

# **PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN DI TOKOXYZ MENGUNAKAN METODE ANALISIS GAP DAN TREE DIAGRAM**

KIKI AHMAD KURNIAWAN<sup>1\*</sup>, IR. YUNIAR, M.T,<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Itenasi, Institut Teknologi Nasional Bandung  
Email: kikiahmak52@gmail.com

Received 09 01 2023 | Revised 16 01 2023 | Accepted 16 01 2023

## **ABSTRAK**

Toko XYZ merupakan suatu toko yang bergerak pada bidang penjualan rak susun barang dan menjual berbagai macam jenis rak dan komponennya. Metode permasalahan yang digunakan untuk mengatasi masalah kualitas pelayanan di toko XYZ ialah dengan menggunakan analisis gap metode ini digunakan untuk mengetahui atribut yang menjadi penyebab ketidakpuasan pelanggan. Berdasarkan atribut dari hasil analisis gap akan dicari akar masalah ketidakpuasan dengan menggunakan metode tree diagram. Hasil pengolahan data diketahui bahwa, terdapat 9 atribut yang bernilai negatif dan terjadi pada dimensi reliability, tangible, assurance, dan empathy. Usulan yang dilakukan pada assurance ialah pembuatan form pembelian, pembelian secara online, pelatihan karyawan, menyediakan list produk, dan menyediakan kontak alternatif, usulan pada reliability ialah karyawan berlatih diri dan menyediakan list produk, usulan pada tangible ialah menyediakan petugas parkir, dan menyediakan seragam untuk karyawan, usulan pada empathy ialah menyediakan kulkas kecil, menambah kapasitas kursi, dan menyediakan kelengkapan toko.

**Kata kunci** : Kualitas Pelayanan, Analisis Gap, Tree Diagram, usulan perbaikan

## **ABSTRACT**

*XYZ store is a shop engaged in the sale of goods stacking shelves and sells various types of shelves and their components. The method used to overcome the problem of service quality is to use gap analysis. This method is used to determine the attributes that cause customer dissatisfaction. Based on the attributes of the results of the gap analysis, the root causes of dissatisfaction will be sought using the tree diagram method. The results of data processing show that there are 9 attributes that are negative and occur in the dimensions of reliability, tangible, assurance, and empathy. Proposals made on assurance are making purchase forms, purchasing online, employee training, providing product lists, and providing alternative contacts, suggestions on reliability are employees practicing themselves and providing product lists, suggestions on tangible are providing parking attendants, and providing uniforms for employees, the suggestion to empathy is to provide a small refrigerator, increase seat capacity, and provide shop equipment.*

**Keywords** : Service Quality, Gap Analysis, Tree Diagram, proposed improvement

## 1. PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan ialah suatu faktor yang sangat penting untuk meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan. Maka perusahaan perlu melakukan upaya untuk memenuhi keinginan atau harapan konsumen, dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen tidak berpindah ke pesaing lain. Metode analisis gap service quality merupakan metode untuk mengukur kualitas pelayanan seberapa jauh perbedaan gap antara kenyataan dengan harapan atas pelayanan yang diterima oleh pelanggan, metode ini melakukan pengukuran mutu dengan diawali analisis dari sebuah kuisisioner yang disebarakan kepada pelanggan yang datang ke perusahaan/toko, isi dari kuisisioner ini berupa pertanyaan yang berisikan beberapa jawaban dalam skala (likert).

Toko XYZ merupakan salah satu toko yang bergerak pada bidang penjualan rak susun barang yang melayani konsumen melalui online (E- Commerce) dan offline. Saat ini Toko XYZ mengalami penurunan pendapatan dan setelah dilakukan observasi diketahui bahwa terdapat keluhan konsumen mengenai pelayanan yang diberikan, salah satu keluhannya adalah tidak terpenuhinya janji waktu pengiriman. Melihat kondisi tersebut maka pihak Toko XYZ menyadari bahwa perlu adanya tindak lanjut untuk memperbaiki kualitas pelayanannya, hasil dari usulan perbaikan dari setiap dimensi yang dilakukan dapat mampu memberikan hasil yang positif untuk perkembangan kualitas pelayanan di toko XYZ.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah suatu gambaran berupa flowchart yang berisikan tentang langkah dalam penelitian untuk menemukan suatu permasalahan di toko XYZ.

### 2.1 Perumusan Masalah

Toko XYZ mengalami permasalahan pada kualitas pelayanannya dan belum adanya tindak lanjut dari permasalahan ini. Jika toko trisno belum memberikan respon untuk mengatasi kualitas pelayanannya, maka akan berdampak pada pendapatan toko dan hilangnya niat pelanggan untuk membeli produk barang di toko XYZ. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan percaya dengan informasi yang disampaikan karyawan toko, serta pelanggan dapat merasa nyaman dan aman dalam berbelanja sehingga pembeli akan menjadi pelanggan tetap di toko XYZ dan tidak berpindah ke pesainglain.

### 2.3 Identifikasi Metode Pemecahan Masalah

Metode yang digunakan dalam mengatasi permasalahan kualitas pelayanan ialah dengan menggunakan metode analisis gap yang didalamnya terdapat 5 dimensi perbaikan kualitas pelayanan diantaranya reliability, tangible, responsiveness, assurance, dan emphaty, serta metode ini diharapkan dapat digunakan untuk menganalisis dan memperbaiki kualitas pelayanan yang terjadi di toko XYZ. Usulan kualitas pelayanan yang diberikan didapatkan dari hasil pengerucutan antara penyebab terjadinya ketidakpuasan pada pelanggan dan dianalisis menggunakan metode tree diagram, sehingga dari hasil analisis tree diagram timbul usulan perbaikan kualitas pelayanan yang mampu memberikan dampak positif pada pelayanan di toko XYZ.

### 2.2 Studi Literatur

Metode analisis gap dapat melihat selisih antara ekspektasi konsumen dan harapan konsumen yang diterima, dengan cara menganalisis setiap atribut perbaikan kualitas pelayanannya. Hasil dari setiap atribut perbaikan pada

perhitungan gap, akan dimasukkan kedalam metode tree diagram untuk mencari akar permasalahan dari setiap atributnya sehingga dari akar permasalahan tersebut akan menjadi suatu usulan untuk perbaikannya.

#### **2.4 Data Penelitian**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi kelengkapan untuk menyakan tentang keluhan yang terjadi serta peneliti akan membagikan kuisisioner kepada responden toko XYZ sesuai dengan karakteristik responden tertentu.

#### **2.5 Gap 5**

Gap 5 merupakan gap antara pelayanan yang dipersepsikan dan pelayanan yang diharapkan atau (Service Gap). Gap ini terjadi diluar perusahaan dikarenakan pelanggan yang memiliki persepsi yang berbeda dengan harapannya atau harapan pelanggan tidak sama dengan kejadian pelayanan yang diterima atau apa yang disarankan oleh pelanggan lain.

#### **2.6 Gap 1**

Gap 1 merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen. Hasil nilai pada gap 1 dikatakan (+) diartikan sebagian pelanggan sudah merasa puas dengan pelayanan yang didapatkan maka nilai tersebut akan dijadikan inputan untuk gap 2, ketika nilai dikatakan (-) artinya persepsi manajemen belum sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan.

#### **2.7 Gap 2**

Gap merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap spesifikasi kualitas jasa. Pada gap 2 prasyarat yang perlu diperhatikan dalam memberikan kualitas layanan yang tinggi ialah dengan adanya standar kerja yang mencerminkan persepsi manajemen tentang harapan pelanggan.

#### **2.8 Gap 3**

Gap 3 merupakan gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (Delivery Gap), artinya dalam gap 3 ini terdapat perbedaan antara standar pelayanan yang diciptakan berdasar kebutuhan konsumen dengan hasil tindakan nyata yang perusahaan lakukan kepada pelanggan.

#### **2.9 Gap 4**

Gap 4 merupakan gap antara penyampaian pelayanan dengan komunikasi eksternal (Communications Gap) atau memberikan pelayanan sesuai dengan janji, artinya gap ini terdapat perbedaan antara pelayanan yang diberikan dengan komunikasi eksternal terhadap konsumen.

#### **2.10 Analisis Gap**

Pada bagian analisis gap 5 didapatkan dari perhitungan antara persepsi konsumen dan ekspektasi manajemen serta diketahui pada gap 5 terdapat nilai positif (+) dan nilai negatif (-), nilai positif artinya pelayanan yang diharapkan sudah sesuai dengan pelayanan yang diterima, sedangkan pada nilai negatif artinya pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan pelayanan yang diterima dan hasil negatif ini perlu dilanjutkan untuk mengetahui penyebab ketidakpuasan yang diterima pelanggan.

#### **2.11 Tree Diagram**

Tree diagram ialah suatu teknik yang digunakan untuk mengatasi suatu permasalahan dengan cara memecahkan konsep secara luas dan dijadikan suatu tingkatan yang detail, tree diagram ini dimulai dengan satu item masalah yang selanjutnya akan bercabang lebih untuk mengetahui akar permasalahannya

### 3. HASIL DAN ANALISIS

Pada poin ini berisikan tentang alur dari sistem penelitian kualitas pelayanan yang dilakukan di toko XYZ.

#### 3.1 Atribut Penelitian

Pada sub bab ini berisikan atribut yang digunakan untuk penelitian peningkatan kualitas pelayanan di toko tirsno jaya. Atribut penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.1.

**Tabel 3.1 Atribut Penelitian**

Atribut	Pertanyaan Kuisisioner	Atribut	Pertanyaan Kuisisioner
Atribut 1	Jam Buka Toko Tepat Waktu	Atribut 15	Kontak Telpon Toko yang Mudah Dihubungi
Atribut 2	Penjelasan Karyawan Tentang produk Mudah Dimengerti	Atribut 16	Barang Aman Sampai Tujuan
Atribut 3	Kesesuaian Barang yang Dibutuhkan Pelanggan	Atribut 17	Keamanan Dalam Sistem Pembayaran
Atribut 4	Karyawan Sigap dalam Melayani Konsumen	Atribut 18	Data Pelanggan Bersifat Privasi/Terjaga
Atribut 5	Kemampuan Karyawan Dalam Melayani Pelanggan Dengan Tepat	Atribut 19	Keramahan Karyawan Pada Pelanggan
Atribut 6	Kemudahan Pembayaran Secara Debit/Tunai	Atribut 20	Memberi Perhatian Pada Setiap Kebutuhan Pelanggan
Atribut 7	Penampilan Petugas yang Rapi, Bersih dan Sopan	Atribut 21	Terjalin Komunikasi yang Baik Antara Karyawan dan Pelanggan
Atribut 8	Kebersihan dan Kenyamanan Toko	Atribut 22	Terdapat Kotak Kritik dan Saran Untuk Setiap Keluhan Pelanggan
Atribut 9	Tersedia Tempat Duduk Untuk Pelanggan	Atribut 23	Menyediakan Fasilitas Air Minum Untuk Pelanggan
Atribut 10	Area Parkir yang Memadai	Atribut 24	Kesesuaian Antara Harga Tercantum Dengan yang Dibayar
Atribut 11	Karyawan Tanggap dan Cekatan Ketika Menangani Pelanggan	Atribut 25	Tidak Melakukan Kesalahan dalam Melayani Pelanggan
Atribut 12	Ketepatan Karyawan Dalam Memberikan Informasi Tentang Barang yang Berada di Toko	Atribut 26	Sarana Promosi yang Baik (Display)
Atribut 13	Karyawan Dapat dan Bersedia Memberi Informasi yang Dibutuhkan Secara Lengkap, Jelas, dan Mudah Dimengerti	Atribut 27	Rak Penyimpanan Tersusun Dengan Rapih

Atribut 14	Ketanggapan Karyawan Untuk Meminta Maaf Apabila Terjadi Kesalahan		
---------------	---	--	--

### 3.2 Bobot Kepentingan

Pada sub bab ini berisikan bobot kepentingan yang didapatkan dari hasil kuisisioner yang dibagikan kepada responden. Kuisisioner ini dibagikan untuk melihat seberapa penting atribut pada penelitian untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil perhitungan bobot kepentingan dapat dilihat pada Tabel 3.2.

**Tabel 3.2 Perhitungan Bobot Kepentingan**

No	Item Atribut	Score Atribut Kepentingan	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Bobot Kepentingan
1	Jam Buka Toko Tepat Waktu	42	1.355	0.031
2	Penjelasan Karyawan Tentang produk Mudah Dimengerti	57	1.839	0.043
3	Kesesuaian Barang yang Dibutuhkan Pelanggan	55	1.774	0.041
4	Karyawan Sigap dalam Melayani Konsumen	50	1.613	0.037
5	Kemampuan Karyawan Dalam Melayani Pelanggan Dengan Tepat	53	1.710	0.040
6	Kemudahan Pembayaran Secara Debit/Tunai	50	1.613	0.037
7	Penampilan Petugas yang Rapi, Bersih dan Sopan	48	1.548	0.036
8	Kebersihan dan Kenyamanan Toko	48	1.548	0.036
9	Tersedia Tempat Duduk Untuk Pelanggan	47	1.516	0.035
10	Area Parkir yang Memadai	53	1.710	0.040
11	Karyawan Tanggap dan Cekatan Ketika Menangani Pelanggan	53	1.710	0.040
12	Ketepatan Karyawan Dalam Memberikan Informasi Tentang	43	1.387	0.032

	Barang yang Berada di Toko			
13	Karyawan Dapat dan Bersedia Memberi Informasi yang Dibutuhkan Secara Lengkap, Jelas, dan Mudah Dimengerti	52	1.677	0.039
14	Ketanggapan Karyawan Untuk Meminta Maaf Apabila Terjadi Kesalahan	44	1.419	0.033
15	Kontak Telpon Toko yang Mudah Dihubungi	44	1.419	0.033
16	Barang Aman Sampai Tujuan	49	1.581	0.037
17	Keamanan Dalam Sistem Pembayaran	47	1.516	0.035
18	Data Pelanggan Bersifat Privasi/Terjaga	49	1.581	0.037
19	Keramahan Karyawan Pada Pelanggan	52	1.677	0.039
20	Memberi Perhatian Pada Setiap Kebutuhan Pelanggan	56	1.806	0.042
21	Terjalin Komunikasi yang Baik Antara Karyawan dan Pelanggan	54	1.742	0.040
22	Terdapat Kotak Kritik dan Saran Untuk Setiap Keluhan Pelanggan	50	1.613	0.037
23	Menyediakan Fasilitas Air Minum Untuk Pelanggan	50	1.613	0.037
24	Kesesuaian Antara Harga Tercantum Dengan yang Dibayar	49	1.581	0.037
25	Tidak Melakukan Kesalahan dalam Melayani Pelanggan	51	1.645	0.038
26	Sarana Promosi yang Baik (Display)	44	1.419	0.033
27	Rak Penyimpanan Tersusun Dengan Rapih	48	1.548	0.036

*Perbaikan Kualitas Pelayanan di TokoXYZ Menggunakan Metode Analisis Gap dan Tree Diagram*

Jumlah	1338	43,161	1,000
--------	------	--------	-------

Contoh Perhitungan :

1. Rata-rata Tingkat Kepentingan Atribut 1

$$= \frac{\sum \text{Jumlah Score Kepentingan}}{\text{Jumlah Responden}}$$

$$= \frac{42}{31}$$

$$= 1,355$$

2. Bobot Kepentingan Atribut 1

$$= \frac{\text{Rata-rata Tingkat Kepentingan}}{\text{Total Rata-rata Tingkat Kepentingan}}$$

$$= \frac{1,355}{43,161}$$

$$= 0,031$$

### 3.3 Gap 5

Pada sub bab ini terdapat gap 5 yang berisikan perhitungan antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan, gap 5 terjadi karena adanya perbedaan antara persepsi pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh Toko XYZ dan kuisisioner ini dibagikan pada pelanggan yang menjadi responden sesuai dengan kriteria tertentu. Perhitungan Gap 5 dapat dilihat pada Tabel 3.3

**Tabel 3.3 Perhitungan Gap 5**

Gap 5						
No. Atribut	Persepsi Konsumen	Ekspektasi Konsumen	Servqual Score	Bobot Kepentingan	Gap 5 Terbobot	Ket
1	1.909	1.707	0.20	0.031	0.006	+
2	1.667	1.788	-0.12	0.043	-0.005	-
3	1.990	1.636	0.35	0.041	0.015	+
4	1.717	1.535	0.18	0.037	0.007	+
5	1.758	1.535	0.22	0.040	0.009	+
6	1.667	1.657	0.01	0.037	0.000	+
7	1.586	1.657	-0.07	0.036	-0.003	-
8	1.828	1.535	0.29	0.036	0.011	+
9	1.778	1.677	0.10	0.035	0.004	+
10	1.737	1.970	-0.23	0.040	-0.009	-
11	2.061	1.727	0.33	0.040	0.013	+
12	1.737	1.566	0.17	0.032	0.005	+
13	1.636	1.788	-0.15	0.039	-0.006	-
14	1.636	1.707	-0.07	0.033	-0.002	-
15	1.646	1.707	-0.06	0.033	-0.002	-
16	1.939	1.687	0.25	0.037	0.009	+
17	1.727	1.525	0.20	0.035	0.007	+
18	1.636	1.465	0.17	0.037	0.006	+
19	1.697	1.505	0.19	0.039	0.007	+

20	1.545	1.687	-0.14	0.042	-0.006	-
21	1.788	1.697	0.09	0.040	0.004	+
22	1.677	1.586	0.09	0.037	0.003	+
23	1.859	1.899	-0.04	0.037	-0.001	-
24	2.091	2.081	0.01	0.037	0.000	+
25	1.394	1.707	-0.31	0.038	-0.012	-
26	1.990	1.424	0.57	0.033	0.019	+
27	1.737	1.455	0.28	0.036	0.010	+

Contoh Perhitungan :

- Persepsi Pelanggan Atribut 1  

$$= \frac{\sum \text{Jumlah Score Persepsi}}{\text{Jumlah Responden}}$$

$$= \frac{189}{99}$$

$$= 1,909$$
- Ekspetasi Pelanggan Atribut 1  

$$= \frac{\sum \text{Jumlah Score Kepentingan}}{\text{Jumlah Responden}}$$

$$= \frac{169}{99}$$

$$= 1,707$$
- Servqual Score Atribut 1  

$$= \text{Persepsi Pelanggan} - \text{Ekspetasi Pelanggan}$$

$$= 1,909 - 1,707$$

$$= 0,20$$
- Gap 5 Terbobot Atribut 1  

$$= \text{Servqual Score} \times \text{Bobot Kepentingan}$$

$$= 0,20 \times 0,031$$

$$= 0,006$$

### 3.4 Gap 1

Pada sub bab ini terdapat gap 1 yang berisikan tentang perhitungan antara persepsi manajemen dengan ekspetasi pelanggan, gap 1 terjadi karena adanya perbedaan antara persepsi manajemen dengan melihat standar kualitas pelayanan toko dan dibandingkan dengan ekspetasi pelanggan. Perhitungan Gap 1 dapat dilihat pada Tabel 3.4.

**Tabel 3.4 Perhitungan Gap 1**

Gap 1				
No. Atribut	Persepsi Manajemen Mengenai Harapan Konsumen	Ekspetasi Konsumen	Servqual Score	Ket
2	1.857	1.707	0.150	+
7	1.286	1.657	-0.371	-
10	1.714	1.970	-0.255	-
13	1.857	1.788	0.069	+
14	1.429	1.707	-0.278	-



*Perbaikan Kualitas Pelayanan di TokoXYZ Menggunakan Metode Analisis Gap dan Tree Diagram*

15	3.000	1.707	1.293	+
20	1.714	1.687	-0.115	+
23	1.429	1.613	-0.148	-
25	2.286	1.707	0.579	+

Contoh Perhitungan Gap 1

- Servqual Score Atribut 2  
= Persepsi Manajemen Mengenai Harapan Konsumen - Ekspektasi Konsumen  
= 1,857 – 1,707  
= 0,150

### 3.5 Gap 2

Pada sub bab ini terdapat gap 2 yang berisikan tentang perhitungan antara persepsi manajemen dengan standard performance dari pihak manajemen. Perhitungan gap 2 dapat dilihat pada Tabel 3.5.

**Tabel 3.5 Perhitungan Gap 2**

Gap 2				
No. Atribut	Standar Service Quality Specification	Persepsi Manajemen	Servqual Score	Ket
2	2.143	1.857	-0.286	-
13	1.143	1.857	0.714	+
15	1.286	3.000	1.714	+
20	1.857	1.714	-0.143	-
25	1.143	2.286	1.143	+

Contoh Perhitungan Gap 2

- Servqual Score Atribut 2  
= Persepsi Manajemen - Standar Service Quality Specification  
= 1,857 – 2,143  
= - 0,286

### 3.6 Gap 3

Pada sub bab ini terdapat gap 3 yang berisikan tentang perhitungan antara standard performance dengan standard delivery, akibat terjadinya gap 3 dikarenakan adanya perbedaan antara standard performance dengan standard delivery dan data yang digunakan untuk perhitungan ini ialah menggunakan kuisisioner service delivery yang akan dibagikan kepada pihak karyawan. Perhitungan gap 3 dapat dilihat pada Tabel 3.6.

**Tabel 3.6 Perhitungan Gap 3**

Gap 3				
No. Atribut	Penyampaian Jasa (Service Delivery)	Service Quality	Service Score	Ket
13	1.750	0.714	-1,036	-
15	1.250	1.714	0,464	+
25	1.000	1.143	0,143	+

Contoh perhitungan

1. Service Score Atribut 13  
 = Service Quality - Penyampaian Jasa (Service Delivery)  
 = 0,714 – 1,750  
 = - 1,036

### 3.7 Gap 4

Pada sub bab ini terdapat gap 4 yang berisikan tentang perhitungan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal, terjadinya gap ini ialah dikarenakan adanya perbedaan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal atau janji yang telah diberikan Toko XYZ. Perhitungan gap 4 dapat dilihat pada Tabel 3.7.

**Tabel 3.7 Perhitungan Gap 4**

Gap 4				
No. Atribut	Komunikasi Eksternal	Penyampaian Jasa (Delivery Service)	Servqual Score	Ket
15	2,000	1,250	0.750	+
25	1,500	1,000	0.500	+

Contoh Perhitungan

1. Servqual Score Atribut 15  
 = Komunikasi Eksternal - Penyampaian Jasa (Delivery Service)  
 = 2,000 – 1,250  
 = 0,750

### 3.8 Analisis Gap 5

Pada bagian sub bab ini berisikan analisis gap 5 yang didapatkan dari perhitungan dan diketahui pada gap 5 terdapat nilai positif (+) dan nilai negatif (-), nilai positif artinya pelayanan yang diharapkan sudah sesuai dengan pelayanan yang diterima, sedangkan pada nilai negatif artinya pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan pelayanan yang diterima dan hasil negatif ini perlu dilanjutkan untuk mengetahui penyebab ketidakpuasan yang diterima pelanggan. Analisis gap 5 dapat dilihat pada Tabel 3.8.

**Tabel 3.8 Analisis Gap 5**

No	Atribut Pelayanan	ServQual Score	Gap 5 Terbobot	Gap Penyebab
2	Penjelasan Karyawan Tentang produk Mudah Dimengerti	-0.12	-0.005	Gap 2
7	Penampilan Petugas yang Rapi, Bersih dan Sopan	-0.07	-0.003	Gap 1
10	Area Parkir yang Memadai	-0.23	-0.09	Gap 1
13	Karyawan Dapat dan Bersedia Memberi Informasi yang Dibutuhkan Secara Lengkap, Jelas, dan Mudah Dimengerti	-0.15	-0.006	Gap 3

*Perbaikan Kualitas Pelayanan di TokoXYZ Menggunakan Metode Analisis Gap dan Tree Diagram*

14	Ketanggapan Karyawan Untuk Meminta Maaf Apabila Terjadi Kesalahan	-0.07	-0.002	Gap 1
15	Kontak Telpon Toko yang Mudah Dihubungi	-0.06	-0.002	-
20	Memberi Perhatian Pada Setiap Kebutuhan Pelanggan	-0.14	-0.006	Gap 2
23	Menyediakan Fasilitas Air Minum Untuk Pelanggan	-0.04	-0.001	Gap 1
25	Tidak Melakukan Kesalahan dalam Melayani Pelanggan (dalam pengiriman barang)	-0.31	-0.012	-

Hasil yang didapatkan dari perhitungan Gap 5 ini terdapat 9 atribut yang bernilai negatif (-), dimana nilai negatif yang paling kecil ialah pada atribut 23 dan nilai negatif terbesar terdapat pada atribut 10. Selanjutnya nilai negatif (-) yang didapatkan dari Gap 5 akan dianalisis dan dicari penyebabnya dari nilai negatif tersebut.

### 3.9 Urutan Peningkatan Kualitas Pelayanan

Pada bagian sub bab ini berisikan urutan perbaikan yang dilakukan untuk menangani atribut yang mendapatkan nilai negatif (-) dan menurut pelanggan kurang memuaskan. Hasil perhitungan gap 5 yang didapatkan dari bobot kepentingan akan diurut berdasarkan nilai negatif yang paling tinggi samapi nilai negatif paling rendah untuk menentukan prioritas utama yang perlu diperbaiki. Urutan perbaikan kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 3.9.

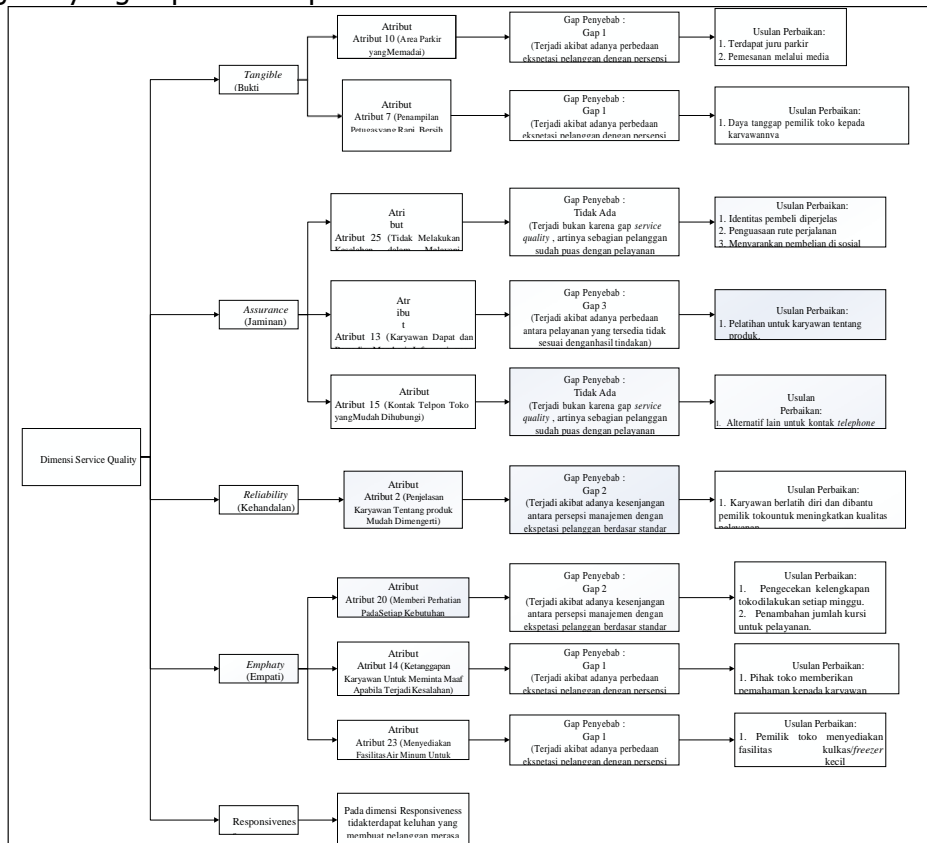
**Tabel 3.9 Urutan Perbaikan Kualitas Pelayanan**

No. Atribut	Atribut	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Bobot Kepentingan	Gap 5 Terbobot	Urutan
25	Tidak Melakukan Kesalahan dalam Melayani Pelanggan	1.707	0.038	-0.012	1
10	Area Parkir yang Memadai	1.970	0.040	-0.009	2
13	Karyawan Dapat dan Bersedia Memberi Informasi yang Dibutuhkan Secara Lengkap, Jelas, dan Mudah Dimengerti	1.788	0.039	-0.006	3
20	Memberi Perhatian Pada Setiap Kebutuhan Pelanggan	1.687	0.042	-0.006	4
2	Penjelasan Karyawan Tentang produk Mudah Dimengerti	1.788	0.043	-0.005	5
7	Penampilan Petugas yang Rapi, Bersih dan Sopan	1.657	0.036	-0.003	6

15	Kontak Telpon Toko yang Mudah Dihubungi	1.707	0.033	-0.002	7
14	Ketanggapan Karyawan Untuk Meminta Maaf Apabila Terjadi Kesalahan	1.707	0.033	-0.002	8
23	Menyediakan Fasilitas Air Minum Untuk Pelanggan	1.859	0.037	-0.001	9

### 3.10 Analisis Tree Diagram

Berikut merupakan analisis tree diagram untuk pengembangan dan perbaikan kualitas pelayanan di Toko XYZ . berikut merupakan hasil analisis tree diagram yang dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Analisis Tree Diagram

### 3.11 Usulan Perbaikan Atribut

Usulan perbaikan kualitas pada atribut diatas dapat dilihat sebagai berikut.

- Atribut 25 (Tidak Melakukan Kesalahan dalam Melayani Pelanggan (dalam pengiriman barang)). Usulan

- a. Pihak toko perlu menanyakan dengan jelas, lengkap, dan disertai patokan rumah pelanggan, serta pelanggan diharapkan mengisi form pembelian saat memesan rak susun barang. Contoh form pembelian dapat dilihat pada Gambar 3.2.

FORM PEMBELIAN RAK SUSUN BARANG TOKO TRISNO JAYA	
NAMA	:
NO. WHATASAPP	:
ALAMAT SERTA PATOKAN RUMAH	:
TIPE RAK SUSUN	:
WARNA	:
UKURAN	:
TOKO TRISNO JAYA	PEMBELI (NAMA)

**Gambar 3.2 Contoh Form Pembelian**

- b. Pihak toko/driver harus menguasai jalan alternatif pada saat pengiriman.
- c. Pihak toko menyarankan pembelian rak susun barang melalui sosial media seperti shoope, tokopedia, facebook, atau pemesan melalui whatsapp.
2. Atribut 10 (Area Parkir yang Memadai). Usulan :
- a. Meningkatkan keamanan ditempat parkir ialah dengan menambah petugas parkir yang berjaga di area parkir.
- b. Menyarankan pembelian secara onlione melalui sosial media shoope, tokopedia, facebook, atau pemesanan melalui whatsapp.
3. Atribut 13 (Karyawan Dapat dan Bersedia Memberi Informasi yang Dibutuhkan Secara Lengkap, Jelas, dan Mudah Dimengerti). Usulan :
- a. Karyawan diberi pelatihan untuk mengetahui secara detail produk yang di jual dengan tipe, ukuran, dan warna yang berbeda, serta karyawan dapat mengetahui segala informasi yang terdapat di toko.
- b. Pihak toko menyediakan list produk/catalog yang berisikan tipe rak, bahan, ukuran, warna, dan berbagai jenis rak.
4. Atribut 2 (Penjelasan Karyawan Tentang produk Mudah Dimengerti). Usulan :
- a. Karyawan sering berlatih diri serta dibantu pemilik toko dalam menghadapi berbagi pelanggan serta berlatih memilih kosa kata yang baik dan benar, sehingga apa yang disampaikan oleh karyawan dapat membuat pelanggan tertarik dalam berbelanja.
- b. Pihak toko menyediakan list produk/catalog yang berisikan tipe rak, bahan, ukuran, warna, dan berbagai jenis rak.
5. Atribut 20 (Memberi Perhatian Pada Setiap Kebutuhan Pelanggan pada saat di toko). Usulan :
- a. Pihak toko selalu mengecek kelengkapan yang ada pada toko terutama air minum yang dibagikan kepada pelanggan untuk dikonsumsi

XYZ MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY DAN TREE DIAGRAM

- b. Pihak toko menambah ketersediaan tempat duduk untuk pelanggan, agar pelanggan dapat merasa nyaman pada saat menunggu ditoko.
6. Atribut 15 (Kontak Telpn Toko yang Mudah Dihubungi). Usulan :
  - a. Pihak toko memberikan kontak alternatif lain, seperti menambah jumlah telephone seluler yang ada di toko sehingga toko mempunyai 2 nomor yang berbeda.
  - b. Pihak toko selalu mengecek setiap hari untuk aktif di social media seperti di shoope & tokopedia serta data terbaru rak selalu update disosial media.
7. Atribut 14 (Ketanggapan Karyawan Untuk Meminta Maaf Apabila Terjadi Kesalahan). Usulan :
  - a. Pihak toko memberikan penegasan kepada karyawan untuk selalu fokus dalam melayani pelanggan agar dapat meminimalisir terjadinya kesalahan yang dapat menyebabkan pelanggan berpindah kepesaing lain.
8. Atribut 7 (Penampilan Petugas yang Rapi, Bersih dan Sopan). Usulan :
  - a. Pemilik toko sering mengingatkan karyawan untuk selalu rapih dan wangi ketika melayani pelanggan.
  - b. Pemilik toko menyediakan seragam untuk karyawan di toko XYZ,serta menyediakan minyak rambut, dan parfum agar karyawan tetap rapih dan wangi.
9. Atribut 23 (Menyediakan Fasilitas Air Minum Untuk Pelanggan). Usulan :
  - a. Pemilik toko menyediakan kulkas/freezer kecil sebagai penyimpanan minuman dingin untuk pelanggan.

#### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapatkan dari analisis dapat dilihat sebagai berikut.

1. Hasil dari perhitungan gap 5 dapat dilihat bahwa nilai gap 5 ialah -0,048, artinya sebagian besar pelanggan yang berbelanja di Toko XYZ belum merasa puas dengan pelayanan yang telah didapatkan.
2. Hasil kesenjangan yang menyebabkan gap 5 bernilai negatif (-) dapat dilihat sebagai berikut.
  - a. Kesenjangan gap diakibatkan oleh gap 1 dengan atribut yang menimbulkan nilai negatif (-) diantaranya atribut 7, atribut 10, atribut 14, dan atribut 23.
  - b. Kesenjangan gap diakibatkan oleh gap 2 dengan atribut yang menimbulkan nilai negatif (-) diantaranya atribut 2, dan atribut 20.
  - c. Kesenjangan gap diakibatkan oleh gap 3 dengan atribut yang menimbulkan nilai negatif (-) diantaranya atribut 13.
  - d. Pada gap 4 tidak terdapat nilai negatif (-) atau tidak menimbulkan nilai kesenjangan untuk gap 5, artinya pelanggan sudah merasa puas dengan penyampaian pelayanan yang dilakukan oleh karyawan.
3. Pada hasil perhitungan gap 5 terdapat nilai gap 5 terbobot yang dapat diurutkan dari nilai negatif paling terbesar hingga nilai gap 5 terbobot nilai negatif paling terkecil, artinya nilai negatif yang paling besar yaitu atribut yang harus diutamakan untuk diperbaiki. Berikut merupakan urutan nilai gap 5 terbobot.
  - a. Atribut 25 (Tidak Melakukan Kesalahan dalam Melayani Pelanggan

*Perbaikan Kualitas Pelayanan di TokoXYZ Menggunakan Metode Analisis Gap dan Tree Diagram*

- (Dalam Pengiriman Barang)) dengan nilai gap 5 terbobot -0.012.
- b. Atribut 10 (Area Parkir yang Memadai) dengan nilai gap 5 terbobot 0.010.
  - c. Atribut 13 (Karyawan Dapat dan Bersedia Memberi Informasi yang Dibutuhkan Secara Lengkap, Jelas, dan Mudah Dimengerti) dengan nilai gap 5 terbobot -0.006.
  - d. Atribut 2 (Penjelasan Karyawan Tentang produk Mudah Dimengerti) dengan nilai gap 5 terbobot -0.005.
  - e. Atribut 20 (Memberi Perhatian Pada Setiap Kebutuhan Pelanggan) dengan nilai gap 5 terbobot -0.005.
  - f. Atribut 15 (Kontak Telpon Toko yang Mudah Dihubungi) dengan nilai gap 5 terbobot -0.002.
  - g. Atribut 14 (Ketanggapan Karyawan Untuk Meminta Maaf Apabila Terjadi Kesalahan) dengan nilai gap 5 terbobot -0.003.
  - h. Atribut 7 (Penampilan Petugas yang Rapi, Bersih dan Sopan) dengan nilai gap 5 terbobot -0.003.
  - i. Atribut 23 (Menyediakan Fasilitas Air Minum Untuk Pelanggan) dengan nilai gap 5 terbobot -0.002.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Diana Chalil&Rianti Barus. (2014). Analisis Data Kuantitatif. Pusat Sistem Informasi (PSI). Medan.
- Firdiana Arini. (2018). Analisis Atribut Pelayanan yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan pelanggan Dengan Menggunakan Metode Service Quality dan Kano. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
- Hasanah Aulia. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Sservice Bank DKI Cabang Pembantu Pondok Gede Terhadap Kepuasan Nasabah. Jurnal Manajemen Bisnis, Vol.21(3).
- Meithiana Indrasari. (2019). Pemsaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya.
- Rosnaini Daga. (2017). Citra Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Global Research And Consulting Institute (Global RCI), Sulawesi Selatan.
- Ramdhan Rifa'I. (2019). Membangun Loyalitas Pelanggan. Jember.