

Analisis Persaingan Dan Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode *Correspondance Analysis* Dan *Importance Performance Analysis*

Nanda Bagus Pratama*, Shanty Kusuma Dewi, Teguh Baroto
Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246, Malang, Jawa Timur 65144
*Surel: nandabaguspratama0@gmail.com

Abstract

Epic Culinary is a cafe and a restaurant that established in January 2015. According to a survey conducted at the beginning of Epic Culinary it can be seen that the problems faced by the existence of a complaint to the problem places, products, facilities, and price. In addition, as a company that is growing and developing Epic Culinary do not have characteristics of companies that made the difference with existing competitors. Of the problems faced by the company companies also need to consider existing competitors, both in terms of strengths and weaknesses. In addition to analyzing the company's existing competitors should also strive to realize the expectations of consumers. Correspondence Analysis (CA) is the method used to pay attention to competitors, namely in terms of strengths and weaknesses of the company which will then be made as input in designing a strategy. After that to determine the extent of quality of service the company has done to the satisfaction of customer dan to increase consumer loyalty is by using importance performance analysis (IPA). Application of the method both methods above will do the deployment questionnaire using 7P concept of product, price, place, promotion, people, physical evidence and process used as an attribute in making the questions.

Keywords : *Correspondance Analysis, Importance Performance Analysis, marketing mix*

Abstrak

Epic Culinary merupakan sebuah cafe dan resto yang didirikan pada bulan januari 2015. Menurut survey awal yang dilakukan di Epic Culinary diketahui permasalahan yang dihadapi yaitu adanya komplain terhadap masalah tempat, produk, fasilitas, dan harga. Sebagai perusahaan yang sedang tumbuh dan berkembang Epic culinary belum mempunyai ciri khas perusahaan yang menjadi pembeda dengan kompetitor yang ada baik dari segi kelebihan maupun kekurangan yang dimiliki. Perusahaan harus melakukan analisis pada kompetitor yang ada juga berupaya untuk mewujudkan harapan konsumen. Metode Correspondence Analysis (CA) adalah metode yang dipakai untuk memperhatikan kompetitor yaitu dari segi kelebihan dan kekurangan yang dimiliki perusahaan yang kemudian akan dibuat sebagai masukan dalam perancangan strategi. Untuk mengetahui sejauh mana mutu pelayanan yang telah dilakukan perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan untuk meningkatkan loyalitas konsumen adalah dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Penerapan kedua metode diatas dilakukan dengan penyebaran kuisioner dengan menggunakan konsep 7P yaitu produk, harga, tempat, promosi, people, physical evidence, dan proses yang digunakan sebagai atribut dalam pembuatan kuisionernya.

Kata Kunci : *Correspondance Analysis, Importance Performance Analysis, Bauran Pemasaran*

1. Pendahuluan

Perkembangan dunia saat ini banyak muncul berbagai perusahaan dibidang jasa. Perusahaan harus berkompetisi dengan para pesaingnya agar dapat bertahan dan tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen. Berbagai cara akan dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baik. Memberikan pelayanan dan kualitas yang baik adalah point sangat penting bagi perusahaan jasa. Kepuasan menjadi sangat penting bagi perusahaan karena adanya hubungan yang sangat erat antara kepuasan pelanggan yang berujung dengan kepuasan konsumen.

Epic Culinary merupakan sebuah cafe dan resto yang didirikan pada bulan Januari 2015. Perusahaan tersebut terletak di Jalan Candi Trowulan, ruko Pelita Trowulan Square Kaviliun 17. *Epic Culinary* menyediakan beberapa menu yang diminati oleh segmen pasar terutama mahasiswa, diantaranya menu makanan seperti mie ramen aneka topping, *steak*, *burger*, berbagai *desert* seperti *float* dan *ice cream*. Permasalahan yang didapat dari hasil survey yakni adanya komplain terhadap masalah tempat, produk, fasilitas, dan harga. *Epic culinary* juga belum mempunyai ciri khas yang menjadi pembeda dengan kompetitor. Perusahaan perlu mengadakan perbaikan terhadap atribut yang dianggap lemah. Perusahaan juga perlu memperhatikan kompetitor yang ada, baik dari segi kelebihan maupun kekurangan yang dimiliki.

Metode *Correspondence Analysis* (CA) adalah metode yang dipakai untuk memperhatikan kompetitor yaitu dari segi kelebihan dan kekurangan yang dimiliki perusahaan yang kemudian akan dibuat sebagai masukan dalam perancangan strategi [1, 2]. Untuk mengetahui sejauh mana mutu pelayanan yang telah dilakukan perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan dan untuk meningkatkan loyalitas konsumen adalah dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)[3]. Penerapan metode kedua metode akan dilakukan penyebaran kuisioner dengan menggunakan konsep 7P yaitu produk, harga, tempat, promosi, *people*, *physical evidence*, dan *process* yang digunakan sebagai atribut dalam pembuatan kuisionernya[2].

2. Metode Penelitian

Pengumpulan data dilakukan dengan kuisioner untuk mendapatkan hasil tingkat kepentingan perusahaan, tingkat kinerja perusahaan dan tingkat kinerja kompetitor. Data diolah dengan menggunakan metode *Correspondance Analysis*. Hubungan interdependen atau saling ketergantungan antarvariabel / data dapat dilakukan dengan *multi dimensional scaling* (MDS) dan *correspondance analysis* (CA). Menurut S. Santoso (2001) [4], berbeda dengan *factor analysis* dan *cluster analysis*, MDS dan CA lebih berhubungan dengan objek dari suatu penelitian. Secara prinsip, walaupun kedua hasil tersebut menampilkan hasil utama dalam bentuk grafik, namun ada perbedaan dalam jenis data yang dapat dianalisis. Walaupun CA mempunyai keterbatasan dalam jenis data, namun justru penggunaan CA sekarang lebih cenderung populer, karena CA mampu menempatkan objek pada map, sekaligus dengan atribut-atribut objek tersebut sehingga memberikan informasi yang relatif lebih lengkap. CA mempunyai ciri yaitu data yang diinput adalah data nomotrik dan pada kebanyakan kasus data yang dipakai adalah data nominal (kategori)[5]. Pada penggunaan CA dengan SPSS perlu dilakukan sedikit modifikasi, yaitu CA tidak dilakukan lewat pengisian kotak dialog seperti proses SPSS biasanya, namun dengan menggunakan fasilitas *syntax*.

Data diolah menggunakan metode *Importance-Performance Analysis*. Menurut Fandy Tjiptono (2011) [6] responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*percieved performance*) pada masing-masing atribut tersebut.

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100 \% \quad (1)$$

Dimana; TKi = Tingkat kesesuaian responden
 x_i = Skor penilaian kinerja perusahaan
 y_i = Skor penilaian kepentingan tingkat pelanggan

Sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan rumus tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam menyederhanakan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum y_i}{n} \quad (2)$$

Di mana: \bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan
 \bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan
 n = Jumlah responden

Rumus selanjutnya:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{K} \quad (3)$$

Dimana K adalah banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius[7].

Tahapan Penentuan prioritas atribut didasarkan pada daerah atribut diperoleh dari perhitungan CA dan kuadran IPA yang telah diperoleh pada perhitungan sebelumnya. Namun penentuan prioritas lebih mengutamakan daerah atribut yang dimiliki CA karena CA merupakan penilaian yang didapat setelah melakukan analisa terhadap kompetitor yang ada. Daerah atribut CA yang tertinggal menunjukkan atribut yang butuh perbaikan sehingga akan lebih diprioritaskan, setelah melihat daerah tertinggal sampai unggul pada CA kemudian melihat kuadran pada IPA dari atribut yang berada pada kuadran I sampai ke 4[8]. Setelah menentukan prioritas perbaikan tahap selanjutnya adalah mengusulkan usulan perbaikan berdasarkan atribut-atribut yang telah diurutkan pada prioritas perbaikan tersebut. Usulan perbaikan diberikan kepada atribut yang berada pada daerah tertinggal yang dihitung dengan metode CA, dan atribut daerah unggul dan berada pada kuadran I dipengolahan IPA[9].

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Tabulasi Tingkat Kinerja Cafe Kompetitor

Hasil tabulasi penyebaran kuisioner tertutup berkaitan tentang pembobotan kinerja cafe *Epic Culinary* terhadap kompetitor yang telah didapatkan melalui

penyebaran kuisioner tertutup kepada 75 responden dilihat dari atribut penting yang ada dapat dilihat pada tabel 1 :

Tabel 1 Tabulasi rata-rata tingkat kinerja kompetitor

No	Atribut	DNR	Toping	Toast
1	Jenis produk yang variatif	4,20	3,81	4,13
2	Menariknya penyajian produk	4,11	3,56	3,87
3	Makanan yang ditawarkan selalu tersedia	4,04	3,84	3,91
4	Rasa produk yang khas dibandingkan kompetitor	2,03	1,91	1,85
5	Lokasi cafe strategis	3,20	3,13	3,13
6	Desain ruangan mempunyai ciri khas	3,68	3,09	2,96
7	Kursi dan meja yang nyaman	2,95	3,76	3,07
8	Tempat parker yang aman	3,89	3,71	3,77
9	Kebersihan café selalu dijaga	3,79	3,71	3,61
10	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3,88	3,68	3,72
11	Kesesuaian harga dengan buku menu	3,75	3,63	3,81
12	Harga sudah termasuk pajak	3,13	3,64	3,37
13	Adanya promosi media online	3,21	3,05	3,52
14	Adanya event khusus	3,43	3,08	2,84
15	Adanya paket-paket promosi	4,17	3,91	3,95
16	Kecakapan pegawai	4,13	3,73	3,83
17	Keramahan pegawai	3,76	3,89	3,64
18	Penampilan pegawai	3,97	3,93	3,83
19	Kecepatan dan ketepatan dalam proses pelayanan	3,91	3,61	3,81
20	Penyampaian menu promo	3,77	3,44	3,92
21	Terdapat TV, sound system, dan wifi	1,65	1,76	1,57
22	Penerangan café	2,57	2,71	2,35
23	Kejelasan papan nama	3,65	3,72	3,68

3.2 Tabulasi Kepentingan dan Kinerja Terhadap Atribut

Hasil tabulasi penyebaran kuisioner tertutup tentang tingkat kepentingan responden berkaitan dengan atribut yang ada dapat dilihat pada tabel 2 :

3.3 Pengolahan Data Menggunakan Metode *Correspondance Analysis*

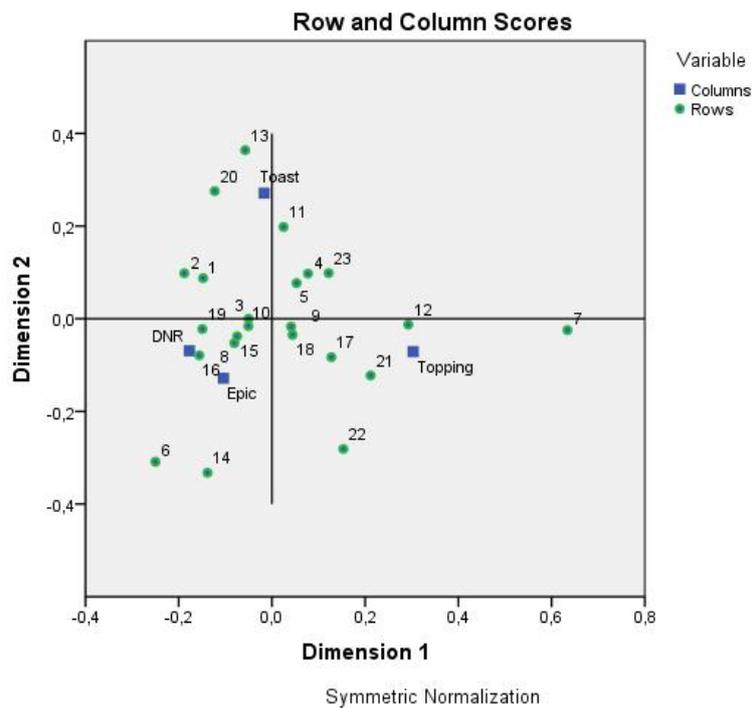
Correspondence Analysis (CA) digunakan untuk mengetahui rangking bobot setiap atribut dan menggambarkan posisi dari satu objek penelitian terhadap objek lainnya dalam hal ini adalah Café Epic Culinary, DNR Café (Pesaing 1), Topping Cafe (Pesaing 2), dan Toast Story Café (pesaing 3).

Tabel 2 Tabulasi rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja Epic Culinary

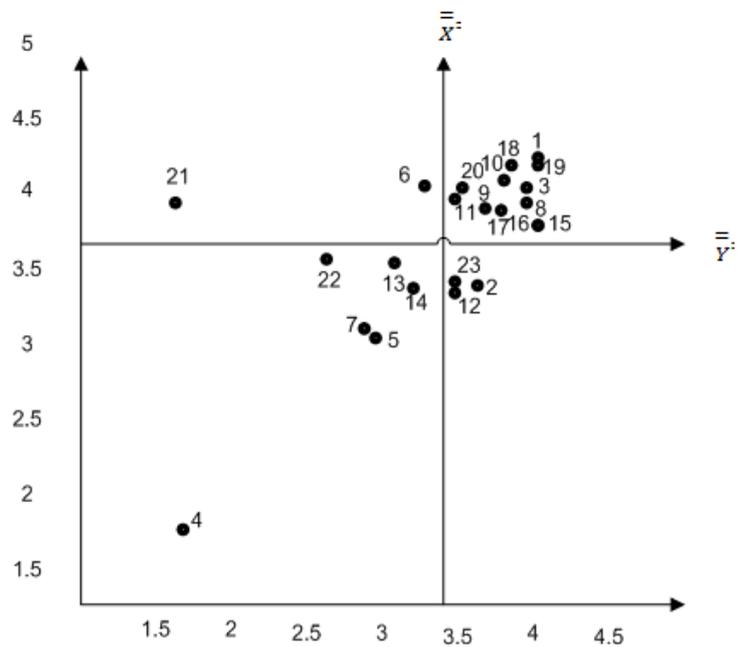
No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
1	Jenis produk yang variatif	4,24	4,08
2	Menariknya penyajian produk	3,41	3,69
3	Makanan yang ditawarkan selalu tersedia	4,03	3,95
4	Rasa produk yang khas dibandingkan kompetitor	1,75	1,63
5	Lokasi cafe strategis	3,04	2,97
6	Desain ruangan mempunyai ciri khas	4,01	3,33
7	Kursi dan meja yang nyaman	3,11	2,87
8	Tempat parker yang aman	3,83	3,97
9	Kebersihan café selalu dijaga	3,81	3,59
10	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	4,13	3,77
11	Kesesuaian harga dengan buku menu	3,97	3,47
12	Harga sudah termasuk pajak	3,32	3,45
13	Adanya promosi media online	3,59	3,11
14	Adanya event khusus	3,35	3,25
15	Adanya paket-paket promosi	3,79	4,04
16	Kecakapan pegawai	3,73	4,03
17	Keramahan pegawai	3,88	3,75
18	Penampilan pegawai	4,20	3,87
19	Kecepatan dan ketepatan dalam proses pelayanan	4,21	4,01
20	Penyampaian menu promo	4,00	3,56
21	Terdapat TV, sound system, dan wifi	3,81	1,61
22	Penerangan café	3,52	2,63
23	Kejelasan papan nama	3,41	3,47

3.4 Pengolahan Data Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*

Importance Performance Analysis merupakan alat bantu dalam menganalisis dan membandingkan sampai sejauh mana antara kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan[10]. Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan.



Gambar 1 Penyebaran atribut dan posisi café



Gambar 2 Penyebaran atribut menggunakan IPA

3.5 Penentuan Prioritas Perbaikan

Penentuan prioritas perbaikan dilakukan dengan melihat hasil metode *Correspondence Analysis* dan metode *Importance Performance Analysis*. Hal ini dilakukan karena pihak *Café Epic Culinary* ingin memenangkan persaingan dari

kompetitornya. Prioritas perbaikan berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh terdapat pada tabel 3 :

Tabel 3 Tabel prioritas atribut

No	Atribut	Daerah CA	Kuadran IPA	Prioritas
21	Terdapat TV, sound system, dan wifi	Tertinggal	1	1
11	Kesesuaian harga dengan buku menu	Tertinggal	2	
17	Keramahan pegawai	Tertinggal	2	2
20	Penyampaian menu promo	Tertinggal	2	
4	Rasa produk yang khas dibandingkan kompetitor	Tertinggal	3	
5	Lokasi cafe strategis	Tertinggal	3	
7	Kursi dan meja yang nyaman	Tertinggal	3	3
13	Adanya promosi media online	Tertinggal	3	
22	Penerangan café	Tertinggal	3	
12	Harga sudah termasuk pajak	Tertinggal	4	4
23	Kejelasan papan nama	Tertinggal	4	
6	Desain ruangan mempunyai ciri khas	Unggul	1	
1	Jenis produk yang variatif	Unggul	2	
3	Makanan yang ditawarkan selalu tersedia	Unggul	2	
8	Tempat parker yang aman	Unggul	2	
9	Kebersihan café selalu dijaga	Unggul	2	
10	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Unggul	2	5
15	Adanya paket-paket promosi	Unggul	2	
16	Kecakapan pegawai	Unggul	2	
18	Penampilan pegawai	Unggul	2	
19	Kecepatan dan ketepatan dalam proses pelayanan	Unggul	2	
14	Adanya event khusus	Unggul	3	6
2	Menariknya penyajian produk	Unggul	4	7

3.6 Usulan Prioritas Perbaikan

Dari tabel prioritas perbaikan diatas dapat diketahui bahwa atribut yang perlu diperbaiki adalah

a. Prioritas pertama,

Terdapat tv, sound sistem, dan wifi : Usulan perbaikan menambahkan tv radio atau mengatur ulang posisinya sehingga semua pelanggan bisa melihat dan mendengarkan,

selain itu juga menambah kecepatan wifi agar pelanggan lebih mudah dalam menggunakan internet.

b. Prioritas kedua,

Kesesuaian harga dengan buku menu : Usulan perbaikan yaitu mengecek kembali harga yang ada di buku menu dengan harga yang ada di kasir.

Keramahan pegawai : Usulan perbaikan yaitu melakukan pelatihan pegawai dalam pelayanan kepada konsumen, membuat standart operasional prosedur agar para pegawai memiliki standart dalam melakukan pelayanan.

Penyampaian menu promo : Usulan perbaikan yaitu membuat papan yang berisikan informasi-informasi mengenai cafe ataupun promo pada hari tertentu, memberikan pengarahan kepada pegawai agar memberikan informasi ganda kepada konsumen mengenai promo tersebut.

c. Prioritas ketiga

Rasa produk yang khas dibandingkan competitor : Usulan perbaikan yaitu mencari informasi mengenai rasa produk yang khas menurut masyarakat sekitar yang belum ada pada competitor.

Lokasi cafe strategis : Tidak ada usulan yang diberikan

Kursi dan meja yang nyaman : Usulan perbaikan yaitu mengganti kursi yang berbahan busa yang mempunyai senderan dan meja yang ergonomis.

Adanya promosi pada media online : Usulan perbaikan yaitu melakukan promosi ke setiap media online seperti facebook, instagram, dan twitter serta mengupdate menu-menu masakan atau minuman yang baru.

Penerangan café : Usulan perbaikan yaitu menambah fasilitas lampu yang lebih terang agar cafe terlihat terang dari luar cafe.

d. Prioritas keempat

Harga sudah termasuk pajak : Usulan perbaikan yaitu mencantumkan harga sebelum dan sesudah dikenakan pajak.

Kejelasan papan nama : Usulan perbaikan yaitu memberikan arah disamping jalan raya yang menunjukkan lokasi *Epic Culinary*, mengganti papan nama yang sebelumnya dengan yang lebih jelas tetapi tidak meninggalkan ciri khas dari cafe.

e. Prioritas kelima

Desain ruangan mempunyai ciri khas : Usulan yang diberikan yaitu menambah spot menarik sehingga konsumen bisa berfoto dan menambah kesan nyaman terhadap konsep tempat yang diberikan.

3.6 Mempertahankan Kinerja Perusahaan

Dari tabel 3 atribut yang berada pada daerah unggul pada pengolahan data menggunakan CA dan berada pada kuadran II, III, dan IV tidak perlu melakukan perbaikan atribut karena sudah berada dalam posisi yang unggul dan konsumen sudah puas dengan kinerja perusahaan terhadap beberapa atribut tersebut. Diantaranya yaitu jenis produk yang variatif, makanan yang ditawarkan selalu tersedia, tempat parkir yang aman, kebersihan café selalu dijaga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, adanya paket-paket promosi, kecakapan pegawai, penampilan pegawai, kecepatan dan ketepatan dalam proses pelayanan, adanya event khusus, menariknya penyajian produk.

4. Simpulan

Usulan prioritas perbaikan digunakan untuk meningkatkan loyalitas konsumen kepada *Epic Culinary* dilakukan dengan mengaplikasikan konsep bauran pemasaran

melalui atribut-atribut yang telah didiskusikan oleh pihak perusahaan yaitu melakukan peningkatan kualitas pelayanan cafe, memperbaiki dan menambahi fasilitas cafe, peningkatan media informasi dan kegiatan promosi pada konsumen.

Referensi

- [1] H. Abdi and M. Béra, "Correspondence analysis," in *Encyclopedia of Social Network Analysis and Mining*, ed: Springer, 2014, pp. 275-284.
- [2] A. D. Daroin, S. Joyoatmojo, and S. M. Bus, "Upaya Pengembangan USAha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Handycraft Kayu Jati di Dusun Bandar Desa Batokan Kecamatan Kasiman Kabupaten Bojonegoro," *Jurnal Pendidikan Insan Mandiri*, vol. 1, 2015.
- [3] I. Sever, "Importance-performance analysis: A valid management tool?," *Tourism Management*, vol. 48, pp. 43-53, 2015.
- [4] S. Santoso and F. Tjiptono, "Riset Pemasaran konsep dan Aplikasi dengan SPSS," *PT. Elex Media Komputindo, Jakarta*, 2001.
- [5] D. Glynn, "Correspondence analysis," ed: John Benjamins, 2014.
- [6] F. T. Chandra, "Service, Quality & Satisfaction-3/E," 2011.
- [7] E. J. Beh and R. Lombardo, *Correspondence analysis: theory, practice and new strategies*: John Wiley & Sons, 2014.
- [8] D. Dou and P. Wang, "Correspondence analysis of association between types of unintentional injuries and influential factors among rural rear pupils," *Wei sheng yan jiu= Journal of hygiene research*, vol. 44, pp. 549-552, 2015.
- [9] F. C. Pan, "Practical application of importance-performance analysis in determining critical job satisfaction factors of a tourist hotel," *Tourism Management*, vol. 46, pp. 84-91, 2015.
- [10] N. Kahraman, "Assessing the service quality of intelligent building control systems: An importance-performance analysis," İzmir Institute of Technology, 2015.