

Analisis Keberhasilan Implementasi Manajemen Strategik pada Kopi Es Sudirman Pangkalpinang terhadap Kepuasan Pelanggan

Endy Amran Niarto¹, Halya Haura Nabila², Jesia³, Indah Noviyanti⁴

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bangka Belitung, Bangka, Indonesia

e-mail: pohincity0@gmail.com¹, halya.hauranabila8@gmail.com²,
jesia058@gmail.com³, indahnoviyanti@ubb.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini menggambarkan pertumbuhan dan popularitas kedai kopi, khususnya di Bangka Belitung, Indonesia, dan pentingnya manajemen strategis bagi bisnis seperti Kopi Es Sudirman Pangkalpinang agar tetap kompetitif di pasar. Kuantitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan metode primer dan kuesioner. Teknik pengambilan data diolah dengan SPSS. Populasinya adalah konsumen Kopi Es Sudirman Pangkalpinang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah sekitar 31 responden, letak metode yang diterapkan untuk mengidentifikasi data numerik atau sudut. Penelitian ini menyoroti perlunya implementasi manajemen strategis dan meningkatkan kepuasan pengguna untuk mencapai tujuan jangka panjang. Hal ini juga membahas konsep manajemen strategis, termasuk pemindaian lingkungan internal dan eksternal, dan tantangan yang dihadapi bisnis dalam menerapkan strategi yang efektif. Penelitian bertujuan untuk menganalisis keberhasilan implementasi manajemen strategis pada Kopi Es Sudirman Pangkalpinang Terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *Implementasi Manajemen Strategik, Kepuasan Pelanggan*

Abstract

This research describes the growth and popularity of coffee shops, particularly in Bangka Belitung, Indonesia, and the importance of strategic management for businesses like Kopi Es Sudirman Pangkalpinang to remain competitive in the market. Quantitative is the type of research used in this research using primary methods and questionnaires. The data collection technique was processed using SPSS. The population is consumers of Sudirman Pangkalpinang Iced Coffee. The sample in this study consisted of around 31 respondents, the location of the method applied to identify numerical or angular data. This research highlights the need to implement strategic management and increase user satisfaction to achieve long-term goals. It also discusses strategic management concepts, including internal and external environmental scanning, and the challenges businesses face in implementing effective strategies. The research aims to analyze the success of

implementing strategic management at Kopi Es Sudirman Pangkalpinang towards customer satisfaction.

Keywords: *Implementation Of Management Strategies, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Kedai kopi merupakan suatu tempat usaha yang umumnya menjual minuman kopi dengan berbagai varian. Kedai kopi umumnya dikenal sebagai kafe. Banyak dari kedai kopi menjual bukan hanya minuman yang berbahan dasar kopi melainkan juga menjual minuman es dan makanan ringan yang cocok di dampingi oleh kopi. Kedai kopi merupakan suatu usaha yang sudah di kenal oleh masyarakat luas karna sudah menjamur ke seluruh daerah di Indonesia salah satunya di Bangka Belitung, adapun kedai kopi yang cukup populer di Pangkalpinang yaitu Kopi Es Sudirman. Tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat Bangka Belitung yang meningkat membuat konsumsi masyarakat terhadap wisata kuliner juga meningkat guna memenuhi kebutuhan sehari-hari salah satunya tempat kedai kopi. (Teguh Widayanto dkk., 2020)

Kedai kopi hampir diminati oleh semua kalangan baik itu anak muda maupun orang dewasa karna sesuai dengan gaya hidup masyarakat sekarang khususnya anak muda. Adapun faktor penyebab lainnya yang membuat orang tertarik mengunjungi kedai kopi seperti tingkat kenyamanan, pelayanan, rasa suatu makanan dan lain lain. Kedai kopi biasanya banyak dikunjungi sebagai tempat untuk bersantai, rapat kerja maupun mengisi perut yang lapar. (Silvia & Arifiansyah, 2023)

Fakta-faktor yang menyebabkan menjamurnya kedai kopi dikarenakan tren minum kopi selalu meningkat beberapa tahun terakhir hal inilah yang menjadi alasan banyak pelaku usaha yang berbondong-bondong untuk membuka usaha kedai kopi mengingat keuntungan yang didapatkan sangatlah menjanjikan. Karena menjamurnya kedai kopi yang ada membuat setiap kedai kopi harus memiliki dan memilih strategi yang efektif agar kedai kopi mereka tetap eksis. Salah satu strategi yang bisa digunakan ada pada implementasi manajemen strategik.

Manajemen Strategik adalah suatu sistem dengan menetapkan tujuan dari suatu perusa(Wening dkk., 2021)haan yaitu melakukan pengamatan lingkungan dengan mengelolah sumber daya perusahaan yang ada dan meningkatkan keunggulan kompetitif dan ciptakan masa depan yang lebih baik bagi perusahaan. Pada era menjamurnya kedai kopi ke seluruh daerah khususnya Pangkalpinang membuat persaingan antar kedai kopi semakin meningkat. Maka dari itu Kopi Es Sudirman dituntut untuk terus berinovasi dan menentukan manajemen strategik yang baik dan efektif agar bisa terus unggul dalam menghadapi dunia persaingan yang semakin luas. (Program, 2018)

Penerapan manajemen strategis pada Kopi Es Sudirman sangat penting karna dapat menentukan keberhasilan dari keunggulan bersaing. Dengan menerapkan manajemen strategi yang efektif dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang membedakan Kedai Kopi Es Sudirman dengan kedai kopi yang lainnya. Untuk mewujudkannya dapat diterapkan melalui inovasi, meningkatkan kualitas produk, kenyamanan dan pelayanan yang di berikan kepada konsumen, sehingga produk mendapatkan tempat di hati konsumen. Namun dalam

menerapkan manajemen strategis, kedai kopi es sudirman tentunya menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang harus diatasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan manajemen strategis pada kopi es sudirman diantaranya perubahan tren pasar, banyaknya pesaing baru, dan fluktuasi harga bahan baku.(Amin dkk., 2016)

Penelitian ini akan mengupas tuntas tentang Analisis Keberhasilan Implementasi Manajemen Strategik Pada Kedai Kopi Es Sudirman Pangkalpinang Terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan penelitian ini diharapkan pembaca dapat memahami tentang konsep dasar manajemen strategis dan faktor keberhasilan yang di implementasi pada Kedai Kopi Es Sudirman Pangkalpinang.(Puspitasari, 2018)

Manajemen Strategik

Dalam konsep teori manajemen strategis, teori ini mencakup berbagai pendekatan dalam merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi yang dapat digunakan dalam menjalankan suatu organisasi atau bisnis. Teori ini juga menyoroti pentingnya penetapan tujuan jangka panjang, serta identifikasi faktor lingkungan eksternal dan internal yang sesuai untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dalam konteks Kopi Es Sudirman, Teori ini dapat membantu dalam memahami bagaimana manajemen strategis diterapkan untuk mengelola dan mengembangkan bisnis tersebut. Secara general, strategi adalah rencana jangka panjang yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Suatu perusahaan harus memiliki suatu strategi yang terdiri dari elemen-elemen yang mencakup unsur-unsur strategi. Pada dasarnya fungsi strategi adalah upaya perusahaan atau organisasi yang disusun agar dapat diterapkan secara efektif.(Susriyanti, 2023)

Implementasi Manajemen Strategik

Sebuah proses tindakan dalam menerapkan kebijakan dan strategi itu disebut dengan implementasi manajemen strategis, dengan menjalankan program, anggaran, dan prosedur. Perusahaan atau organisasi mengalami perubahan dari segi budaya, sistem, dan struktur manajemen pada proses ini. (Wheelen dan Hunger, 2012).

Indikator Penetapan Program

Menerapkan implementasi manajemen strategis untuk penetapan program adalah langkah pertama dalam mengubah strategi menjadi rencana konkrit. Untuk mencapai tujuan strategis yang telah ditentukan dalam proses ini diidentifikasi program program apa saja yang telah dilakukan. Hal ini melibatkan penetapan prioritas, pengalokasian tugas sehari-hari, dan penetapan tenggat waktu pelaksanaan tugas. Setelah program-program tersebut dilaksanakan, langkah selanjutnya adalah melakukan pengawasan dan penilaian terhadap kerja karyawan di Kopi Es Sudirman Pangkalpinang untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan telah mencapai tujuannya.

Indikator Penetapan Anggaran

Langkah pertama menuju implementasi manajemen strategis dalam penetapan anggaran adalah memastikan sumber keuangan perusahaan dialokasikan dengan efisien dan efektif sejalan dengan tujuan strategisnya. Penetapan anggaran ini menguraikan langkah-langkah berikut:

- a. Identifikasi Prioritas: Menentukan program dan inisiatif strategis mana yang paling utama untuk mencapai tujuan jangka panjang Kopi Es Sudirman Pangkalpinang.

- b. **Estimasi Biaya:** Menentukan jumlah Biaya yang diperlukan untuk melaksanakan setiap program atau inisiatif, termasuk Biaya berkelanjutan dan intermiten.
- c. **Alokasi Sumber Daya:** Menetapkan anggaran yang tepat untuk segala program dalam prioritas dan estimasi biaya, melalui ketersediaan sumber daya keuangan pada Kopi Es Sudirman Pangkalpinang.
- d. **Pengawasan Anggaran:** Menggunakan bahasa yang konsisten untuk memastikan bahwa anggaran ditafsirkan sesuai dengan situasi dan tindakan yang tepat telah diambil.
- e. **Mengevaluasi Produktivitas Kerja:** Mengurangi waktu pelaksanaan program sebanyak mungkin untuk menilai efektivitas penggunaan alat ini dan melakukan koreksi yang diperlukan.

Tata kelola yang baik memungkinkan bisnis menyelaraskan operasi sehari-hari dengan tujuan mereka, mengurangi risiko keuangan, dan memastikan keselarasan antara tujuan operasional dan strategis seperti yang ditetapkan dalam Kopi Es Sudirman Pangkalpinang.(Yuli dkk., 2020.)

Indikator Penetapan Prosedur

Penetapan prosedur dalam implementasi manajemen strategik dalam suatu bisnis meliputi pembuatan dokumen yang jelas dan terstruktur untuk mengenali langkah-langkah yang perlu diambil untuk menjalankan strategi di Kopi Es Sudirman Pangkalpinang, yaitu sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi sasaran dan sasaran secara spesifik Prosesnya dimulai dengan mengidentifikasi sasaran dan sasaran spesifik perusahaan yang perlu dipenuhi untuk menjalankan strategi.
- b. Pengembangan Strategis Rencana Tim Manajemen berkomitmen penuh untuk merumuskan rencana strategis untuk mencapai tujuannya.
- c. Menetapkan tanggung jawab kepada individu atau tim untuk melaksanakan tugas-tugas yang ada diambil dengan strategi implementasi. Hal ini dikenal dengan Penetapan Tanggung Jawab. Hal ini memastikan akuntabilitas dan pengelolaan yang efektif.
- d. Rencana Kerja Pengembangan adalah Menetapkan sasaran kerja berbasis kinerja untuk setiap area strategi, seperti sasaran kerja spesifik, batasan waktu, jumlah harian yang diperlukan, dan metrik untuk mengukur kemajuan.
- e. Komunikasi dan Etika Karyawan adalah mengkomunikasikan rencana strategis dan prosedur pelaksanaannya kepada seluruh organisasi agar setiap anggota memahami dan berperan dalam mencapai tujuan perusahaan.
- f. Pengelolaan Perubahan, atau proses penerapan strategi, sering kali mengakibatkan perubahan pada struktur organisasi, proses bisnis, atau kehidupan sehari-hari. Menggunakan proses yang efektif untuk menerapkan perubahan ini dapat membantu meminimalkan penolakan dan memaksimalkan penerapan.
- g. Pemantauan dan Evaluasi adalah Menetapkan prosedur untuk memantau kemajuan implementasi strategi secara berkala dan mengevaluasi apakah langkah-langkah yang diambil telah mencapai tujuan yang diinginkan.

- h. Penyesuaian rencana kerja dan prosedur yang diperlukan adalah perbaikan berkelanjutan dalam strategi penerapan proses. Dalam perbaikan berkelanjutan, ringkasan dari evaluasi adalah.

Memahami efektivitas dan efisiensi dalam penerapan strategi di lingkungan Kopi Es Sudirman Pangkalpinang, serta memastikan keselarasan antara tujuan strategi dan kegiatan operasional sehari-hari dengan menetapkan prosedur yang jelas dan terstruktur.(Winoto dkk., 2020)

Keberhasilan Usaha

Meraih kesuksesan dalam bisnis Riyanti Dwi (2003) menurut Keberhasilan usaha adalah usaha kecil dan menengah sukses karena wirausahawan mempunyai pikiran yang cerdas atau kreatif, dapat menyesuaikan perkembangan zaman, secara proaktif dan dilihat dari usaha wirausaha dalam usahanya maju dari usaha sebelum dan menggambarkan lebih dari yang lain yang setara, bisa dilihat juga dari efisiensi produksi yang menggabungkan secara teknis dan ekonomis serta target dalam Kopi Es Sudirman Pangkalpinang yang telah ditunjukkan oleh (pemilik usaha, permodalan, kinerja keuangan, serta image Kopi Es Sudirman Pangkalpinang). Produktivitas usaha skala kecil dapat digambarkan sebagai faktor penting dalam mencapai tujuan atau sasaran yang diharapkan memiliki konsumsi energi yang tinggi serta daya tahan dan tekad yang tinggi. Kesuksesan bisnis Kopi Es Sudirman Pangkalpinang bisa dilihat dari beberapa perkembangan terkini. Misalnya, Kopi Es Sudirman Pangkalpinang memiliki kemampuan menggunakan analisis lingkungan untuk mengidentifikasi fluktuasi harian industri makanan dan karyawan yang dapat mengidentifikasi identitas perusahaan. Memahami istilah finansial dan keuangan dengan jelas memungkinkan Kopi Es Sudirman Pangkalpinang untuk mengembangkan rencana strategis yang baik, seperti melakukan penelitian dan pengembangan produk baru serta melakukan investasi di bidang teknologi dan inovasi.(Rahayu Mardikaningsih, 2022)

Kopi Es Sudirman Pangkalpinang dapat meningkatkan produktivitas bisnis dan mencapai tujuan panjang untuk lingkungan bisnis yang kompleks dan matang dengan menerapkan pendekatan manajemen strategis.(Hararap dkk., 2021)

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi subjektif yang terjadi ketika seseorang menilai performa atau output suatu barang dengan harapan mereka. Apabila performa tidak sesuai harapan, konsumen kemungkinan besar akan merasa kecewa. Sebaliknya, apabila performa selaras berharap, pelanggan akan merasa amat senang. Apabila performa melampaui ekspektasi, konsumen akan merasa amat terpuaskan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan sejauh mana produk atau fasilitas yang ditawarkan memenuhi atau melampaui ekspektasi yang sudah ditetapkan oleh konsumen. (Bagus Nyoman Udayana & Lukitaningsih, 2022)

Sebagai mana yang dikatakan oleh Tjiptono (2008), tanggapan pelanggan terhadap kepuasan atau ketidakpuasan adalah konsekuensi dari perbandingan antara harapan sebelumnya atau harapan terhadap efektivitas yang diinginkan, dan efisiensi sesungguhnya suatu produk yang mereka alami setelah menggunakannya. Dalam hal ini, kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan tercermin dari sejauh mana kinerja produk tersebut memenuhi

atau tidak memenuhi harapan yang telah mereka tetapkan sebelumnya.(Didit Darmawan, 2019)

Menurut Sabariah, Kepuasan merupakan reaksi emosional individu yang timbul dari komparasi antara persepsinya terhadap performa serta dampak dari suatu produk beserta aspirasinya. Keberhasilan sebuah badan usaha dalam meraih banyak konsumen seringkali tergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Ketika konsumen merasa terpuaskan, hal ini cenderung membangun hubungan yang baik antara pembuat dan pengguna, menciptakan fondasi yang kokoh untuk pembelian kembali dan mendorong rekomendasi yang menguntungkan bagi perusahaan melalui kata-kata dari mulut ke mulut.(Muhammad Bahrudin, 2015)

Menurut pandangan para pengamat, bisa diambil kesimpulan sesungguhnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi subjektif yang timbul ketika kinerja atau produk diukur berdasarkan harapan atau ekspektasi pelanggan. Apabila produk memenuhi atau melebihi ekspektasi, konsumen cenderung merasa terpenuhi, sementara jika tidak, konsumen mungkin merasa tidak puas. Kepuasan pelanggan juga tercermin dari respons emosional pelanggan terhadap pengalaman mereka dengan produk atau layanan tersebut. Penting bagi perusahaan untuk memperhatikan harapan dan kebutuhan pelanggan serta memastikan bahwa produk atau layanan mereka dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Ini membantu membangun relasi yang selaras antara penyedia dan pengguna, mendorong transaksi kembali, dan meningkatkan saran yang disampaikan secara langsung dari satu konsumen ke konsumen yang lainnya, yang semuanya berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang perusahaan.(Kakambong dkk., 2020)

Aspek-aspek yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen(Ayu Bunga Pertiwi, 2022)

Indikator Kepuasan Pelanggan:

- a. Tingkat kepuasan / kesesuaian harapan terhadap produk dan pelayanannya, ini mengukur seberapa baik produk memenuhi harapan kinerja konsumen. Apakah produk yang diterima sesuai atau bahkan melampaui ekspektasi, kemudian apakah layanan dari staf selaras atau bahkan melebihi harapan, serta apakah pelayanan pendukung yang diberikan serasi atau bahkan melampaui ekspektasi.(Prasetio dkk., 2012)
- b. Minat Untuk Selalu Membeli Produk / Berkunjung Kembali Minat, untuk kembali datang atau melakukan transaksi kembali juga mencerminkan :
Kepuasan dengan layanan yang diterima dari karyawan, kelebihan yang dirasakan setelah menggunakan produk serta kepuasan dengan pelayanan pendukung yang tersedia.(Rio Sasongko & Penulis, 2021)
- c. Keterbukaan untuk Merekomendasikan Kepada Pihak Lain, untuk merekomendasikan produk kepada sesama juga mencakup :
Menyarankan kepada rekan atau keluarga untuk membeli produk karena layanan yang sesuai dengan ekspektasi, merekomendasikan produk karena pelayanan pendukung yang sesuai sekaligus menyarankan produk karena manfaat atau nilai yang diperoleh sesudah menggunakannya.

- d. Terpenuhinya Harapan Pelanggan Pasca Membeli Produk, hal ini mencakup sejauh mana kualitas produk atau layanan memenuhi atau tidaknya harapan yang diharapkan oleh pelanggan setelah pembelian.(Sudiantini dkk., 2023)

METODE

Tujuan dari penelitian ini guna Menganalisis Keberhasilan Implementasi Manajemen Strategik pada Kopi Es Sudirman Pangkalpinang kepada Kepuasan Pelanggan. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang kami terapkan dalam penelitian ini. Setiap pelanggan di Kopi Es Sudirman Pangkalpinang dijadikan populasi dalam penelitian ini, kemudian diambil sampel sebanyak 31 responden. Di sinilah letak metode yang terapkan untuk mengidentifikasi data numerik atau sudut. Hasil dari cara ini adalah pasti atau eksak. Unit individu penelitian ini menggunakan analisis jalur (Menurut Ghozali, 2018), yang menyatakan bahwa kontribusi diagram yang berkelanjutan terhadap kualitas hubungan antar variabel didasarkan pada teori. analisis jalur dapat digunakan untuk menunjukkan perubahan bertahap untuk menghitung pengaruh langsung dari variable independent terhadap suatu variable dependen. (Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017)

Pada penelitian kali ini kami hanya menggunakan dua variabel saja. Metode pengumpulan data yang ada didalam penelitian ini menggunakan data primer. Dengan cara peneliti membagikan kuesioner melauai email dan grup media social,misalnya menggunakan WhatsApp dan Instagram. Oleh karena itu,responden dapat mengisi kuesioner dengan kenyamanan mereka sendiri. Populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan atau konsumen dari Kopi Es Sudirman Pangkalpinang yang di nilai mudah dijangkau. Kuisisioner adalah teknik pengambilan data pada penelitian kali ini yang kemudian diolah menggunakan SPSS.(Rahayu Mardikaningsih, 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Responden yang berhasil dikumpulkan yaitu sejumlah 31 responden, dari hasil data tersebut kami akan menguji validitasnya. Uji validitas dapat dikatakan valid apabila sig >0,05 atau 5% sehingga jika didapatkan nilai signifikannya berada di atas atau sebesar 0,5 itu artinya data tersebut dinyatakan valid (Imam Ghozali, 2018). Hal tersebut mengartika bahwa layak dipergunakannya data dari variabel dalam penelitian ini. Dari output SPSS ada 1 pertanyaan yang dihapus karena nilai sig <0,5. Hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Uji Validitas

NO.	Variabel	Indikator	Korelasi	Keterangan
1	Implementasi Manajemen Strategi	X1	,610	Valid
		X2	,587	Valid
		X3	,481	Tidak valid
		X4	,670	Valid
		X5	,739	Valid
		X6	,586	Valid

2	Kepuasan Pelanggan	Y1	,723	Valid
		Y2	,700	Valid
		Y3	,668	Valid
		Y4	,521	Valid
		Y5	,767	Valid
		Y6	,662	Valid

Sumber dari output SPSS (data diolah, 2024)

Uji Reabilitas

Suatu data dikatakan reabilitas jika nilai pada Cronbach's Alpha senilai > 0,6, yang menunjukkan semua indikator pada variabel dapat diterima atau sah (Hair et al, 2006). Analisis penelitian ini dimulai dari menggunakan analisis regresi pada program SPSS. Berdasarkan hasil perhitungan data pada penelitian didapatkan hasil SPSS seperti pada Tabel 2.

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

No.	Variabel	Cronbach'alpha	Kesimpulan
1	Implementasi Manajemen Strategi	,629	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan	,756	Reliabel

Sumber dari output SPSS (data diolah, 2024)

Melihat Tabel 2 kita tafsirkan bahwa hasil uji reabilitas menunjukkan: (1) nilai pada Cronbach'alpha menunjukkan implmentasi manajemen strategi sebesar 0,629 dinyatakan reliabel, (2) nilai pada Cronbach'alpha menunjukkan kepuasan pelanggan sebesar 0,756 dinyatakan reliabel.

Uji Kolmogorov-Smirnov

Kemudian masuk ke bagian selanjutnya yaitu uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov seperti yang tampak pada Tabel 3. Dengan signifikansi harus diatas 0,05 sebagai ketentuan yang digunakan, Data berdistribusi dengan normal jika nilai signifikan >0,05 dan kebalikannya data dikatakan tidak normal jika nilai signifikan <0,05. Hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov seperti yang tampak pada Tabel 3.

Tabel 3 Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,72183943
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,066

	Negative		-,088
Test Statistic			,088
Asymp. Sig. (2-tailed)^c			,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed)^e	Sig.		,766
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,755
		Upper Bound	,776

Sumber dari output SPSS (data diolah, 2024)

Dapat dilihat bahwa hasil pengolahan data menunjukkan data yang digunakan pada analisis ini berdistribusi normal dengan hasil signifikansi yang diperoleh senilai 0,200 yang maknanya lebih tinggi dari 0,05 yang ada pada ketentuan awal.

Uji T

Uji t merupakan analisis yang berguna untuk melihat seberapa tinggi pengaruh yang di berikan oleh variabel independen (implementasi manajemen strategik) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan), (Salimun dan Sugiyanto, 2021). Ketentuan yang digunakan pada uji t dalam penelitian ini adalah t hitung > t tabel dan batasan nilai signifikansi terbesar 0,05. Berarti variabel bebas yang t hitung > t tabel dan nilai signifikansi <0,05 dinyatakan mempengaruhi secara signifikansi terhadap variabel dependen. Uji t dapat kita lihat pada Tabel.

Tabel 4. Uji t

	Model	t	Sig.
1	(Constant)	3.982	<,001
	TOTAL_X	6.356	<,001

Sumber dari output SPSS (data diolah, 2024)

Didapatkan nilai t hitung pada variabel bebas senilai 6.356 dengan t tabel senilai 2.04523 yang artinya t hitung > t tabel dan didapatkan signifikan senilai 0,001 yang berarti < 0,05. dinyatakan bahwa implementasi manajemen strategi (X) memiliki pengaruh secara signifikan pada kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,001 yang artinya <0,05. Variabel implementasi manajemen strategi bisa berubah sesuai dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.

Uji F

Tabel 5. Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123,897	1	123,897	40,397	<,001 ^b
	Residual	88,942	29	3,067		

Total	212,839	30
-------	---------	----

Sumber dari output SPSS (data diolah, 2024)

Pada Tabel 5 didapatkan nilai f hitung senilai $40,397 > f$ tabel senilai $3,33$ dan signifikansi dari uji f senilai $0,001$ yang artinya $<0,05$ yang berarti variabel bebas implementasi strategi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Es Kopi Sudirman Pangkalpinang.

Uji Koefisien Determinan (R²)

Tabel 6. Koefisien Determinan (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,763 ^a	,582	,568	1,751	1,546

Sumber dari output SPSS (data diolah, 2024)

Bedasarkan tabel tersebut hasil perhitungan koefisien r sebesar $0,763$ membuktikan adanya pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Nilai R Square senilai $0,582$ atau $58,2\%$, berarti mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar $58,2\%$ dan selebihnya dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk ke dalam pada penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian menggambarkan bahwa implementasi manajemen strategik memberi pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, itu artinya perubahan kepuasan pelanggan bergantung pada variabel implementasi manajemen strategik. Implementasi Manajemen strategik memberikan pengaruh yang signifikan karena merupakan serangkaian tindakan strategik bagian dari formulasi strategik yang di gunakan untuk suatu perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif dan menghasilkan keuntungan yang maksimal. Pada Kopi Es Sudirman telah berhasil menerapkan konsep implementasi manajemen strategik berarti Kopi Es Sudirman telah mendapatkan keunggulan dalam persaingan di antara banyaknya kedai kopi di Pangkalpinang sehingga akan tetap eksis dan didatangi banyak pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan kebenarannya melalui koefisien determinasi yang menunjukkan pengaruh variabel bebas yaitu implementasi manajemen strategik terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan dengan nilai yg di peroleh sebesar $58,2\%$. Hasil yang di dapat cukup besar mengingat hanya ada satu variabel independen pada penelitian ini, berarti sebesar $41,8\%$ di pengaruhi variabel lain yang tidak ada pada penelitian. Pelanggan sangat puas secara keseluruhan dengan kualitas makanan, harga yang ditawarkan dan suasana yang ada di kedai Kopi Es Sudirman ini dibandingkan dengan kedai kopi yang lain. Sehingga berpengaruh pada meningkatnya loyalitas pelanggan yang membuat tingkat konsistensi pelanggan untuk kembali membeli suatu produk meningkat. Kunci dalam keunggulan bersaing jangka panjang dan berkelanjutan ada pada loyalitas pelanggan, karena laba yang didapatkan dari pelanggan yang terus konsisten membeli kembali produk sangatlah tinggi bagi Kopi Es Sudirman.

SIMPULAN

Didapatkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa penerapan manajemen strategik memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kedai Kopi Es Sudirman.. Hal tersebut menandakan bahwasanya perubahan dalam kepuasan konsumen sangat bergantung pada bagaimana manajemen strategik diterapkan. Implementasi manajemen strategik yang baik memungkinkan Kopi Es Sudirman mencapai keunggulan kompetitif dan menarik banyak pelanggan, yang membantu kedai kopi ini mempertahankan diri dan terus tumbuh di tengah persaingan ketat di kota Pangkalpinang.

Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 58,2% mengindikasikan bahwa lebih dari separuh variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh implementasi manajemen strategik. Sisa 41,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Faktor-faktor seperti kualitas makanan, harga yang ditawarkan, dan suasana kedai juga berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana pelanggan menyatakan kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kedai kopi lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M., Jurusan, D., Pendidikan, M., Ftk, I., & Smh Banten, I. (2016). *Impelemntasi Manajemen Strategis Kepala Sekolah Menengah Pertama Di Kabupaten Serang*. 2(02).
- Ayu Bunga Pertiwi, H. A. F. D. S. S. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)*.
- Bagus Nyoman Udayana, I., & Lukitaningsih, A. (2022). *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. 19(02). <https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>
- Didit Darmawan. (2019). *Kualitas Produk, Kesadaran Merek Dan Harga Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Mp. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Hararap, A. E., Sembiring, Z., & Hutasuhut, J. (2021). *Jurnal Bisnis Mahasiswa Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Kombur Medan*.
- Kakambong, M., Kalangi, J. A. F., Punuindoong, A. Y., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2020). *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi* 14. 1(4).
- Muhammad Bahrudin, S. Z. (2015). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 3(1).
- Prasetio, A., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Artikel, I. (2012). *Management Analysis Journal Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Dalam *Management Analysis Journal* (Vol. 1, Nomor 4). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/mai>

- Program, M. (2018). *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (Jipmb), Stie-Ibek Analisis Implementasi Manajemen Strategi Terhadap Keberhasilan Dodol Alip Di Pangkalpinang Afrillia Wulandari Stefanus Prima Nugroho Fery Panjaitan*. www.stie-ibek.ac.id
- Puspitasari, V. R. S. (2018). *Implementasi Sistem Pengendalian Manajemen pada UMKM Batik Lasem*.
- Rahayu Mardikaningsih. (2022). *Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan*.
- Rio Sasongko, S., & Penulis, K. (2021). *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Silvia, R., & Arifiansyah, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cillo Coffee*. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2>
- Sudiantini, D., Bhayangkara, U., Raya, J., Bonartdo, B., Universitas Bhayangkara, S. G., Alamat, B., Perjuangan, J., 81, N., Mulya, M., Utara, K. B., Bekasi, K., & Barat, J. (2023). *Penerapan Manajemen Strategik pada Produsen Food And Beverages*. 1(2).
- Susriyanti, F. Y. Y. M. M. (2023). Implementasi Manajemen Strategik Para Pedagang Pelaku Daya UMKM Di Kawasan Harau Sky Payakumbuh. *PMSDU: Pengabdian Masyarakat Sumber Daya Unggul*, 1(4), 2023–2178. <https://doi.org/10.37985/pmsdu>
- Teguh Widayanto, M., Joko Hermawan, D., Natsir, M., Ekonomi Universitas Panca Marga, F., & Raja Haji Tanjungpinang, S. (2020). Implementasi Manajemen Strategik dan Hubungannya Dengan Keberlangsungan (Going Concern) Usaha (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Mengengah di Kabupaten Probolinggo). *Jurnal Sketsa Bisnis*, 7(2), 72–83. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/SKETSABISNIS/indexhttps://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/SKETSABISNIS>
- Wening, R. R., Widodasih, K., Kurbandi, ;, Budi, S., & Yusmidarina, R. ; (2021). *Pengaruh Atmosphere Cafe Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi Sub Judul (Kalau ada) (TNR, 12pt) (Vol. 15, Nomor 01)*
- Winoto, Y., Abdillah, J., Lies, U., & Khadijah, S. (2020). Manajemen Strategis Dalam Pengembangan Program Konsorsium E-Journal Oleh Fppti Jawa Barat. Dalam *Jurnal Pustaka Budaya* (Vol. 7, Nomor 2). <https://journal.unilak.ac.id/index.php/pb>
- Yuli, R. *, Dosen,), Nobel, S., & Makassar, I. (t.t.). *Formulasi, Implementasi Dan Evaluasi Strategi Dalam Penyusunan Business Plan Pada Pt. Bosowa Propertindo*.