

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN ROTI UNYIL BAKERY

Yanti Supriyanti¹⁾, Nurselvi²⁾,

Program Studi Teknik Industri, Universitas Pamulang, Indonesia

1) dosen01328@unpam.ac.id; 2) dosen02045@unpam.ac.id

ABSTRAK

PT. XYZ adalah perusahaan industri roti didirikan tahun 1992 dengan karyawan yang hanya terdiri dari 5 orang dengan jenis roti baru terdiri dari 5 jenis, yaitu roti bulat dengan isi keju, roti bulat dengan isi coklat, roti dengan isi pisang coklat, roti dengan isi pisang keju, dan roti dengan isi daging. Roti yang dibuat bentuknya lebih kecil daripada roti pada umumnya sehingga lebih dikenal dengan sebutan roti unyil. Pada tahun 2018 PT. XYZ berhasil menjual sekitar 2.167.250 pcs, pada tahun 2019 total penjualan mengalami penurunan sebanyak 107.225 atau sekitar 5,21%. Di tahun 2020 penurunan cukup signifikan yaitu sebanyak 481.332 pcs atau 30,48%. Pada tahun 2021 masih mengalami penurunan sebanyak 327.945 atau 26,22%. Salah satu faktor yang diduga menyebabkan penurunan penjualan di PT. XYZ adalah ketidakpuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan di Roti Unyil Bakery (PT. XYZ) dengan menggunakan metode Servqual yang mencakup lima dimensi yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi Assurance dan Reliability memiliki nilai kepuasan tertinggi, sementara dimensi Responsiveness dan Empathy memerlukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis IPA, beberapa atribut pelayanan berada di kuadran prioritas perbaikan, menunjukkan perlunya meningkatkan aspek layanan pelanggan. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis untuk PT. XYZ meningkatkan kualitas layanan untuk mempertahankan pelanggan.

Kata Kunci : kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, Servqual

ABSTRACT

PT. XYZ is a bakery industrial company founded in 1992 with employees consisting of only 5 people with new types of bread consisting of 5 types, namely round bread with cheese filling, round bread with chocolate filling, bread with chocolate banana filling, bread with cheese banana filling, and bread with meat filling. The bread that is made is smaller than bread in general, so it is better known as unyil bread. In 2018 PT. XYZ managed to sell around 2,167,250 pcs, in 2019 total sales decreased by 107,225 or around 5.21%. In 2020 the decline was quite significant, namely 481,332 pcs or 30.48%. In 2021 there will still be a decline of 327,945 or 26.22%. One of the factors thought to have caused the decline in sales at PT. XYZ is consumer dissatisfaction. This research aims to evaluate the level of customer satisfaction with service quality at Roti Unyil Bakery (PT. XYZ). The research results show that the Assurance and Reliability dimensions have the highest satisfaction scores, while the Responsiveness and Empathy dimensions require improvement to increase customer satisfaction. Based on IPA analysis, several service attributes are in the improvement priority quadrant, indicating the need to improve aspects of customer service. This research provides strategic recommendations for PT. XYZ to improve service quality to retain consumers.

Keywords : consumer satisfaction, service quality, Servqual

I. PENDAHULUAN

Persaingan di dunia usaha saat ini semakin ketat, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk meningkatkan kualitas produk tetapi juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan sebagai cara mempertahankan pelanggan. Selain kualitas pelayanan ada pula kepuasan pelanggan yang menjadi salah satu indikator penting untuk tetap kompetitif di pasar. Pelaku usaha harus memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin tinggi akan kualitas produk, harga yang terjangkau, dan layanan yang optimal, sehingga mendorong mereka untuk terus menawarkan nilai tambah. (Kasali, 2009:110).

Untuk melakukan perkembangan dalam suatu usaha maka setiap pelaku usaha perlu memberikan inovasi salah satunya dalam hal pelayanan. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang ditunjukkan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Dengan adanya pelayanan baik yang diberikan setiap pelaku usaha maka akan semakin diminati oleh pelanggan.

Pelayanan yang berkualitas dan kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang sangat penting dan perlu diperhatikan untuk dapat bertahan dalam bisnis. pelanggan merupakan elemen terpenting dalam setiap aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan memiliki dampak pada loyalitas pelanggan pada suatu pelaku usaha, dimana semakin loyal pelanggan akan memiliki minat untuk terus memakai produk yang ada pada kegiatan usaha tersebut.

Saat ini, masyarakat lebih cenderung memilih makanan yang praktis dan cepat saji, salah satunya adalah roti. Berdasarkan riset CIMB Principal Management tahun 2015 tentang "Baking Prosperity", konsumsi roti per kapita di Indonesia mengalami pertumbuhan dari US\$ 0,8 pada tahun 2005 menjadi US\$ 3,6 pada tahun 2014. Riset tersebut juga mengidentifikasi tiga model bisnis dalam industri roti di Indonesia, yaitu home or small sebesar 70%, mass production sebesar 18%, dan boutique bakery sebesar 12% [1].

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa sektor industri roti terbesar di Indonesia adalah model home or small, termasuk di Kota Bogor. Menurut data Disperindagkop, terjadi peningkatan sebesar 17% dalam industri roti di Kota Bogor antara tahun 2015 dan 2017 [2;3]. Pertumbuhan ini menyebabkan meningkatnya persaingan dalam industri roti di wilayah tersebut.

Salah satu pengusaha di bidang industri roti adalah Toko Roti Unyil Bakery merupakan salah

satu pelopor roti yang berbentuk mini di Kota Bogor. Toko Roti Unyil adalah bisnis keluarga yang memproduksi dan menjual roti manis dengan ukuran lebih kecil dibandingkan roti pada umumnya.

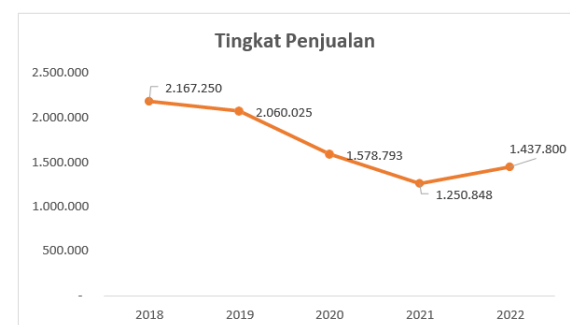
Setiap tahun penjualan produk roti Unyil terus mengalami peningkatan yang awalnya hanya 5 jenis menjadi 10 jenis sehingga pada tahun 2001 perlu adanya tambahan karyawan sebanyak 15 orang. Saat ini, terdapat 30 variasi roti yang diproduksi, dengan jumlah karyawan yang mencapai 50 orang.

PT. XYZ berkomitmen untuk menghadirkan roti sehat bagi pelanggannya dengan memproduksi roti segar setiap hari tanpa tambahan bahan pengawet. Dalam memulai usaha PT. XYZ dimulai pada skala industri rumah tangga, dan pada tahun 2012 status usahanya berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT. XYZ.

Sejak didirikan pada tahun 1992, Toko Roti Unyil selalu ramai dikunjungi pembeli. Tingginya jumlah pelanggan menyebabkan pelayanan terhadap pelanggan kurang optimal, sehingga menimbulkan ketidakpuasan. Hal ini terbukti dari adanya keluhan pelanggan terkait kualitas layanan yang diberikan.

Kurangnya perhatian terhadap pelayanan, ditambah dengan adanya pesaing yang menawarkan produk serupa dengan harga lebih murah, perlu menjadi perhatian bagi Toko Roti Unyil. Kualitas pelayanan yang tidak memenuhi harapan pelanggan dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya memungkinkan mereka beralih ke toko pesaing.

Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap penjualan perusahaan, terlebih dengan semakin banyaknya pesaing. Penurunan penjualan produk PT. XYZ cukup signifikan dari tahun 2018 hingga 2021, namun mengalami kenaikan pada tahun 2022. Data penjualan PT. XYZ tahun 2018 – 2022 dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut:



Gambar 1.1 Tingkat penjualan PT. XYZ
Sumber : PT. XYZ

Pada tahun 2018 PT. XYZ berhasil menjual sekitar 2.167.250 pcs, kemudian pada tahun 2019 penjualan menurun sekitar 107.225 pcs atau 5,21% dengan total penjualan sebanyak 2.060.025 pcs. Pada tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan sebanyak 481.232 pcs atau 30,48% dengan total penjualan sebanyak 1.578.793 pcs. pada tahun 2021 masih juga mengalami penurunan sebanyak 327.945 pcs atau 26,22% dengan total penjualan sebanyak 1.250.448 pcs. Sedangkan pada tahun 2022 mengalami peningkatan penjualan sebanyak 186.952 atau 13% dengan total penjualan sebanyak 1.437.800 pcs.

Hasil dari wawancara dengan manager PT. XYZ bahwa terdapat banyak pengaduan keluhan terkait pelayanan yang kurang maksimal, salah satu contohnya adalah pelayanannya tidak ramah dan kurang tanggap. Begitu juga hasil wawancara dengan beberapa pelanggan PT. XYZ yang kami tunjuk sebagai responden dalam penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa keluhan mengenai pelayanan PT. XYZ yang tercatat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1. Data Keluhan Pelanggan

Data keluhan	Jumlah
Kenyamanan ruang pelayanan	24
Sikap petugas dalam pelayanan	36
Kecepatan petugas dalam pelayanan	22
Jalur antrian pelayanan	18
Total	100

Sumber: Hasil Olah Data

Berdasarkan uraian masalah di atas, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Roti Unyil Bakery”. Dengan demikian, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap berbagai dimensi kualitas pelayanan di PT. XYZ?
2. Dimensi kualitas mana yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan di PT. XYZ.
2. Untuk menganalisis dimensi kualitas pelayanan mana yang perlu diperbaiki guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2023 – Februari 2024 di PT. XYZ di Kota Bogor Provinsi Jawa Barat pada sebuah perusahaan roti dengan metode SERVQUAL, IPA dan CSI.

Penelitian ini dilaksanakan dengan menyajikan deskripsi mengenai suatu kondisi secara objektif. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk menjawab masalah yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di PT. XYZ.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui observasi langsung di PT XYZ, dengan periode pengambilan data dari bulan September 2023 hingga Februari 2024 dengan meliputi penyebaran kuisioner, wawancara dan monitoring penjualan selama 6 bulan di PT XYZ. Data sekunder yang diperoleh dari laporan penelitian terdahulu dan laporan data penjualan perusahaan.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi langsung, wawancara, dan distribusi kuisioner, yang semuanya digunakan sebagai data untuk dianalisis.

Analisis pemecahan masalah dalam penelitian ini menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Sebelum melakukan analisis data dengan kedua metode tersebut, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada instrumen penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penurunan total penjualan roti dipengaruhi oleh tingkat kepuasan pelanggan, yang mendorong perusahaan untuk memberikan pelayanan yang lebih memadai. Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan diidentifikasi dengan menggunakan indikator Servqual (Service Quality) untuk menilai kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

3.1 Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI diidentifikasi melalui beberapa langkah, yaitu dengan menyebarkan kuisioner yang berisi pertanyaan mengenai pelayanan dari dua aspek, yaitu kinerja dan kepentingan, menghitung rata-rata jawaban pelanggan, menghitung faktor bobot dan skor bobot, serta menghitung CSI. Hasil perhitungan CSI untuk setiap indikator disajikan berdasarkan jawaban yang diperoleh dari pelanggan.

1. Tangible

Tangible menunjukkan seberapa besar pelanggan puas terhadap atribut-atribut pelayanan dalam bentuk bukti fisik yang telah diberikan oleh perusahaan. Berikut hasil perhitungan tangible dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1 Perhitungan Tangible

Pertanyaan	MIS	MSS	WF	WS
1. Kebersihan Ruangan di PT. XYZ	4.08	3.82	0.111	0.426
2. Kenyamanan Suasana di PT. XYZ	3.84	3.66	0.105	0.384
3. Kemudahan Menjangkau Lokasi PT. XYZ	3.89	3.61	0.106	0.383
4. Kesejukan Ruangan di PT. XYZ	3.97	3.76	0.108	0.408
5. Penerangan Ruangan di PT. XYZ	4.13	3.92	0.113	0.442
6. Tempat Parkir di PT. XYZ	4.16	3.87	0.114	0.440
7. Ketersediaan Toilet di PT. XYZ	4.11	3.89	0.112	0.437
8. Kerapihan dan Penampilan Karyawan	4.16	3.97	0.114	0.451
9. Promosi yang diberikan PT. XYZ	4.24	3.79	0.116	0.439
Weight total				3.812
CSI				76.26%
Ket: MIS= Mean Importance Score (Kepentingan) MSS=Mean Satisfaction Score (Kepuasan) WF= Weighting Factors WS= Weighted Score				

Sumber: Data Diolah Sendiri

Berdasarkan data pada Tabel 3.1, dimensi bukti fisik memiliki nilai CSI sebesar 76,26%. Menurut Aritonang dan Salsabila (2016:34), nilai antara 61% hingga 80% menunjukkan kepuasan. Oleh karena itu, pelanggan PT. XYZ dinyatakan puas terhadap pelayanan yang berkaitan dengan bukti fisik yang diberikan oleh perusahaan.

Atribut dengan weight score tertinggi yang memberikan kepuasan terbesar bagi pelanggan adalah "kerapihan dan penampilan karyawan PT. XYZ" dengan weight score sebesar 0,451. Penggunaan seragam oleh karyawan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan membuat mereka merasa lebih nyaman karena dapat dengan mudah mengenali karyawan yang sah.

2. Reliability

Reliability menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut-atribut pelayanan yang mencerminkan keandalan yang diberikan oleh perusahaan. Hasil perhitungan disajikan dalam Tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2. Perhitungan Reliability

Pernyataan	MIS	MSS	WF	WS
1. Kecepatan Pelayanan dalam Pemesanan	4.21	3.68	0.165	0.607
2. Kecepatan dalam Transaksi	4.16	3.66	0.163	0.600
3. Karyawan Mencatat Pesanan Sesuai Permintaan	4.29	3.68	0.169	0.618
4. Ketelitian Karyawan dalam Transaksi Pemabayaran	4.32	3.71	0.170	0.627
5. Karyawan Memberikan Pelayanan dengan baik	4.29	3.76	0.169	0.632
6. Layanan Pengantaran yang Sesuai dengan Standar Operasional yang ada	4.26	3.82	0.167	0.637
Weight total				3.718
CSI				74.36%

Sumber: Data Diolah Sendiri

Berdasarkan Tabel 3.2, hasil perhitungan pada dimensi kehandalan menunjukkan nilai CSI sebesar 74,36%, yang berarti "puas." Dengan demikian, pelanggan PT. XYZ dinyatakan puas terhadap dimensi pelayanan kehandalan yang diberikan oleh perusahaan. Atribut dengan weight score tertinggi yang memberikan kepuasan terbesar bagi pelanggan adalah "layanan pengantaran yang sesuai dengan standar operasional yang ada" dengan weight score sebesar 0,637.

Pada atribut ini, perusahaan telah menunjukkan kinerja yang baik, di mana karyawan selalu memberikan nota pembelian kepada pelanggan, memeriksa setiap produk yang datang, dan memastikan barang yang diterima sesuai dengan permintaan pelanggan.

3. Responsiveness

Responsiveness menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut pelayanan yang berkaitan dengan kecepatan dan ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan. Hasil perhitungan berdasarkan nilai kinerja yang diberikan oleh 36 responden disajikan dalam Tabel 3.3 berikut ini.

Tabel 3.3. Responsiveness

Pernyataan	MIS	MSS	WF	WS
1. Karyawan dapat memberikan informasi yang tepat	4.29	3.66	0.249	0.911
2. Pesanan diantar dengan cepat dan tepat waktu	4.34	3.42	0.251	0.861
3. Kesiediaan karyawan PT. XYZ	4.24	3.47	0.246	0.853
4. Kesiapan karyawan PT. XYZ pada saat konsumen membutuhkan	4.37	3.53	0.253	0.895
Weight total				3.520
CSI				70.40%

Sumber: Data Diolah Sendiri

IV. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Analisis tingkat kepuasan pelanggan pada PT. XYZ menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) menunjukkan bahwa rata-rata dari seluruh dimensi SERVQUAL adalah 74,63%, yang berarti pelanggan merasa puas.

Dimensi tangible dalam SERVQUAL memberikan pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan, yang menunjukkan bahwa pelanggan menilai bukti fisik, seperti fasilitas toko, kebersihan, kerapian, dan proses layanan lainnya, telah dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan.

2. Dimensi SERVQUAL lainnya, seperti kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, memiliki nilai yang lebih rendah dan dianggap kurang memuaskan oleh pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada PT. XYZ unyil bakery karena bersedia memberikan informasi untuk kegiatan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akil H.A., *The Scattering of Sound By Fittings in Industrial Buildings*, Ph. D., thesis 1995, The Liverpool University, Chapter 6, pp. 93-109.
- Akil H.A., *Pengukuran Akustik Ruangan Dengan Teknik Pemodelan Skala Fisik*, Makalah untuk dipresentasikan pada PPI-KIM'96.
- Kuttruff H., *On the Acoustics of Auditoria*, Building Acoustics, Volume 1 Number 1, pp. 27-48.
- Sabine W.C., *Collected Papers on Acoustics*, Dover Publications, New York 1923
- Agbor, J Manyi. The Relationship Between Customer Satisfaction and Service Quality: a Study of Three Service Sectors in Umeå [Thesis]. Swedia: Umeå University: 2011.
- Albertus, B. 2010. Analisis Proses Keputusan Berwisata dan Kepuasan Pengunjung di Kebun Raya Bogor [Skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Archakova, Asya. Service Quality and Customer Satisfaction Case Study: Company X [Thesis]. Malaysia. Saimaa University of Applied Sciences, Faculty of Business Administration Lappeenranta: 2013.
- Fithriyyah. Analisis Tingkat Kepuasan pelanggan Terhadap Atribut-Atribut Kualitas Pelayanan Kedai 24 (Studi Kasus Kedai 24, Jakarta Selatan) [Skripsi]. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, Fakultas Sains dan Teknologi: 2016.
- Hejaziey and Maman. Determinant factors toward customer's satisfaction: The case of sharia Banking in Indonesia [Jurnal]. State Islamic University of Syarif Hidayatullah Jakarta, Faculty of Sharia & Law and Faculty Science & Technology: 2018.
- Kirom, Bahrul. 2014. Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan pelanggan. Bandung : Pustaka Reka Cipta. Kotler, Philip dan Kevin L Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 2. Edisi ketigabelas. Jakarta: Erlangga. Nilasari, Eswika dan Istiatin. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo [Jurnal]. Universitas Islam Batik Surakarta, Fakultas Ekonomi. 2015.
- Salsabila, Nur. Analisis Tingkat Kepuasan pelanggan Pada Restoran First Love Patisserie di Jakarta [Skripsi]. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, Fakultas Sains dan Teknologi: 2016. Sangadji, E.M., Sopiah. 2013. Perilaku pelanggan: Pendekatan Praktik Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: CV. Andi.
- Sunyoto, Danang. 2013. Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku pelanggan, Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yamit, Z. 2013. Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Yogyakarta: Ekonisia