

ANALISIS PELAYANAN JASA KALIBRASI DENGAN METODA SERVQUAL DAN IPA UNTUK MENGETAHUI TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA PUSLIT KIM-LIPI

Sewaka, Bambang Irawan
UNIVERSITA PAMULANG
sewaka53@yahoo.com

ABSTRAK

Puslit KIM-LIPI merupakan spesialis di bidang kalibrasi dengan menyediakan fasilitas layanan jasa kalibrasi. Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan dan factor-faktor yang mempengaruhinya, serta menganalisa factor-faktor yang masuk dalam prioritas utama perbaikan layanan dan jasa. Metoda yang digunakan adalah *Servqual* dengan menghitung *gap* antara kepuasan dan harapan pelanggan, dan *Importance-Performance Analysis* untuk menganalisa perbaikan factor-faktor. Hasil penelitian diperoleh *gap* yang semuanya negative antara -1,04 sampai dengan -1,26. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua pelanggan masih merasa belum puas dengan layanan yang diberikan instansi. Dan terdapat 6 faktor yang menjadi prioritas utama perbaikan meliputi Pemberian pelayanan dengan segera, Pemberitahuan akan kapan tepatnya layanan jasa kalibrasi diberikan, Kepemilikan peralatan laboratorium yang mutakhir dan modern, Penampilan fasilitas fisik, Penampilan pendukung pelayanan, dan Operas/transaksi yang fleksibel dan sesuai waktu.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Harapan Pelanggan, *Servqual*.

ABSTRACT

KIM-LIPI Research Center is a specialist in the field of calibration, the calibration facilities services. The purpose of this study is to identify the level of customer satisfaction and the factors that influent it, and analyze the factors that go into a top priority repair service and sevicees. The method used is to calculate the SERVQUAL gap between satisfaction and customer expectations, as well as Importance-Performance Analysis to analyze improvement factors. The result obtained werw all negative gap betmeen -1,04 to -1,26 indicates that all customers still was not satisfied with teha services provided agencies. And there are six factors that are high priorities include the improvement of service delivery quickly when the Notice will be given calibration services, Laboratory equipment ownership sophisticated and modern, Appearance of physical facilities, Appearance support services, Flexible operation/transactions and apperiate time.

Keywords: *Customer Satisfaction, Customer Expectations, Servqual.*

1. PENDAHULUAN

Persaingan pada dunia bisnis di saat ini sangat ketat, sehingga menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk atau jasa yang mereka jual agar dapat mempertahankan atau bahkan merebut pangsa pasar yang ada. Perusahaan yang ingin terus berkembang dan memenangkan persaingan bisnis harus memiliki suatu keunggulan tersendiri serta dapat menyediakan barang/jasa yang berkualitas. Strategi yang tepat harus dijalankan agar dapat bertahan dalam menghadapi dalam persaingan yang terjadi setiap saat.

Kepuasan pelanggan dapat menentukan kelangsungan dari bisnis yang dijalani. Dengan analisa terhadap kepuasan pelanggan, maka perusahaan dapat meningkatkan pengetahuan tentang yang dirasakan konsumennya, dan mengetahui kelebihan dan kekurangan pada perusahaan sehingga dapat menyusun strategi yang tepat untuk bersaing.

Puslit KIM-LIPI merupakan instansi pemerintah yang bergerak dibidang jasa kalibrasi meliputi berbagai satuan ukuran di bidang metrology serta penjualan alat dan peralatan yang sifat produksinya *job order*. Untuk terus dapat bersaing dipasaran perlu adanya peningkatan kualitas pada pelayanan, salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan survei tentang kepuasan pelanggan. Di mana selama ini belum dilakukan penelitian mengenai kepuasan pelanggan terhadap pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu analisa serta pengukuran untuk mengetahui tingkat harapan serta kepuasan pelanggan ini dilakukan sehingga nantinya dapat menjadi gambaran bagi perusahaan dan dapat menghasilkan usulan – usulan strategi yang dapat diambil oleh perusahaan untuk melakukan perbaikan ke depannya.

Tujuan dari tulisan ini adalah:

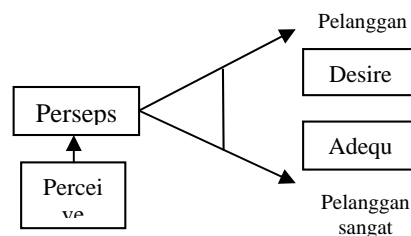
1. Mengetahui *GAP* antara ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Memberikan gambaran kepada perusahaan tentang atribut kualitas yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan.
3. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa di perusahaan.

2. REVIEW PUSTAKA

Kotler mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Tjiptono, 2005:23)

Menurut Kotler kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja dari produk yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Wijaya, 2011:153). Menurut Mowe (2000), kepuasan pelanggan adalah keseluruhan perilaku pelanggan terhadap produk/jasa yang mereka terima setelah pelanggan membeli dan mengkonsumsi produk/jasa. Menurut Oliver dalam Tjiptono (2011:294) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah “The consumer’s fulfillment respons”, yaitu penilaian bahwa fitur produk atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan termasuk tingkat *under-fulfillment* dan *over-fulfillment*.

Kepuasan pelanggan umumnya menilai adanya harapan dari kinerja suatu barang/jasa dan pelayanan yang dirasakan. Harapan pelanggan menyangkut perkiraan atau keyakinan mengenai apa yang diterimanya ketika membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Sedangkan pelayanan yang dirasakan merupakan persepsi pelanggan setelah menerima dan mengkonsumsi produk/jasa. Kesenjangan terjadi apabila pelanggan mempersepsikan pelayanan yang diterimanya lebih tinggi dari *desire service* atau lebih rendah dari *adequate service* kepentingan pelanggan tersebut. Dengan demikian pelanggan dapat merasakan sangat puas atau sebaliknya, sangat kecewa.



Gambar 1.
Diagram proses Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan *gap model of service quality*, maka kesenjangan dapat dibagi menjadi 2(dua) kelompok, yaitu:

1. Kesenjangan yang bersumber dari sisi penerima pelayanan (pelanggan)
2. Kesenjangan yang bersumber dari sisi penyedia jasa (manajemen)

Service Quality dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Metoda Servqual adalah metoda yang sering digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan.

Lima dimensi Servqual oleh Parasuraman dalam Tjiptono (2011:198), yaitu:

1. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
2. Jaminan (*Assurance*)
3. Bukti Fisik (*Tangible*)
4. Empati (*Emphaty*)
5. Reliabilitas (*Reliability*)

Model Servqual ini mendefinisikan bahwa kesenjangan atau gap (G) untuk factor kualitas jasa atau pelayanan tertentu adalah:

$$G (\text{Gap}) = P (\text{Persepsi}) - E (\text{ekspektasi})$$

Perhitungan nilai persepsi pelanggan terhadap kinerja perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus di bawah ini:

$$X_i = \frac{\sum X_i}{n}$$

Di mana:

X_i : Nilai tingkat persepsi pelanggan

N : Jumlah responden

$\sum X_i$: Total dari nilai persepsi pelanggan factor ke- 1_x

Perhitungan nilai kepentingan pelanggan dapat dihitung dengan menggunakan

rumus di bawah ini: $Y_i = \frac{\sum Y_i}{n}$

Di mana:

Y_i : Nilai tingkat persepsi pelanggan

N : Jumlah responden

$\sum Y_i$: Total dari nilai persepsi pelanggan factor ke- 1_y

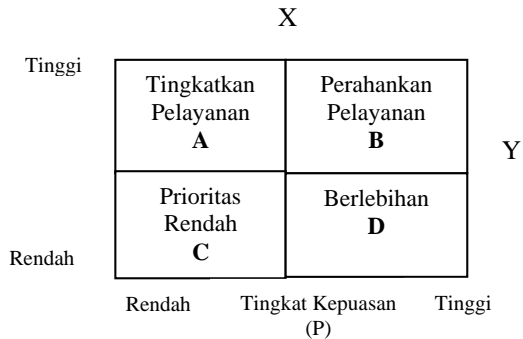
Importance Performance Analysis (IPA) adalah prosedur untuk menunjukkan kepentingan relative untuk berbagai atribut terhadap kinerja organisasi atau perusahaan, produk (Wijaya, 2011:75). Prosedur ini awalnya digunakan sebagai alat untuk menyusun strategi manajemen perusahaan, dan pertama kali diperkenalkan digunakan untuk tujuan mengukur hubungan antara persepsi pelanggan dan prioritas peningkatan barang/jasa yang dikenal pula sebagai *Quadrant Analysis* (Brant, 2000 dan Latu & Everett, 2000), dan selanjutnya IPA telah digunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisis yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003)

IPA menggabungkan pengukuran *Importance-Performance*, di mana *Importance* berlaku bagi berbagai factor tingkat harapan karyawan (ekspektasi) sedangkan *Performance* berlaku sebagai factor tingkat kepuasan (persepsi). Penyajian dibuat dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapat usulan praktis, dan dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *Importance-Performance*, lihat gambar 2.

Keempat kuadran pada gambar 2 dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kuadran A, Tingkat Pelayanan; Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai factor yang sangat penting oleh pelanggan namun kondisi saat ini belum memuaskan.
2. Kuadran B, Pertahankan Pelayanan; Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai factor penunjang bagi kepuasan pelanggan sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.
3. Kuadran C, Prioritas Rendah; Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi pelanggan, sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan factor-faktor tersebut.
4. Kuadran D, Cenderung Berlebihan; Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan factor-faktor lain yang

mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan.



Gambar 2. Matrix IPA

(Sumber: Manajemen Kualitas Jasa, Tony Wijaya)

Untuk mengetahui posisi masing-masing atribut menggunakan perhitungan nilai rata-rata sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Di mana:

\bar{X} : Skor rata-rata persepsi / *performance* X

\bar{Y} : Skor rata-rata harapan / *importance* Y

n : Jumlah responden

Untuk mengetahui garis batas horizontal dan vertikal menggunakan perhitungan nilai rata-rata sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{k} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{k}$$

Di mana:

\bar{X} : Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut

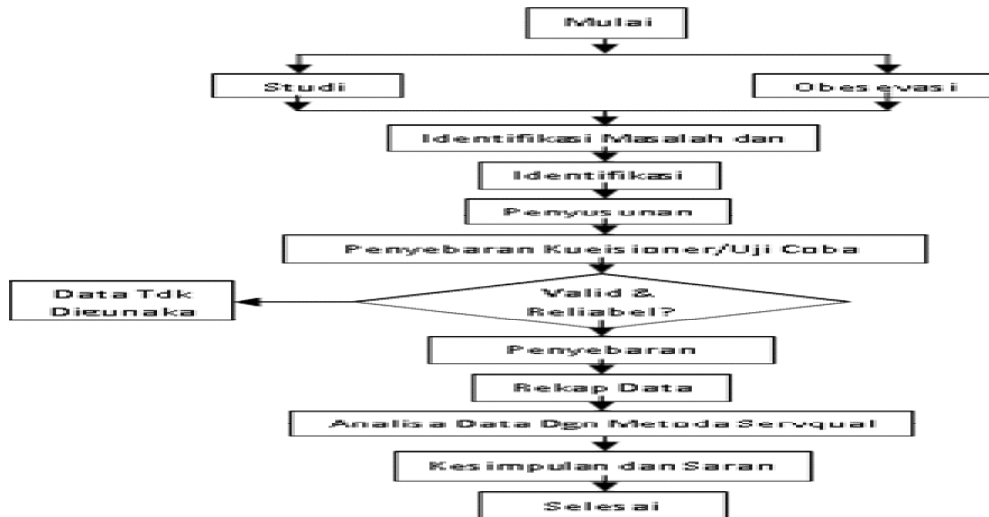
\bar{Y} : Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut

\bar{X} : Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan

\bar{Y} : Skor rata-rata penilaian harapan responden

3. METODOLOGI

Metodologi penelitian dilakukan dengan berdasarkan kepada alaur penelitian seperti terlihat pada gambar 3.



Gambar 3. Alur Penelitian

Dimensi Kualitas	Atribut Penilaian Kepuasan Pelanggan
<i>Responsiveness</i>	1. Pemberian pelayanan dengan segera
	2. Pemberitahuan waktu tepatnya layanan jasa
	3. Kesiapan UPK dalam membantu pelanggan
<i>Assurance</i>	1. Pemberian layanan dengan segera
	2. Pemberitahuan waktu layanan jasa
	3. Kesiapan UPK dalam membantu pelanggan
<i>Tangibles</i>	1. Kepemilikan peralatan yang mutahir dan modern
	2. Penampilan Fasilitas fisik
	3. Penampilan pendukung pelayanan
<i>Empathy</i>	1. Perhatian individual dari instansi atau pegawai kepada pelanggan
	2. Jam operasi yang fleksibel dan sesuai dengan waktu
	3. Pemahaman instansi akan kebutuhan pelanggan secara spesifik

Tabel 1. Atribut

<i>Reliability</i>	1. Ketepatan waktu pengerjaan
	2. Itikad baik pegawai dalam memecahkan masalah pelanggan
	3. Kapasitas layanan jasa yang dikeluarkan oleh instansi

Pelayanan

Penentuan Sampel

Penelitian jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan metoda *Purposive Sampling* dengan populasi sebesar 100 orang, yaitu pelanggan yang sudah aktif dan pelanggan yang sudah tidak melakukan transaksi *trading online*. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan perhitungan berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

Di mana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = % Kelonggaran ketelitian (10 %)

Dengan tingkat kepercayaan 90 % dan tingkat kelonggaran ketelitian 10 %, maka pengambilan sampel minimal adalah sebanyak 50 agar dapat dikatakan mewakili populasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya mengenai kesenjangan antara kepuasan pelanggan dengan kepentingan pelanggan dengan menggunakan 5 dimensi *servqual* didapatkan, bahwa kesenjangan (gap) rata-rata yaitu sebesar -1,16. Hal ini menunjukkan bahwa, menurut persepsi pelanggan bahwa pelayanan perusahaan masih belum memenuhi harapan pelanggan.

Tabel 2. Gap Skor Servqual

Dimensi	Atribut No.	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	Gap Score	Rata-rata
Responsiveness	1	3,08	4,32	-1,24	-1,21
	2	3,04	4,3	-1,26	
	3	3,18	4,32	-1,14	
Assurance	4	3,18	4,3	-1,12	-1,04
	5	3,16	4,24	-1,08	
	6	3,28	4,32	-0,92	
Tangible	7	3,1	4,38	-1,28	-1,15
	8	3,32	4,32	-1	
	9	3,12	4,3	-1,18	
Empathy	10	3,14	4,42	-1,28	-1,26
	11	3,04	4,36	-1,32	
	12	3,02	4,24	-1,18	
Reliability	13	3,2	4,22	-1,02	-1,15
	14	3,1	4,28	-1,18	
	15	2,96	4,2	-1,24	
Rata-rata					-1,16

Berdasarkan table 2, dapat dilihat bahwa gap tertinggi terjadi pada dimensi *Empathy* yaitu sebesar – 1,26 dan gap terkecil berada pada dimensi *Assurance* yaitu sebesar – 1,04. Berdasarkan perhitungan skor servqual (gap) sebelumnya, maka dapat dibuat suatu prioritas berdasarkan besaran gap yang didapat. Urutan berdasarkan gap tersebut dapat dilihat dalam table 3.

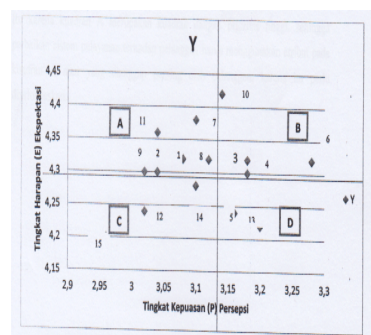
Tabel 3. Peringkat Skor Servqual

No	Indikator	Gap Score	Peringkat
1	Pemberian pelayanan dengan segera	-1,24	10
2	Pemberitahuan waktu tepatnya layanan jasa	-1,26	12
3	Kesiapan UPK dalam membantu pelanggan	-1,14	6
No	Indikator	Gap Score	Peringkat
4	Rasa aman dalam melakukan pendaftaran	-1,12	5
5	Pengetahuan pegawai tentang kalibrasi	-1,08	4
6	Kesopanan pegawai/staf	-0,92	1
7	Kepemilikan peralatan yang mutakhir dan modern	-1,28	14
8	Penampilan Fasilitas fisik	-1	2
9	Penampilan pendukung pelayanan	-1,18	7
10	Perhatian individual dari instansi atau pegawai kepada	-1,28	13

	pelanggan		
11	Jam operasi/transaksi yang fleksibel dan sesuai waktu	-1,32	15
12	Pemahaman perusahaan akan kebutuhan pelanggan secara spesifik	-1,18	8
13	Ketepatan waktu pengerjaan yang memenuhi janji	-1,02	3
14	Itikad baik pegawai dalam memecahkan pelanggan	-1,18	9
15	Kapasitas layanan kalibrasi yang dikeluarkan puslit KIM-LIPI	-1,24	11

Berdasarkan tabel 3 di atas, maka dapat dilihat bahwa tiga peringkat terakhir, yaitu Jam operasi yang fleksibel dan sesuai dengan waktu (peringkat 11), Kepemilikan peralatan yang mutakhir dan modern; Perhatian individual dari instansi atau pegawai kepada pelanggan (peringkat 10), Pemberitahuan waktu tepatnya layanan jasa (peringkat 9) merupakan prioritas untuk perbaikan yang harus dilakukan oleh Instansi untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Analisa tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan dapat menghasilkan suatu *importance performance matrix* yang dapat menunjukkan di mana letak factor-faktor dari masing-masing atribut. Dalam matrix, factor-faktor tersebut dijabarkan ke dalam 4 kuadran yang masing-masing memiliki penilaian tersendiri. Penilaian tersebut akan menjadi patokan untuk menentukan prioritas untuk perbaikan, dan pada gambar 4 merupakan matrix IPA.



Gambar 4
Importance Performance Matrix

Berdasarkan pemetaan factor yang dilakukan di Pusli KIM-LIPI seperti pada gambar 4 di atas, maka dapat diketahui kepuasan pelanggan apa saja dan hal tersebut terlihat pada kuadran A.

Hal tersebut akan menjadi prioritas utama perbaikan yang akan dilakukan di Pusli KIM-LIPI dan juga sebagai atribut kepuasan konsumen. Factor tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Atribut nomor 1: Pemberian pelayanan dengan segera
2. Atribut nomor 2: Pemberitahuan waktu tepatnya layanan jasa
3. Atribut nomor 7: Kepemilikan peralatan laboratorium yang mutahir dan modern
4. Atribut nomor 8: Penampilan fasilitas fisik
5. Atribut nomor 9: Penampilan pendukung pelayanan
6. Atribut nomor 11: Jam operasi/transaksi yang fleksibel dan sesuai waktu

Prioritas di atas berada pada kuadran A, pada kuadran B yang dipertahankan adalah atribut nomor 3, 4, 6, dan 10. Pada kuadran C yang merupakan prioritas rendah adalah atribut nomor 12, 14, dan 15. Sedangkan pada kuadran D yang merupakan prioritas *over* adalah atribut nomor 5 dan 13.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisa yang dilakukan dari pengolahan data, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Berdasarkan analisa gap dimensi servqual didapat bahwa rata-rata gap sebesar -1,16. Dimensi dengan gap terbesar terdapat pada dimensi *Empathy* yaitu sebesar - 1,26 dan gap terkecil berada pada dimensi *Assurance* yaitu sebesar - 1,04. Gap bernilai negative menunjukkan bahwa persepsi kualitas pelayanan Puslit KIM-LIPI terhadap harapan pelanggan masih di bawah apa yang diharapkan oleh pelanggan.
2. Berdasarkan analisis data pada matrix *Importance Performance Analysis* didapatkan hasil sebagai berikut yaitu hal yang harus menjadi focus utama untuk menjadi perhatian Puslit KIM-LIPI adalah seluruh atribut yang ada di kuadran A, sedangkan hal yang harus diperbaiki tetapi tidak menjadi prioritas terlalu tinggi adalah seluruh atribut yang ada di kuadran C.

Saran-saran dapat dijadikan pertimbangan untuk dilakukan oleh Puslit KIM-LIPI adalah:

1. Selain atribut pada kuadran A yang harus ditingkatkan atau diperbaiki, atribut yang ada di kuadran B harus terus dipertahankan kinerjanya agar supaya kepuasan pelanggan tetap dan atau menjadi meningkat sehingga dapat menjadi acuan bagi calon pelanggan melalui *word of mouth*.
2. Survey kepuasan pelanggan sebaiknya dilakukan secara berkala, walaupun Puslit KIM-LIPI adalah instansi pemerintah yang punya kewajiban untuk mendorong industri dalam hal peningkatan mutu industri secara nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Julius, Yudi., dan Nandan Limakrisna., 2016. Manajemen Pemasaran (Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan), Penerbit Deepublish (CV. Budi Utama). Sleman
- Rangkuti. 2002. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan, Gramedia, Jakarta.
- Sugiono. 2007. Statistik Untuk Penelitian. Penerbit alf Beta.
- Supranto, J. 2006, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar, Rieka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2011. Service Quality and satisfaction Ed 3, Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2005. Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS). Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wijaya, T. 2011. Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan kano, Disertasi. Contoh Aplikasi dalam kasus Penelitian, Penerbit Index.