



## **Analisis Pengembangan Service Excellent dan High Quality Product Dalam Upaya meningkatkan Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Tamini Square**

**Noviana Nur Arifah**

Universitas Nasional Jakarta

**B Syarifuddin Latif**

Universitas Nasional Jakarta

*Korespondensi penulis: noviana.nurarifah@gmail.com*

**Abstract.** *This research aims to analyze the development of excellent and high quality service in increasing customer satisfaction at Kopi Kenangan Tamini Square. This research uses qualitative methods as well as interviews with informants, observation, distributing closed questionnaires, and documentation. The results of this research are that good service and product quality contributes significantly to customer satisfaction and building good relationships with them. Recommended strategies include continuous innovation in products and services, strengthening relationships with customers, training and development of human resources, and collecting customer feedback. Based on the SWOT analysis, strategies are recommended to utilize the company's internal strengths and overcome existing weaknesses, thereby increasing the company's competitiveness in the market*

**Keywords:** *Excellent Service, High Quality, Customer Satisfaction*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan *service excellent* dan *high quality* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Kopi Kenangan Tamini Square. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif serta wawancara dengan informan, observasi, menyebarkan kuesioner secara tertutup, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan produk yang baik berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan membangun hubungan yang baik dengan mereka. Strategi yang direkomendasikan termasuk inovasi berkelanjutan dalam produk dan layanan, penguatan hubungan dengan pelanggan, pelatihan dan pengembangan SDM, serta pengumpulan umpan balik pelanggan. Berdasarkan analisis SWOT, disarankan strategi untuk memanfaatkan kekuatan internal perusahaan dan mengatasi kelemahan yang ada, sehingga meningkatkan daya saing perusahaan di pasar.

**Kata kunci:** *Service Excellent, High Quality, Kepuasan Pelanggan.*

### **LATAR BELAKANG**

Era Globalisasi saat ini semakin banyak perusahaan *food and beverage* yang didirikan, sehingga muncul persaingan bisnis yang ketat, terutama persaingan pada *coffee shop*. *coffee shop* telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di berbagai negara di seluruh dunia. Dengan perkembangan pesat ini, bisnis *coffee shop* banyak peminat dan pelanggan yang semakin meningkat, sehingga bisnis *coffee shop* berkembang menjadi seperti sekarang. (Siregar, 2019: 114-120).

Di tengah pesatnya pertumbuhan *coffee shop*, penting bagi para pelaku bisnis untuk memahami bahwa keunggulan dalam pelayanan (*service excellence*) dan produk berkualitas tinggi (*high quality product*) merupakan dua faktor kunci yang menentukan keberhasilan dalam persaingan pasar yang semakin ketat, selain itu hal ini menjadi salah satu kunci dalam menjamin kepuasan pelanggan dan mendorong perusahaan untuk memperhatikan lebih serius kualitas

*Received Februari 29, 2024; Revised Maret 30, 2024; April 07 2024*

*\* Noviana Nur Arifah, noviana.nurarifah@gmail.com*

produk dan layanan yang mereka tawarkan. Regina & Hermani (2020) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah ekspresi dari atau ketidakpuasan seseorang yang timbul dari perbandingan antara pengalamannya terhadap hasil dari produk yang diharapkan.

Dalam konteks pelaku bisnis *coffee shop*, *brand* komersial Kopi Kenangan dapat berkembang pesat dengan terus memperkenalkan produk-produk berkualitas tinggi serta mengutamakan pelayanan yang berkualitas sehingga menciptakan kepuasan pelanggan itu sendiri. Kopi Kenangan adalah perusahaan new retail F&B Unicorn pertama di Asia Tenggara, Halal *Certified* by MUI, ISO *Certified*, dan *World Best Brand Winner* 2020-2021. Kopi Kenangan menggunakan produk berkualitas tinggi yaitu menggunakan kopi lokal asal Indonesia, seperti menggunakan biji kopi lokal yang ditanam langsung oleh petani lokal dan berkualitas tinggi, yaitu biji kopi arabica dan robusta. (<https://kopikenangan.com/>)

Kopi Kenangan mempunyai mimpi untuk menyajikan kopi dengan kualitas terbaiknya. Kopi Kenangan memiliki indikator dalam pelayanan, yaitu 5 step kenangan ter-indah *greeting*, *take order*, *payment*, *making drink*, dan *calling drink*. Sedangkan *high quality* Kopi Kenangan yang menunjang bahwa produk yang di jual baik, kenangan memiliki peraturan kebijakan halal dan syarat produk halal karena Kopi Kenangan juga sudah memiliki sertifikat halal. Selain itu Kopi Kenangan juga memiliki motto dan mempunyai *service culture* yaitu *servicing with heart*, *leading with empathy*. *Service culture* harus di jalankan agar pelanggan mendapatkan pelayanan yang sama di outlet manapun. Karena Kopi Kenangan sendiri adalah peritel *coffee shop* yang tidak mengadopsi sistem *franchise* bertujuan untuk menjaga kontrol mutu demi mempertahankan konsistensi rasa produk mereka. (<https://www.merdeka.com/>)

Namun harus diingat bahwa kualitas pelayanan dan produk yang dimiliki Kopi Kenangan tidak tercipta karena kebijakan atau peraturan yang telah ditentukan (SOP), dan pencapaian yang telah mereka dapatkan. Kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan oleh masing-masing outlet yang dimiliki Kopi Kenangan juga berdampak kepada kepuasan pelanggan. Sebuah pelayanan dan kualitas baik akan tercipta bila masing-masing outlet terstruktur dalam bentuk team, keahlian, kesadaran, kebutuhan terpenuhi. Karena hal ini berdampak kepada perilaku staf outlet, sehingga pihak outlet mana pun memberikan yang terbaik juga kepada para pelanggan sehingga tergapainya kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, situasi analisis ini, penting untuk di kaji bagaimana *service excellent dan high quality product* yang diberikan oleh masing-masing outlet Kopi Kenangan dalam halnya memberikan kepuasan pelanggan.

Dalam situasi ini salah satu outlet yang dimiliki Kopi Kenangan , yaitu Kopi Kenangan Tamini Square, dimana kualitas pelayanan dan kualitas produk yang mereka miliki belum terpenuhi, seperti ketidak konsistensi pada pembuatan produk maupun kekurangan SDM yang mempengaruhi pelayanan. Karena adanya celah permasalahan antara kualitas pelayanan dan produk tersebut menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, menjadikan kerugian atau risiko tersendiri untuk perusahaan *brand* Kopi Kenangan itu sendiri. Terdapat analisis yang digunakan untuk mengetahui letak permasalahan yang berada di Kopi Kenangan Tamini Square, yaitu analisis SWOT. Dimana analisis ini terdapat indikator dari internal dan eksternal yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang berada di Kopi Kenangan Tamini Square.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Service Excellent**

Parta & Rani (2019:47) mengutip dari kotler, bahwa terdapat lima faktor utama yang menentukan kualitas layanan, yaitu *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Reliability*, dan *Assurance*. Dengan demikian, kepuasan pelanggan terhadap layanan yang disediakan oleh sebuah perusahaan dapat dinilai berdasarkan faktor-faktor tersebut.

### **High Product Quality**

Kusumaningrum (2023) mengungkapkan, kepuasan pelanggan didapatkan dengan adanya pelayanan yang berkualitas, karena hal ini merupakan bentuk evaluasi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan dan apa yang diterima. melalui tingkatan ini bisa diketahui layanan yang diharapkannya. Menurut Kotler dan Keller dalam Ibrahim & Thawil (2019: 178), kualitas produk ialah keadaan atau karakteristik produk atau barang yang memberikan manfaat kepada konsumen berdasarkan kebutuhannya dan harapan konsumen. Ada tiga indikator yang memberikan pengaruh pada kualitas produk, yaitu:

- 1) Spesifikasi Produk
- 2) Kinerja Produk
- 3) Tampilan Produk

### **Kepuasan Pelanggan**

Pradini & Pratami (2022) mengungkapkan bahwa, kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan adalah hasil baik dari pengalaman dan perasaan yang mereka alami secara berkelanjutan saat menilai transaksi yang berulang. Dengan memberikan pengalaman yang positif, penyedia jasa dapat menciptakan kepuasan yang pada gilirannya dapat menghasilkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Menurut Ibrahim & Thawil (2019: 178) mengutip Mowen, kepuasan pelanggan dijelaskan sebagai sikap atau perilaku pelanggan terhadap produk atau layanan yang mereka konsumsi atau peroleh, yang kemudian memicu perasaan puas atau tidak puas. Terdapat 5 indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1)Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)
- 2)Dimensi Kepuasan Pelanggan(*Dimensions of Consumer Satisfaction*)
- 3)Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectation*)
- 4)Niat pembelian berulang (*Repurchase Intention*)
- 5)Kesediaan Untuk Merekomendasikan (*Willingness to Recommend*)

### **Analisis SWOT**

Menurut Rangkuti (2009) sebagaimana yang dikutip oleh Kamaludin (2020: 344), analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan Tantangan (*Threats*) yang mempengaruhi suatu proyek atau bisnis. Metode ini berkaitan dengan penetapan tujuan atau sasaran dari bisnis perusahaan atau proyek tersebut, serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mendukung dan menguntungkan dalam pencapaian tujuan tersebut.

### **METODE PENELITIAN**

Peneliti menerapkan pendekatan penelitian kualitatif dengan menjelaskan situasi di lokasi objek penelitian sesuai pada fakta yang ditemukan di lapangan. Serta penelitian menggunakan teknik triangulasi sumber data dan Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sebagai alat tambahan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap objek penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Service Excellent dan High Quality Product**

##### **1. Analisis Kualitas Service Excellent**

*Service excellent* dalam memenuhi kepuasan pelanggan dengan menjaga kualitas produk, pelayanan dan mengevaluasi kinerja para staff sangat penting untuk mewujudkan

pelayanan berkualitas. Untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal berkualitas, Kopi Kenangan Tamini Square meyakini bahwa *service excellence* merupakan landasan yang tak tergantikan dalam setiap aspek bisnis manapun. Kopi Kenangan Tamini Square menganggap bahwa layanan unggulan tidak hanya merupakan aturan, melainkan inti dari setiap hubungan yang Kopi Kenangan Tamini Square bangun dengan pelanggan yang datang berkunjung. Oleh karena itu, Kopi Kenangan Tamini Square menjunjung tinggi kualitas pelayanan dengan menjaga konsistensi dan memastikan standar yang tinggi, bahwa kepuasan pelanggan dimulai dari kepercayaan pada pelayanan yang mereka dapatkan.

Kopi Kenangan Tamini Square memprioritaskan pelayanan yang ramah, efisien, dan personal kepada setiap pelanggan yang datang, karena sadar bahwa interaksi yang hangat dan penuh perhatian dapat meninggalkan kesan yang tak terlupakan kepada pelanggan yang merasakannya. Untuk memastikan pelayanan terbaik, Kopi Kenangan Tamini Square secara rutin mengevaluasi kinerja para staf, memberikan umpan balik, dan memberikan pelatihan yang dibutuhkan agar selalu berada di performa yang baik. Namun tak hanya itu, Kopi Kenangan Tamini Square juga menanamkan budaya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, yaitu "*serving with heart, leading with empathy*". Ini adalah pendekatan yang mendalam dan terperinci, memungkinkan untuk lebih memahami dan menanggapi kebutuhan serta harapan para pelanggan dengan lebih intim. Dengan setiap interaksi, Kopi Kenangan Tamini Square bertekad untuk tidak sekadar memenuhi ekspektasi pelanggan, tetapi untuk melebihi harapan mereka, menciptakan pengalaman yang tak terlupakan setiap kali mereka memilih Kopi Kenangan Tamini Square sebagai mitra dalam menikmati momen yang dirasakan.

Kualitas pelayanan sangat terkait dengan pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga memberikan pelayanan terbaik harus menjadi prioritas utama untuk menarik pelanggan kembali. (Megasari dan Latif, 2022:795-802).

## **2. Analisis Kualitas Produk**

Kopi Kenangan Tamini Square mendedikasikan diri untuk menghadirkan pengalaman baik melalui komitmen terhadap kualitas tak terkompromi dari setiap aspek produk Kopi Kenangan. Perusahaan sangat selektif dalam memilih bahan baku berkualitas tinggi yang menjadi inti dari setiap hidangan yang akan dijual oleh Kopi Kenangan Tamini Square. Dengan demikian, Kopi Kenangan Tamini Square memastikan bahwa setiap tegukan kopi atau gigitan roti dan *cookies* Kopi Kenangan Tamini Square memberikan kenikmatan yang konsisten dan memuaskan untuk para pelanggan.

Namun, Kopi Kenangan Tamini Square bukan hanya peduli pada kualitas rasa, tetapi juga estetika produk. Kemasan Kopi Kenangan dirancang dengan baik, menampilkan keindahan visual yang sejajar dengan kenikmatan rasa yang kami tawarkan. Disamping itu, Kopi Kenangan memahami kebutuhan akan variasi dan pilihan keinginan para pelanggan. Oleh karena itu, Kopi Kenangan menawarkan beragam jenis minuman mulai dari *milk, tea, non-coffee*, hingga kopi berkualitas, serta berbagai macam roti dan *cookies*. Dengan pilihan yang bervariasi ini, kami memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk mengeksplorasi dan menemukan minuman dan makanan yang sesuai dengan selera para pelanggan.

Yang tak kalah pentingnya, Kopi Kenangan Tamini Square bangga dengan dedikasi terhadap produk lokal dan produk khas Kopi Kenangan sendiri seperti beans yang mereka miliki (*kenangan blend* dan *Juawara beans*). Karena Kopi Kenangan mendukung pertanian lokal dan komunitas produsen lokal, sambil tetap menjaga standar kualitas yang tinggi yang menjadi ciri khas Kopi Kenangan.

### **3. Kepuasan Pelanggan**

*Service excellent* dan produk berkualitas tinggi di Kopi Kenangan Tamini Square memiliki dampak yang signifikan dalam memenuhi kepuasan pelanggan, karena hal ini bukan sekadar menciptakan pengalaman yang memuaskan, tetapi juga membangun landasan untuk hubungan jangka panjang yang kuat. Kopi Kenangan Tamini Square meyakini bahwa setiap interaksi dengan pelanggan adalah kesempatan untuk menciptakan hubungan yang bermakna, dan itulah mengapa Kopi Kenangan mengutamakan pelayanan yang berkualitas. Dengan staf yang terlatih secara profesional dan ramah, Kopi Kenangan berusaha untuk memastikan bahwa setiap pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan sehingga mereka juga puas akan pelayanan yang diberikan.

Tidak kalah pentingnya, Kopi Kenangan Tamini Square juga berkomitmen untuk menyajikan produk-produk berkualitas terbaik. Setiap kopi dan produk yang digunakan juga berkualitas. Seperti roti dan *cookies* juga dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan resep yang telah teruji. Kombinasi antara *service excellent* dan *high quality product* ini menciptakan pengalaman baik yang tak terlupakan bagi setiap pelanggan.

Dengan adanya *service excellent* dan produk berkualitas tinggi, Kopi Kenangan Tamini Square tidak hanya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, tetapi juga menciptakan hubungan yang kuat dengan mereka. Pelanggan yang puas dan merasa dihargai cenderung kembali untuk mengunjungi Kopi Kenangan Tamini Square secara berkala, dan bahkan merekomendasikan Kopi Kenangan Tamini Square kepada teman dan keluarga mereka. Oleh karena itu, *service excellent* dan *high quality product* bukan hanya merupakan investasi dalam kepuasan pelanggan, tetapi juga dalam pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan keberlanjutan hubungan yang akrab dengan pelanggan.

### **4. Analisis SWOT Upaya Meningkatkan Service Excellent dan High Quality Product Pada Kopi Kenangan Tamini Square**

#### **a) Strategi SO (Strengths-Opportunities):**

Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) merujuk pada upaya yang dilakukan oleh Kopi Kenangan untuk memanfaatkan kekuatan internal perusahaan (*strengths*) guna mengejar peluang (*opportunities*) yang ada di lingkungan eksternal.

#### **1. Inovasi Berkelanjutan**

Kopi Kenangan memiliki kekuatan dalam variasi menu yang beragam dan memiliki kebijakan jaminan halal. Dengan demikian, perusahaan dapat memanfaatkan keunggulan ini untuk terus melakukan inovasi dalam pengembangan produk. Misalnya, dengan meluncurkan varian minuman atau cemilan baru yang sesuai dengan perkembangan tren pasar dan kebutuhan pelanggan.

#### **2. Penguatan Hubungan dengan Konsumen**

Melalui penggunaan aplikasi pelatihan *dingtalk* untuk staf barista, Kopi Kenangan dapat mendorong karyawan untuk meningkatkan *skill* dan pengetahuan mereka. Selain itu, staf yang sudah terlatih juga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen. Dengan demikian, Kopi Kenangan Tamini Square dapat memperkuat hubungan dengan konsumen melalui pengalaman pelayanan yang lebih baik.

#### **b) Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)**

Strategi ST (*Strengths-Threats*) menyoroti bagaimana Kopi Kenangan dapat memanfaatkan kekuatan internalnya (*strengths*) untuk menghadapi ancaman eksternal (*threats*) yang ada di lingkungan bisnis.

1. Mempertahankan kualitas produk dan layanan Kopi Kenangan Tamini Square sudah memiliki sertifikasi halal dan *service culture*.
2. Keunggulan kompetitif yang berfokus pada kekuatan ini memungkinkan Kopi Kenangan Tamini Sqaure untuk tetap menjadi pilihan utama pelanggan di tengah persaingan yang ketat dengan pesaing sejenis.
3. Peningkatan pelayanan dan perkuatan *deployment* struktur organisasi yang sudah ada, termasuk posisi seperti *cashier*, *pouring*, *preparation*, dan *checker*, Kopi Kenangan dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.
4. Peningkatan dalam pelayanan kepada pelanggan membantu Kopi Kenangan untuk lebih baik daripada pesaing.

Dengan fokus pada mempertahankan kualitas produk dan layanan, serta peningkatan dalam pelayanan kepada konsumen, Kopi Kenangan dapat menghadapi ancaman dari pesaing dan faktor-faktor lain yang dapat mengganggu bisnisnya. Ini akan membantu perusahaan untuk tetap relevan dan sukses di pasar yang kompetitif.

#### **C) Strategi ST (Strengths-Threats)**

Strategi ST (*Strengths-Threats*) merupakan pendekatan yang difokuskan pada memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menghadapi ancaman dari lingkungan eksternal.

1. Sertifikasi Halal adalah Kekuatan Kopi Kenangan Tamini Sqaure, dikarenakan memiliki sertifikasi halal menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kehalalan produknya.
2. *Service Culture* atau budaya pelayanan yang kuat di dalam perusahaan menjadi keunggulan kompetitif. Dengan mempertahankan kualitas produk yang terjaga dan layanan yang berkualitas tinggi, Kopi Kenangan Tamini Sqaure dapat tetap menjadi pilihan utama pelanggan di tengah persaingan pasar yang ketat.
3. Kopi Kenangan Tamini Square dapat memperkuat struktur organisasi yang sudah ada, seperti *cashier*, *pouring*, *preparation*, dan *checker*, untuk meningkatkan efisiensi dalam pelayanan kepada pelanggan. Dengan memastikan ketersediaan staf yang cukup dan terlatih dengan baik, perusahaan dapat meningkatkan kecepatan dan kualitas layanan.
4. Dengan memberikan pelayanan yang lebih baik daripada kompetitor sekitar, Kopi Kenangan Tamini Square dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada.

Melalui strategi ST ini, Kopi Kenangan dapat memanfaatkan kekuatannya internalnya untuk menghadapi ancaman dari lingkungan eksternal, memperkuat posisinya di pasar, dan mempertahankan hubungan yang kuat dengan pelanggan.

#### **D) Strategi WT (Weaknesses-Threats):**

Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) adalah pendekatan yang ditujukan untuk mengatasi kelemahan internal perusahaan dan menghadapi ancaman eksternal yang mungkin timbul.

1. Peningkatan Konsistensi dalam Pembuatan Produk Menghadapi pesaing sejenis usahanya yang menawarkan produk dengan kualitas yang lebih baik, Kopi Kenangan Tamini Sqaure perlu meningkatkan konsistensi dalam resep dan pembuatan produknya. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan pelatihan yang lebih intensif kepada *barista*, serta memperketat pengawasan dalam proses pembuatan produk.

2. Penyempurnaan Pengendalian Emosi Dalam menghadapi pesaing yang menawarkan pelayanan yang lebih baik, *barista* Kopi Kenangan Taini Square perlu dilatih untuk mengontrol emosi mereka. Hal ini penting agar *barista* dapat memberikan pelayanan yang profesional, ramah, dan efisien kepada pelanggan, tanpa terpengaruh oleh situasi atau interaksi yang menantang.

Dengan menerapkan strategi WT ini, Kopi Kenangan Tamini Square dapat mengatasi kelemahan internalnya dan menghadapi ancaman eksternal dengan lebih efektif. Ini akan membantu perusahaan untuk memperbaiki kinerja operasionalnya, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan penelitian yang berjudul Analisis Pengembangan Service Excellent dan High Quality Product dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Tamini Square yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan:

1. *Service Excellent* dan *High Quality Product* merupakan dua aspek penting yang saling berhubungan dalam memberikan kepuasan pelanggan di Kopi Kenangan Tamini Square. *Service excellent* melibatkan pelayanan yang ramah, efisien, dan personal kepada pelanggan, sedangkan *high quality product* melibatkan komitmen terhadap kualitas dari produk yang ditawarkan.
2. Analisis SWOT menunjukkan bahwa Kopi Kenangan Tamini Square memiliki kekuatan internal seperti sertifikasi halal, variasi menu yang bervariasi, dan budaya pelayanan yang baik. Namun, ada kelemahan seperti kurangnya konsistensi dalam pembuatan produk dan kurangnya SDM. Peluangnya termasuk melakukan inovasi berkelanjutan dan membangun hubungan yang lebih dalam dengan konsumen, sementara ancamannya adalah persaingan dengan pesaing sejenis dan kualitas pelayanan yang lebih baik dari pesaing.
3. Untuk meningkatkan *service excellent* dan *high quality product*, Kopi Kenangan Tamini Square dapat memanfaatkan strategi SO dengan melakukan inovasi berkelanjutan dan memperkuat hubungan dengan konsumen. Selain itu, perusahaan juga dapat menggunakan strategi WO dengan meningkatkan pelatihan dan pengembangan SDM serta mengumpulkan umpan balik pelanggan untuk meningkatkan produk dan layanan.
4. Dalam menghadapi tantangan dari pesaing usaha yang sama dan ancaman eksternal, Kopi Kenangan Tamini Square dapat menggunakan strategi ST dengan mempertahankan kualitas produk dan layanan serta meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Selain itu, strategi WT juga dapat digunakan dengan meningkatkan konsistensi dalam pembuatan produk dan penyempurnaan pengendalian emosi staf.

Saran yang dapat diberikan adalah perlu fokus pada peningkatan konsistensi dalam pembuatan produk dan pelayanan, serta pengembangan SDM untuk meningkatkan kemampuan staf dalam memberikan layanan yang lebih baik. Selain itu, perusahaan juga perlu memanfaatkan hubungan yang telah dibangun dengan pelanggan untuk mengumpulkan umpan balik dan melakukan inovasi berkelanjutan dalam produk dan layanan. Dengan demikian, Kopi Kenangan Tamini Square dapat terus mempertahankan kepuasan pelanggan dan meningkatkan daya saingnya di pasar.

## **DAFTAR REFERENSI**

Ahmad, S. (03 Maret 2023). Aktif di Medsos, Kopi Kenangan Sabet Penghargaan Top Digital Public Relations Award 2023. *INFBRAND.ID*.

- Anggraeni, R. (21 Oktober 2023). Kopi Kenangan hingga Eiger Terpilih jadi *The Most Local Brand* Bisnis Muda Award 2023. *Kabar24*.
- Dalilah, N., & Prawoto, P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Kenangan. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 186-197.
- Dewi, L., & Putri, S. H. (2022). Service Quality, Customer Value, and Price to Consumer Satisfaction at Kopi Kenangan Coffee Shop. *International Journal of Social Science*, 1(6), 987-992.
- Dua Tahun Berturut-turut Kopi Kenangan Raih Gelar *Brand Of The Year*. *Editor*. (2020).
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Kamaluddin, I. (2020). Analisis SWOT untuk merumuskan strategi bersaing pada PT. Menara Angkasa Semesta Cabang Sentani. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(4), 342-354.
- Kusumaningrum, A. P., Windyarti, I., & Pradini, G. (2023). Analysis of Service Quality, Price, And Promotion on Consumer Satisfaction at The Cake Shop Bolu Enak Pengasinan Depok. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND SOCIAL SCIENCE (IJEMBIS)*, 3(2), 148-155.
- Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4 (1), 175 - 182.
- Megasari, C., & Latif, B. S. (2022). PENGARUH DESIGN INTERIOR DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT PENGUNJUNG HOTEL SOTIS KEMANG. *Media Bina Ilmiah*, 17(5), 795-802.
- Oswaldo, I.G. (29 Desember 2022). Profil dan Sejarah Kopi Kenangan yang Pecahkan Rekor MURI. *Detikfinance.com*.
- Patra, I. N., & Rani, N. W. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BIRO PERJALANAN WISATA PT.BARATA DEWATA ASRI BALI. *JUIMA: JURNAL ILMU MANAJEMEN*, 9(1).
- Pradini, G., & Pratami, F. (2022). DAMPAK BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER DI OMA KOPI DEPOK. *Journal of Syntax Literate*, 7(3).
- Putri, D. A., Ceicillia, S., Rizky, G. A., & Farida, S. N. (2022). Implementasi Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunities, And Threat) Dalam Strategi Pemasaran Produk Pada Pt Adib Global Food Supplies Surabaya. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(1).
- Regina, and A. H. Daryanto Seno. (2020). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Du Cafe Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 4, pp. 465-474.
- Siregar, S. G. S., Lubis, A. S., & Siregar, H. (2020, November). PENGARUH SERVICE EXCELLENCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASIONLINE GRAB (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KELURAHAN KAMPUNG BARU MEDAN). In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL HASIL PENELITIAN* (Vol. 3, No. 1, pp. 226-233).
- Wijayanti, R. I. (01 September 2023). Kenapa Kopi Kenangan bisa Menjadi *Unicorn*. *IDXChannel*.