

## ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL TERHADAP KEPUASAN PEDAGANG DENGAN METODE SERVQUAL DAN IPA

Vitrawan Malik, Eka Indah Yulistiyari

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Serang Raya

Email: vitrawanmalik17@gmail.com; indah.eka@gmail.com

**Abstrak** – Pasar baru Kota Cilegon merupakan pasar tradisional yang menjadi salah satu kontributor bagi pelaksanaan pembangunan di daerah, karena melalui retribusi yang dihasilkan dapat menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dalam upaya meningkatkan pelayanan pengelolaan pasar tradisional tentunya kepuasan pedagang dalam hal kebersihan, kenyamanan, keamanan, dan tersedianya sarana dan prasarana pasar tradisional yang memadai seperti jalan masuk ke pasar menjadi fokus penelitian. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui nilai *Service Quality* (SERVQUAL) dan upaya-upaya perbaikan dengan *Importance Performance Analysis* (IPA). Penelitian dilakukan dengan melakukan survei dan wawancara kepada pedagang Pasar Baru Kota Cilegon pada pedagang yang legal pada 96 responden. Hasil penelitian dengan *Metode Servqual* (SERVQUAL) didapatkan nilai total servqual sebesar -4.90 hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pengelola pasar tradisional belum sepenuhnya memuaskan para pedagang pasar baru Kota Cilegon dengan % kepuasan pada dimensi *responsiveness* sebesar 59.02%, sebesar *reliability* sebesar 79.89%, *empathy* sebesar 83.03%, *tangible* sebesar 66.52% dan *Assurance* sebesar 73.41%. Sedangkan hasil penelitian dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) didapatkan perbaikan peningkatan kualitas pelayanan pengelolaan pasar pada kecepatan pengelola pasar dalam menanggapi keluhan pedagang; ketanggapan pengelola pasar dalam merespon keluhan/masukan dari pedagang; kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang pasar; pengelola pasar memberikan penetapan lokasi pedagang yang strategis; pengelola pasar sering memberikan janji kepada pedagang; area parkir yang strategis; pengelola pasar memberikan perhatian penuh terhadap pedagang; sikap pegawai unit pasar; penempatan area parkir; kebersihan lokasi pasar; penempatan pedagang kaki lima; penempatan lokasi terminal; kelayakan penempatan lokasi pasar; penilaian dalam pelayanan pengelolaan pasar.

**Kata kunci:** *Kepuasan; Pasar Tradisional; Pelayanan*

**Abstract** -- Cilegon City's new market is a traditional market that is one of the contributors to the implementation of development in the region, because through the retribution generated can increase the Local Indigenous Income (PAD). In an effort to improve traditional market management services of course traders satisfaction in terms of cleanliness, comfort, security, and the availability of adequate traditional market facilities and infrastructure such as entrance to the market becomes the focus of research. The purpose of this study is to find out the value of Service Quality (SERVQUAL) and improvement efforts with Importance Performance Analysis (IPA). The research was conducted by conducting surveys and interviews to Cilegon City New Market traders on legal traders in 96 respondents. The results of the research with Servqual Method (SERVQUAL) obtained a total value of servqual of -4.90 it shows that the quality of service of traditional market managers has not fully satisfied the traders of cilegon new market with % satisfaction in responsiveness dimensions of 59.02%, reliability of 79.89%, empathy at 83.03%, tangible at 66.52% and Assurance at 73.41%. While the results of research with importance performance analysis (IPA) method obtained improvement in the quality of market management services at the speed of market managers in response to trader complaints; the response of market managers in responding to complaints/feedback from traders; ease of obtaining information about the market; market managers provide strategic trader location; market managers often give promises to traders; strategic parking area; market managers pay full attention to traders; attitude of market unit employees; parking area placement; cleanliness of the market location; placement of street vendors; placement of terminal locations; feasibility of market location placement; assessment in market management services.

**Keywords:** *Satisfaction; Traditional Market; Service*

## PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Pasar tradisional berperan pula sebagai penghubung antara desa dan kota. Perkembangan penduduk dan kebudayaan selalu diikuti oleh perkembangan pasar tradisional sebagai salah satu pendukung penting bagi kehidupan manusia sehari-hari terutama kawasan pedesaan. Pada masyarakat pedesaan pasar dapat diartikan sebagai pintu gerbang yang menghubungkan masyarakat dengan dunia luar.

Pedagang yang mampu mengenali pelanggan akan mempunyai korelasi positif terhadap kinerja penjualannya. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi terhadap ketidakesuaia atas kinerja maupun pelayanan yang dilakukan oleh pedagang.

Hasil wawancara dari pedagang sayur-sayuran yang bernama Ibu (Hj. Mulyawati) pada tanggal 9 Desember 2016 di Pasar Baru Kota Cilegon yang menyatakan bahwa layanan pengelolaan pasar belum baik, penempatan pedagang yang kurang strategis pada Pasar baru Kota Cilegon. sehingga berpengaruh terhadap kepuasan pedagang Pasar Baru Kota Cilegon. Kepuasan pedagang akan dipengaruhi oleh indikator-indikator seperti kebersihan, kenyamanan, keamanan, dan tersedianya sarana dan prasarana pasar tradisional yang memadai seperti jalan masuk ke pasar. Artinya bagaimana mengelola pasar baru agar tertata dengan rapi, bersih dan aman serta peningkatan sistem manajemen pengelolaan pasar dengan baik.

Tabel 1. Keluhan pedagang di pasar baru Kota Cilegon

Keluhan Pedagang	Jumlah Responden
Penempatan lokasi pedagang masih berantakan	12
Penempatan area parkir yang belum tertata rapi	7
Keadaan jalan untuk masuk ke dalam pasar (kios dan los) tertutup oleh pedagang kaki lima	7
Tidak adanya penempatan terminal angkutan umum	4
Jumlah	30

Pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa pedagang merasa kurang puas terhadap pengelolaan pasar. Maka dari itu keluhan dilakukan pedagang Pasar Baru Kota Cilegon sehingga kondisi tata letak pedagang yang masih berantakan, keadaan jalan untuk masuk ke dalam pasar (kios dan los) tertutup oleh pedagang kaki lima, dan tempat parkir masih belum tertata rapi masih saja ada pelanggan yang parkir sembarangan, dan tidak adanya penempatan terminal angkutan umum. Dalam hal ini perlu menjadi perhatian serius pihak pengelola Pasar baru Kota Cilegon.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan pengelolaan Pasar tradisional untuk memberikan kepuasan terhadap pedagang dan upaya perbaikan kualitas pelayanan pada Pasar baru Kota Cilegon. Penelitian dilakukan dengan melakukan survei kepada pedagang Pasar Baru Kota Cilegon pada pedagang yang legal, lalu membagikan kuisioner awal kepada pedagang, setelah itu dilakukan pengumpulan data dimana olahan data dengan metode *servqual* dan mengetahui upaya meningkatkan kualitas pelayanan dengan menggunakan *Importance Performance Analysis*.

## METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini dilakukan dengan Studi pendahuluan, survei lapangan serta studi literatur dilanjutkan perumusan masalah, merancang kuesioner, kemudian dilanjutkan dengan tahapan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para pedagang di pasar baru Kota Cilegon, lalu dilakukan penarikan sampel, dan dilanjutkan lagi dengan pengolahan data menggunakan tahapan metode *Service Quality (Servqual)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Pengumpulan data merupakan suatu kegiatan mencari data di lapangan yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Pada penelitian ini data diperoleh berdasarkan wawancara dan kuesioner. Wawancara yaitu suatu metode pengumpulan data primer dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden. Selain itu juga dilakukan wawancara kepada pihak pengelola Pasar baru Kota Cilegon. Membuat kuesioner awal dan mengumpulkan kuesioner dan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terbuka ke setiap pedagang di pasar baru Kota Cilegon.

Populasi penelitian ini adalah pedagang di pasar baru Kota Cilegon sebesar 2.438 pedagang. Penentuan jumlah sampel dalam

penelitian ini menggunakan metode *slovin*. Penentuan sampel atau responden yang ditentukan berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan batas kesalahan 10% dan tingkat akurasi 90% (Siregar, 2013 dalam Yuslistyari, 2016). Berdasarkan rumus slovin diketahui jumlah sampel yang diperlukan sebanyak 96 responden.

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

Langkah *Service Quality (Servqual)* untuk melaksanakan pengukuran kualitas layanan sistem informasi dengan menggunakan metode *servqual*, yaitu:

Langkah 1: Menentukan variabel dan dimensi yang akan diukur. Adapun variabel yang diukur untuk mengetahui kualitas layanan sistem informasi dengan menggunakan metode *servqual* adalah:

1. Variabel Independen ( $X_n$ ) = *tangibles* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ), *empathy* ( $X_5$ ).
2. Variabel dependen ( $Y$ ) = kepuasan pemakai sistem informasi.

Uraian dari masing-masing variabel ini adalah sebagai berikut:

- a. *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal.
- b. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan

sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

- c. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.
- e. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuisoner harus dapat mengumpulkan keterangan-keterangan responden yang diperlukan untuk menghasilkan indikator-indikator atau memenuhi rancangan yang dikaji. Kuisoner yaitu daftar pertanyaan yang berkaitan dengan topik penelitian, disebarkan kepada responden (Tabel 2).

**Tabel 2.** Pertanyaan Kuisoner Kualitas Pelayanan

Dimensi	Variabel	Pernyataan
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	P1	Kecepatan pengelola pasar dalam menanggapi keluhan pedagang
	P2	Ketanggapan pengelola pasar dalam merespon keluhan/masukan dari pedagang
	P3	Kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang pasar
	P4	Pengelola pasar bersedia membantu pedagang jika dibutuhkan
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	P5	Pengelola pasar memberikan solusi ketika terjadi kesalahan
	P6	Pengelola pasar sering memberikan janji kepada pedagang
	P7	Pengelola pasar memberikan penetapan lokasi pedagang yang strategis.
	P8	Pengelola pasar membantu memecahkan masalah dengan baik
<i>Empathy</i> (Perhatian)	P9	Pengelola pasar memberikan perhatian penuh terhadap pedagang
	P10	Komunikasi yang baik antara pedagang dan pengelola pasar
	P11	Sikap pegawai unit pasar
	P12	Pengelola pasar memberikan pelayanan yang sama terhadap pedagang tanpa memandang status sosial
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	P13	Lokasi yang mudah diakses
	P14	Penempatan area parker
	P15	Kebersihan lokasi pasar
	P16	Penempatan pedagang kaki lima
	P17	Penempatan lokasi terminal
<i>Assurance</i> (Jaminan)	P18	Adanya asuransi dari pengelola pasar
	P19	Penilaian dalam pelayanan pengelolaan pasar
	P20	Kelayakan penempatan lokasi pedagang

Pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan menggunakan skala 5 peringkat (Skala Likert) yaitu :

- a. Skor 1. Sangat (tidak setuju/buruk/kurang sekali)
- b. Skor 2. Tidak (setuju/baik/) atau kurang
- c. Skor 3. Netral / Cukup
- d. Skor 4. (Setuju/Baik/suka)
- e. Skor 5. Sangat (setuju/Baik/Suka)

Menurut Muluk (2008) langkah-langkah *Service Quality (Servqual)* adalah

- a. Perhitungan nilai gap dari dimensi-dimensi servqual
  - Jika gap positif (persepsi > harapan), maka layanan dikatakan "surprise" dan memuaskan.
  - Jika gap nol (persepsi = harapan), maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.
  - Jika gap negatif (persepsi < harapan), maka layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan.

b. Perhitungan bobot tingkat kepentingan  
 Perhitungan bobot tingkat kepentingan dari dimensi-dimensi SERVQUAL dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari penyelesaian kuesioner-kuesioner yang berisi layanan pengelolaan pasar terhadap kepuasan pedagang di pasar baru Cilegon, bobot yang diperoleh dari pedagang dirata-ratakan sehingga diperoleh bobot akhir yang nantinya akan digunakan untuk menghitung SERVQUAL.

Menurut Santoso, Mulyarto & Maharani (2011), langkah-langkah Importance Performance Analysis yaitu menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas atribut-atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Analisis tingkat kesesuaian berfungsi untuk menentukan urutan prioritas peningkatan kualitas layanan yang paling baik agar memperbaiki kepuasan pedagang.

$$TK = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \quad (2)$$

Keterangan :

- Tki = Tingkat kesesuaian
- Xi = skor penilaian kinerja
- Yi = skor penilaian kepentingan

Tahap kedua adalah menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang dipersepsikan oleh pedagang, dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (3)$$

Dimana :

N = Jumlah responden

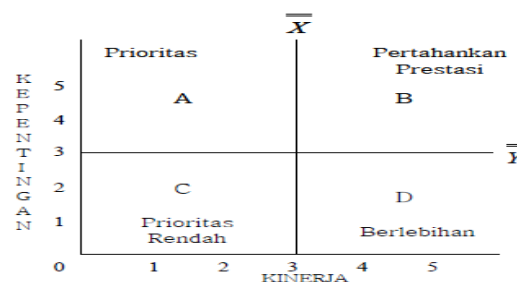
$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kepuasan pada tiap atribut pengelolaan Pasar baru Cilegon

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata kepentingan pada tiap atribut pengelola Pasar baru Cilegon

Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui indikator jasa pelayanan yang memuaskan atau tidak memuaskan konsumen (Gambar 1).

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N Y_i}{K} \quad (4)$$

dimana K = Banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.



Gambar 2. Diagram Kartesius (Supranto, 2006)

Interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Kuadran 1 (*Concentrate These*)  
 Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.
- b. Kuadran 2 (*Keep Up The Good Work*)  
 Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.
- c. Kuadran 3 (*Low Priority*)  
 Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.
- d. Berlebihan (*Possibly Overkill*)  
 Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut

kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dilakukan mengetahui apakah tiap instrument pertanyaan valid atau dapat mengukur apa yang akan diukur, dengan menggunakan SPSS 16.0.

**Tabel 3.** Uji Validitas Harapan

Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
P1	0.636	0.200	Valid
P2	0.749	0.200	Valid
P3	0.755	0.200	Valid
P4	0.478	0.200	Valid
P5	0.534	0.200	Valid
P6	0.560	0.200	Valid
P7	0.306	0.200	Valid
P8	0.470	0.200	Valid
P9	0.592	0.200	Valid
P10	0.520	0.200	Valid
P11	0.641	0.200	Valid
P12	0.496	0.200	Valid
P13	0.420	0.200	Valid
P14	0.636	0.200	Valid
P15	0.745	0.200	Valid
P16	0.617	0.200	Valid
P17	0.683	0.200	Valid
P18	0.328	0.200	Valid
P19	0.589	0.200	Valid
P20	0.609	0.200	Valid

**Tabel 4.** Uji Validitas Kinerja

Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
P1	0.565	0.200	Valid
P2	0.696	0.200	Valid
P3	0.487	0.200	Valid
P4	0.492	0.200	Valid
P5	0.534	0.200	Valid
P6	0.531	0.200	Valid
P7	0.354	0.200	Valid
P8	0.386	0.200	Valid
P9	0.589	0.200	Valid
P10	0.356	0.200	Valid
P11	0.523	0.200	Valid
P12	0.418	0.200	Valid
P13	0.408	0.200	Valid
P14	0.643	0.200	Valid
P15	0.682	0.200	Valid
P16	0.613	0.200	Valid
P17	0.617	0.200	Valid
P18	0.328	0.200	Valid
P19	0.589	0.200	Valid
P20	0.609	0.200	Valid

Dari tabel 3 dan tabel 4 setelah membandingkan  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel} = 0.200$ , maka semua atribut pertanyaan pada kinerja dinyatakan valid, karena semua nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ .

Teknik *Alpha-Cronbach* akan menunjukkan bawah suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliable*) bila memiliki koefisien reliabilitas semakin tinggi nilainya semakin tinggi pula keandalan indikator-indikator tersebut. Berikut ini adalah nilai *alpha-cronbach* hasil menggunakan SPSS 16.0 untuk masing masing variabel.

**Tabel 5.** Uji Reliability Kinerja

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	20

**Tabel 6.** Uji Reliability Harapan

Cronbach's Alpha	N of Items
.916	20

Sekaran (2006) menyatakan bahwa *Reliabilitas* kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Penguji reliabilitas terhadap hasil kuesioner dilakukan untuk memastikan kuesioner tersebut dalam mengukur suatu gejala yang sama. Untuk hasil dari *Output Reliability Statistic* menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Nilai *Cronbach's Alpha* dari hasil pengolahan data kinerja diperoleh nilai 0,895 dan harapannya 0,916. Dengan demikian sesuai teori sekaran (2006), *instrument/indicator* kinerja dan harapan pedagang dinilai baik.

Perhitungan tingkat kepuasan pedagang ini menggunakan metode *servqual*, yang dalam perhitungan pada prinsip didasarkan nilai kinerja (persepsi) dan nilai harapan (ekspektasi). Pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Adapun Langkah perhitungannya adalah:

- Langkah pertama adalah menghitung besarnya nilai *servqual*, yaitu selisih kinerja dan harapan untuk setiap pedagang.  
Contoh perhitungan;  
Pertanyaan ke 1 untuk pedagang ke1  
Kinerja (persepsi) = 1  
Harapan (ekspektasi) = 5  
 $SS = K - H = 1 - 5 = -4$

Jadi nilai *servqual* untuk pernyataan ke-1 dan ke-1 adalah -4.

- Langkah kedua menghitung nilai untuk setiap pedagang dengan menjumlahkan nilai *servqual* yang diperoleh untuk setiap dimensi kualitas, kemudian bagi jumlahnya dengan banyaknya variabel pembentuk tersebut. Untuk pedagang ke-1 dimana dimensi kualitas 1 terbentuk oleh variable P1 sampai

dengan P4 dengan nilai masing-masing variabel sebagai berikut sehingga diperoleh nilai:

$$Servqual \text{ Konsumen 1} = \sum \frac{-11}{4} = -2,75$$

Dapat disimpulkan *servqual* setiap konsumen per dimensi. Adapun rata-rata *servqual* per dimensi untuk *Responsiveness* (-2,75), *Reliability* (-2,5), *Empathy* (-0,5), *Tangible* (-1) dan *Assurance* (-2).

- Langkah ketiga adalah untuk menjumlahkan nilai *servqual* tersebut untuk mendapatkan nilai total *servqual* untuk setiap konsumen

Contoh perhitungan:

$$TSQ = DM1+DM2+DM3+DM4+DM5$$

$$TQS = (-2,75) + (-2,5)+(-0,5) + (-1)+(-2) = -8,75$$

Nilai total *servqual* sebesar -470,7 dengan nilai rata-rata *servqual* -4,9 ini menandakan bahwa tingkat pelayanan terhadap pedagang menyatakan tidak puas.

- Langkah keempat jika N Pedagang (dalam penelitian N= 96), maka bagilah total TSQ dengan N untuk mendapatkan nilai rata-rata total *servqual* (TSQ)

Contoh perhitungan :

$$\begin{aligned} TSQ &= \frac{TSQ_1+TSQ_2+\dots+TSQ_{96}}{96} \\ &= \frac{(-8,75) + (-8,88) + \dots + (-5,86)}{96} \\ &= \frac{-470,7}{96} = -4,9 \end{aligned}$$

Jadi nilai rata-rata total *servqual* pelayanan yang diberikan oleh pengelola Pasar baru Cilegon dapat dikatakan tidak puas adalah -4,9. Secara keseluruhan tingkat gap *servqual* tiap dimensi adalah *Responsiveness* (-144,75), *Reliability* (-73,75), *Empathy* (-62,25), *Tangible* (-123,6) dan *Assurance* (-96) (Tabel 5).

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan kinerja (*performance*) yang mewakili (kenyataan yang dirasakan oleh pedagang) dan tingkat kepentingan (harapan pedagang). Tingkat kesesuaian ini akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor yang mempengaruhi kepuasan pedagang.

Penelitian ini terdapat dua variabel yang diwakili X dan Y, dimana variabel X merupakan kinerja (*performance*) di pasar baru Kota Cilegon yang dapat memberikan kepuasan terhadap pedagang sedangkan Y merupakan tingkat harapan pedagang di pasar baru Kota Cilegon.

Contoh perhitungan

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{204}{354} \times 100\% = 57,62$$

Dari Tabel 5 konsumen per responden. Adapun rata-rata kesesuaian per dimensi untuk *Responsiveness* (59,27%), *Reliability* (79.89%), *Empathy* (83.03%), *Tangible* (66.52%) dan *Assurance* (73.41%).

*Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu bagan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik ( X ,Y) dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan II-32 atau kepuasan pelanggan atas seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{n} \quad \bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^N Y_i}{n} \quad (4)$$

Keterangan

$\bar{X}_i$  = bobot rata-rata tingkat penilaian pertanyaan kinerja

N = Jumlah responden

$\bar{Y}_i$  = bobot rata-rata tingkat penilaian pertanyaan harapan

Interpretasi dari gambar 1. tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

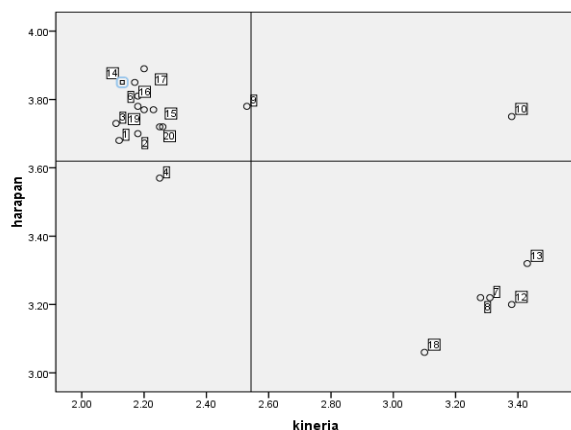
- Kuadran A (prioritas utama)

Menunjukkan atribut-atribut yang menjadi prioritas utama perbaikan, karena terlalu jauhnya antara kinerja dan harapan pelanggan. Hal tersebut menandakan tingkat kepentingan dari kuadran ini sangat tinggi namun kemampuan dalam memenuhi tuntutan tersebut rendah. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah

- P1.Kecepatan pengelola pasar dalam menanggapi keluhan pedagang.
- P2.Ketanggapan pengelola pasar dalam merespon keluhan/masukan dari pedagang.
- P3.Kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang pasar.
- P5.Pengelola pasar memberikan penetapan lokasi pedagang yang strategis.
- P6.Pengelola pasar sering memberikan janji kepada pedagang.
- P9.Pengelola pasar memberikan perhatian penuh terhadap pedagang.
- P11.Sikap pegawai unit pasar.
- P14.Penempatan area parkir strategis.
- P15.Kebersihan lokasi pasar.
- P16.Penempatan pedagang kaki lima.
- P17.Penempatan lokasi terminal.
- P19 Kelayakan penempatan lokasi pasar.
- P20.Penilaian dalam pelayanan pengelolaan pasar.

**Tabel 5. Tingkat Gap dan Kesesuaian**

Variabel	Total Skor		Tingkat Gap	Rata-rata	Tingkat Kesesuaian(%)	Rata-rata (%)
	Kinerja	Harapan				
Kecepatan pengelola pasar dalam menanggapi keluhan pedagang.	204	354	-150	-144,75	57,62	59,27%
Ketanggapan pengelola pasar dalam merespon keluhan/masukan dari pedagang	210	356	-146		58,98	
Kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang pasar	203	359	-156		56,54	
Pengelola pasar bersedia membantu pedagang jika dibutuhkan	216	343	-127		62,97	
Pengelola pasar memberikan penetapan lokasi pedagang yang strategis.	210	366	-156	-73,75	57,37	79.89%
Pengelola pasar sering memberikan janji kepada pedagang	210	362	-152		58,01	
Pengelola pasar memberikan solusi ketika terjadi kesalahan	318	310	18		102,58	
Pengelola pasar membantu memecahkan masalah dengan baik	315	310	5		101,61	
Pengelola pasar memberikan perhatian penuh terhadap pedagang	243	363	-120	-62,25	66,94	83.03%
Komunikasi yang baik antara pedagang dan pengelola pasar	325	324	1		100,30	
Sikap pegawai unit pasar	215	362	-147		59,39	
Pengelola pasar memberikan pelayanan yang sama terhadap pedagang tanpa memandang status sosial	325	308	17		105,51	
Lokasi yang mudah diakses	330	319	11	-123,6	103,44	66.52%
Penempatan area parkir	205	370	-165		55,40	
Kebersihan lokasi pasar	217	358	-141		60,61	
Penempatan pedagang kaki lima	209	370	-161		56,48	
Penempatan lokasi terminal	212	374	-162		56,68	
Adanya asuransi dari pengelola pasar	298	294	4	-96	101,36	73.41%
Penilaian dalam pelayanan pengelolaan pasar	212	362	-150		58,56	
Kelayakan penempatan lokasi pedagang	216	358	-142		60,33	



**Gambar 2.** Diagram Kartesius

2. **Kuadran B (Pertahankan Prestasi)**  
Menunjukkan atribut-atribut yang sebaiknya dipertahankan kinerjanya. Hal tersebut dikarenakan sudah relatif terpenuhi tuntutan pedagang dengan kinerja pengelola pasar yang ada. atribut. Atribut layanan yang masuk di dalam kuadran in adalah :  
P10.Komunikasi yang baik antara pedagang dan pengelola pasar .
3. **Kuadran C prioritas rendah**  
Menunjukkan atribut-atribut tuntutan pedagang tidak terlalu tinggi dan kinerja pengelola pasar sudah mampu memenuhi tuntutan tersebut. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :  
P4.Pengelola pasar bersedia membantu pedagang jika dibutuhkan
4. **Kuadran D (berlebihan)**  
Menunjukkan atribut yang mempengaruhi pedagang kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Atribut – atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :  
P7.Pengelola pasar memberikan solusi ketika terjadi kesalahan  
P8.Pengelola pasar membantu memecahkan masalah dengan baik  
P12. Pengelola pasar memberikan pelayanan yang sama terhadap pedagang tanpa memandang status sosial  
P13. Lokasi yang mudah diakses  
P18.Adanya asuransi dari pengelola pasar

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data didapatkan bahwa tingkat kualitas pelayanan pengelolaan pasar tradisional dalam memberikan kepuasan terhadap pedagang dengan menggunakan metode servqual didapatkan nilai sebesar -4.90, hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pengelolaan pasar t

tradisional Kota Cilegon tidak memberikan kepuasan para pedagang. Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan pengelolaan pasar tradisional Kota Cilegon dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pada diagram kartesius menunjukkan kuadran A (prioritas utama) yaitu pada atribut kecepatan pengelola pasar dalam menanggapi keluhan pedagang (P1); ketanggapan pengelola pasar dalam merespon keluhan/masukan dari pedagang (P2); kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang pasar (P3); pengelola pasar memberikan penetapan lokasi pedagang yang strategis (P5); pengelola pasar sering memberikan janji kepada pedagang (P6); pengelola pasar memberikan perhatian penuh terhadap pedagang (P9); sikap pegawai unit pasar (P11); penempatan area parkir strategis (P14); kebersihan lokasi pasar (P15); penempatan pedagang kaki lima (P16); penempatan lokasi terminal (P17); kelayakan penempatan lokasi pasar (P19); dan penilaian dalam pelayanan pengelolaan pasar (P20).

## DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Santoso, I., Mulyarto, A. R., & Maharani, S. (2011). Persepsi konsumen terhadap kualitas bakpao telo dengan metode importance performance analysis. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 12(1), 23-30.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis.*, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar.* Cetakan Keempat. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Yuslistyari, I. E. (2016). Pengaruh Motivasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan Di PT. Cipta Profitama Abadi. *Tesis, pada Program Studi Magister Teknik Industri, Program Pascasarjana, Universitas Mercubuana Jakarta.*