

PENERAPAN METODE MOORA PADA MINUMAN KOPI BEST SELLER COFFEE SHOP KAULA MUDA

Dinda Agus Pratiwi¹, Nadila Sparingga¹, Rio Azhari¹, Riska Ellyza¹, Afrisawati^{1*}

¹Sistem Informasi, STMIK Royal Kisaran

**email: afrisawaty@royal.ac.id*

Abstract: Kaula Muda Coffee Shop in West Kisaran City experienced a significant increase in coffee sales, especially on weekends. This triggers positive and negative impacts that can affect the selling value of coffee. This research aims to determine the best selling coffee drinks at the Kaula Muda Coffee Shop using the MOORA (Multi-Objective Optimization by Ratio Analysis) method. The MOORA method was chosen because it is easy to understand and implement, and is able to optimize several criteria at once. The criteria used in this research are taste, price and appearance. Coffee sales data was collected during a certain period for analysis using the MOORA method. This research shows that the type of coffee with the highest MOORA score is the best-selling coffee drink at Kaula Muda Coffee Shop. The MOORA method has proven to be effective in determining the best selling coffee drinks by considering the criteria of taste, price and appearance. The results of this research can help Kaula Muda Coffee Shop in making decisions regarding marketing and sales strategies for coffee.

Keywords: Kaula Muda Coffee Shop; Decision Support System; MOORA Methode

Abstrak: Coffe Shop Kaula Muda di Kota Kisaran Barat mengalami peningkatan penjualan kopi yang signifikan, terutama pada akhir pekan. Hal ini memicu dampak positif dan negatif yang dapat memengaruhi nilai jual kopi. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan minuman kopi best seller di Coffe Shop Kaula Muda dengan menggunakan metode MOORA (Multi-Objective Optimization by Ratio Analysis). Metode MOORA dipilih karena mudah dipahami dan diimplementasikan, serta mampu mengoptimalkan beberapa kriteria sekaligus. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasa, harga, dan tampilan. Data penjualan kopi dikumpulkan selama periode tertentu untuk dianalisa menggunakan metode MOORA. Penelitian ini menunjukkan bahwa jenis kopi dengan nilai MOORA tertinggi adalah minuman kopi best seller di Coffe Shop Kaula Muda. Metode MOORA terbukti efektif dalam menentukan minuman kopi best seller dengan mempertimbangkan kriteria rasa, harga, dan tampilan. Hasil penelitian ini dapat membantu Coffe Shop Kaula Muda dalam mengambil keputusan terkait strategi pemasaran dan penjualan kopi.

Kata Kunci: Coffe Shop Kaula Muda; Sistem Pendukung Keputusan; Metode MOORA

PENDAHULUAN

Meminum kopi sudah menjadi hal yang lumrah pada masyarakat sejak dahulu kala. Penikmat kopi di berbagai penjuru Indonesia merupakan dari berbagai usia baik dari usia remaja, orang yang sudah berusia dewasa bahkan hingga orang yang sudah lanjut usia (lansia)[1]. Fenomena bisnis kopi yang marak berasal dari individu yang memiliki hobi minum kopi dan kemudian tertarik untuk menjadikannya sebagai bisnis tambahan atau bahkan sumber penghasilan utama. [2].

Sebuah coffee shop adalah sebuah tempat yang menawarkan berbagai jenis kopi dan minuman non-alkohol, dengan fokus pada menciptakan suasana santai dan nyaman bagi pengunjungnya [3] Salah satu faktor mengapa menjadi suatu peluang adalah di Indonesia sudah banyak berkembang coffee shop yang dipicu oleh taraf hidup dan pergeseran gaya hidup masyarakat[4]

Salah satu tantangan utama yang dihadapi dalam menjalankan coffee shop adalah bagaimana mempertahankan dan menarik konsumen yang setia[5] .Kreatifitas merupakan kemampuan seseorang dalam menuangkan ide atau gagasan melalui proses berfikir kreatif untuk menciptakan sesuatu. [6]

Kepuasan pelanggan menjadi kunci keberhasilan setiap bisnis[7]. mengenai kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh bukti fisik secara signifikan dan positif pada Coffee Shop Kaula Muda[8]. Oleh karenanya sebuah kedai kopi modern (coffee shop) pada umumnya telah mempunyai barista yang berperan penting dalam menyajikan minuman kopi yang berkualitas dan nikmat kepada konsumen[9]. Sebaik-baiknya disini diartikan sebagai upaya yang dilakukan secara optimal dan berkesinambungan untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik dan lebih baik lagi di masa yang akan datang[10].

Kaula Muda, sebuah Coffee Shop yang terletak di Kota Kisaran Barat, dikenal dengan beragam menu kopi dan layanannya yang unik. Berdiri sejak tahun 2022, Kaula Muda terus melakukan pembaruan menu dan renovasi untuk mengikuti perkembangan zaman dan memberikan kenyamanan kepada pelanggannya. Dengan latar belakang ini, peneliti tertarik untuk meneliti penerapan metode MOORA pada minuman kopi terlaris di Coffee Shop Kaula Muda.

METODE

Pada penelitian ini dilakukan di Coffee Shop Kaula Muda . Tahapan objek penelitian adalah untuk menentukan pemilihan kopi paling best seller, guna sebagai suatu sistem yang mampu menghasilkan pemecahan dalam pemikihan minuman kopi yang paling best seller pada Coffee Shop Kaula Muda.

1. Tahapan Penelitian

Dalam Penelitian ini, melakukan beberapa penerapan metode yang akan memperoleh data yang dibutuhkan. Sehingga penyusunan dapat dilaksanakan dengan baik dan berjalan dengan sistematis. Ada beberapa tahapan dalam perancangan penelitian sebagai berikut :



Gambar 1 Rancangan Penelitian

2. Sistem Pendukung Keputusan

Sistem pendukung keputusan (SPK) adalah salah satu cara mengorganisir informasi yang dimaksudkan untuk digunakan dalam membuat keputusan [11]. Sistem Pendukung Keputusan lebih ditujukan untuk mendukung manajemen dalam melakukan pekerjaan yang bersifat analitis dalam situasi yang kurang terstruktur dan dengan kriteria yang kurang jelas[12].

3. Metode Multi Objective Optimization on the Basic of Ratio Analysis (MOORA)

MOORA (Multi Objective Optimization by Ratio Analysis) adalah metode pengambilan keputusan yang multi kriteria[13]. Metode MOORA memiliki tingkat fleksibilitas dan kemudahan untuk dipahami dalam memisahkan bagian subjektif dari suatu proses evaluasi kedalam kriteria bobot keputusan dengan beberapa atribut pengambilan keputusan[14].

Langkah – langkah dalam menyelesaikan metode MOORA

1. Mengenali alternatif dan kriteria yang digunakan, serta memasukkan nilai-nilainya.
2. Membuat matriks keputusan dari data uji
3. Melakukan normalisasi dengan menggunakan persamaan berikut:

$$X_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{j=1}^m x_{ij}^2}} \quad (1)$$

4. Menghitung nilai maximax dan minmax untuk menentukan kepentingan relatif dari setiap atribut. Saat mempertimbangkan bobot atribut, perhitungan menggunakan persamaan berikut :

$$Y_i = \sum_{j=1}^g w_j x_{ij} - \sum_{j=g+1}^n w_j x_{ij} \quad (2)$$

5. Menentukan Perankingan. [15], [16]

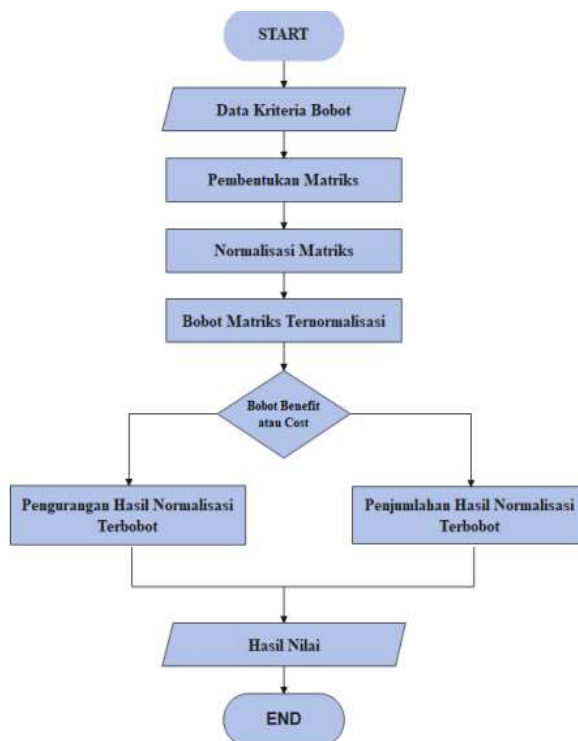
4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan literatur yang mendukung studi ini, baik dari penelitian sebelumnya maupun jurnal-jurnal terkait. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data dan informasi tentang alternatif-alternatif yang akan diteliti. Dalam tahap ini, peneliti mewawancarai pemilik Coffee Shop Kaula Muda, yakni Yudha Ardiansyah. Terdapat beberapa kriteria yang digunakan dalam memilih minuman kopi yang paling laris. Kriteria ini meliputi klasifikasi rasa dan tampilan yang memiliki bobot nilai tertinggi, yakni 35%. Kedua kriteria tersebut dianggap penting karena memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan dan keuntungan di sebuah Coffee Shop. Kriteria terakhir adalah harga, yang memiliki bobot nilai sebesar 30%.

Tabel 1. Data Kriteria

No	Kriteria	Kriteria Kopy	Nilai	Bobot
1	Rasa (C1)	Sangat Enak	50	35%
		Enak	40	
		Cukup Enak	30	
		Kurang Enak	20	
		Tidak Enak	10	
2	Harga (C2)	Sangat Murah	50	30%
		Murah	40	
		Cukup Mahal	30	
		Mahal	20	
		Sangat Mahal	10	
3	Tampilan (C3)	Sangat Bagus	50	35%
		Bagus	40	
		Cukup Bagus	30	
		Kurang Bagus	20	
		Tidak Bagus	10	

5. Perhitungan Metode MOORA



Gambar 2 Flowchart Metode MOORA

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis ini, akan membahas mengenai proses penentuan minuman kopi terlaris di Coffee Shop Kaula Muda dengan menggunakan metode MOORA. Dikarenakan jumlah kopi yang tersedia di Kaula Muda cukup banyak, kami disini hanya mengambil 5 jenis minuman kopi yang terlaris disana. Tahap awal yang dilakukan adalah menetapkan kriteria-kriteria penilaian dalam tabel.

Tabel 2. Kriteria, Bobot dan Jenis

Kriteria	Keterangan	Bobot	Jenis
C1	Rasa	0,35	Benefit
C2	Harga	0,30	Cost
C3	Tampilan	0,35	Benefit

Pada tabel 2 ini akan diinput kriteria untuk menghitung nilai, yang berfungsi untuk menentukan hasil dalam penentuan minuman kopi paling best seller. Setiap kriteria memiliki nilai bobot dari yang terutama sampai yang tidak terlalu penting. Dimana kriteria ini juga akan menentukan kriteria tersebut bernilai Benefit atau Cost. Setiap kriteria memiliki urutan dari yang terpenting sampai tidak penting. Tiap urutan kriteria ditulis dengan C1,C2.C3 yang memegang total beratnya sendiri. Kuantitas bobot tersebut dari informasi yang telah dikumpulkan dan diolah dengan sedemikian rupa. Benefit merupakan keuntungan yang akan diperoleh dan Cost merupakan kuantitas tarif atau harga yang disediakan.

Tabel 3. Data Kriteria Penilaian

Nilai Kriteria	Rasa (C1)	Harga (C2)	Tampilan (C3)
50	Sangat Enak	Sangat Murah	Sangat Bagus
40	Enak	Murah	Bagus
30	Cukup Enak	Cukup Mahal	Cukup Bagus
20	Kurang Enak	Sangat Mahal	Kurang Bagus
10	Tidak Enak	Mahal	Tidak Bagus

Implementasi MOORA

Tabel 4. Data Penilaian Pengujian

Alternatif	Nama Kopi	Alternatif	C1	C2	C3
KP 1	Sanger	KP 1	40	40	40
KP 2	Kopeach	KP 2	20	30	30
KP 3	Kopi BRRR	KP 3	50	20	40
KP 4	Kopiko Kalmud	KP 4	30	30	30
KP 5	Kopi Panda Susu	KP 5	40	20	30

1. Membuat Matriks Keputusan

$$X_{ij} = \begin{bmatrix} 40 & 40 & 40 \\ 20 & 30 & 30 \\ 50 & 20 & 40 \\ 30 & 30 & 30 \end{bmatrix}$$

40 20 30

2. Normalisasi Matriks

Rasa (C1)

$$KP 11 = \frac{40}{\sqrt{40^2 + 20^2 + 50^2 + 30^2 + 40^2}} = 0,478091444$$

$$KP 12 = \frac{20}{\sqrt{40^2 + 20^2 + 50^2 + 30^2 + 40^2}} = 0,239045722$$

$$KP 13 = \frac{50}{\sqrt{40^2 + 20^2 + 50^2 + 30^2 + 40^2}} = 0,597614305$$

$$KP 14 = \frac{30}{\sqrt{40^2 + 20^2 + 50^2 + 30^2 + 40^2}} = 0,348568583$$

$$KP 15 = \frac{40}{\sqrt{40^2 + 20^2 + 50^2 + 30^2 + 40^2}} = 0,478091444$$

Harga (C2)

$$KP 21 = \frac{40}{\sqrt{40^2 + 30^2 + 20^2 + 30^2 + 20^2}} = 0,6172134$$

$$KP 22 = \frac{30}{\sqrt{40^2 + 30^2 + 20^2 + 30^2 + 20^2}} = 0,46291005$$

$$KP 23 = \frac{20}{\sqrt{40^2 + 30^2 + 20^2 + 30^2 + 20^2}} = 0,3086067$$

$$KP 24 = \frac{30}{\sqrt{40^2 + 30^2 + 20^2 + 30^2 + 20^2}} = 0,46291005$$

$$KP 25 = \frac{20}{\sqrt{40^2 + 30^2 + 20^2 + 30^2 + 20^2}} = 0,3086067$$

Tampilan (C3)

$$KP 31 = \frac{40}{\sqrt{40^2 + 30^2 + 40^2 + 30^2 + 30^2}} = 0,520755644$$

$$KP 32 = \frac{30}{\sqrt{40^2 + 30^2 + 40^2 + 30^2 + 30^2}} = 0,390566733$$

$$KP 33 = \frac{40}{\sqrt{40^2 + 30^2 + 40^2 + 30^2 + 30^2}} = 0,520755644$$

$$KP 34 = \frac{30}{\sqrt{40^2 + 30^2 + 40^2 + 30^2 + 30^2}} = 0,390566733$$

$$KP 35 = \frac{30}{\sqrt{40^2 + 30^2 + 40^2 + 30^2 + 30^2}} = 0,390566733$$

Setelah semua kriteria dinormalisasi, diperoleh Nilai Matriks yang Ternormalisasi seperti berikut:

$$X_{ij} = \begin{bmatrix} 0,478091444 & 0,6172134 & 0,570755644 \\ 0,239045722 & 0,46291005 & 0,390566733 \\ 0,597614305 & 0,3086067 & 0,520755644 \end{bmatrix}$$

$$\begin{matrix} 0,358568583 & 0,46291005 & 0,390566733 \\ 0,478091444 & 0,3086067 & 0,390566733 \end{matrix}$$

3. Optimalisasi Nilai Atribut

$$X_{ij} = \begin{bmatrix} 0,478091444 & 0,6172134 & 0,520755644 \\ 0,239045722 & 0,46291005 & 0,390566733 \\ 0,597614305 & 0,3086067 & 0,520755644 \\ 0,358568583 & 0,46291005 & 0,390566733 \\ 0,478091444 & 0,3086067 & 0,390566733 \end{bmatrix}$$

Nilai Matriks dikali dengan bobot

$$X_{ij} = \begin{bmatrix} 0,167332005 & 0,18516402 & 0,182264475 \\ 0,083666003 & 0,138873015 & 0,136698357 \\ 0,209165007 & 0,09258201 & 0,182264475 \\ 0,125499004 & 0,138873015 & 0,136698357 \\ 0,167332005 & 0,09258201 & 0,136698357 \end{bmatrix}$$

4. Melakukan Perankingan

Sanger = (0,67332005 + 0,182264475) – 0,18516402 = 0,164432461

Kopeach = (0,083666003 + 0,136698357) – 0,138873015 = 0,081491344

Kopi BRRR = (0,209165007 + 0,182264475) – 0,09258201 = 0,298847472

Kopiko Kalmud = (0,125499004 + 0, 136698357) – 0,138873015 = 0,123324346

Kopi Pandan Susu = (0,167332005+ 0,136698357) – 0,9258201= 0,211448352

Tabel 5. Menentukan perankingan

Altrernatif	MAX (C1 + C3)	MIN (C2)	Yi (MAX - MIN)	PERANKINGAN
KP 1	0,349596481	0,18516402	0,164432461	3
KP 2	0,220364359	0,138873015	0,081491344	5
KP 3	0,391429482	0,09258201	0,298847472	1
KP 4	0,262197361	0,138873015	0,123324346	4
KP 5	0,304030362	0,09258201	0,211448352	2

SIMPULAN

Penelitian dilakukan untuk meningkatkan keberhasilan bisnis Coffee Shop Kaula Muda dengan memilih minuman kopi best seller yang paling diminati oleh pelanggan. Melalui implementasi metode MOORA, penelitian berhasil menentukan bahwa Kopi BRRR merupakan minuman kopi terbaik berdasarkan kriteria rasa, harga, dan tampilan yang ditetapkan.

Dengan demikian, penggunaan sistem pendukung keputusan dengan metode MOORA dapat membantu Coffee Shop dalam memilih produk yang sesuai dengan preferensi pelanggan, sehingga dapat meningkatkan keberhasilan mereka. Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi konkret dan dapat diimplementasikan secara langsung untuk meningkatkan daya saing dan keuntungan dari Coffee Shop Kaula Muda.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Sophya Suciati, R. Deni Muhammad Danial, and A. Muhamad Ramdan, “Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi Kapabilitas Pemasaran dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran pada Coffee Shop,” vol. 8, no. 1, pp. 37–45, 2020, [Online]. Available: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>
- [2] M. S. Hidayat, K. Kunci, K. Produk, K. Layanan, and K. Pembelian, “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN COFFEE SHOP DI KOTA GRESIK,” 2021.
- [3] C. B. Gunawan and S. Syahputra, “Analisis perbandingan pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan coffee shop di Bandung,” *Jurnal Manajemen Maranatha*, vol. 20, no. 1, pp. 51–62, Nov. 2020, doi: 10.28932/jmm.v20i1.2935.
- [4] Muchammad Faisal Ramadhan and U. N. Rosyad, “Strategi Branding Kopi Kewadanan dalam Menghadapi Persaingan,” *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 1, no. 1, pp. 15–21, Jul. 2021, doi: 10.29313/jrpr.v1i1.78.
- [5] “139-146+ANALISIS+KUALITAS+PRODUK+DAN+LAYANAN+TERHADAP+LOYALITAS+PELANGGAN+DI+AMARO+COFFEE+SHOP”.
- [6] O. Kiki Joesyiana *et al.*, “Open Journal Systems ANALISIS KREATIFITAS DAN INOVASI PENGUSAHA COFFEE SHOP SUBSEKTOR PENIKMAT KOPI DI PEKANBARU,” vol. 14, 2020, [Online]. Available: <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/>
- [7] K. Gandhy, M. Program, S. Manajemen, F. E. Unkris, and A. S. Safrianto, “Jurnal Ekonomi dan Industri Kurnia Gandhy dan Arief Syah Safrianto PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN COFFEE SHOP SAN9A GALAXY”.
- [8] N. Prima Waluyowati, M. Irsyad Gulam Bustomi Manajemen, and F. Ekonomi dan Bisnis, “KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN COFFEE SHOP”, doi: 10.21776/jmppk.
- [9] A. Chairina Yahya, “PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEBERADAAN COFFEE SHOP DAN BARISTA PADA ERA PEMASARAN KOPI KE TIGA,” 2021.
- [10] C. B. Fauzi and S. L. Mandey, “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DI COFFEE SHOP PULANG MANADO ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES TO INCREASE

- COMPETITIVENESS IN COFFEE SHOP PULANG MANADO,” *J.J. Rotinsulu 51 Jurnal EMBA*, vol. 10, no. 2, pp. 51–62, 2022.
- [11] R. Ferita Wahyu and F. Gea, “Bulletin of Information Technology (BIT) Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Parking Area Menerapkan Metode MOORA,” *Bulletin of Information Technology (BIT)*, vol. 2, no. 3, pp. 107–117, 2021.
- [12] M. Ilham, I. Parlina, A. Maulana, E. K. Lubis, and S. I. Sari, “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan SMA Negeri Terfavorit Kota Pematangsiantar Menggunakan Metode MOORA,” *InfoTekJar (Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan)*, vol. 3, no. 2, pp. 16–20, Feb. 2019, doi: 10.30743/infotekjar.v3i2.861.
- [13] M. Sura Aprianto, M. Handika, R. Juliantika, S. Fatimah Sitorus Pane, and T. Adetia Natasya, “Analisis Perbandingan Metode SMART dan MOORA dalam Pemilihan Calon Mustahiq di Masjid Nur-Hadi,” *J Comput Sci Technol*, vol. 2, no. 2, 2024, doi: 10.59435/jocstec.v2i2.294.
- [14] S. Proboningrum and A. Sidauruk, “SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN SUPPLIER KAIN DENGAN METODE MOORA,” *Sistem Informasi /*, vol. 8, no. 1, pp. 43–48, 2021.
- [15] M. Siddik, P. Ramadhani, and W. Salistiawaty, “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Jam Tangan Menggunakan Metode MOORA,” *Sistem Pendukung Keputusan dengan Aplikasi*, vol. 2, no. 1, pp. 12–22, Mar. 2023, doi: 10.55537/spk.v2i1.115.
- [16] A. Afrisawati and S. Sahren, “ANALISIS PERBANDINGAN MENGGUNAKAN METODE MOORA DAN WASPAS PEMILIHAN BIBIT SAPI POTONG TERBAIK,” *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, vol. 6, no. 3, pp. 269–276, Aug. 2020, doi: 10.33330/jurteks.v6i3.827.