

## **Analisis Strategi Manajemen Operasi Pada Coffee Shop Kota Parepare**

**Budianriani, Deasy Soraya A Aminartha, Serlin Serang, Sahabuddin**

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis strategi manajemen operasi dan efektifitas pada coffee shop yang ada di Kota Parepare. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder dengan metode analisis deskriptif kualitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Purposive Sampling. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari empat dimensi strstegei operasioanl, maka yang terbaik adalah pada dimensi kompetensi.

Kata Kunci: Strategi Manajemen Operasi

Copyright (c) 2023 Deasysoraya

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [budianrianimt@umi.ac.id](mailto:budianrianimt@umi.ac.id), [deasysoraya8@gmail.com](mailto:deasysoraya8@gmail.com), [serlin.serang@umi.ac.id](mailto:serlin.serang@umi.ac.id), [sahabuddin.nanda@unismuh.ac.id](mailto:sahabuddin.nanda@unismuh.ac.id)

## **PENDAHULUAN**

Gaya Hidup masyarakat di zaman kini telah mengalami perubahan dan perkembangan. Di zaman dahulu, masyarakat tidak terlalu mementingkan urusan penampilan dan gaya hidup, kini berbeda situasinya. Gaya hidup, mulai jadi perhatian yang cukup serius untuk tidak menyebutnya yang utama. Gaya hidup bukan lagi membicarakan soal penampilan, aktivitas “nongkrong” di kafe sekarang menjadi kegiatan yang dilakukan anak muda ataupun dewasa untuk melakukan mengisi waktu kosong mereka. Lebih jauh untuk mengukuhkan keberadaan di zaman modern. Fenomena nongkrong sendiri sebenarnya sudah ada sejak dulu hingga sekarang dan mengalami beberapa perubahan seiring berkembangnya zaman. Dulu, nongkrong wajarnya harus dilakukan di kedai kopi kecil. Kegiatan yang dilakukan juga lebih sederhana, hanya untuk nongkrong bersama teman. Namun belakangan, kegiatan nongkrong lebih banyak dilakukan di kafe – kafe ataupun restoran. Masih seperti zaman dulu, kegiatan inti dari nongkrong sendiri tidak lain untuk berkumpul dan bersosialisasi.

Masyarakat Indonesia awalnya mengenal kedai kopi sebagai suatu yang relatif dibandingkan dengan kafe dalam definisi masyarakat berat seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan asimilasi budaya barat dan lokal

pengusaha kedai kopi berkonsep kafe seperti yang ada dibarat mulai menjamur muncul banyak kafe baru, mulai dari yang berkonsep hingga memanfaatkan sistem waralaba pada awalnya minum kopi sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia

sejak zaman dulu kala pasalnya Indonesia adalah salah satu penghasil kopi terbaik didunia diindonesia, Penikmat kopi hampir tidak pandang usia, mulai dari remaja hingga orang dewasa bahkan manula, sehingga jumlahnya tidak terhitung.

Budaya ngopi diindonesia kini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Kota Kota Parepare terkhususnya untuk anak muda, tampak dari perkembangan kedai kopi atau coffee shop sejak beberapa tahun terakhir. Kopi tetap menjadi minuman favorit yang banyak dapat pesanan meski sajiannya beragam. Berbeda dengan dulu, ketika kopi lebih banyak ditemukan di tangan orang tua, kini kopi dimiliki oleh semua kalangan, termasuk anak- anak dari segala usia. tak heran kini jumlah kedai kopi semakin ramai peminatnya karena kepopulerannya.

Karena fenomena ini, tempat pertemuan seperti kafe dan restoran menjadi semakin kreatif dan berkembang. Buat tempat pertemuan yang keren dan memanjakan pengunjung, baik dari menu maupun tampilannya. Karena mereka cenderung aktif nongkrong di kafe saat ini memiliki pergeseran dari hanya sekedar nongkrong, Yaitu sebagai wadah pengukuhan keberadaan menggunakan cara update ke sosial media. Jangan heran kalau sekarang semakin modernnya Tempat pertemuan modern yang menyesuaikan dengan perkembangan modern. Seperti lebih

memperhatikan Dekorasi kafe yang menarik, sudut artistik dan yang instragamable untuk memanjakan para pengunjung yang akrab dengan media sosial. Lebih jauh, nongkrong di kafe saat ini tidak sebatas tren semata. Kegiatan ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian anak muda. Baik dunia maya sosial dan eksistensial.

Realitas tempat pertemuan yang menempati banyak ruang seperti kota Kota Parepare Ada banyak ruko bahkan rumah minimalis beserta halaman depan rumah tersebut yang cukup memadai untuk dijadikan sebuah kafe. Sebagian besar pusat-pusat sibuk, terutama kafe-kafe, penuh anak muda. Istilah nongkrong bagi anak muda yaitu Salah satu kegiatan untuk mengisi waktu luang setelah kegiatan sekolah atau kuliah. Bagi anak muda Pecinta kegiatan nongkrong ini membutuhkan saran dan prasarana yang tepat untuk sarana, pelayanan, segi rasa makanan atau minuman, dan lain - lain. Untuk bisa tetap bertahan pada usaha coffee shop memerlukan strategi.

Setiap perusahaan memiliki strategi yang unik Untuk menghadapi berbagai perubahan dan ancaman. Strategi ini sangat penting untuk semua jenis bisnis karena memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar mereka dan menentukan langkah selanjutnya untuk mempertahankan posisi mereka di antara banyak pesaing. Jika sebuah perusahaan hanya sedikit berhasil dalam memperoleh jangka panjang. Sifat langkah keputusan, ini akan menjadi perhatian utama dalam hal meningkatkan keputusan perusahaan.Sangat penting bagi bisnis untuk memahami apa yang sebenarnya harus dilakukan, terutama dalam hal memenuhi permintaan pelanggan.

Setiap perusahaan mengembangkan produk, layanan, atau ide untuk pelanggannya. Organisasi-organisasi ini memiliki opsi berbeda untuk mengubah sumber daya yang dipilih menjadi produk yang dikonsumsi pelanggan. Operasi dapat dianggap sebagai proses konversi yang mengubah input menjadi output yang bernilai tambah (value added). Manajemen produksi atau operasional yang terlibat dalam perencanaan dan desain proses yang akan mentransformasikan sumber daya yang dimiliki menjadi produk atau jasa, mengelola perubahan sumber daya melalui proses transformasi, dan

menjamin produk dan jasa yang diberikan kepada pelanggan dengan memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh pelanggan. Manajemen operasional merupakan seperangkat aktivitas membangun nilai produk juga jasa yg didapatkan melalui proses transformasi dari masukan (input) menjadi keluaran (output) (Heizer & Render, 2014).

Salah satu strategi manajemen operasional dalam menjalankan usaha coffee shop yaitu dengan cara menjual produk baik itu dari makanan maupun dari minuman Murah dan terjangkau, dan juga mempunyai produk tersendiri dari setiap coffee shop.

Coffee Shop merupakan suatu tempat yang menawarkan jenis kopi unggulan dibandingkan non-kopi, tersedia di tempat yang santai dan nyaman, serta dilengkapi dengan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga konsumen merasakan kehilangan beban dan masalah – masalah ketika berada di coffee shop.

### **Manajemen Operasi**

Dalam pengertian Heizer dan Render, manajemen operasi didefinisikan sebagai, “the set of activities that creates value in the form of goods and services by transforming inputs into outputs”. Atau menurut Chase dan Jacobs, manajemen operasi didefinisikan sebagai, “the design, operation and improvement of the systems that create and deliver the firm’s primary products and services”. Sehingga sederhananya, manajemen operasi ialah proses untuk menghasilkan produk secara efektif dan efisien melalui pendayagunaan sumber daya yang ada. (Budi Harsanto, 2017)

Menurut Schroeder keputusan utama dalam manajemen operasi terbagi ke dalam empat area yakni proses, kualitas, kapasitas, dan persediaan. Adapun menurut Heizer dan Render, terdapat sepuluh keputusan penting dalam manajemen operasi yang terdiri dari : desain produk, manajemen kualitas, desain proses, lokasi, desain tata letak, desain kerja, manajemen rantai pasokan, manajemen persediaan, penjadwalan, dan pemeliharaan. (Budi Harsanto, 2017).

Manajemen operasi adalah suatu bentuk pengelolaan yang menyeluruh dan optimal pada sebuah tenaga kerja, barang, mesin, peralatan, bahan baku, atau produk apapun yang bisa dijadikan sebuah barang atau jasa yang bisa diperjualbelikan. Kegiatan ini merupakan tanggung jawab dari manajer operasional dalam penghasilan produk atau jasa, mengambil sebuah keputusan yang berhubungan dengan fungsi operasi dan sistem transformasi, dan menimbangakan pengambilan keputusan dari fungsi operasi. Selama pelaksanaan strategi manufaktur perusahaan, manajerial yang dapat digunakan untuk melacak keputusan – keputusan dalam upaya pengaturan dan pengkoordinasian pengguna sumber daya dari strategi manufaktur yang dikenal sebagai manajemen operasional diperlukan (Wijaya et al., 2020).

Manajemen operasi adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output (Heizer & Render, 2014). Hal ini senada juga mendefinisikan oleh Stevenson & Choung (2014) bahwa manajemen operasional adalah manajemen sistem atau proses yang menciptakan barang dan atau menyediakan jasa penciptaan barang atau jasa meliputi transformasi atau pengubahan input menjadi output. berbagai input seperti modal, tenaga kerja, dan informasi digunakan untuk menciptakan barang atau jasa dengan menggunakan satu atau lebih proses transformasi (misalnya menyimpan, mengangkut, memperbaiki). Untuk memastikan bahwa output diinginkan telah diperoleh, organisasi dapat mengukurnya pada berbagai poin dalam proses transformasi (umpan balik) lalu membandingkan dengan standar yang telah ditentukan sebelumnya untuk menentukan tindakan perbaikan yang diperlukan (pengendalian).

Menurut Efendi, S., Praktiknyo, D., & Sugiono, E (2019), Manajemen operasional adalah kegiatan yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan dalam rangka mengatur dan penggunaan berbagai sumber daya dengan tujuan organisasi yang tercapai. Proses pengambilan keputusan diawali dengan pengidentifikasi masalah dan alternatif yang memungkinkan, serta kriteria penilaian atau perbandingan setiap alternatif, yang dapat menghasilkan manfaat yang maksimal dan efektif dengan risiko minimal. Berdasarkan kondisi dari keputusan yang diambil, ada empat macam pengambilan keputusan, yakni pengambilan keputusan atas :

- 1) Peristiwa pasti
- 2) Peristiwa mengandung risiko
- 3) Peristiwa tidak pasti
- 4) Peristiwa yang terjadi akibat pertentangan dengan kondisi lainnya.

**Tabel 2. 1**

**Teknik - teknik untuk meningkatkan produktivitas jasa**

STRATEGI	TEKNIK	CONTOH
Pemisahan	Struktur layanan sehingga para konsumen dapat pergi ke mana layanan ditawarkan.	para konsumen di coffee shop pergi ke order here untuk memesan minuman atau makanan, ke pay here untuk transaksi pembayaran, dan ke pick up here untuk mengambil pesanan.
Pelayanan sendiri	Pelayanan sendiri sehingga para konsumen dapat meneliti, membandingkan, dan meninggalkan dengan kecepatan mereka sendiri.	coffee shop melakukan pemesanan melalui internet.
Penundaan	Penyesuaian pada saat pengiriman.	Menyesuaikan van pada saat pengiriman dan bukan pada saat produksi.
Fokus	Membatasi penawaran.	Menu coffee shop yang terbatas.
Modul	Pemilihan modular atas jasa, produksi modular.	Pemilihan investasi dan asuransi, modul makanan dan minuman yang telah dipaketkan sebelumnya pada coffee shop.
Otomatisasi	Memisahkan layanan yang akan membiarkan mereka sendiri untuk mencoba beberapa tipe dari otomatisasi.	Mesin penarikan otomatis.

Penjadwalan	Menjadwalkan personel dengan persis tepat.	Menjadwalkan personel.
Pelatihan	Mengklarifikasi opsi jasa; menjelaskan bagaimana menghindari permasalahan.	Penasihat investasi, personel pemeliharaan purna jual.

## 2. Strategi

Rangkuti (2013:183) berpendapat bahwa Strategi ini merupakan rencana induk komprehensif yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan mencapai semua tujuan yang ditetapkan atas dasar misi yang telah ditetapkan sebelumnya. (Sofyan, 2015) alfred Chandler mengatakan bahwa strategi adalah sebuah target dan Mengadopsi tujuan jangka panjang dasar organisasi (perusahaan) dan serangkaian tindakan, dan mengalokasikan sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan tersebut.

Strategi dapat dibagi menjadi tiga (yaitu : strategi kepemimpinan biaya, strategi diferensiasi, dan strategi fokus) dan perusahaan dapat menempatkan perusahaan dalam strategi yang sesuai (David F. R., 2013). Menurut (Merangu et al., 2017), penggunaan strategi cost leadership (kepemimpinan biaya) dinilai Hal ini dinilai dengan tiga indikator: minimasi biaya, sumber murah, dan teknologi terkini, dan daya saing organisasi dinilai dengan tiga indikator: pangsa pasar, tingkat pertumbuhan, dan ekspansi produksi. Strategi diferensiasi adalah strategi untuk menjaga loyalitas pelanggan, dan pelanggan menerima nilai yang lebih besar dibandingkan dengan produk lain dengan menggunakan strategi diferensiasi (Tampi, 2015:70). Fokus strategi adalah pada segmen pasar yang lebih khusus. Strategi ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang memiliki sejumlah kecil kebutuhan yang tidak terpengaruh oleh harga. perusahaan membantu dengan melayani sebagian kecil pasar dan tidak melayani pasar secara luas pada strategi ini. Usaha ini dilakukan dengan mengenal pasar yang dituju secara detail dan menerapkan keunggulan biaya secara menyeluruh atau diferensiasi pada segmen kecil tersebut (Khoirunnisa, A. 2020).

## HASIL PENELITIAN

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antar data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya apa yang terjadi pada objek peneliti sehingga terdapat data yang valid. Uji validitas digunakan untuk mengukur data yang terkumpul agar hasilnya valid. dengan instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu diharuskan valid. Dalam penelitian ini diketahui bahwa r tabel dalam penelitian ialah 0,444. Untuk melihat hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

### Uji Validitas Sobat Kopi

Dimensi	Pearson Correlation	tabel	Keterangan
Komitmen	0,77		VAL
	0,361	ID	
	0,85		VAL
	0,361	ID	
	0,75		VAL

	5	,361	ID	
		0,77		VAL
	8	,361	ID	
		0,85		VAL
	5	,361	ID	
		0,81		VAL
<b>Kondisi</b>	6	,361	ID	
<b>Perusahaan</b>		0,63		VAL
	7	,361	ID	
		0,68		VAL
	9	,361	ID	
<b>Proses</b>		0,79		VAL
<b>Transformasi</b>	8	,361	ID	
		0,85		VAL
	9	,361	ID	
		0,90		VAL
	8	,361	ID	
		0,86		VAL
<b>Kompetensi</b>	9	,361	ID	
		0,86		VAL
	1	,361	ID	
		0,86		VAL
	1	,361	ID	
		0,85		VAL
	6	,361	ID	
		0,77		VAL
	0	,361	ID	
		0,88		VAL
	1	,361	ID	
		0,76		VAL
	2	,361	ID	
		0,73		VAL
	7	,361	ID	
		0,67		VAL
	7	,361	ID	

Dari diketahui penelitian ini merupakan uji validitas di Sobat kopi pada dimensi komitmen, kondisi perusahaan, proses transformasi, dan kompetensi yang diketahui bahwa nilai r tabel 0,361. Suatu indikator dikatakan yang dikatakan valid jika nilai pearson correlation lebih besar dari nilai r tabel. Jadi dapat diartikan bahwa secara keseluruhan dari 5 indikator dimensi komitmen, 3 indikator kondisi perusahaan, 2 indikator proses transformasi, dan 10 indikator kompetensi memiliki data yang valid dan bisa dilanjutkan oleh penelitian selanjutnya

Uji Validitas S3 BOX

<b>Dimensi</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Komitmen</b>	6	0,70 ,361	<b>VALID</b>
	8	0,67 ,361	<b>VALID</b>
	1	0,59 ,361	<b>VALID</b>
	2	0,65 ,361	<b>VALID</b>
	1	0,78 ,361	<b>VALID</b>
<b>Kondisi Perusahaan</b>	7	0,59 ,361	<b>VALID</b>
	4	0,65 ,361	<b>VALID</b>
	5	0,77 ,361	<b>VALID</b>
<b>Proses Transformasi</b>	2	0,68 ,361	<b>VALID</b>
	6	0,76 ,361	<b>VALID</b>
<b>Kompetensi</b>	2	0,64 ,361	<b>VALID</b>
	3	0,74 ,361	<b>VALID</b>
	1	0,79 ,361	<b>VALID</b>
	1	0,71 ,361	<b>VALID</b>
	9	0,80 ,361	<b>VALID</b>
	7	0,59 ,361	<b>VALID</b>
	8	0,66 ,361	<b>VALID</b>
	1	0,61 ,361	<b>VALID</b>
	1	0,60 ,361	<b>VALID</b>
	<b>8</b>	<b>0,56</b> <b>,361</b>	<b>VALID</b>

Dari tabel diatas diketahui penelitian ini merupakan uji validitas di S3 Box pada

dimensi komitmen, kondisi perusahaan, proses transformasi, dan kompetensi yang diketahui bahwa nilai r tabel 0,361. Suatu indikator dikatakan yang dikatakan valid jika nilai pearson correlation lebih besar dari nilai r tabel. Jadi dapat diartikan bahwa secara keseluruhan dari 5 indikator dimensi komitmen, 3 indikator kondisi perusahaan, 2 indikator proses transformasi, dan 10 indikator kompetensi memiliki data yang valid dan bisa dilanjutkan oleh penelitian selanjutnya.

Uji Validitas RUANG SEDUH

<b>Dimensi</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Komitmen</b>	0,88	,361	VA LID
	0,93	,361	VA LID
	0,84	,361	VA LID
	0,94	,361	VA LID
	0,92	,361	VA LID
<b>Kondisi Perusahaan</b>	0,92	,361	VA LID
	0,88	,361	VA LID
	0,93	,361	VA LID
<b>Proses Transformasi</b>	0,95	,361	VA LID
	0,94	,361	VA LID
<b>Kompetensi</b>	0,93	,361	VA LID
	0,92	,361	VA LID
	0,93	,361	VA LID
	0,94	,361	VA LID
	0,93	,361	VA LID
	0,84	,361	VA LID

	8	0,91	,361	VA LID
	1	0,90	,361	VA LID
	5	0,94	,361	VA LID
	1	0,92	,361	VA LID

Dari tabel diatas diketahui penelitian ini merupakan uji validitas di Ruang Seduh pada dimensi komitmen, kondisi perusahaan, proses transformasi, dan kompetensi yang diketahui bahwa nilai r tabel 0,361. Suatu indikator dikatakan yang dikatakan valid jika nilai pearson correlation lebih besar dari nilai r tabel. Jadi dapat diartikan bahwa secara keseluruhan dari 5 indikator dimensi komitmen, 3 indikator kondisi perusahaan, 2 indikator proses transformasi, dan 10 indikator kompetensi memiliki data yang valid dan bisa dilanjutkan oleh penelitian selanjutnya.

Uji Validitas KOPI PASTE

Dimensi		Pearson Correlation	tabel	Keterangan
Komitmen	2	0,71	,361	VA LID
	1	0,81	,361	VA LID
	8	0,70	,361	VA LID
	2	0,60	,361	VA LID
	5	0,68	,361	VA LID
Kondisi Perusahaan	9	0,71	,361	VA LID
	7	0,76	,361	VA LID
	6	0,72	,361	VA LID
Proses Transformasi	5	0,81	,361	VA LID
	2	0,74	,361	VA LID
	2	0,78	,361	VA LID

<b>Kompetensi</b>	1	0,72	,361	<b>LID</b>	<b>VA</b>
	30	0,77	,361	<b>LID</b>	<b>VA</b>
	5	0,82	,361	<b>LID</b>	<b>VA</b>
	5	0,60	,361	<b>LID</b>	<b>VA</b>
	5	0,66	,361	<b>LID</b>	<b>VA</b>
	2	0,67	,361	<b>LID</b>	<b>VA</b>
	8	0,76	,361	<b>LID</b>	<b>VA</b>
	0	0,56	,361	<b>LID</b>	<b>VA</b>
	<b>3</b>	<b>0,13</b>	<b>,361</b>	<b>ALID</b>	<b>INV</b>

Dari tabel diatas diketahui penelitian ini merupakan uji validitas di Kopi Pastepada dimensi komitmen, kondisi perusahaan, proses transformasi, dan kompetensi yang diketahui bahwa nilai r tabel 0,361. Suatu indikator dikatakan yang dikatakan valid jika nilai pearson correlation lebih besar dari nilai r tabel. Jadi dapat diartikan bahwa secara keseluruhan dari 5 indikator dimensi komitmen, 3 indikator kondisi perusahaan, 2 indikator proses transformasi, dan 9 indikator kompetensi memiliki data yang valid dan terdapat 1 indikator kompetensi memiliki data yang invalid dan bisa dilanjutkan oleh penelitian selanjutnya.

#### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas akan digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah sebuah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Menurut Ghazali, (2012) “Instrumen akan dikatakan reliabel apabila memiliki kesamaan data dalam waktu yang berbeda

Uji reliabilitas ialah suatu pengujian yang digunakan oleh peneliti untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang telah dikumpulkan sudah reliable atau tidak. Dikatakan data atau pernyataan yang reliable jika kuesioner dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang saman, artinya reliable merupakan sebuah konsistensi dari hasil tes uji. Untuk melihat hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

#### Uji Reliabilitas Data

<b>Strategi Operasi</b>	<b>Of tems</b>	<b>i Reli abilitas</b>	<b>Nil a Reli ha</b>	<b>Cro nbach’s Alp ha</b>	<b>Kete rangan</b>
<b>SOBAT</b>			0,96	0,60	<b>Reli</b>

<b>KOPI</b>	0	9		<b>abel</b>
<b>S3 BOX</b>	0	4	0,93	0,60
<b>RUANG</b>			0,99	0,60
<b>SEDUH</b>	0	1		<b>Reli</b>
<b>KOPI</b>			<b>0,94</b>	<b>0,60</b>
<b>PASTE</b>	9	6		<b>Reli</b>
				<b>abel</b>

Berdasarkan tabel diatas diketahui mengenai uji reliabilitas dan yang terlihat nilai uji reliabilitas di Sobat Kopi lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha ( $0,969 > 0,60$ ) dengan 20 item, begitu juga dengan uji reliabilitas s3 box lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha ( $0,934 > 0,60$ ) dengan 20 item, begitu juga dengan uji reliabilitas Ruang Seduh lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha ( $0,991 > 0,60$ ) dengan 20 item, begitu juga dengan uji reliabilitas Kopi Paste lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha ( $0,946 > 0,60$ ) dengan 19 item. Artinya bahwa semua keseluruhan item pada Sobat Kopi s3 box, Ruang Seduh, dan Kopi Paste szdapat dikatakan reliable dan layak digunakan.

#### Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis strategi manajemen operasi pada Coffee Shop, juga untuk mengetahui efektifitas dan efisiensi strategi manajemen operasi yang dilakukan oleh Coffee Shop pada Sobat Kopie, S3 Box, Ruang Seduh, dan Kopi Paste Kota Parepare. Dengan adanya strategi manajemen operasi yang baik, tentu akan meningkatkan kegiatan produksi atau operasi, dan juga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif. Dalam penelitan strategi operasi meliputi komitmen, kondisi perusahaan, proses transformasi, dan kompetensi.

Menurut responden, komitmen karyawan dalam berkerja pada semua coffee shop yang dijadikan objek penelitian sudah sangat baik. Skor tertinggi yaitu pada S3 Box. Hal ini menunjukkan bahwa strategi perusahaan berkaitan dengan komitmen perusahaan terhadap kualitas produk, proses pengelolaan, standar operasional prosedur, pelayanan dan komitmen kerja karyawan sudah sangat baik.

Adapun untuk dimensi kondisi perusahaan, strategi yang dijalankan oleh keempat coffee shop juga sudah sangat baik. Skor tertinggi yaitu pada Ruang Seduh. Artinya strategi yang berkaitan dengan ketersediaan tenaga kerja yang terampil dan kelengkapan fasilitas baik indoor maupun outdoor sudah dilengkapi dengan baik oleh masing masing coffee shop.

Adapun untuk dimensi proses transformasi, bahwa strategi yang dijalankan oleh keempat coffee shop juga sudah sangat baik. Skor tertinggi yaitu pada S3 Box. Hal ini menunjukkan bahwa strategi perusahaan berkaitan dengan ketersediaannya peralatan yang modern serta karyawan yang bekerja sesuai pada bidangnya sudah diterapkan dengan baik oleh masing masing coffee shop.

Adapun untuk dimensi kompetensi, strategi yang dijalankan oleh ketiga coffee shop juga sudah sangat baik, terdapat satu coffee shop yang termasuk dalam kategori baik. Skor tertinggi ada pada S3 Box. Hal ini menunjukkan bahwa strategi perusahaan berkaitan dengan penyajian makanan maupun minuman serta menciptakan cita rasa yang unik dan kekinian dengan memberikan harga yang sangat terjangkau bagi konsumen, dan pihak coffee shop juga

membuat susunan peralatan indoor maupun outdoor pada coffee shop dengan semenarik mungkin sehingga dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen, serta pihak coffee shop juga menyediakan lahan parkir yang luas guna untuk memudahkan konsumen berkunjung ke coffee shop.

Menurut observasi peneliti dan hasil tanggapan responden, terdapat keunggulan dari setiap masing – masing coffee shop yaitu pada Sobat Kopie memiliki keunggulan dalam menyediakan peralatan dan perlengkapan yang modern, yang dimana Sobat Kopie salah satunya memiliki Mesin dalam pengelolaan kopi sehingga tidak membutuhkan waktu yang cukup lama. Untuk S3 Box memiliki keunggulan dalam menyediakan peralatan dan perlengkapan yang modern yang salah satunya juga memiliki Mesin dalam proses pengelolaan kopi sehingga tidak membutuhkan waktu yang cukup lama, dan juga unggul dalam suasana (atmosfer) outdoor cafe yang memiliki nilai lebih (value added) kepada konsumen sehingga dapat merasakan kenyamanan atas ketesediaan outdoor yang telah diberikan seperti area outdoor sangat luas, adanya tribun, juga memiliki meja dan kursi yang cukup banyak. Untuk Ruang Seduh juga memiliki keunggulan dalam kualitas minuman, yang dimana dalam penyajian minuman mereka menggunakan gelas cup sehingga ketika minuman konsumen tidak habis, konsumen bisa langsung membawa pulang minuman tersebut, Ruang Seduh juga menyediakan banyak aneka variasi minuman, konsumen juga bisa request tambahan dalam membeli minuman seperti es krim vanilla, kopi jeli, sirup, dan shoot espresso. Di Ruang Seduh juga memiliki guest menu pada setiap 2 bulan sekali yang berbeda – beda. Adapun untuk Kopi Paste memiliki keunggulan dalam pemberian respon yang cepat dan tepat terhadap kebutuhan konsumen. Kopi Paste memiliki tenaga kerja pelayan atau waiters yang dimana ketika adanya konsumen yang datang karyawan tersebut langsung menanggapi atau melayani konsumen tersebut. Kopi Paste juga tersedia di aplikasi Grab guna untuk mempermudah konsumen dalam berbelanja dari rumah.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Arnes Nofita Sari, Sari Pangestu, Yulia Erisya, dan Annie Mustika Putri pada tahun 2021 yang berjudul Analisis Strategic Management Pada Restoran Cepat Saji McDonald's

## Referensi :

- Alligood, M. R. 2014. *Nurshing Theorists and Their Work*. 8th edn. Louis Missouri: Elsevier Mosby.
- Assauri, S. (2013). *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantage*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2016). *Strategic Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Barry, Render, dan Jay Heizer. 2014. *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan. Edisi 11*. Jakarta : Salemba Empat.
- Bosire, D., & Owour, D. E. (2018). Effects of operation strategies on organizational performance in the automotive industry in Kenya: a case study of Scania East Africa Limited. *The Strategic Journal of Business & Change Management*, 5(1), 171-197.
- David, F. R. (2013). *Strategic Management: Concept and Cases, Thirteenth Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Efendi, S., Pratiknyo, D., & Sugiono, E. (2019). *Manajemen Operasional*.
- Harsanto, B. (2017). *Dasar ilmu manajemen operasi*. Unpad press.
- Heizer, J dan Render, B. (2014). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, 11th edition. New York: Pearson
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operations Management*, 11th Edition. London: Pearson Education