

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Data hasil penelitian terdiri dari satu variabel yaitu kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta. Pada bagian ini digambarkan atau dideskripsikan dari data variabel yang telah diolah dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), *median*, *modus*, dan *standar deviasi*. Selain itu, juga disajikan tabel distribusi frekuensi dan diagram dari distribusi frekuensi variabel. Selanjutnya pada bagian ini penyusun menganalisa data tersebut satu persatu yang didasarkan pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung. Deskripsi selanjutnya adalah melakukan pengkategorian skor yang diperoleh dari masing-masing variabel. Hasil analisis deskriptif disajikan sebagai berikut:

1. Kreativitas *Coffee Presentation* di Usaha Jasa Boga *Coffeeshop* Yogyakarta

Data variabel kreativitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta diperoleh melalui lembar pengamatan dan penilaian berbentuk checklist yang terdiri dari 22 item dengan jumlah subjek sebanyak 10 *coffeeshop*. Lembar pengamatan dan penilaian berdasarkan acuan kriteria produk kreatif dari Besemer dan Treffinger dengan model CPAM (*Creative Product Analysis Matrix*). Ada 2 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 1 dan skor terendah 0. Berdasarkan data kreativitas dan kualitas *coffee presentation*, diperoleh skor tertinggi sebesar 15,00 dan skor terendah sebesar 4,0. Hasil analisis harga *Mean*

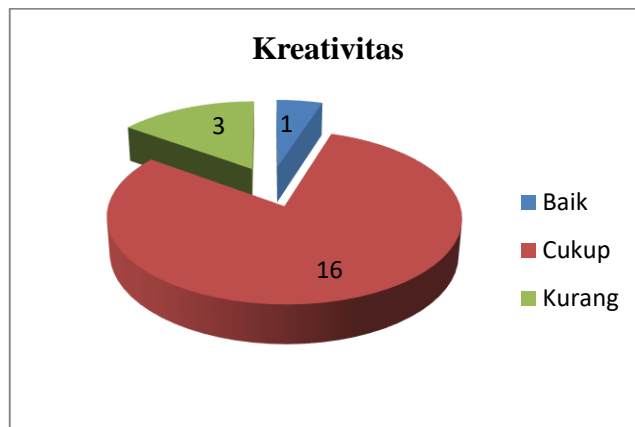
(M) sebesar 10,50; *Median* (Me) sebesar 11,00; *Modus* (Mo) sebesar 11,00 dan *Standar Deviasi* (SD) sebesar 3,12039.

Penentuan kecenderungan variabel kreativitas *coffee presentation* dihitung berdasarkan nilai persentase. Persentase diperoleh dengan cara data penelitian dijumlahkan, dibandingkan dengan jumlah yang diharapkan dan diperoleh persentase. Hasil dari persentase tersebut kemudian dicari nilai minimum (Xmin) dan nilai maksimum (Xmak), mencari nilai rata-rata ideal (Mi) dengan rumus $Mi = \frac{1}{2} (Xmak + Xmin)$, dan mencari standar deviasi ideal (SDi) dengan rumus $SDi = \frac{1}{6} (Xmak - Xmin)$. Berdasarkan acuan norma di atas, mean ideal adalah 35,0% dan standar deviasi ideal adalah 11,7%, maka selanjutnya melakukan perhitungan kategorisasi sebagai berikut:

Tabel 4. Distribusi Kategorisasi Kreativitas *Coffee Presentation*

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Baik	$X \geq 46,7\%$	1	5,0
Cukup	$23,3\% \leq X < 46,7\%$	16	80,0
Kurang	$X < 23,3\%$	3	15,0
Jumlah		20	100,0

Berdasarkan perhitungan di atas dapat digambarkan *pie chart* seperti berikut:



Gambar 2. *Pie Chart* Kreativitas *Coffee Presentation*

Berdasarkan tabel dan *pie chart* di atas diketahui bahwa kreativitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta yang masuk dalam kategori baik terdapat 1 penilaian *coffeeshop* (5,0%), yang masuk dalam kategori cukup terdapat 16 penilaian *coffeeshop* (80,0%), dan yang masuk dalam kategori kurang terdapat 3 penilaian *coffeeshop* (15,0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas kreativitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mendapatkan penilaian dalam kategori cukup baik (80,0%).

Aspek kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta dinilai dengan acuan kriteria produk kreatif dari Besemer dan Treffinger dengan model CPAM (*Creative Product Analysis Matrix*) yaitu: kebaruan (*novelty*), pemecahan (*resolution*), kerincian (*elaboration*), dan kualitas visual (*coffee presentation*). Berikut penilaian untuk setiap aspek

a. Kebaruan (*Novelty*)

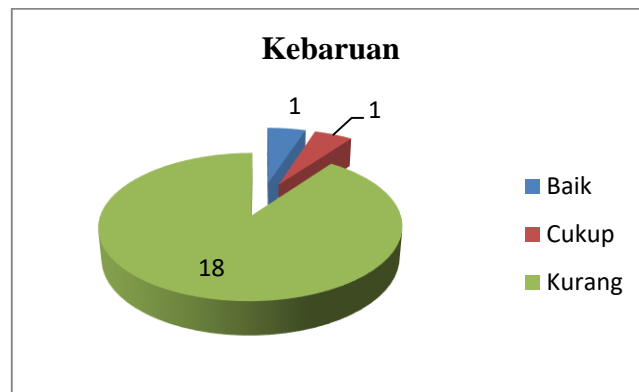
Data aspek kebaruan (*novelty*) diperoleh melalui lembar pengamatan dan penilaian berbentuk checklist yang terdiri dari 6 item dengan jumlah subjek sebanyak 10 *coffeeshop*. Lembar pengamatan dan penilaian berdasarkan acuan kriteria produk kreatif dari Besemer dan Treffinger dengan model CPAM (*Creative Product Analysis Matrix*). Ada 2 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 1 dan skor terendah 0. Berdasarkan data kebaruan (*novelty*), diperoleh skor tertinggi sebesar 4,0 dan skor terendah sebesar 0,0. Hasil analisis harga *Mean* (M) sebesar 1,30; *Median* (Me) sebesar 1,00; *Modus* (Mo) sebesar 1,00 dan *Standar Deviasi* (SD) sebesar 1,08094.

Penentuan kecenderungan aspek kebaruan (*novelty*) dihitung berdasarkan nilai persentase. Persentase diperoleh dengan cara data penelitian dijumlahkan, dibandingkan dengan jumlah yang diharapkan dan diperoleh persentase. Hasil dari persentase tersebut kemudian dicari nilai minimum (X_{min}) dan nilai maksimum (X_{mak}), mencari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = \frac{1}{2} (X_{mak} + X_{min})$, dan mencari standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = \frac{1}{6} (X_{mak} - X_{min})$. Berdasarkan acuan norma di atas, mean ideal adalah 10,0% dan standar deviasi ideal adalah 3,3%, maka selanjutnya melakukan perhitungan kategorisasi sebagai berikut:

Tabel 5. Distribusi Kategorisasi Aspek Kebaruan (*Novelty*)

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Baik	$X \geq 13,3\%$	1	5,0
Cukup	$6,7\% \leq X < 13,3\%$	1	5,0
Kurang	$X < 6,7\%$	18	90,0
Jumlah		20	100,0

Berdasarkan perhitungan di atas dapat digambarkan *pie chart* seperti berikut:



Gambar 3. *Pie Chart* Aspek Kebaruan (*Novelty*)

Berdasarkan tabel dan *pie chart* di atas diketahui bahwa aspek kebaruan (*novelty coffee presentation*) di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta yang masuk dalam kategori baik terdapat 1 penilaian *coffeeshop* (5,0%), yang masuk dalam kategori cukup terdapat 1 penilaian *coffeeshop* (5,0%), dan yang masuk dalam kategori kurang terdapat 18 penilaian *coffeeshop* (90,0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas aspek kebaruan (*novelty coffee presentation*) di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mendapatkan penilaian dalam kategori kurang baik (90,0%).

b. Pemecahan (*Resolution*)

Data aspek pemecahan (*resolution*) diperoleh melalui lembar pengamatan dan penilaian berbentuk checklist yang terdiri dari 6 item dengan jumlah subjek sebanyak 10 *coffeeshop*. Lembar pengamatan dan penilaian berdasarkan acuan kriteria produk kreatif dari Besemer dan Treffinger dengan model CPAM (*Creative Product Analysis Matrix*). Ada 2 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 1 dan skor terendah 0. Berdasarkan data pemecahan (*resolution*), diperoleh skor

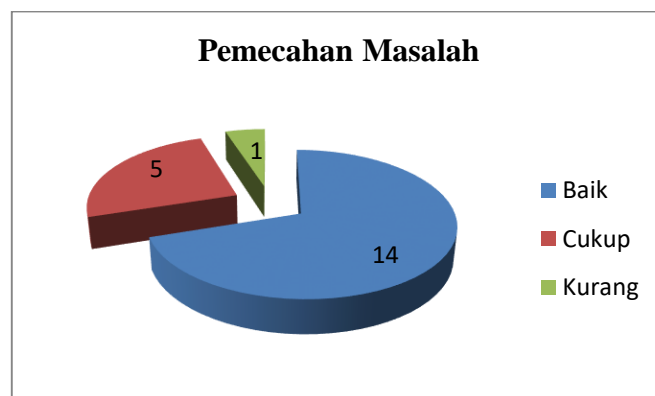
tertinggi sebesar 6,0 dan skor terendah sebesar 2,0. Hasil analisis harga *Mean* (M) sebesar 4,10; *Median* (Me) sebesar 4,00; *Modus* (Mo) sebesar 4,00 dan *Standar Deviasi* (SD) sebesar 1,07115.

Penentuan kecenderungan aspek pemecahan (*resolution*) dihitung berdasarkan nilai persentase. Persentase diperoleh dengan cara data penelitian dijumlahkan, dibandingkan dengan jumlah yang diharapkan dan diperoleh persentase. Hasil dari persentase tersebut kemudian dicari nilai minimum (X_{min}) dan nilai maksimum (X_{mak}), mencari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = \frac{1}{2} (X_{mak} + X_{min})$, dan mencari standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = \frac{1}{6} (X_{mak} - X_{min})$. Berdasarkan acuan norma di atas, mean ideal adalah 10,0% dan standar deviasi ideal adalah 3,3%, maka selanjutnya melakukan perhitungan kategorisasi sebagai berikut:

Tabel 6. Distribusi Kategorisasi Aspek Pemecahan (*Resolution*)

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Baik	$X \geq 13,3\%$	14	70,0
Cukup	$6,7\% \leq X < 13,3\%$	5	25,0
Kurang	$X < 6,7\%$	1	5,0
Jumlah		20	100,0

Berdasarkan perhitungan di atas dapat digambarkan *pie chart* seperti berikut:



Gambar 4. *Pie Chart* Aspek Pemecahan (*Resolution*)

Berdasarkan tabel dan *pie chart* di atas diketahui bahwa aspek pemecahan (*resolution*) *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta yang masuk dalam kategori baik terdapat 14 penilaian *coffeeshop* (70,0%), yang masuk dalam kategori cukup terdapat 5 penilaian *coffeeshop* (25,0%), dan yang mendapatkan masuk dalam kategori kurang terdapat 1 penilaian *coffeeshop* (5,0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas aspek pemecahan masalah (*resolution*) *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mendapatkan penilaian dalam kategori baik (70,0%).

c. Kerincian (*Elaboration*)

Data aspek kerincian (*elaboration*) diperoleh melalui lembar pengamatan dan penilaian berbentuk checklist yang terdiri dari 10 item dengan jumlah subjek sebanyak 10 *coffeeshop*. Lembar pengamatan dan penilaian berdasarkan acuan kriteria produk kreatif dari Besemer dan Treffinger dengan model CPAM (*Creative Product Analysis Matrix*). Ada 2 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 1 dan skor terendah 0. Berdasarkan data kerincian (*elaboration*), diperoleh skor tertinggi sebesar 8,0 dan skor terendah sebesar 1,0. Hasil analisis harga *Mean* (M) sebesar 5,10; *Median* (Me) sebesar 6,00; *Modus* (Mo) sebesar 6,00 dan *Standar Deviasi* (SD) sebesar 2,35975.

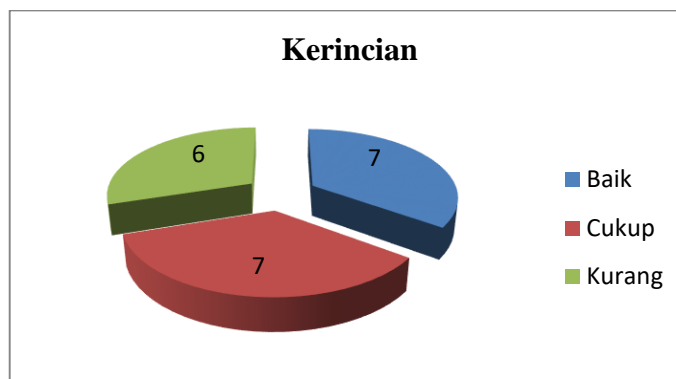
Penentuan kecenderungan aspek kerincian (*elaboration*) dihitung berdasarkan nilai persentase. Persentase diperoleh dengan cara data penelitian dijumlahkan, dibandingkan dengan jumlah yang diharapkan dan diperoleh persentase. Hasil dari persentase tersebut kemudian dicari nilai minimum (Xmin) dan nilai maksimum (Xmak),

mencari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = \frac{1}{2} (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma di atas, mean ideal adalah 15,0% dan standar deviasi ideal adalah 5,0%, maka selanjutnya melakukan perhitungan kategorisasi sebagai berikut:

Tabel 7. Distribusi Kategorisasi Aspek Kerincian (*Elaboration*)

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Baik	$X \geq 20,0\%$	7	35,0
Cukup	$10,0\% \leq X < 20,0\%$	7	35,0
Kurang	$X < 10,0\%$	6	30,0
Jumlah		20	100,0

Berdasarkan perhitungan di atas dapat digambarkan *pie chart* seperti berikut:



Gambar 5. *Pie Chart* Aspek Kerincian (*Elaboration*)

Berdasarkan tabel dan *pie chart* di atas diketahui bahwa aspek kerincian (*elaboration*) *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta yang masuk dalam kategori baik terdapat 7 penilaian *coffeeshop* (35,0%), yang masuk dalam kategori cukup terdapat 7 penilaian *coffeeshop* (35,0%), dan yang masuk dalam kategori kurang terdapat 6 penilaian *coffeeshop* (30,0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas aspek kerincian (*elaboration*) *coffee*

presentation di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mendapatkan penilaian dalam kategori baik dan cukup baik (35,0%).

2. Kualitas Visual (*Coffee Presentation*) *Coffee Presentation* di Usaha Jasa Boga *Coffeeshop* Yogyakarta

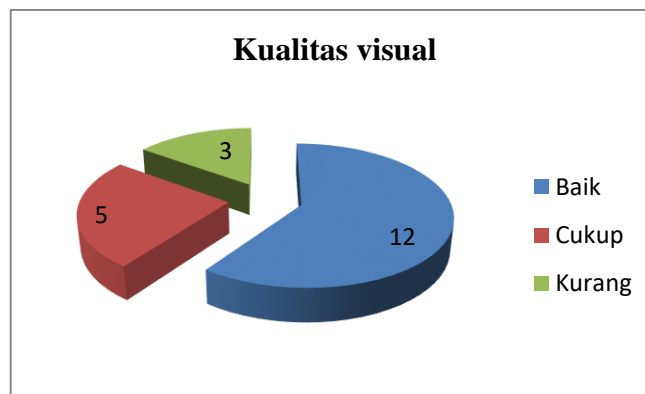
Data aspek kualitas visual (*coffee presentation*) diperoleh melalui lembar pengamatan dan penilaian berbentuk checklist yang terdiri dari 8 item dengan jumlah subjek sebanyak 10 *coffeeshop*. Lembar pengamatan dan penilaian berdasarkan acuan kriteria produk kreatif dari Besemer dan Treffinger dengan model CPAM (*Creative Product Analysis Matrix*). Ada 2 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 1 dan skor terendah 0. Berdasarkan data kualitas visual (*coffee presentation*), diperoleh skor tertinggi sebesar 7,0 dan skor terendah sebesar 0,0. Hasil analisis harga *Mean* (M) sebesar 3,70; *Median* (Me) sebesar 4,00; Modus (Mo) sebesar 4,00 dan Standar Deviasi (SD) sebesar 1,92217.

Penentuan kecenderungan aspek kualitas visual (*coffee presentation*) dihitung berdasarkan nilai persentase. Persentase diperoleh dengan cara data penelitian dijumlahkan, dibandingkan dengan jumlah yang diharapkan dan diperoleh persentase. Hasil dari persentase tersebut kemudian dicari nilai minimum (X_{min}) dan nilai maksimum (X_{mak}), mencari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = \frac{1}{2} (X_{mak} + X_{min})$, dan mencari standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = \frac{1}{6} (X_{mak} - X_{min})$. Berdasarkan acuan norma di atas, mean ideal adalah 15,0% dan standar deviasi ideal adalah 5,0%, maka selanjutnya melakukan perhitungan kategorisasi sebagai berikut:

Tabel 8. Distribusi Kategorisasi Aspek Kualitas Visual (*Coffee Presentation*)

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Baik	$X \geq 20,0\%$	12	60,0
Cukup	$10,0\% \leq X < 20,0\%$	5	25,0
Kurang	$X < 10,0\%$	3	15,0
Jumlah		20	100,0

Berdasarkan perhitungan di atas dapat digambarkan *pie chart* seperti berikut:



Gambar 6. *Pie Chart* Aspek Kualitas Visual (*Coffee Presentation*)

Berdasarkan tabel dan *pie chart* di atas diketahui bahwa aspek kualitas visual (*coffee presentation*) *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta yang masuk dalam kategori baik terdapat 12 penilaian *coffeeshop* (60,0%), yang masuk dalam kategori cukup terdapat 5 penilaian *coffeeshop* (25,0%), dan yang mendapatkan masuk dalam kategori kurang terdapat 3 penilaian *coffeeshop* (15,0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas aspek kualitas visual (*coffee presentation*) *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mendapatkan penilaian dalam kategori baik (60,0%).

3. Kreativitas dan Kualitas *Coffee Presentation* di Usaha Jasa Boga *Coffeeshop* Yogyakarta

Data variabel kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta diperoleh melalui lembar pengamatan

dan penilaian berbentuk checklist yang terdiri dari 30 item dengan jumlah subjek sebanyak 10 *coffeeshop* penilai dilakukan oleh 2 orang yang ahli yang telah ditunjuk sebelumnya untuk melihat sejauh mana kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta. Lembar pengamatan dan penilaian berdasarkan acuan kriteria produk kreatif dari Besemer dan Treffinger dengan model CPAM (*Creative Product Analysis Matrix*). Ada 2 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 1 dan skor terendah 0. Berdasarkan data kreativitas dan kualitas *coffee presentation*, diperoleh skor tertinggi sebesar 22,00 dan skor terendah sebesar 5,0. Hasil analisis harga *Mean* (M) sebesar 14,20; *Median* (Me) sebesar 14,00; *Modus* (Mo) sebesar 13,00 dan *Standar Deviasi* (SD) sebesar 4,77493.

Penentuan kecenderungan variabel kreativitas dan kualitas *coffee presentation* dihitung berdasarkan nilai persentase. Persentase diperoleh dengan cara data penelitian dijumlahkan, dibandingkan dengan jumlah yang diharapkan dan diperoleh persentase. Hasil dari persentase tersebut kemudian dicari nilai minimum (X_{min}) dan nilai maksimum (X_{mak}), mencari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = \frac{1}{2} (X_{mak} + X_{min})$, dan mencari standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = \frac{1}{6} (X_{mak} - X_{min})$. Berdasarkan acuan norma di atas, mean ideal adalah 50,0% dan standar deviasi ideal adalah 6,7%, maka selanjutnya melakukan perhitungan kategorisasi sebagai berikut:

Tabel 9. Distribusi Kategorisasi Kreativitas dan Kualitas *Coffee Presentation*

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Baik	$X \geq 66,7\%$	1	5,0
Cukup	$33,3\% \leq X < 66,7\%$	16	80,0
Kurang	$X < 33,3\%$	3	15,0
Jumlah		20	100,0

Berdasarkan perhitungan di atas dapat digambarkan *pie chart* seperti berikut:



Gambar 7. *Pie Chart* Kreativitas dan Kualitas *Coffee Presentation*

Berdasarkan tabel dan *pie chart* di atas diketahui bahwa kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta yang masuk dalam kategori baik terdapat 1 penilaian *coffeeshop* (5,0%), yang masuk dalam kategori cukup terdapat 16 penilaian *coffeeshop* (80,0%), dan yang masuk dalam kategori kurang terdapat 3 penilaian *coffeeshop* (15,0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mendapatkan penilaian dalam kategori cukup baik (80,0%).

4. Dampak Kreativitas dan Kualitas *Coffee Presentation* terhadap Persaingan Usaha Jasa Boga *Coffeeshop* di Yogyakarta

Hasil analisis menunjukkan bahwa kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mayoritas

mendapatkan penilaian dalam kategori cukup baik (80,0%). Hasil ini menunjukkan bahwa reativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta masih perlu ditingkatkan lagi. Mengingat banyaknya persaingan *coffeeshop* yang beroperasi di Yogyakarta. Kreativitas dan kualitas *coffe presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta dapat berdampak pada keunggulan bersaing. Selain itu, adanya kreativitas dan kualitas *coffee presentation* dapat memikat para konsumen karena produknya yang bervariasi dan berbeda dengan menu-menu di *coffeeshop* lainnya, sehingga dapat meningkatkan nilai penjualan.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta. Adapun pembahasan dari hasil penelitian disajikan sebagai berikut:

1. Kreativitas dan Kualitas *Coffee Presentation* di Usaha Jasa Boga *Coffeeshop* Yogyakarta

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta yang masuk dalam kategori baik terdapat 1 penilaian *coffeeshop* (5,0%), yang mendapatkan penilaian dalam kategori cukup sebanyak 16 *coffeeshop* (80,0%), dan yang mendapatkan penilaian dalam kategori kurang sebanyak 3 *coffeeshop* (15,0%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mendapatkan penilaian dalam kategori cukup baik (80,0%).

Secara keseluruhan kreativitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mendapatkan penilaian dalam kategori cukup baik (80,0%). Kreativitas *coffee presentation* ditinjau dari aspek kebaruan (*novelty*) *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mendapatkan penilaian dalam kategori kurang baik (90,0%), aspek pemecahan masalah (*resolution*) mendapatkan penilaian dalam kategori baik (70,0%), dan aspek kerincian (*elaboration*) *coffee presentation* mendapatkan penilaian dalam kategori baik dan cukup baik (35,0%).



Gambar 8. *Coffee presentation* teknik *free-pour* motif *Swan* di *Lagani coffeeshop* Yogyakarta

Dedi Supriadi (1994:7) mengemukakan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Suatu produk dapat dikatakan kreatif apabila produk tersebut dapat mencakup kriteria produk kreatif yaitu memiliki sifat berbeda dari produk yang telah ada sebelumnya terutama untuk memperbaiki atau lebih baik dari sebelumnya sehingga lebih bermanfaat

bagi orang banyak. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kriteria CPAM (*Creative Product Analysis Matrix*) yang digunakan untuk mengetahui kriteria kreativitas dalam *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta.

Setiap perusahaan khususnya dituntut untuk melakukan kreativitas pada produknya. Suryana (2003) menyatakan bahwa kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang. Kreativitas produk memiliki kemampuan untuk mengembangkan dan menggabungkan ide baru dari ide yang telah dimilikinya yang bersumber dari pihak pelanggan sehingga membentuk kreativitas produk yang dapat memberi pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Kreativitas produk akan menciptakan produk yang baru, serta produk baru tersebut telah mendapat respon dari pihak konsumen pada saat diperkenalkan dan kemudian akan berpengaruh terhadap kemampuan untuk unggul dalam bersaing.

Menurut Bassemer dan Treffinger (1981) dalam Utami Munandar (1999:62) dalam model CPAM (*Creative Product Analysis Matrix*), produk kreatif dapat digolongkan menjadi tiga kategori, yaitu: kebaruan, pemecahan, elaborasi dan sintesis. Kebaruan adalah sejauh mana produk itu baru, dalam hal: jumlah dan luas proses yang baru, teknik baru, bahan baru, konsep baru yang terlibat dalam hal didalam dan diluar lapangan/bidang; dalam hal dampak dari produk terhadap produk kreatif dimasa depan. Produk itu orisinil dalam arti sangat langka diantara

produk-produk yang dibuat oleh orang-orang dengan pengalaman dan pelatihan yang sama juga menimbulkan kejutan (*surprising*) sebelum memberikan penilaian orang tercengang bahkan kaget dan terakhir produk itu geminal dalam hal dapat menimbulkan gagasan produkorisinal lainnya.

Aspek pemecahan (*resolution*) menyangkut derajat sejauh mana produk itu memenuhi kebutuhan dari situasi bermasalah. Tiga kriteria dalam dimensi ini ialah, bahwa produk itu harus bermakna (*valuable*) menurut para pengamat, karena memenuhi kebutuhan; logis, dengan mengikuti aturan yang ditentukan dalam bidang tertentu; berguna, karena dapat diterapkan secara praktis. Aspek elaborasi dan sintesis merujuk pada derajat/sejauh mana produk itu menggabung unsur-unsur yang tidak sama/serupa menjadi keseluruhan yang canggih dan koheren (bertahan secara logis).



Gambar 9. *Coffee presentation* teknik *free-pour* motif *Love* di Blanco *coffeeshop* Yogyakarta

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas visual *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mendapatkan penilaian dalam kategori baik (60,0%). Menurut M. Juran Deming kualitas

menyangkut apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Potter dan Hotchkiss (2012: 1) mengatakan bahwa *food quality* atau kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Dengan demikian, kualitas makanan merupakan salah satu aspek untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis usaha jasa boga.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Febrian Yusuf Kurniawan (2015) dengan judul “Kreativitas Penyajian Makanan Indonesia Pada Mata Pelajaran Pengolahan Makanan Indonesia Siswa Kelas XI SMKN 3 Wonosari”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas penyajian makanan siswa kelas XI SMKN 3 Wonosari ditinjau dari aspek kebaruan kreativitas penyajian makanan berada pada kategori sangat baru dengan persentase 49,2% atau 31 siswa, kreativitas penyajian makanan siswa kelas XI SMKN 3 Wonosari ditinjau dari aspek pemecahan masalah kreativitas penyajian makanan beradapada kategori sangat mampu memecahkan masalah dengan persentase 73,0% atau 46 siswa, dan Kreativitas penyajian makanan siswa kelas XI SMKN 3 Wonosari ditinjau dari aspek elaboratif penyajian makanan kreativitas penyajian makanan berada pada kategori sangat elaboratif dengan persentase 74,6% atau 47siswa.

2. Dampak Kreativitas dan Kualitas *Coffee Presentation* terhadap Persaingan Usaha Jasa Boga *Coffeeshop* di Yogyakarta

Hasil analisis menunjukkan bahwa kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mayoritas

mendapatkan penilaian dalam kategori cukup baik (80,0%). Hasil ini menunjukkan bahwa reativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta masih perlu ditingkatkan lagi. Mengingat banyaknya persaingan *coffeeshop* yang beroperasi di Yogyakarta. Kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta dapat berdampak pada keunggulan bersaing. Selain itu, adanya kreativitas dan kualitas *coffee presentation* dapat memikat para konsumen karena produknya yang bervariasi dan berbeda dengan menu-menu di *coffeeshop* lainnya, sehingga dapat meningkatkan nilai penjualan.



Gambar 10. *Coffee presentation* teknik *free-pour* motif *Rosette* di *Yellow Truck coffeeshop* Yogyakarta

Peningkatan kreativitas produk secara terus-menerus akan membentuk kreativitas produk yang dapat memberi pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Kreativitas pada makanan atau minuman dapat dilihat secara visual atau penampilan yang tertangkap oleh mata. Penampilan ini dapat berupa bentuk, warna, hingga ke penataan di

peralatan saji dan pemilihan bahan-bahan penghiasnya. Pentingnya visual ini tampak dari banyaknya industri pangan yang berlomba-lomba meningkatkan visualisasi produknya agar dapat memikat konsumen.

Selain itu, konsumen cenderung lebih menyukai perusahaan yang menghasilkan produk-produk dengan fitur-fitur menarik dan inovatif yang dihasilkan dari sebuah kreativitas. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan. Kualitas produk dapat ditentukan oleh sekumpulan kegunaan atau fungsinya, seperti terdapat daya tahan, ketergantungan pada produk, eksklusif, kenyamanan, dan wujud luar (warna, bentuk, pembungkus). Kualitas produk perusahaan harus dijaga dengan baik, karena semakin baik kualitas produk yang ada dalam suatu produk maka pelanggan akan semakin berminat untuk membeli bahkan membeli secara berulang terhadap produk hal tersebut dapat menjadi strategi perusahaan dalam mempertahankan keunggulan bersaing.