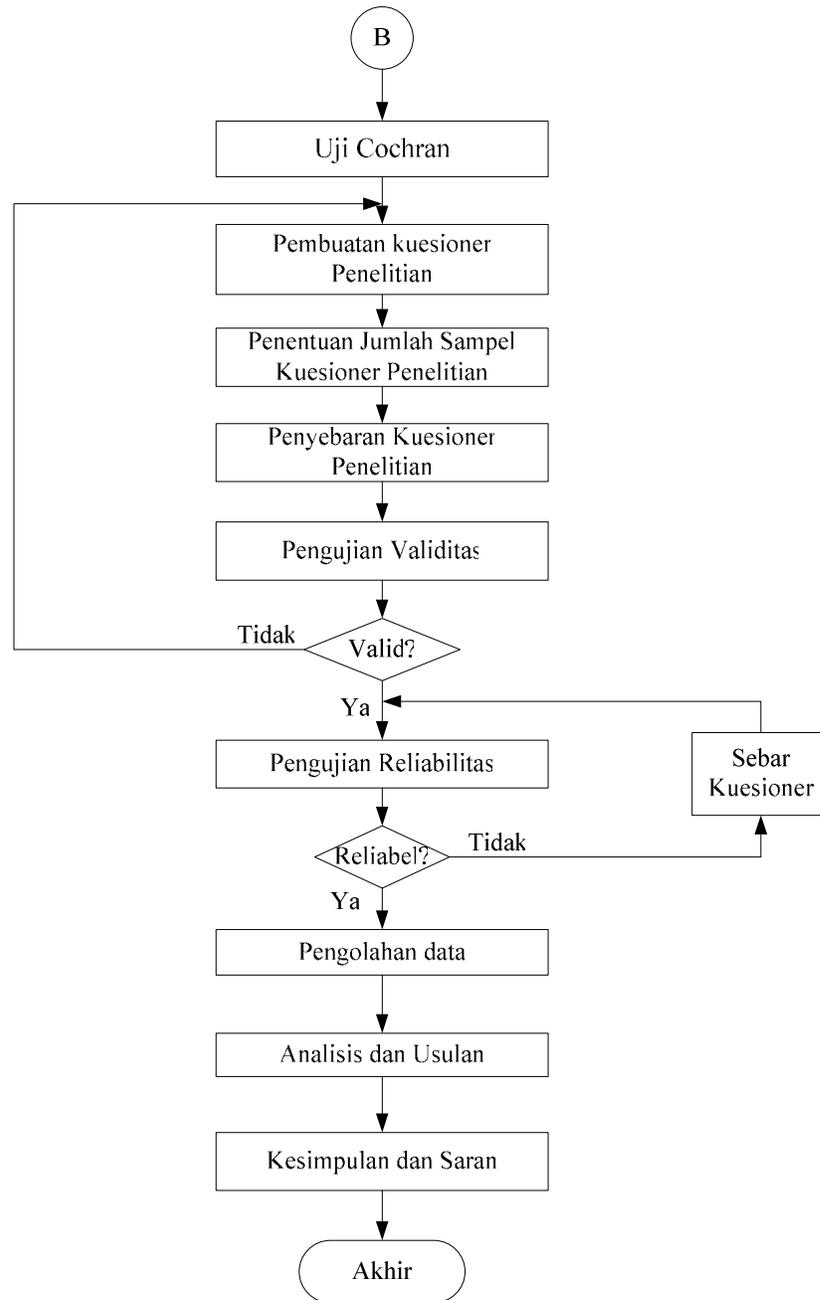
Dibawah ini merupakan langkah-langkah melakukan penelitian:



Gambar 1.1  
Sistematika Penelitian



Gambar 1.1  
Sistematika Penelitian



Gambar 1.1  
Sistematika Penelitian

## 1.4 PENGUMPULAN DATA

Data hasil kuesioner pendahuluan untuk mengetahui item-item mana yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih sebuah café.

### 1.4.1 Hasil dari kuesioner pendahuluan :

No	Variabel	Jumlah Jawaban Penting
1	Jenis makanan di Café sangat bervariasi	22
2	Rasa makanan yang lezat	25
3	Pesanan cepat diantarkan	24
4	Porsi makanan banyak	24
5	Para pelayan tanggap untuk membantu konsumen	22
6	Keramahan para pelayan	21
7	Tempat parkir yang luas	18
8	Jalan di sekitar café tidak macet	19
9	Tempat parkir gratis	19
10	Ada live music (menghadirkan band atau grup musik)	22
11	Suasana café membuat santai	22
12	Ada paket-paket ekonomis dengan harga yang lebih murah	24
13	Café mudah dijangkau dengan kendaraan umum	12
14	Kebersihan makanan	22
15	Lokasi café di tempat yang sepi	14
16	Jaminan kehalalan makanan	14
17	Harga terjangkau	23
18	Sevice tax (pajak untuk pelayanan) tidak terlalu tinggi	12
19	Adanya happy hour (pada jam tertentu harga menjadi lebih murah)	22
20	Kerapihan para pelayan	20
21	Ketepatan dalam penghitungan	21

	bon/nota/bill/tagihan	
22	Ketersediaan makanan yang dipesan	24
23	Kebersihan toilet	23
24	Kebersihan tempat cuci tangan	23
25	Jumlah meja kursi memadai sehingga tidak ada waiting list	19
26	Kursi yang nyaman terbuat dari busa, seperti sofa	13
27	Kebersihan ruangan tempat makan	14
28	Lokasi café di tempat dengan pemandangan indah	15
29	Keamanan tempat parkir	20
30	Interior cafe menarik	19
31	Jenis minuman bervariasi	15
32	Jumlah pelayan memadai	13
33	Adanya iklan di media elektronik tentang menu paket, dan layanan cafe	11
34	Adanya iklan di media cetak tentang menu paket, dan layanan cafe	15
35	Adanya selebaran untuk mengetahui layanan café	22

### 1.5 PENGOLAHAN DATA

Pengolahan data berisi *targeting* yang berasal dari segmentasi pasar serta *positioning* yang dilakukan berdasarkan hasil *targeting* serta hasil pengolahan dengan menggunakan diagram IPA untuk mengetahui prioritas perbaikan yang perlu dilakukan.

#### ***Targeting***

Dari hasil kuesioner untuk *profile* responden dan hasil analisis kondisi di Jalan Cihampelas menunjukkan target pasar yang bisa dibidik oleh Sapulidi Café Cihampelas adalah masyarakat yang merupakan usia sekitar 15 sampai 40 tahun karena banyak dari pengunjung dari daerah

Cihampelas yang berusia sekitar itu. Selain itu, target utama orang yang ingin makan baik yang ditemani oleh temannya atau oleh keluarga. Domisili orang-orang tersebut berasal dari Bandung dan Jakarta, Berdasarkan hasil observasi terlihat banyak orang-orang yang sedang berjalan-jalan di sekitar Jalan Cihampelas. Kelompok orang-orang ini juga bisa dijadikan sebagai target pasar.

### ***Positioning***

Dari hasil analisis observasi mengenai kondisi pasar yang terdapat di Jalan Cihampelas menunjukkan bahwa kondisi pasar untuk rumah makan yang terdapat di sekitar Jalan Cihampelas adalah sebagai berikut:

Penetapan posisi pasar untuk Sapulidi Café Cihampelas adalah Sapulidi Café sebagai café yang menyediakan makanan yang lezat dengan menu-menu yang lebih variatif bila dibandingkan dengan café-café atau rumah makan lainnya. Hal ini disebabkan karena Sapulidi Cafe adalah café yang digunakan sebagai tempat makan.. Hal ini terlihat dari hasil kuesioner yang memperlihatkan persentase 32,34% responden memilih makan sebagai tujuan untuk mendatangi Sapulidi Café. Selain itu, Sapulidi juga menyediakan layanan yang cepat untuk konsumen yang membutuhkan layanan yang segera dan harga yang murah namun porsi yang pas.

### **Pengolahan dengan Diagram IPA**

Tingkat Kesesuaian antara Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan

Item	Tingkat Kepuasan	Tingkat Kepentingan	TKI (dalam %)
A1	2.79	2.89	96.54
A2	2.56	2.33	109.87

A3	2.57	3.05	84.26
A4	2.4	2.24	107.14
A5	1.91	2.73	69.96
A6	2.02	2.41	83.82
A7	2.45	2.76	88.77
A8	2.12	2.46	86.18
A9	1.86	2.78	66.91
A10	2.03	2.73	74.36
A11	2.62	2.33	112.45
A12	2.06	2.91	70.79
A13	2.79	2.79	100.00
A14	2.06	2.31	89.18
A15	1.81	2.76	65.58
A16	2.7	2.26	119.47
A17	2.76	2.58	106.98
A18	2.54	2.5	101.60
A19	2.43	2.85	85.26
A20	2.49	2.53	98.42
A21	2.8	2.23	125.56
A22	2.71	2.29	118.34
A23	2.08	2.71	76.75
A24	2.72	2.7	100.74
Rata-rata	2.39	2.59	93.29

Dari data data di atas menunjukkan bahwa masih ada item-item yang belum sesuai antara tingkat tingkat kepuasan konsumen dan tingkat kepentingannya

Hasil dari tabel di atas menunjukkan bahwa :

Apabila nilai TKI (tingkat kesesuaian) telah mencapai nilai di atas 100% menunjukkan bahwa kinerja dari perusahaan telah melebihi tingkat kepentingan atau harapan yang diinginkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu untuk berkonsentrasi untuk

memperbaiki item-item pada titik ini. Item-item yang terdapat pada titik ini adalah item no A2, A4, A11, A13, A16, A17, A18, A21, A22, A24.

- Rasa makanan yang lezat
- Porsi makanan banyak
- Suasana cafe membuat santai
- Kebersihan makanan
- Kerapihan para pelayan
- Ketepatan dalam penghitungan bon/nota/bill/tagihan
- Ketersediaan makanan yang dipesan
- Jumlah meja kursi memadai sehingga tidak ada waiting list
- Keamanan tempat parkir
- Adanya selebaran untuk mengetahui layanan café

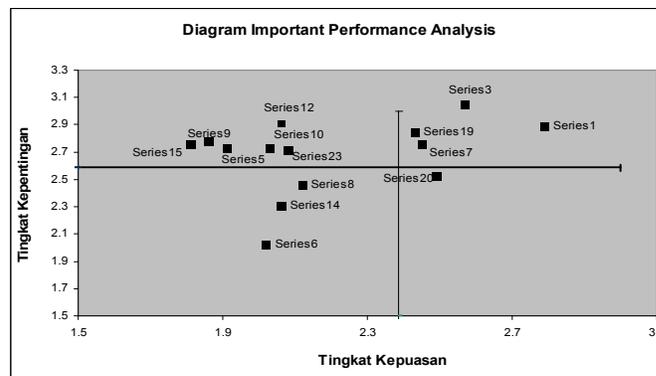
Apabila nilai TKI (tingkat kesesuaian) berada di bawah nilai 100% hal ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan belum sesuai dengan harapan atau tingkat kepentingan yang diharapkan oleh konsumen, sehingga perusahaan harus berusaha untuk memperbaiki kinerjanya agar harapan yang diinginkan oleh konsumen dapat tercapai. Item-item yang terdapat pada titik ini adalah item no A1, A3, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A12, A14, A15, A19, A20, A23.

- Jenis makanan di Café sangat bervariasi
- Pesanan cepat diantarkan
- Para pelayan tanggap untuk membantu konsumen
- Keramahan para pelayan
- Tempat parkir yang luas
- Jalan di sekitar café tidak macet
- Tempat parkir gratis
- Ada *live music* (menghadirkan band atau grup musik)

- Ada paket-paket ekonomis dengan harga yang lebih murah
- Harga terjangkau
- Adanya *happy hour* (pada jam tertentu harga menjadi lebih murah)
- Kebersihan toilet
- Kebersihan tempat cuci tangan
- Interior cafe menarik

Dari hasil perhitungan dengan tingkat kesesuaian dapat terlihat bahwa ada beberapa item-item pertanyaan yang dianggap oleh responden belum terdapat kesesuaian antara harapan pelayanan yang diinginkan oleh konsumen dan kinerja yang telah dilakukan oleh Sapulidi Café Cihampelas. Sehingga untuk lebih mempermudah Sapulidi Café Cihampelas di dalam menyusun strategi pemasaran maka item-item pertanyaan yang masih tidak sesuai dengan harapan responden dipetakan melalui Diagram IPA (*Important Performance Analysis*).

Berikut peta posisi dari item-item tersebut:



Gambar 5.1 Peta Posisi

#### Kuadran I

Kuadran I adalah kuadran yang terdapat pada bagian kanan bawah. Item-item yang terdapat pada kuadran ini adalah item 20. Item pada

kuadran ini menunjukkan prioritas penanganan yang tidak terlalu tinggi karena tidak dianggap penting oleh konsumen.

- Kebersihan tempat cuci tangan

#### Kuadran II

Kuadran II adalah kuadran yang terdapat pada bagian kiri bawah. Item-item yang terdapat pada kuadran ini adalah item 6,8,14. Apabila item terdapat pada item ini berarti konsumen tidak terlalu mementingkan item-item yang terdapat pada kuadran sehingga Sapulidi Café tidak perlu terlalu memperhatikan item pada kuadran ini.

- Keramahan para pelayan
- Jalan di sekitar café tidak macet
- Harga terjangkau

#### Kuadran III

Kuadran III adalah kuadran yang terdapat pada bagian kiri atas. Item-item yang terdapat pada kuadran ini adalah item 5,9,10,12,15,23. Item-item pada kuadran ini perlu mendapat perhatian dari pihak perusahaan karena konsumen mementingkan item-item yang terdapat pada kuadran ini namun perusahaan belum dapat memenuhi keinginan dari konsumen tersebut.

- Para pelayan tanggap untuk membantu konsumen
- Tempat parkir gratis
- Ada *live music* (menghadirkan band atau grup musik)
- Ada paket-paket ekonomis dengan harga yang lebih murah
- Adanya *happy hour* (pada jam tertentu harga menjadi lebih murah)
- Interior cafe menarik

Item-item pada kuadran ini memerlukan usulan untuk dilakukan perbaikan karena kinerja dari perusahaan belum sesuai dengan harapan dari konsumen.

#### Kuadran IV

Kuadran IV terdapat pada bagian kanan atas. Item-item yang terdapat pada kuadran ini adalah item 1,3,7,19. Item-item pada kuadran ini berarti telah sesuai antara kinerja perusahaan dengan harapan atau tingkat kepentingan dari konsumen sehingga perusahaan perlu untuk tetap mempertahankan kinerjanya pada item-item ini.

- Jenis makanan di Café sangat bervariasi
- Pesanan cepat diantarkan
- Tempat parkir yang luas
- Kebersihan toilet

Item-item pada kuadran ini tidak perlu tergesa-gesa untuk diperbaiki karena prioritasnya tidak terlalu tinggi.

Berikut adalah pembagian priotas perbaikan yang dapat dilakukan oleh Sapulidi Café Cihampelas sehingga Sapulidi Café Cihampelas bisa memilih mana yang harus terlebih dahulu mendapat perhatian untuk penanganan:

#### Prioritas 1:

- Para pelayan tanggap untuk membantu konsumen
- Tempat parkir gratis
- Ada *live music* (menghadirkan band atau grup musik)
- Ada paket-paket ekonomis dengan harga yang lebih murah
- Adanya *happy hour* (pada jam tertentu harga menjadi lebih murah)
- Interior cafe menarik

#### Prioritas 2:

- Jenis makanan di café sangat bervariasi
- Pesanan cepat diantarkan
- Tempat parkir yang luas
- Kebersihan toilet

Prioritas 3:

- Keramahan para pelayan
- Jalan di sekitar café tidak macet
- Harga terjangkau

Prioritas 4:

- Kebersihan tempat cuci tangan

**1.6 Saran untuk Penelitian Lebih Lanjut**

- ◆ Penelitian bisa dilakukan dengan menggunakan sudut pandang persaingan antar cafe yang menyebabkan penurunan pendapatan bagi Sapulidi Cafe Cihampelas.
- ◆ Penelitian bisa dilakukan dengan meneliti model perilaku konsumen untuk mengetahui pasar potensial yang dapat dibidik oleh Sapulidi Cafe Cihampelas

## DAFTAR PUSTAKA

1. Kotler, P.; *“Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol”*, Jilid 1, edisi 9, Erlangga, Jakarta, 1997.
2. Kotler, P.; *“Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol”*, Jilid 2, edisi 6, Erlangga, Jakarta, 1994.
3. Muis, R.; *“Diktat Kuliah Analisis Data Statistik”*, Bandung, 2004.
4. Paul Peter, J.; *Consumer Behaviour : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 1999.
5. Sugiyono; *“Metode Penelitian Administrasi”*, Alfabeta, Bandung, 2003.
6. Supranto, J.; *“Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan”*, PT Rineka Cipta, Jakarta, 2001.