

## PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN DENGAN PENDEKATAN SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

**Rahman Manurung, Supriyadi Supriyadi, Tri Joko Wibowo**  
Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Serang Raya  
Email: darrencm.gas@gmail.com ; supriyadi@mti@gmail.com; rb.bowo@gmail.com

**Abstrak** – Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis menghadapi persaingan. Peningkatan pelayanan kepada para konsumen adalah hal yang sangat penting dalam usaha meningkatkan kepuasan para konsumen. Permasalahan yang dihadapi perusahaan saat ini adalah inefisiensi pada proses pelayanan yang disebabkan banyaknya waste (pemborosan) dan non-value added activity yang dapat merugikan perusahaan, seperti penanganan kerusakan pada perpipaan yang lambat, seringnya terjadinya komplain dari pelanggan, sehingga berdampak pada kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi harapan atau keinginan konsumen, tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan dan memberikan usulan perbaikan kualitas layanan berdasarkan prioritas perbaikan dari diagram IPA. Penelitian ini, menggunakan kuesioner, wawancara dan observasi dalam pengumpulan data. Responden penelitian adalah semua perwakilan dari konsumen yang berjumlah 10 perusahaan. Hasil survei diolah dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan rata-rata masih tidak memuaskan. Hal ini dibuktikan dengan hasil gap negatif yang diperoleh dari seluruh dimensi yang diukur. Untuk meningkatkan kualitas layanan dapat dilakukan dengan cara membina komunikasi dengan pihak supplier (pertamina) membuat jalur pipa khusus sehingga aliran gas dari supplier tidak terbagi dengan distributor lain, pembuatan control valve otomatis dari supplier, melakukan service secara berkala, kerjasama dengan supplier lain untuk membackup gas ketika pasokan dari supplier utama terganggu, dan memberikan kompensasi pasokan gas kepada konsumen yang mengalami kekurangan pasokan gas.

**Kata kunci:** IPA; Konsumen; Kualitas Pelayanan; Servqual

**Abstract** -- Customer satisfaction in the service sector is an important and decisive element in developing the company so that it still exists in the face of competition. Improving service to consumers is very important in an effort to increase customer satisfaction. The problems faced by companies today are inefficiencies in the service process caused by the amount of waste and non-value added activities that can harm the company, such as handling damage to slow piping, frequent complaints from customers, thus impacting consumer satisfaction. This study aims to identify the expectations or desires of consumers, the level of customer satisfaction with the quality of services and propose improvements to service quality based on priority improvements from the IPA diagram. This study, using questionnaires, interviews and observations in data collection. Research respondents were all representatives of consumers totaling 10 companies. Survey results are processed using validity and reliability, Servqual and Importance Performance Analysis (IPA) tests. The results showed that the level of customer satisfaction with the average service quality was still unsatisfactory. This is evidenced by the results of a negative gap obtained from all dimensions measured. To improve the quality of service can be done by fostering communication with the supplier (Pertamina) to make a special pipeline so that the flow of gas from the supplier is not divided with other distributors, making automatic control valve from the supplier, doing regular service, cooperation with other suppliers to back up gas when the supply from the main supplier is disrupted, and provides compensation for gas supply to consumers who experience gas supply shortages.

**Keywords:** Consumer; IPA; Service quality; Servqual

## PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis menghadapi persaingan. Peningkatan pelayanan kepada para konsumen adalah hal yang sangat penting dalam usaha meningkatkan kepuasan para konsumen. Puas atau tidaknya konsumen merupakan respon konsumen terhadap evaluasi ketidakesesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau norma kinerja lainnya.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran keberhasilan dalam memberi jaminan kepuasan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik dari suatu produk dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang menekankan untuk memenuhi harapan pelanggan sehingga cocok saat digunakan. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Metode pengukuran kualitas layanan yang banyak digunakan secara luas adalah metode *servqual*. *Servqual* berasal dari kata *service quality* yang artinya kualitas layanan. Metode *servqual* didasarkan pada Gap Model yang dikembangkan oleh (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985). Kualitas layanan merupakan selisih antara layanan yang dirasakan atau dipersepsikan oleh konsumen (persepsi) dengan layanan ideal yang diinginkan atau diminta oleh konsumen (harapan).

Adapun kelebihan metode *servqual* antara lain dapat diketahui nilai gap (nilai kualitas pelayanan) dari setiap atribut kebutuhan, dapat diketahui bagaimana harapan dan bagaimana kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan, dapat diketahui atribut mana yang harus menjadi fokus untuk perbaikan selanjutnya, metode *servqual* telah menjadi standar penilaian atas berbagai dimensi kualitas pelayanan, berbagai riset menunjukkan bahwa metode *servqual* valid untuk berbagai konteks layanan dan kuesioner *servqual* adalah reliabel, artinya pertanyaan-pertanyaan dipersepsikan sama oleh responden yang berbeda

Permasalahan yang dihadapi perusahaan saat ini adalah tingkat kepuasan dan inefisiensi

pada proses pelayanan yang disebabkan oleh anggapan yang salah mengenai atribut yang penting oleh jajaran manajemen dengan persepsi *customer* yang disebut dengan gap dan banyaknya *waste* (pemborosan) dan *non-value added activity* yang dapat merugikan perusahaan, seperti penanganan kerusakan pada perpipaan yang lambat, seringnya terjadinya komplain dari pelanggan, sehingga berdampak pada kepuasan konsumen. Selain itu, proses perencanaan dan pemeliharaan yang kurang baik sehingga jaringan pipa tidak bisa bekerja dengan optimal, perusahaan harus melakukan proses tambahan perbaikan atau penggantian jaringan pipa. Sebuah kerusakan pada jaringan pipa sedikitnya membutuhkan waktu perbaikan, biaya jutaan, dan penalti dari *customer* (perusahaan) karena distribusi gas yang tidak terlayani. Kalau dihubungkan dengan kepuasan konsumen, maka tentu kepuasan *customer* terganggu. Penelitian ini berusaha mengatasi permasalahan tersebut, sehingga pemborosan dan *non-value added activity* bisa dikurangi, kepuasan *customer* terpenuhi, tentunya akan meningkatkan performansi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi harapan atau keinginan konsumen, tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan dan memberikan usulan perbaikan kualitas layanan berdasarkan prioritas perbaikan dari diagram IPA. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan solusi perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

## METODE PENELITIAN

penelitian ini menggunakan metode deskriptif korelasional (Nair, Ranjith, Bose, & Shri, 2010). Metode penelitian deskriptif ataupun disebut juga penelitian survey adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat suatu objek atau populasi tertentu. Penelitian korelasional adalah suatu penelitian yang dilaksanakan dengan tujuan mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan (berkorelasi) dengan satu atau lebih faktor lain berdasarkan koefisien korelasi ((Sinulingga, 2011). Pada penelitian ini, fakta yang akan dideskripsikan adalah ketidakesesuaian atau gap antara sistem pelayanan dengan harapan *customer*.

Dalam pengumpulan data, dibutuhkan instrumen atau peralatan yang perlu dirancang secara spesifik. Kuesioner adalah suatu bentuk instrumen pengumpulan data dalam format pertanyaan tertulis yang dilengkapi dengan kolom dimana responden akan menuliskan

jawaban atas pertanyaan yang diarahkan kepadanya (Sinulingga, 2011). Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner yang disebarakan kepada responden berisi tentang poin-poin tingkat kepentingan customer terhadap Perusahaan pada saat ini.

Kuesioner menggunakan kuesioner tertutup. Menurut Sinulingga (2011), persyaratan dalam penggunaan kuesioner tertutup adalah penelitian harus mempunyai informasi lengkap tentang *space* dari jawaban yang diajukan karena responden hanya memilih jawaban yang tersedia untuk dipilih. Variabel-variabel yang digunakan untuk kuesioner tertutup ini adalah dimensi-dimensi SERVQUAL untuk kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman *et al.*, sebagaimana dikutip dari Purnama (2006). Namun dimensi kualitas layanan tersebut bersifat general, sehingga jika diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakteristik spesifik memerlukan modifikasi, misalnya untuk kasus perusahaan distribusi gas bumi. Berdasarkan hal tersebut Othman & Owen (2001) menyodorkan dimensi CARTER untuk mengukur kualitas layanan yang dikembangkan dari konsep SERVQUAL, dengan tambahan dimensi *compliance* berupa prinsip. CARTER terdiri dari 6 dimensi kualitas layanan yang juga merupakan singkatan dari *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, Responsiveness*. Variabel-variabel dari CARTER tersebut beserta atributnya akan menjadi variabel-variabel di dalam kuesioner penelitian ini sebagaimana dikembangkan dari Bahia & Nantel (2000).

Pengukuran yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini menggunakan skala Likert. Interpretasi dari skala Likert untuk kuesioner adalah sebagai berikut:

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak setuju
- 3 : Cukup Setuju
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

Alasan penelitian menggunakan metode pembobotan seperti itu adalah untuk meminimalisir *gap* estimasi yang mungkin terjadi apabila memilih metode pemberian persentase pada pilihan jawaban yang ada. Adapun indikator-indikator penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS dengan langkah uji validitas dan reliabilitas, perhitungan kualitas layanan dengan Servqual dan perbaikan prioritas berdasarkan tabel IPA. Validitas data adalah suatu ukuran yang mengacu kepada derajat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dan data yang sebenarnya di dalam sumber data. Data valid diperoleh apabila instrumen

pengumpulan data juga valid (Sinulingga, 2011). Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dianggap valid, yang bisa dilakukan dengan beberapa cara:

1. Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 (Sugiyono, 2004)
2. Jika koefisien korelasi *product moment* > r-tabel ( $\alpha : n-2$ ) n= jumlah sampel
3. Nilai sig.  $\leq \alpha$

Tabel 1. Dimensi dan Atribut Layanan

Dimensi	Atribut
<i>Compliance</i>	Heating value (GHV) produk gas yang disalurkan memenuhi harapan
	Komposisi gas yang disalurkan memenuhi harapan
	Gas kecil (tidak sesuai kontrak)
<i>Assurance</i>	Keamanan penyaluran gas
	Kebocoran memungkinkan kebakaran
	Tanggapan bila ada komplain dari customer
	Customer yakin manajemen bisa menyelesaikan masalah bila ada kendala penyaluran gas dengan baik
<i>Reliability</i>	Gangguan pipa distribusi gas
	Gangguan pipa instalasi (kotor, bocor)
	Gangguan peralatan MR/S
	Gangguan pada meter turbin gas
<i>Tangibles</i>	Fasilitas penyaluran gas
	Kontinuitas supply gas
	Media akses untuk menyampaikan saran
	Pencatatan meter gas
<i>Empathy</i>	Customer mudah menyampaikan keluhan tentang supply gas melalui kotak saran
	Sikap karyawan selama melayani
	Informasi penanganan komplain
<i>Responsiveness</i>	Pemakaian gas tidak sesuai
	Penyampaian keluhan bertele-tele
	Perubahan kontrak
	Respon yang terlalu lama

Reliabilitas adalah sebuah alat ukur berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data yang dihasilkan dari proses pengumpulan data dengan menggunakan instrumen tersebut

(Sinulingga, 2011). Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS, yang akan memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas sebuah variabel menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha*  $\alpha$  dengan kriteria sebagai berikut (Sekaran, 2006):

- 1) *Cronbach's alpha* < 0,6 maka reliabilitas buruk
- 2) *Cronbach's alpha* 0,6 – 0,79 maka reliabilitas tidak ditolak
- 3) *Cronbach's alpha* 0,8 maka reliabilitas baik

Perhitungan nilai gap (Persepsi–Harapan) dikutip dari Muluk (2008) adalah sebagai berikut:

- a. Jika gap positif (persepsi > harapan), maka layanan dikatakan "surprise" dan memuaskan.
- b. Jika gap nol (persepsi = harapan), maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.
- c. Jika gap negatif (persepsi < harapan), maka layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan.

Perhitungan bobot tingkat kepentingan dari dimensi SERVQUAL dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang berisi penentuan bobot tingkat kepentingan kualitas pelayanan. Bobot yang diperoleh dari pelanggan dirata-ratakan sehingga diperoleh bobot akhir yang nantinya akan digunakan untuk menghitung nilai SERVQUAL.

Pemetaan hasil perhitungan SERVQUAL dilakukan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui prioritas perbaikan kualitas pelayanan pada Perusahaan. Nilai rata-rata dari persepsi dan harapan konsumen *diplot* ke dalam *importance performance matrix*. IPA digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan terhadap kualitas layanan (*importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*performance*). Rata-rata hasil penilaian keseluruhan konsumen kemudian digambarkan ke dalam *Importance Performance Matrix* atau sering disebut dengan "Diagram *Cartesius*" dengan sumbu absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat kepentingan.

Rata-rata tingkat kinerja digunakan sebagai *cut-off* atau pembatas kinerja tinggi dengan tingkat kinerja rendah, sedangkan rata-rata tingkat kepentingan digunakan sebagai *cut-off* tingkat kepentingan tinggi dengan tingkat kepentingan rendah. Matriks ini digunakan untuk menggambarkan prioritas atribut yang harus diperbaiki dan bisa menjadi petunjuk untuk formulasi strategi. Peta posisi kuadran masing-masing atribut atau dimensi layanan mengindikasikan derajat urgensi relatif untuk perbaikan kualitas layanan (Muluk, 2008).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan data dilakukan setelah didapatkan hasil tabulasi kuesioner. Data-data yang ada digunakan untuk kualitas pelayanan. Tahapan-tahapannya adalah penentuan validitas dan reliabilitas, metode *servqual*, dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

### Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas kuesioner, dilakukan untuk memastikan sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner dapat mengukur hal yang diteliti. Item dapat dikatakan valid jika terjadi korelasi yang kuat dengan skor totalnya. Hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap sesuatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan ditujukan kepada responden berbentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu. Pengujian validitas item dalam SPSS menggunakan *Corrected Item Total Correlation* dengan syarat  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sah atau tidaknya indikator yang dipergunakan sebagai alat ukur variabel. Dalam kuesioner ini berjumlah 10 responden. Dengan demikian diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,576 dengan derajat kebebasan 5%.

Item-item variabel dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dari tabel 2 dapat diketahui nilai seluruh pertanyaan hasilnya lebih dari 0,576. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item variabel yang digunakan valid dan dapat dilanjutkan ke uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen/indikator yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat ukur. Makin kecil *error* pengukuran makin *reliabel* alat pengukur. Sebaliknya, makin besar *error* makin tidak *reliable* alat pengukur tersebut. Reliabilitas dinyatakan dengan angka-angka, biasanya sebagai suatu koefisien. Koefisien yang tinggi menunjukkan reliabilitas yang tinggi dan makin rendah kesalahan dalam pengukuran. Pengujian reliabilitas terhadap hasil kuesioner dilakukan untuk memastikan apakah *kuesioner* tersebut konsisten dalam mengukur suatu gejala yang sama. Dari data-data yang telah diperoleh, dapat diketahui hasil uji reliabilitas persepsi masyarakat dan harapan masyarakat dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* (Tabel 3).

Nilai *Cronbach's Alpha* dari hasil pengolahan data persepsi diperoleh nilai 0,968 dan harapan adalah 0,959. Dengan demikian sesuai teori Sekaran (2006), instrumen/indikator persepsi dan kepentingan masyarakat dinilai baik. Dengan demikian apabila dilakukan pengukuran ulang maka data yang didapat akan konsisten dari waktu ke waktu.

Tabel 2. Validitas Kuesioner Peningkatan Kualitas Pelayanan

Persepsi				Harapan			
Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan	Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
C_1	0,758	0,576	Valid	C_1	0,845	0,576	Valid
C_2	0,736	0,576	Valid	C_2	0,727	0,576	Valid
C_3	0,736	0,576	Valid	C_3	0,734	0,576	Valid
A_1	0,890	0,576	Valid	A_1	0,650	0,576	Valid
A_2	0,708	0,576	Valid	A_2	0,708	0,576	Valid
A_3	0,711	0,576	Valid	A_3	0,698	0,576	Valid
A_4	0,901	0,576	Valid	A_4	0,845	0,576	Valid
R_1	0,843	0,576	Valid	R_1	0,823	0,576	Valid
R_2	0,764	0,576	Valid	R_2	0,667	0,576	Valid
R_3	0,769	0,576	Valid	R_3	0,838	0,576	Valid
R_4	0,764	0,576	Valid	R_4	0,785	0,576	Valid
T_1	0,772	0,576	Valid	T_1	0,773	0,576	Valid
T_2	0,728	0,576	Valid	T_2	0,769	0,576	Valid
T_3	0,765	0,576	Valid	T_3	0,705	0,576	Valid
T_4	0,791	0,576	Valid	T_4	0,690	0,576	Valid
E_1	0,726	0,576	Valid	E_1	0,670	0,576	Valid
E_2	0,736	0,576	Valid	E_2	0,715	0,576	Valid
E_3	0,780	0,576	Valid	E_3	0,722	0,576	Valid
E_4	0,794	0,576	Valid	E_4	0,797	0,576	Valid
D_1	0,644	0,576	Valid	D_1	0,701	0,576	Valid
D_2	0,727	0,576	Valid	D_2	0,713	0,576	Valid
D_3	0,819	0,576	Valid	D_3	0,639	0,576	Valid
D_4	0,758	0,576	Valid	D_4	0,845	0,576	Valid

Tabel 3. *Reliability Statistic*

	Reliabilitas	Keterangan
Persepsi	0,968	Baik
Harapan	0,959	Baik

**Metode SERVQUAL dan Importance Performance Analysis (IPA)**

Nilai *gap* dari kualitas pelayanan dapat dihitung berdasarkan nilai rata-rata dan skor persepsi dan harapan konsumen. Hasil perhitungan *gap* dapat dilihat pada Tabel 4. Dari

hasil perhitungan *gap* diperoleh bahwa seluruh dimensi dari kualitas pelayanan tidak berkualitas atau tidak memuaskan. Hal ini dapat dilihat dari nilai harapan masyarakat lebih tinggi dibandingkan dengan persepsi kualitas pelayanan ( $\text{persepsi} < \text{harapan}$ ). Dari keseluruhan nilai *gap* yang bernilai negatif, nilai *gap* negatif tertinggi berada pada dimensi *Reliability* dengan nilai sebesar -1,17

Perhitungan bobot tingkat persepsi dan harapan konsumen dari dimensi SERVQUAL diperoleh dari total nilai yang diperoleh dari

kuesioner persepsi dan harapan konsumen dirata-ratakan dengan total data yang diperoleh (Muluk, 2008). Dari Tabel 5 dapat dilihat bahwa seluruh nilai harapan masyarakat lebih tinggi dari persepsi masyarakat. Nilai *gap* terbobot tertinggi untuk persepsi berada pada dimensi *reliability* dengan nilai *gap* terbobot pada tingkat persepsi

sebesar -0,18 sedangkan nilai *gap* terbobot pada tingkat harapan sebesar -0,22 yang berarti bahwa *reliability* merupakan prioritas untuk perbaikan pada sistem pelayanan. Hasil perhitungan *gap* diperoleh urutan perbaikan yang diawali dengan *Reliability, Compliance, Assurance, Tangible, Empathy dan Responsiveness*

Tabel 4. Rekapitulasi Perhitungan Gap Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi	Nilai Rata-rata		Gap	Keterangan
		Persepsi (X)	Harapan (Y)		
1	<i>Compliance</i>	3.55	3.90	-0.35	Tidak memuaskan
2	<i>Assurance</i>	3.30	3.73	-0.43	Tidak memuaskan
3	<i>Reliability</i>	2.83	4.00	-1.17	Tidak memuaskan
4	<i>Tangibles</i>	3.23	3.60	-0.37	Tidak memuaskan
5	<i>Empathy</i>	3.57	3.83	-0.26	Tidak memuaskan
6	<i>Responsiveness</i>	3.34	3.78	-0.44	Tidak memuaskan
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.30</b>	<b>3.81</b>	<b>-0.51</b>	

Tabel 5. Rekapitulasi Perhitungan Gap Terbobot Kualitas Pelayanan

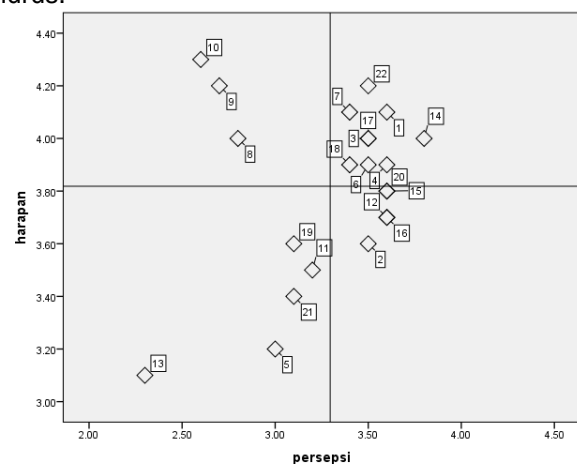
No.	Dimensi	Persepsi		Harapan	
		Bobot	Gap terbobot	Bobot	Gap terbobot
1	<i>Compliance</i>	0,20	-0,07	0,19	-0,07
2	<i>Assurance</i>	0,14	-0,06	0,13	-0,06
3	<i>Reliability</i>	0,16	-0,18	0,19	-0,22
4	<i>Tangibles</i>	0,13	-0,05	0,13	-0,05
5	<i>Empathy</i>	0,15	-0,04	0,14	-0,04
6	<i>Responsiveness</i>	0,23	-0,10	0,23	-0,10

Pemetaan hasil perhitungan SERVQUAL dilakukan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui prioritas perbaikan kualitas pelayanan. Nilai rata-rata dari persepsi dan harapan konsumen di *plot* ke dalam *Importance Performance Matrix* (Muluk, 2008).

Nilai rata-rata tiap atribut pertanyaan dan setiap dimensi kemudian di *plot* ke dalam *importance performance matrix* dimana persepsi sebagai *performance* dan harapan sebagai *importance*. Nilai rata-rata persepsi (*performance*) sebagai nilai konstan dari sumbu X yang membentuk garis lurus dan juga nilai rata-rata harapan (*importance*) sebagai nilai konstan dari sumbu Y yang membentuk garis lurus. Perpotongan nilai rata-rata antara persepsi (X) dan harapan (Y) akan membentuk ruang-ruang untuk menjadi ruang bagi kuadran A, B, C dan D pada *importance performance matrix*. *Importance performance matrix* untuk setiap atribut dapat dilihat pada Gambar 1.

Nilai rata-rata persepsi sebagai nilai

konstan dari sumbu X yaitu pada koordinat 3,30 yang membentuk garis lurus dan juga nilai rata-rata harapan sebagai nilai konstan dari sumbu Y yaitu pada koordinat 3,81 yang membentuk garis lurus.



Gambar 1. *Importance Performance Matrix* Setiap Atribut Layanan

Hasil pemetaan ke dalam kuadran-kuadran *importance performance matrix* untuk atribut-atribut layanan seperti pada Gambar 4.2. akan dijelaskan berikut ini:

1. Kuadran B (*concentrate here*)

Atribut layanan yang berada di dalam kuadran ini adalah sebagai berikut ketepatan jumlah gas yang disalurkan memenuhi harapan (atribut 10), masalah pressure dan flow gas yang disuplai ke customer memenuhi harapan (atribut 9), waktu dalam penyaluran gas tepat waktu (atribut 8) diperoleh hasil bahwa persepsi atribut layanan ini masih dinilai rendah Hal ini menunjukkan bahwa tingkat harapan terhadap atribut tinggi namun tingkat persepsi yang ditunjukkan oleh atribut layanan rendah. Kondisi ini berbahaya karena kontrasnya tingkat persepsi dan harapan konsumen sehingga perbaikan harus diprioritaskan atau dikonsentrasikan untuk atribut yang berada pada kuadran ini (Purnama, 2005).

2. Kuadran C (*keep up the good work*)

Atribut layanan yang berada di dalam kuadran ini adalah operator langsung tanggap dan mencari solusi bila ada mengemukakan masalah di meter gas customer (atribut 22), manajemen menyelesaikan masalah penyaluran gas dengan baik (atribut 7), media akses untuk menyampaikan saran dan komplain mudah dan jelas (atribut 17), specific Gravity (SG) gas yang disalurkan memenuhi harapan (atribut 1), alat-alat ukur dan teknologi dalam penyaluran gas sudah optimal (atribut 14), heating value produk gas yang disalurkan sesuai dengan standart customer (atribut 3), informasi adanya perubahan terkait produk disampaikan secara cepat dan tepat (atribut 18), kontinuitas suplai gas alam memenuhi harapan (atribut 6), kaidah-kaidah HSE (Heat, Safety & Environment) dijalankan secara baik (atribut 4). Pada atribut ini skor tingkat harapan berada di atas nilai rata-rata tingkat harapan yang berarti bahwa tingkat harapan konsumen tinggi pada atribut layanan ini sedangkan skor tingkat persepsi berada di atas nilai rata-rata tingkat persepsi yang berarti bahwa kinerja atribut layanan ini sudah dinilai tinggi.

3. Kuadran A (*low priority*)

Atribut layanan yang berada di dalam kuadran ini adalah pada saat customer menyampaikan keluhan tidak bertele-tele (atribut 19), operator gas cepat merespon komplain walau diluar jam kerja (atribut 11), temu pelanggan gas dilaksanakan secara baik (atribut 21), kandungan pengotor (CO<sub>2</sub>,

H<sub>2</sub>S, dll) masih memenuhi harapan kerja (atribut 5), harga gas yang disepakati memenuhi harapan (atribut 13).

Pada atribut ini skor tingkat harapan berada di bawah nilai rata-rata tingkat harapan yang berarti bahwa tingkat harapan konsumen rendah pada atribut layanan ini sedangkan skor tingkat kepentingan berada di bawah nilai rata-rata tingkat kepentingan yang berarti bahwa kinerja atribut layanan ini masih dinilai rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat harapan konsumen terhadap atribut-atribut layanan rendah, tingkat persepsi juga rendah sehingga atribut-atribut yang berada pada kuadran ini mendapat prioritas paling rendah untuk diperbaiki (Purnama, 2005).

4. Kuadran D (*possible overkill*)

Atribut layanan yang berada di dalam kuadran ini adalah pengambilan data gas harian tepat waktu (atribut 15), saran dan komplain yang disampaikan direspon dengan baik (atribut 20), fasilitas penyaluran gas baik dan memenuhi harapan (atribut 12), informasi penanganan komplain diberikan secara tepat (atribut 16). Pada atribut ini skor tingkat harapan berada di bawah nilai rata-rata tingkat harapan yang berarti bahwa tingkat harapan konsumen rendah pada atribut layanan ini sedangkan skor tingkat persepsi berada di atas nilai rata-rata tingkat persepsi yang berarti bahwa kinerja atribut layanan ini sudah dinilai tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat harapan masyarakat terhadap atribut layanan rendah, namun tingkat persepsi yang ditunjukkan tinggi. Kemungkinan hal ini terjadi karena pemberian layanan yang berlebihan (*over act* atau *overkill*) sehingga harus mengurangi aktivitas atau menghemat sumber daya untuk atribut layanan pada kuadran ini (Purnama, 2005).

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui ketidakpuasan konsumen yang harus menjadi konsentrasi perbaikan yaitu ketepatan jumlah gas yang disalurkan memenuhi harapan (atribut 10), masalah pressure dan flow gas yang disuplai ke customer memenuhi harapan (atribut 9) dan waktu dalam penyaluran gas tepat waktu (atribut 8).

Sebagai perusahaan distribusi gas, Perusahaan sangat tergantung dari pemasok, dalam hal ini tergantung pasokan dari Pertamina. Dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, operasi serah/terima gas harus sesuai permintaan oleh customer, dengan kontrak yang sudah disepakati. Kondisi saat ini gas yang diterima di customer tidak tepat waktu pada saat jumlah gas dibutuhkan di pemakaian akhir. Misalnya pada customer Candra Asri di arah anyer

membutuhkan gas 5000 MMSCF (*Million Standard Cubic Feet per Day*), tetapi gas yang diterima customer tidak stabil. Untuk itu perlu dilakukan perbaikan di titik pemuatan yang di suplai ke customer.

Pemakaian customer gas pressure sangat menentukan nilai kalor aliran gas yang di suplai. Bila pressure rendah akan sangat berpengaruh pada produksi customer, yang menyebabkan penyaluran gas menjadi tidak tepat waktu. Untuk itu harus selalu menjaga kestabilan pressure. Pada kondisi sekarang gas pressure tidak menentu menyebabkan customer sering complain, sehingga perlu dilakukan perbaikan.

Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menekan masalah-masalah tersebut antara lain:

1. Membina komunikasi dengan pihak supplier (pertamina) sehingga ketika gas turun langsung bisa action (ada kontak khusus dari supplier sebagai penganggung jawab di lapangan).

Komunikasi dengan pihak supplier perlu dijaga dengan baik karena keberlangsungan kelancaran produk tergantung dari pemasok. Kadang sebagai pihak distribusi sering dirugikan dengan pasokan yang diberikan oleh pihak supplier. Untuk itu perlu dilakukan perbaikan-perbaikan untuk mengurangi keterlambatan yang terjadi. Perlu diadakan dengan pihak supplier mengenai standard penanganan bila pasokan yang bermasalah. Adanya kontak khusus ini dimaksudkan agar permasalahan segera dapat ditangani dan agar penanganan lebih berfokus ketika ada penanggungan jawabnya.

2. Membuat jalur pipa khusus sehingga aliran gas dari supplier tidak terbagi dengan distributor lain.

Ketersediaan pasokan yang memenuhi permintaan konsumen mutlak dipenuhi. Sebagai distributor harus siap melakukan investasi yang besar dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan. Permasalahan yang terjadi saat ini karena dari pihak pertamina mensupply banyak distributor, kadang pasokan yang distributor tidak merata. Sering kali pasokan gas berkurang karena pemakaian yang besar dari distributor lain sehingga pasokan ke perusahaan menjadi terganggu. Dengan membuat jalur khusus memang membutuhkan investasi yang besar, akan tetapi dengan jalur terpisah pasokan kita tidak akan terganggu oleh distributor lain sehingga diharapkan pressure gas kita diharapkan bisa stabil.

3. Pembuatan control valve otomatis dari supplier sehingga pasokan gas terbagi merata

ke masing-masing distributor.

Control valve yang ada sekarang masih banyak yang manual sehingga tergantung dari letak distributor. Semakin dekat dengan supplier maka supply gas yang didapatkan akan semakin baik. Akan tetapi jika jarak semakin jauh maka pasokan tergantung dari pemakaian gas yang dekat dengan supplier. Hal ini tentu merugikan bagi yang jauh dari supplier. Pemasangan control valve ini bertujuan untuk mengatur suplai gas ke masing-masing konsumen menjadi sama sesuai dengan permintaannya. Pengaturan ini juga berfungsi untuk menjamin konsumen bisa mendapatkan pelayanan yang sama tanpa harus memperhatikan jarak dari supplier. Jarak yang dekat dan jauh akan sama-sama mendapatkan pasokan sesuai dengan kebutuhan masing-masing konsumen.

4. Melakukan *service* secara berkala dan peneraan/kalibrasi oleh dinas instansi yang berwenang untuk mempertahankan kondisi alat-alat ukur penyaluran gas yang dimiliki.

Selain memperkuat kerjasama dengan pihak supplier, perusahaan juga harus melakukan perawatan terhadap alat-alat yang dimiliki untuk mensupply ke konsumen. Perawatan secara rutin diharapkan untuk membantu kelancaran pasokan gas. Perawatan ini harus berpedoman dengan standar-standar yang telah ada. Ini juga sebagai komitmen perusahaan untuk memenuhi pasokan gas sesuai dengan permintaan konsumen.

5. Kerjasama dengan supplier lain untuk membackup gas ketika pasokan dari supplier utama terganggu,

Kerjasama dengan satu supplier membuat posisi sebagai distributor kurang kuat apalagi kalo dengan BUMN. Sebagai distributor kita tidak bisa menyalahkan pihak supplier akan terganggunya pasokan gas yang disalurkan. Agar kepercayaan konsumen tetap terjaga, perusahaan perlu mencari alternative supplier lain agar permintaan konsumen tetap terpenuhi. Kerjasama dengan supplier lain ini bertujuan untuk membackup pasokan gas ke konsumen tetap terpenuhi apabila pasokan dari supplier utama terganggu. Walaupun harganya lebih mahal akan tetapi perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya.

6. Memberikan kompensasi pasokan gas kepada konsumen yang mengalami kekurangan pasokan gas.

Pemenuhan kebutuhan konsumen merupakan tujuan utama perusahaan. Walaupun dalam perjalanannya ada banyak gangguan,



perusahaan harus berusaha memenuhi pasokan konsumen sesuai dengan kontrak yang disepakati. Perusahaan perlu membuat perjanjian dengan pihak konsumen apabila terjadi hal-hal yang tidak dapat dihindari terutama masalah pasokan gas yang tidak sesuai. Perlu ada perjanjian tertulis mengenai kompensasi jika perusahaan tidak dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dalam periode tertentu. Pemberian kompensasi gas ini bertujuan untuk tetap membina hubungan baik dengan konsumen dan sebagai tanggung jawab perusahaan atas tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

### KESIMPULAN

Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan rata-rata masih tidak memuaskan. Hal ini dibuktikan dengan hasil gap negatif yang diperoleh dari seluruh dimensi yang diukur kuadran. Untuk meningkatkan kualitas layanan berdasarkan prioritas perbaikan dari diagram IPA dapat dilakukan dengan cara membina komunikasi dengan pihak supplier (pertamina) sehingga ketika gas turun langsung bisa action (ada kontak khusus dari supplier sebagai penganggungjawab di lapangan), membuat jalur pipa khusus sehingga aliran gas dari supplier tidak terbagi dengan distributor lain, pembuatan control valve otomatis dari supplier sehingga pasokan gas terbagi merata ke masing-masing distributor, melakukan service secara berkala dan peneraan/kalibrasi oleh dinas instansi yang berwenang untuk mempertahankan kondisi alat-alat ukur penyaluran gas, kerjasama dengan supplier lain untuk membackup gas ketika pasokan dari supplier utama terganggu, dan memberikan kompensasi pasokan gas kepada konsumen yang mengalami kekurangan pasokan gas.

### DAFTAR PUSTAKA

- Bahia, K., & Nantel, J. (2000). A reliable and valid measurement scale for the perceived service quality of banks. *International Journal of Bank Marketing*, 18(2), 84–91.
- Muluk, A. (2008). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan (Studi Kasus pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Padang). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 8(1), 22–31.
- Nair, R., Ranjith, P. V., Bose, S., & Shri, C. (2010). A study of service quality on banks with servqual model. *SIES Journal of Management*, 7(1), 35–45.
- Othman, A., & Owen, L. (2001). Adopting and

measuring customer service quality (SQ) in Islamic banks: a case study in Kuwait finance house. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(1), 1–26.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 41–50.
- Purnama, N. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi penelitian untuk bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sinulingga, S. (2011). *Metode Penelitian*. Medan: USU Pers.
- Sugiyono, A. (2004). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Grafindo Persada.