

# Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Xyz Laundry Menggunakan Metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis*

Nanda Nur Fauzi, Yanti Helianty

Institut Teknologi Nasional Bandung  
Email: Nandanurfauzi25@mhs.itenas.ac.id

Received DD MM YYYY | Revised DD MM YYYY | Accepted DD MM YYYY

## ABSTRAK

*Semakin banyaknya penyedia layanan jasa yang bergerak pada bidang laundry mengakibatkan semakin ketatnya persaingan untuk saling berkompetisi dalam memberikan pelayanan jasa sebaik mungkin bagi konsumen. Permasalahan yang terjadi pada Pelangi laundry adalah terdapat keluhan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Pada penelitian ini dilakukan usulan peningkatan kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *Service Quality*, untuk mengukur kesenjangan yang terjadi antara persepsi serta kinerja yang didapat oleh pelanggan dan *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui atribut mana yang perlu untuk dijadikan prioritas perbaikan. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan metode *Service Quality* terdapat 9 atribut penyebab ketidakpuasan Gap 5 yang disebabkan oleh Gap 1, 9 atribut disebabkan oleh Gap 2 dan 2 atribut disebabkan oleh Gap 3. Usulan perbaikan difokuskan terhadap hasil pemetaan diagram *Importance Performance Analysis* yang terdapat pada kuadran I. Usulan perbaikannya antara lain adalah membuat standard operating procedure, meningkatkan komunikasi dengan konsumen, membuat akun pembayaran elektronik, memperbaiki mesin debit bank, melakukan pemisahan pakaian yang mudah luntur dan yang tidak luntur serta bertanya terlebih dahulu terhadap konsumen apakah pakaian tersebut sensitif atau tidak.*

**Kata Kunci:** *Kualitas pelayanan, Metode *Service Quality*, Metoda *Importance Performance Analysis**

## ABSTRACT

*The increasing number of service providers engaged in the laundry resulted in increasingly fierce competition to compete with each other in providing the best possible service for consumers. The problem that occurs in Pelangi laundry is There are complaints about the quality of services provided. In this study, a proposal to improve service quality was carried out using the *Service Quality*, to measure the gap between perceptions and performance obtained by customers and *Importance Performance Analysis* to determine which attributes need to be prioritized for improvement. Based on the results of data processing using the *Service Quality*, there are 9 attributes that cause dissatisfaction with Gap 5 caused by Gap 1, 9 attributes caused by Gap 2 and 2 attributes caused by Gap 3. Proposed improvements are focused on the results of mapping the *Importance Performance Analysis* contained in the quadrant I. The suggestions for improvement include making standard operating procedures, improving communication with consumers, creating electronic payment accounts, repairing bank debit machines,*

*separating clothes that are easy to fade and those that don't fade and asking consumers first whether the clothes are sensitive or not.*

**Keywords:** *Service Quality, Service Quality Method, Importance Performance Analysis Method*

## 1. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan jasa adalah kemampuan yang diberikan oleh penyedia jasa untuk menyampaikan jasa dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan yang dimiliki oleh pelanggan dan ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan yang diinginkan oleh pelanggan (Rahmah, 2020). Industri jasa pada utamanya tidak dapat dipisahkan dengan faktor utamanya yaitu kualitas pelayanan, dimana suatu konsumen akan terus merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik serta sesuai dengan apa yang diharapkan. Semakin ketatnya industri jasa saat ini yang sedang terus menerus mengalami peningkatan yang cukup pesat, serta adanya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan semua aspek pada kehidupan manusia terkena dampaknya. Oleh sebab itu, para pelaku usaha dituntut harus selalu semaksimal mungkin untuk terus memberikan kualitas pelayanan dengan sebaik-baiknya dalam memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh pelanggan.

XYZ Laundry merupakan pelaku usaha yang bergerak dalam bidang jasa pencucian dengan segala jenis tipe seperti pakaian, sprei, selimut, karpet, dll. Pelangi Laundry didirikan sejak tahun 2010 pada bulan Maret. Terdapat beberapa jenis bisnis yang serupa dengan XYZ Laundry yaitu X Laundry dan Y Laundry, X Laundry sendiri memiliki perbedaan dengan XYZ Laundry, X Laundry sendiri memiliki perbedaan dengan XYZ Laundry yaitu menyediakan layanan *self service* bagi penggunaannya. Dimana XYZ Laundry belum menyediakan layanan tersebut, alasan lainnya adalah kedua laundry tersebut mendapatkan nilai *rating* lebih banyak jika dibandingkan dengan XYZ Laundry hal tersebut juga tentunya dapat menimbulkan konsumen untuk berpindah dan menggunakan kedua jasa laundry tersebut. Berdasarkan informasi lainnya dimana informasi ini didapat dari pihak manajemen terdapat beberapa pelanggan yang mengeluhkan adanya ketidakpuasan terhadap pelayanan jasa yang diberikan. Ketidakpuasan konsumen tersebut diantara lain berupa daya tanggap yang diberikan oleh karyawan, keamanan hasil cucian, dan lain lain. Maka atas adanya permasalahan tersebut pihak pelangi laundry harus untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanan. Apabila dibiarkan terus berlanjut maka akan muncul banyak masalah lain yang akan ditimbulkan seperti penurunan jumlah keuntungan, putus hubungan kerja bagi karyawan, bahkan kemungkinan untuk terjadinya gulung tikar akan sangat besar.

## 2. METODOLOGI

### 2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan pada pendahuluan penelitian ini, peneliti ingin mengetahui strategi apa yang harus dilakukan untuk menangani keluhan yang dikemukakan oleh konsumen. Analisis permasalahan dilakukan untuk memberikan usulan peningkatan kualitas pelayanan pada XYZ Laundry dengan menggunakan metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis*.

### 2.2. Identifikasi Atribut Kualitas Pelayanan

Tahap ini berisikan identifikasi atribut kualitas pelayanan dimensi, atribut kualitas pelayanan ini ditentukan dari beberapa dimensi kualitas berdasarkan lima aspek menurut Zeithaml dkk, (1990), yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Variabel atribut

pelayanan tersebut didapatkan dari penelitian terdahulu yang kemudian disesuaikan, atribut kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Atribut Kualitas Pelayanan**

Dimensi	Variabel	Atribut Kualitas Pelayanan
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	X1	Hasil laundry dikemas dengan baik tanpa ada kerusakan
	X2	Kebersihan hasil <i>laundry</i> (Cucian bebas noda)
	X3	Kelengkapan serta kesesuaian hasil <i>laundry</i> (Cucian tidak tertukar/hilang)
	X4	Kerapihan hasil cucian
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	X5	Kejelasan informasi yang dibagikan terkait dengan layanan jasa <i>laundry</i>
	X6	Keinginan untuk membantu serta melayani pelanggan
	X7	Daya tanggap karyawan dalam menangani keluhan pelanggan
	X8	Kecepatan karyawan dalam memberikan layanan
<i>Assurance</i> (Jaminan)	X9	Pihak <i>laundry</i> bertanggung jawab penuh atas hasil cucian
	X10	Kesesuaian waktu penyelesaian cucian dengan jadwal
	X11	Keamanan hasil <i>laundry</i> (cucian tidak luntur/dan rusak)
	X12	Harga jasa laundry sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan
<i>Empathy</i> (Empati)	X13	Tersedianya layanan <i>pick up</i> dan <i>delivery</i>
	X14	Menyediakan sistem <i>membership</i>
	X15	Tersedianya sarana promosi (Brosur, Iklan, dll)
	X16	Sistem pembayaran yang lengkap, cepat, serta mudah
	X17	Memberikan perhatian lebih dengan pendekatan individual terhadap konsumen
	X18	Karyawan mau mendengarkan apa yang dikeluhkan oleh konsumen
	X19	Lokasi yang mudah dijangkau (terletak di pinggir jalan)
	X20	Pelayanan yang sopan dan ramah dari petugas <i>laundry</i>
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	X21	Ruang parkir yang luas
	X22	Kebersihan dan kenyamanan tempat <i>laundry</i>
	X23	Peralatan kerja <i>laundry</i> yang lengkap dan memadai
	X24	Kerapihan penampilan karyawan

### 2.3 Pengolahan Data *Service Quality*

Tahapan ini menjelaskan pengolahan data *Service Quality* dimana datanya didapatkan dari kuesioner yang diisi oleh responden terhadap ekspektasi dan persepsi pelanggan. Perhitungan dalam metode *service quality* dimulai dari Gap 5, Gap 1, Gap 2, dan Gap 3. Gap 5 merupakan

kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen, apabila gap 5 bernilai positif berarti konsumen sudah merasa puas atas kinerja jika bernilai negatif perlu dilanjutkan kepada Gap selanjutnya yaitu Gap 1.

Gap 1 merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen, apabila gap 1 bernilai positif berarti gap 5 bukan disebabkan oleh gap 1 maka perlu dilanjutkan pada perhitungan selanjutnya yaitu Gap 2. Apabila Gap 1 bernilai negatif mengartikan bahwa persepsi manajemen belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Gap 2 merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap standar operasional, apabila gap 2 bernilai positif berarti gap 5 bukan disebabkan oleh gap 2 maka perlu dilanjutkan pada perhitungan selanjutnya yaitu Gap 3. Apabila Gap 2 bernilai negatif mengartikan bahwa standar operasional belum konsisten memenuhi standar.

Gap 3 merupakan kesenjangan antara standar operasional dengan penyampaian *service* yang dilakukan oleh karyawan apabila gap 3 bernilai positif berarti gap 5 bukan disebabkan oleh gap 4 maka perlu dilanjutkan pada perhitungan selanjutnya yaitu Gap 4. Apabila Gap 3 bernilai negatif mengartikan bahwa karyawan belum mampu untuk memenuhi standar yang sudah ditetapkan.

#### **2.4 Pengolahan Data *Importance Performance Analysis***

Tahap ini berisi pengolahan data *Importance Performance Analysis*, data yang diperlukan diperoleh dari kuesioner yang kemudian dihitung dengan menggunakan analisis *Importance Performance Analysis*. Kurniawati dkk., (2013) menjelaskan langkah – langkah perhitungannya yang harus dilakukan antara lain sebagai berikut.

Menghitung besaran nilai rata rata untuk setiap atribut yang sudah dipersepsikan oleh responden. Berikut merupakan rumusnya:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \quad (1)$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (2)$$

Keterangan:

$\bar{X}_i$  = Skor rata-rata tingkat kinerja

$\bar{Y}_i$  = Skor rata-rata tingkat harapan

n = Jumlah responden

Dari setiap atribut-atribut pelayanan tersebut kemudian dihitung rata-rata tingkat kinerja beserta tingkat harapannya yang kemudian atribut-atribut tersebut akan dilakukan pemetaan sesuai dengan kuadrannya masing masing pada diagram *cartesius*

#### **2.5 Analisis**

Tahapan ini akan menjelaskan analisis yang didapat berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan metode *service quality* dan *importance performance analysis*. Hasil yang didapat dari pengolahan data dengan menggunakan metode *service quality* ialah dapat diketahui penyebab kesenjangan itu terjadi baik dari Gap 1, 2 ataupun pada Gap 3. Untuk hasil yang didapat dengan menggunakan metode *importance performance analysis* adalah pemetaan atribut yang terdapat dalam diagram *cartesius* yang terdiri dari empat kuadran. Langkah berikutnya kemudian mengintegrasikan hasil negatif pengurutan terbesar sesuai dengan kuadran I yang terdapat pada *importance performance analysis* untuk mendapatkan atribut mana yang akan dijadikan sebagai usulan peningkatan kualitas pelayan bagi pihak *laundry*.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Pengujian Alat Ukur

Pengujian alat ukur terdiri atas uji validitas dan uji reliabilitas dari 30 responden kuesioner untuk tingkat ekspektasi konsumen dilakukan terhadap hasil rekapitulasi kuesioner untuk tingkat ekspektasi pelanggan sebanyak 30 responden. Berdasarkan hasil rekapitulasi kuesioner tingkat ekspektasi pelanggan, tahap selanjutnya dilakukan pengujian alat ukur yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah instrument yang digunakan untuk mengukur sudah sejauh mana kuesioner tersebut mampu mengukur hal-hal yang kita ukur. Atribut dikatakan valid apabila nilai rhitung  $\geq$  rtabel. Nilai rtabel didapatkan sebesar 0,361 dengan taraf signifikan 5% yang didapat dari Tabel r dengan jumlah N sebesar 30. Berdasarkan pengolahan data uji validitas diatas ke-24 atribut nilai rhitung  $\geq$  rtabel sehingga dinyatakan sudah valid.

##### 2. Uji Reliabilitas

Atribut yang sudah dinyatakan valid kemudian dilanjutkan dengan uji reliabilitas terhadap 24 atribut tersebut. Atribut dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha  $\geq$  0,60. Berdasarkan pengolahan uji reliabilitas tersebut nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0.946 nilai tersebut  $\geq$  0,60 maka ke 24 atribut tersebut sudah dinyatakan reliabel.

#### 3.2 Pengolahan Data *Service Quality*

Pengolahan data pada *service quality* berisikan perhitungan dari setiap nilai Gap yang didapat berdasarkan hasil dari rekapitulasi kuesioner yang dimulai dari Gap 5, Gap 1, Gap 2, dan Gap 3.

Gap 5 adalah perbedaan atau kesenjangan yang terjadi antara persepsi serta ekspektasi yang diharapkan oleh konsumen, gap ini dapat terjadi akibat pelayanan yang diharapkan oleh konsumen tidak sama dengan pelayanan yang didapatkan. Hasil perhitungan Gap 5 dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Perhitungan Gap 5**

No Atribut	Gap 5			
	Persepsi Konsumen	Ekspektasi Konsumen	<i>Servqual Score</i>	Ket (+/-)
X1	4,630	4,790	-0,160	-
X2	4,530	4,830	-0,300	-
X3	4,630	4,890	-0,260	-
X4	4,650	4,750	-0,100	-
X5	4,550	4,650	-0,100	-
X6	4,540	4,660	-0,120	-
X7	4,320	4,700	-0,380	-
X8	4,410	4,730	-0,320	-
X9	4,820	4,750	0,070	+
X10	4,600	4,780	-0,180	-
X11	4,450	4,860	-0,410	-
X12	4,570	4,780	-0,210	-
X13	4,260	4,480	-0,220	-
X14	3,850	4,220	-0,370	-
X15	4,340	4,510	-0,170	-
X16	4,350	4,770	-0,420	-
X17	4,500	4,410	0,090	+
X18	4,570	4,650	-0,080	-
X19	4,620	4,530	0,090	+
X20	4,600	4,710	-0,110	-
X21	4,270	4,300	-0,030	-
X22	4,160	4,720	-0,560	-
X23	4,570	4,650	-0,080	-
X24	4,620	4,460	0,160	+

Contoh Perhitungan Gap 5 Atribut X1:

$$\begin{aligned} \text{Service Quality score} &= \text{Persepsi Konsumen} - \text{Ekspektasi Konsumen} \\ &= 4,63 - 4,79 \\ &= -0,160 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang diolah pada gap 5, didapat sebanyak 20 atribut nilai *service quality score* negatif dan 4 atribut bernilai positif, untuk atribut yang bernilai negatif maka perlu untuk diketahui penyebab gapnya sehingga perhitungan dilanjutkan kepada gap selanjutnya yaitu Gap 1. Hasil perhitungan Gap 1 dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Perhitungan Gap 1**

No Atribut	Gap 1			
	Persepsi Manajemen	Ekspektasi Konsumen	<i>Servqual Score</i>	Ket (+/-)
X1	5	4,790	0,210	+
X2	5	4,830	0,170	+
X3	5	4,890	0,110	+
X4	4	4,750	-0,750	-
X5	4	4,650	-0,650	-
X6	5	4,660	0,340	+
X7	5	4,700	0,300	+
X8	5	4,730	0,270	+
X10	4	4,780	-0,780	-
X11	4	4,860	-0,860	-
X12	4	4,780	-0,780	-
X13	4	4,480	-0,480	-
X14	1	4,220	-3,220	-
X15	5	4,510	0,490	+
X16	4	4,770	-0,770	-
X18	5	4,650	0,350	+
X20	5	4,710	0,290	+
X21	4	4,300	-0,300	-
X22	5	4,720	0,28	+
X23	5	4,650	0,35	+

Contoh Perhitungan Gap 1 Atribut X1:

$$\begin{aligned}
 \text{Service Quality score} &= \text{Persepsi Manajemen} - \text{Ekspektasi Konsumen} \\
 &= 4,63 - 4,79 \\
 &= -0,160
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang diolah pada gap 1, didapat sebanyak 9 atribut nilai *service quality score* negatif dan 10 atribut bernilai positif, untuk atribut yang bernilai negatif pada gap 1 diakibatkan oleh persepsi manajemen masih belum sesuai dengan apa yang diekspektasikan oleh pelanggan. Atribut yang memiliki nilai positif mengartikan bahwa nilai negatif pada gap 5 bukan disebabkan oleh gap 1, maka perlu untuk dilakukan perhitungan gap berikutnya yaitu gap 2. Hasil perhitungan Gap 2 dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Perhitungan Gap 2**

No Atribut	Gap 2			
	<i>Standar Service Quality Specification</i>	Presepsi Manajemen	<i>Servqual Score</i>	Ket (+/-)
X1	3	5	-2	-
X2	3	5	-2	-
X3	3	5	-2	-
X6	3	5	-2	-
X7	2	5	-3	-
X8	3	5	-2	-
X15	2	5	-3	-
X18	3	5	-2	-
X20	5	5	0	+
X22	5	5	0	+
X23	3	5	-2	-

Contoh Perhitungan Gap 2 Atribut X1:

$$\begin{aligned} \text{Service Quality score} &= \text{Persepsi Manajemen} - \text{Standar Service Quality Specification} \\ &= 3 - 5 \\ &= -2 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang diolah pada gap 2, didapat sebanyak 9 atribut nilai *service quality score* negatif dan 2 atribut bernilai positif, atribut yang bernilai negatif pada gap 2 diakibatkan oleh pihak manajemen belum bisa untuk menetapkan atau menterjemahkan standar pelayanan sesuai dengan apa yang dipresepsikan oleh manajemen terhadap ekspektasi konsumen. Atribut yang memiliki nilai positif mengartikan bahwa nilai negatif pada gap 5 bukan disebabkan oleh gap 2, maka perlu untuk dilakukan perhitungan gap berikutnya yaitu gap 3. Hasil perhitungan Gap 3 dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5. Perhitungan Gap 3**

No Atribut	Gap 3			
	Service Delivery (Penyampaian Jasa)	Service Quality (Standard)	Servqual Score	Ket
X20	4	5	-1	-
X22	3	5	-2	-

Contoh Perhitungan Gap 3 Atribut X20:

$$\begin{aligned} \text{Service Quality score} &= \text{Service Delivery} - \text{Service Quality Standard} \\ &= 4 - 5 \\ &= -1 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang diolah pada gap 3, didapat sebanyak 2 atribut nilai *service quality score* negatif, atribut yang bernilai negatif pada gap 3 diakibatkan oleh pihak karyawan belum bisa atau belum mampu secara konsisten untuk melaksanakan standar operasional yang sudah ditetapkan oleh manajemen. Setelah melakukan perhitungan dari keseluruhan gap serta penyebab terjadinya gap 5 maka akan dilakukan pengurutan nilai gap *service quality* negative terbesar. Pengurutan nilai negatif gap terbesar dapat dilihat pada Tabel 6.

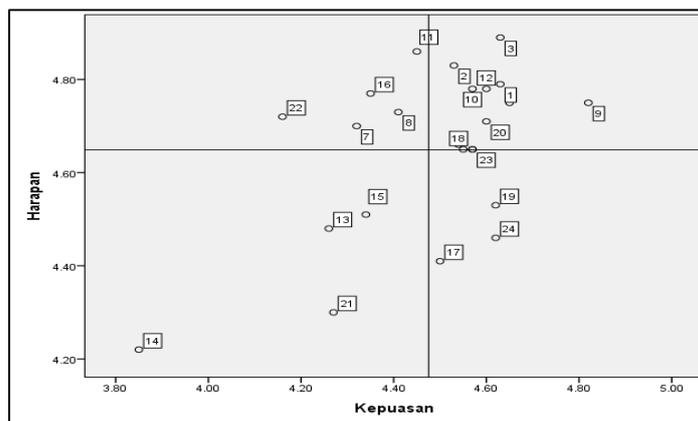
**Tabel 6. Pengurutan Perhitungan Gap 5 dan Penyebab Gap**

No Atribut	Persepsi Konsumen	Ekspektasi Konsumen	Servqual Score	Ranking	Penyebab Gap
X22	4,160	4,720	-0,560	1	Gap 3
X16	4,350	4,770	-0,420	2	Gap 1
X11	4,450	4,860	-0,410	3	Gap 1
X7	4,320	4,700	-0,380	4	Gap 2
X14	3,850	4,220	-0,370	5	Gap 1
X8	4,410	4,730	-0,320	6	Gap 2
X2	4,530	4,830	-0,300	7	Gap 2
X3	4,630	4,890	-0,260	8	Gap 2
X13	4,260	4,480	-0,220	9	Gap 1
X12	4,570	4,780	-0,210	10	Gap 1
X10	4,600	4,780	-0,180	11	Gap 1
X15	4,340	4,510	-0,170	12	Gap 2
X1	4,630	4,790	-0,160	13	Gap 2
X6	4,540	4,660	-0,120	14	Gap 2
X20	4,600	4,710	-0,110	15	Gap 3
X5	4,550	4,650	-0,100	16	Gap 1
X4	4,650	4,750	-0,100	17	Gap 1
X18	4,570	4,650	-0,080	18	Gap 2

X23	4,570	4,650	-0,080	19	Gap 2
X21	4,270	4,300	-0,030	20	Gap 1

### 3.3 Pengolahan Data *Importance Performance Analysis*

Pengolahan data *Importance Performance Analysis* dilakukan berdasarkan hasil rekapitulasi nilai rata-rata tingkat harapan dan rata-rata kepuasan untuk semua atribut yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner. Pemetaan diagram *Importance Performance Analysis* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 1. *Importance Performance Analysis* Diagram

Berdasarkan pengolahan data *Importance Performance Analysis* dengan menggunakan SPSS 23, dapat diklasifikasikan setiap atribut terhadap kuadrannya masing-masing yang terdiri dari: kuadran I (*Concentrate here*), kuadran II (*Keep up the good work*), kuadran III (*Low priority*), dan kuadran IV (*Possible overkill*).

### 3.4 Analisis dan Hasil

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan data *service quality* terdapat 20 atribut yang bernilai negatif dan 4 atribut yang bernilai positif. Gap 5 yang disebabkan oleh Gap 1 ada sebanyak 9 atribut hal tersebut terjadi dikarenakan pihak manajemen tidak memahami apa yang diharapkan oleh konsumen. Gap 5 yang disebabkan oleh Gap 2 ada sebanyak 9 atribut hal tersebut terjadi dikarenakan manajemen sudah paham apa yang pelanggan harapkan tetapi kesulitan untuk menterjemahkannya kedalam suatu standar, dan XYZ laundry juga masih belum memiliki standar operasional perihal atribut tersebut. Gap 5 yang disebabkan oleh Gap 3 ada sebanyak 2 atribut hal tersebut terjadi dikarenakan spesifikasi standar tidak terpenuhi oleh kinerja pegawai dalam memberikan atau memberikan pelayanan jasa.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan data IPA didapat atribut yang termasuk kedalam kuadran I ialah atribut 22, 16, 11, 7, dan atribut 8. Atribut – atribut tersebut dianggap konsumen penting tetapi performansi yang diberikan oleh perusahaan masih rendah. Atribut yang termasuk ke dalam kuadran II ialah atribut 2, 3, 12, 10, 1, 6, 20, 5, 18, 4, dan atribut 9. Atribut yang terdapat pada kuadran II memiliki arti bahwa atribut tersebut dianggap penting oleh pelanggan dan sudah sesuai/konsisten dengan performansi yang diberikan oleh perusahaan. Atribut yang terdapat pada kuadran III antara lain adalah atribut 14, 13, 15, dan atribut 21. Atribut yang terdapat pada kuadran III memiliki arti bahwa atribut tersebut dianggap kurang penting oleh konsumen karena dirasa kurang memiliki manfaat. Atribut yang terdapat pada kuadran IV antara lain adalah atribut 23, 17, 19 dan atribut 24. Atribut yang terdapat pada kuadran IV memiliki arti bahwa atribut tersebut dianggap kurang penting oleh konsumen. Berikut merupakan usulan perbaikan yang diprioritaskan. Analisis penyebab Gap beserta usulan perbaikan dapat dilihat pada Tabel 7.

Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa XYZ Laundry Menggunakan Metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis*

**Tabel 7. Usulan Perbaikan Hasil Integrasi *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis***

No	Variabel Atribut	Penyebab Gap (Analisis)	Kondisi Saat Ini	Usulan Perbaikan
1	Daya tanggap karyawan dalam menangani keluhan pelanggan (Atribut 7)	Penyebab ketidakpuasan Gap 5 disebabkan oleh Gap 2 dimana pihak Pelangi Laundry belum memiliki standar prosedur dalam menangani keluhan pelanggan	Karyawan masih kebingungan dalam menghadapi konsumen yang mengeluh disaat pihak <i>manager</i> tidak ada ditempat, hal tersebut diakibatkan tidak adanya SOP yang terkait dengan kasus ini	<p>1. Membuat <i>Standard Operating Procedure</i> (SOP) terkait bagaimana tanggapan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan, dari hasil SOP yang sudah disusun tersebut kemudian dibentuk dalam dokumen dan diinformasikan secara langsung terhadap karyawan.</p> <p>2. Setelah SOP tersebut dibuat, karyawan harus betul betul memahami serta mempelajari agar karyawan paham apa yang harus dilakukan ketika ada pelanggan yang mengalami keluhan terkait dengan hasil cucian.</p>
2	Kecepatan karyawan dalam memberikan layanan (Atribut 8)	Penyebab ketidakpuasan Gap 5 disebabkan oleh Gap 2, dimana pihak Pelangi Laundry tidak dapat menuangkan <i>persepsi</i> manajemen terhadap standar operasional terkait dengan kecepatan karyawan dalam memberikan layanan	<p>Hal yang pertama ialah pihak laundry belum memiliki standar operasional terkait bagaimana karyawan memberikan pelayanan yang cepat. Kemudian terdapat dua ruangan pada <i>laundry</i> dimana satu ruangan tersebut menyimpan hasil cucian, sehingga karyawan harus mengambil serta mengecek terlebih dahulu yang tentunya hal tersebut cukup memakan waktu.</p> <p>Hal yang ketiga adalah Karyawan/<i>customer service</i> melakukan kegiatan pengepakan, <i>name tag</i>, dan pemilahan baju dilakukan secara bersamaan, hal tersebut dapat menimbulkan semakin lamanya pelayanan.</p>	<p>1. Membuat <i>Standard Operating Procedure</i> (SOP) terkait bagaimana karyawan memberikan pelayanan yang cepat dan efisien serta tepat, dari hasil SOP yang sudah disusun tersebut kemudian dibentuk dalam dokumen dan diinformasikan secara langsung terhadap karyawan.</p> <p>2. Karyawan sebaiknya menata pakaian terlebih dahulu pakaian yang akan diambil oleh konsumen sesuai dengan tenggat tanggal waktu kedekatan pengambilan, sehingga karyawan tidak perlu lagi untuk mencari dan mengambil cucian pada ruang tempat penyimpanan baju.</p>

**Tabel 7. Usulan Perbaikan Hasil Integrasi *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* (Lanjutan)**

No	Variabel Atribut	Penyebab Gap (Analisis)	Kondisi Saat Ini	Usulan Perbaikan
3	Sistem pembayaran yang lengkap, cepat, serta mudah (Atribut 16)	Penyebab ketidakpuasan Gap 5 disebabkan oleh Gap 1, pihak manajemen kurang melakukan riset atas apa yang pelanggan inginkan serta butuhkan dan jarang melakukan riset terhadap bisnis yang serupa	Mesin debit bank rusak, tidak tersedia fasilitas pembayaran dengan menggunakan pembayaran elektronik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pihak perusahaan meminta tanggapan atau <i>feedback</i> dari konsumen apa yang pelanggan butuhkan khususnya terkait dengan sistem pembayaran.</li> <li>2. Membuat akun khusus pembayaran elektronik menggunakan media e-commerce seperti Gopay, Dana, Ovo, dll. Serta pihak manajemen dapat memperbaiki mesin debit bank.</li> </ol>
4	Kebersihan dan kenyamanan tempat <i>laundry</i> (Atribut 22)	Penyebab ketidakpuasan Gap 5 disebabkan oleh Gap 3, karyawan masih belum bisa untuk menerapkan standar yang sudah ditetapkan oleh perusahaan terkait untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan di Pelangi <i>Laundry</i>	Kondisi <i>laundry</i> saat ini dirasa masih belum rapih dan nyaman karena ada tumpukan pakaian serta pihak karyawan jarang untuk melakukan pembersihan secara rutin	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan peringatan kepada karyawan.</li> <li>2. Memasang CCTV untuk memantau performansi kinerja pegawai dalam menjaga kebersihan.</li> <li>3. Memindahkan tumpukan pakaian yang sudah diberi tanda ke dalam ruang penyimpanan</li> </ol>
5	Keamanan hasil <i>laundry</i> (cuci tidak luntur/dan rusak) (Atribut 11)	Penyebab ketidakpuasan Gap 5 disebabkan oleh Gap 2 dimana pihak Pelangi <i>Laundry</i> belum memiliki standar prosedur dalam menangani serta memberi perlakuan terhadap hasil cucian	Konsumen mengeluhkan adanya cucian yang pakaiannya rusak dan pakaian yang luntur setelah <i>laundry</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat <i>Standard Operating Procedure (SOP)</i> dimulai dari pencucian hingga proses pencucian selesai.</li> <li>2. Menanyakan terlebih dahulu kepada konsumen apakah pakaian yang akan di <i>laundry</i> tersebut sensitif terhadap mesin cuci</li> <li>3. Melakukan pemisahan pakaian yang mudah luntur dengan yang tidak luntur</li> </ol>

Berdasarkan hasil perhitungan *Service Quality* didapatkan hasil atribut yang nilai gapnya diurutkan dari nilai gap negatif terbesar hingga nilai gap negatif terkecil untuk dilihat atribut mana yang dapat dijadikan prioritas perbaikan. Kemudian dilanjut dengan melakukan pemetaan diagram *Importance Performance Analysis* untuk menentukan prioritas perbaikan menurut kuadran I Lima atribut tersebut merupakan usulan perbaikan yang diprioritaskan berdasarkan *service quality* karena merupakan lima nilai gap terbesar dan masuk kedalam kuadran I diagram *Importance Performance Analysis*.

#### 4. KESIMPULAN

Didapatkan lima atribut yang perlu diperbaiki yaitu usulan peningkatan untuk atribut 11 adalah membuat *Standard Operating Procedure* (SOP) terkait bagaimana tanggapan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan, dari hasil SOP yang sudah disusun tersebut kemudian dibentuk dalam dokumen dan diinformasikan secara langsung terhadap karyawan. Setelah SOP tersebut dibuat, karyawan harus betul betul memahami serta mempelajari agar karyawan paham apa yang harus dilakukan ketika ada pelanggan yang mengalami keluhan terkait dengan hasil cucian. Usulan peningkatan untuk atribut 8 adalah membuat *Standard Operating Procedure* (SOP) membuat *Standard Operating Procedure* (SOP) terkait bagaimana karyawan memberikan pelayanan yang cepat dan efisien serta tepat, dari hasil SOP yang sudah disusun tersebut kemudian dibentuk dalam dokumen dan diinformasikan secara langsung terhadap karyawan. Usulan lainnya adalah karyawan sebaiknya menata pakaian terlebih dahulu pakaian yang akan diambil oleh konsumen sesuai dengan tenggat tanggal waktu kedekatan pengambilan, sehingga karyawan tidak perlu lagi untuk mencari dan mengambil cucian pada ruang tempat penyimpanan baju. Usulan peningkatan untuk atribut 16 adalah pihak perusahaan meminta tanggapan atau *feedback* dari konsumen apa yang pelanggan butuhkan khususnya terkait dengan sistem pembayaran dan membuat akun khusus pembayaran elektronik menggunakan media e-commerce seperti Gopay, Dana, Ovo, dll. Serta pihak manajemen dapat memperbaiki mesin debit bank. Usulan peningkatan untuk atribut 11 adalah membuat *Standard Operating Procedure* (SOP), menanyakan terlebih dahulu kepada konsumen apakah pakaian yang akan di *laundry* tersebut sensitif terhadap mesin cuci karena ada beberapa pakaian yang tidak dapat dicuci dengan menggunakan mesin cuci dan melakukan pemisahan pakaian yang mudah luntur dengan yang tidak luntur. Usulan peningkatan untuk atribut 22 adalah memberikan peringatan kepada karyawan, memasang CCTV untuk memantau performansi kinerja pegawai dalam menjaga kebersihan dan memindahkan tumpukan pakaian yang sudah diberi tanda ke dalam ruangan yang terpisah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Kurniawati, D. A., Santoso, I., & Ikasari, D. M. (2013). *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Minuman Sari Alang-Alang Merk "Pesona" Dengan Metode Importanceperformance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI)*. Universitas Brawijaya Online Journal, *1*(2), 67–75.
- Rahmah, C. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan*. *12*(2), 30–44.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press.