

STRATEGI PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN XYZ BERDASARKAN METODE SERVQUAL DAN TREE DIAGRAM

Putra Angga Dwi Laksono^{1*}, Ir. Yuniar, M.T.¹

¹Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional, Jl PHH Mustofa No.23, Bandung, 40124, Indonesia

Email: putraangga1221@gmail.com

Received 01 09 2023 | Revised 08 09 2023 | Accepted 08 09 2023

ABSTRAK

XYZ mendapatkan keluhan mengenai kualitas pelayanan yang terdapat pada XYZ tersebut. Kualitas pelayanan yang kurang baik dapat menyebabkan kepuasan konsumen menurun sehingga dapat merugikan perusahaan. Atribut kualitas pelayanan disusun berdasarkan penelitian terdahulu dan pendapat konsumen terkait kualitas pelayanan di XYZ tersebut. Servqual dan tree diagram digunakan sebagai pemecah permasalahan untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi konsumen dengan harapan konsumen. Kesenjangan pada perhitungan gap akan menjadi data untuk dilakukan usulan tree diagram yang digunakan untuk mencari akar penyebab dari atribut yang bernilai negatif. Metode penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang akan dibagikan kepada responden XYZ, atribut kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 27 atribut kuesioner. Hasil pengolahan data yang dilakukan dengan metode service quality adalah terdapat 11 atribut yang bernilai negatif. Strategi perbaikan dengan metode tree diagram adalah melihat hasil analisis gap dan selanjutnya dapat dilakukan upaya perbaikan dengan melihat analisis gap tersebut.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Servqual, Tree Diagram, Usulan Perbaikan

ABSTRACT

XYZ has experienced complaints about the quality of service that has been compromised by XYZ. The quality of service or slick service can lead to consumer satisfaction and then change can be used by companies. Attributes of service quality were compiled according to previous research and consumer opinion on the service quality chart at XYZ. Servqual and tree diagrams are used as a problem solver to manage consumer perceptions on consumer charts. The gap in the gaps in the data for XYZ is the proposed tree diagram used by XYZ because Saka attributes have negative values. The procedure for this panelist being followed up using a questionnaire that will be handled by XYZ respondents, the attributes of the questionnaire used by the panelist using 27 attributes of the questionnaire. The result of processing the XYZ data was pointed out using the service quality method with 11 attributes of XYZ having negative value. Strategies and the tree diagram method indeed married when looking at the gap analysis and the gap analysis.

Keywords: Service Quality, Servqual, Tree Diagram, Improvement Strategy

1. PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen ialah suatu faktor yang sangat penting untuk meningkatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen 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. Menurut Rosnaini (2017) kualitas pelayanan jika kurang ditingkatkan maka yang terjadi pada perusahaan ialah minat konsumen dalam membeli akan berkurang bahkan minat konsumen tidak ada, selain itu pendapatan yang dihasilkan perusahaan akan berkurang dan target penjualan akan berkurang dan target penjualan tidak tercapai.

XYZ merupakan salah satu bentuk usaha yang bergerak pada bidang penjualan minuman dan makanan yang melayani konsumen secara langsung. XYZ yang didirikan pada tahun 2017 di Kota Bekasi merupakan kopi yang memiliki desain yang menarik dan unik berkonsep instagramable. Perbedaan tersebut membuat konsumen khususnya kalangan anak muda memiliki ketertarikan yang tinggi untuk mengunjungi tempat XYZ.

XYZ memiliki kelebihan dibandingkan pesaingnya dengan memberikan harga menu minuman dan makanan yang terjangkau untuk konsumen, selain itu XYZ banyak penawaran promo agar bertujuan untuk konsumen tertarik datang membeli minuman dan makanan. Namun berdasarkan pendapat konsumen XYZ pada google reting terdapat beberapa keluhan terhadap kualitas pelayanan di XYZ, ketersediaan kursi dan meja yang kurang nyaman, dalam penyajian menu terutama makanan dan minuman dirasa masih lambat, dan terdapat bagian fasilitas yang belum memadai. Keluhan tersebut bila tidak segera diperbaiki dapat membuat tingkat kepuasan konsumen menjadi berkurang yang dapat berakibat mengurangnya rasa loyalitasnya terhadap perusahaan sehingga dapat membuat pendapatan bagi perusahaan tersebut menjadi menurun sangat besar dan jika diteruskan dapat berdampak negatif bagi XYZ tersebut. Oleh karena itu untuk mengantisipasi hal tersebut XYZ perlu membuat strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan.

2. METODOLOGI

2.1. Penyusunan Kuesioner Penelitian

Pada kuesioner pendahuluan berisikan tentang servqual yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen. Penyebaran kuesioner memerlukan pengujian terlebih dahulu sebelum disebarluaskan kepada konsumen lainnya. Hal ini bertujuan untuk mengetahui variabel yang terdapat di dalam kuesioner tingkat kepentingan dapat dikatakan valid dan reliabel atau belum dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden sebagai sampel. Pemilihan responden tersebut bertujuan untuk mendapatkan nilai distribusi normal dalam pengujian validitas dan reliabilitas selanjutnya. dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Atribut Kuesioner

Atribut	Pertanyaan Kuesioner	Atribut	Pertanyaan Kuesioner
Atribut 1	Kesesuaian menu yang dibutuhkan konsumen	Atribut 15	Karyawan sesuai dalam membuat pesanan
Atribut 2	Karyawan sigap dalam melayani konsumen	Atribut 16	Keamanan tempat parkir terjaga dengan baik
Atribut 3	Kemudahan dalam pembayaran (debit,kartu kredit,ovo,shoopepay,dana)	Atribut 17	Karyawan memberikan penjelasan yang sesuai pada produk makanan dan minuman
Atribut 4	Memberikan daftar harga yang jelas	Atribut 18	Tempat yang nyaman
Atribut 5	Wifi yang di sediakan mudah diakses	Atribut 19	Kesesuaian perhitungan <i>bill</i> dengan jumlah pesanan
Atribut 6	Toilet bersih dan nyaman	Atribut 20	Pengetahuan karyawan memberikan informasi tentang menu yang tersedia
Atribut 7	Kebersihan dan kerapihan ruangan	Atribut 21	Karyawan bersikap sopan dan ramah kepada konsumen
Atribut 8	Memiliki tempat parkir yang luas	Atribut 22	Kelezatan menu yang disajikan
Atribut 9	Kebersihan, kerapihan karyawan	Atribut 23	Memberikan perhatian pada setiap kebutuhan konsumen
Atribut 10	Penampilan hidangan makanan dan minuman	Atribut 24	Karyawan mengutamakan kepentingan konsumen
Atribut 11	Karyawan cepat merespon saat dipanggil	Atribut 25	Karyawan memberikan pelayanan tanpa membedakan konsumen yang datang
Atribut 12	Karyawan bersedia membantu konsumen jika dibutuhkan	Atribut 26	Karyawan selalu bersedia membantu konsumen apabila dibutuhkan
Atribut 13	Kesabaran, ketelatenan karyawan dalam melayani konsumen	Atribut 27	Terjalin komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen
Atribut 14	Kemampuan karyawan dalam melayani konsumen dengan tepat		

2.2 Identifikasi Karakteristik Responden

Responden yang menjadi sasaran dalam penelitian ini ditentukan melalui responden yang memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik pembeli XYZ usia 15 tahun sampai 45 tahun dan telah mengunjungi dan membeli makanan dan minuman di XYZ. Apabila terdapat responden yang memiliki usia 15 tahun ke bawah maka kuesioner dinyatakan tidak dapat digunakan dan responden tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner.

2.3 Penentuan Ukuran Sampel

Menurut Sugiono (2017) Penentuan ukuran sampel responden yang dilakukan dengan rumus Cochran, Untuk menentukan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka dalam penentuan sampel digunakan rumus Cochran sebagai berikut.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2} \quad (1)$$

2.4 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan

Pada kuesioner pendahuluan berisikan tentang dimensi atribut *servqual* yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan konsumen. Hasil atribut yang telah ditentukan akan disebarkan kepada responden ialah pembeli atau konsumen yang berbelanja atau datang ke XYZ yang sudah termasuk kepada ketentuan karakteristik responden, dan jumlah yang disebarkan 30 responden.

2.5 Uji Validitas

Ketepatan dan kecermatan suatu variabel di dalam suatu penelitian diukur melalui pengujian validitas. Menurut Arianto (2018) kuesioner dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ,

sebaliknya apabila r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka data dapat dikatakan tidak valid atau data tersebut tidak layak untuk digunakan, dalam arti lain variabel pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner itu tidak dapat dicantumkan.

2.6 Uji Reliabilitas

Poin ini berisikan tentang pengujian data kuesioner dengan menggunakan uji reliabilitas karena dapat mengetahui sejauh mana data tersebut dapat dikatakan reliabilitas dan konsisten, pengujian ini akan dibantu dengan menggunakan software SPSS 22. Pengujian ini dilakukan dengan cara menghitung Alpha Cronbach, data dapat dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas $> 0,7$ dan apabila data diluar rentang koefisien tersebut maka dapat dikatakan tidak reliabel (Riyono, 2016).

2.7 Gap 5

Gap 5 berisikan tentang perbedaan antara persepsi konsumen terhadap ekspektasi konsumen, dari gap 5 ini merupakan akibat dari kejadian yang diakumulasikan pada gap-gap yang sebelumnya. Nilai yang dihasilkan pada gap 5 jika nilai (-) artinya persepsi konsumen lebih buruk dari pada harapan konsumen, sebaliknya jika nilai (+) persepsi konsumen lebih baik dari pada harapan konsumen.

2.8 Gap 1

Gap 1 kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen. Apabila hasil nilai dikatakan (+) artinya 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 konsumen.

2.9 Gap 2

Gap 2 berisikan tentang persepsi manajemen terhadap spesifikasi kualitas jasa. Gap ini akan terjadi apabila adanya perbedaan antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas pelayanan. Selain itu prasyarat yang perlu diperhatikan dalam memberikan kualitas layanan yang tinggi ialah dengan adanya standar kerja yang mencerminkan persepsi manajemen tentang harapan konsumen.

2.10 Gap 3

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

2.11 Gap 4

Gap 4 merupakan gap antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal, artinya gap ini terdapat perbedaan antara pelayanan yang diberikan dengan komunikasi eksternal terhadap konsumen.

2.12 Analisis dan Saran

Pada analisis dan usulan yang ditemukan dari hasil pengolahan data, setelah dianalisis selanjutnya mencari atribut mana yang terlebih dahulu diperbaiki dan diberi usulan untuk perbaikannya. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diterapkan untuk XYZ, peneliti menggunakan tree diagram untuk menemukan inti masalah dan usulan perbaikannya.

3. HASIL PENELITIAN DAN USULAN

3.1 Uji Validitas

Rekapitulasi hasil uji validitas pada kuesioner kepentingan menggunakan aplikasi SPSS 22 di dapatkan hasil keseluruhan valid semua.

3.2 Uji Reliabilitas

Rekapitulasi hasil uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 22 di dapatkan hasil nya reliabel $0.979 > 0.700$ data reliabel.

3.3 Pengolahan Data Gap 5

Pada sub bab ini terdapat gap 5 yang berisikan perhitungan antara persepsi konsumen dan ekspektasi konsumen, gap 5 terjadi karena adanya perbedaan antara persepsi konsumen dengan ekspektasi konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh XYZ dan kuesioner ini dibagikan pada konsumen yang menjadi responden sesuai dengan kriteria tertentu dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Gap 5

No Atribut	Rata-rata Persepsi Konsumen	Rata-rata Ekspektasi konsumen	Gap 5	Bobot Kepentingan	Gap 5 Terbobot
1	3,320	3,330	-0,010	0,204	-0,002
2	3,310	3,220	0,090		0,018
3	3,350	3,300	0,050		0,010
4	3,130	3,040	0,090		0,018
5	3,130	3,060	0,070	0,199	0,014
6	3,170	3,030	0,140		0,028
7	3,310	3,250	0,060		0,012
8	3,390	3,300	0,090		0,018
9	3,070	3,100	-0,030		-0,006
10	3,290	3,330	-0,040		-0,008
11	3,260	3,280	-0,020	0,202	-0,004
12	3,160	3,180	-0,020		-0,004
13	3,120	3,560	-0,440		-0,089
14	3,480	3,440	0,040		0,008
15	3,020	3,100	-0,080	0,198	-0,016
16	3,340	3,330	0,010		0,002
17	3,290	3,230	0,060		0,012
18	3,360	3,350	0,010		0,002
19	3,150	3,020	0,130		0,026
20	3,140	3,050	0,090		0,018
21	3,120	3,080	0,040		0,008
22	3,260	3,220	0,040		0,008
23	3,310	3,340	-0,030	0,197	-0,006
24	3,030	3,050	-0,020		-0,004
25	3,330	3,260	0,070		0,014
26	3,270	3,320	-0,050		-0,010
27	3,030	3,600	-0,570		-0,112

3.4 Pengolahan Data Gap 1

Pada sub bab ini terdapat gap 1 yang berisikan tentang perhitungan antara persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen, gap 1 terjadi karena adanya perbedaan antara persepsi manajemen dengan melihat standar kualitas pelayanan XYZ dan dibandingkan dengan ekspektasi konsumen dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Gap 1

<i>Gap 1</i>		
Persepsi Manajemen atas ekspektasi konsumen	Nilai rata-rata ekspektasi konsumen	<i>Gap 1</i>
3,000	3,330	-0,330
3,500	3,100	0,400
3,500	3,330	0,170
4,000	3,280	0,720
3,000	3,180	-0,180
3,000	3,560	-0,560
3,500	3,100	0,400
3,000	3,340	-0,340
4,000	3,050	0,950
4,000	3,320	0,680
4,000	3,600	0,400

3.5 Pengolahan Data Gap 2

Pada sub bab ini terdapat gap 2 yang berisikan tentang perhitungan antara persepsi manajemen terhadap spesifikasi kualitas jasa. Data yang digunakan untuk gap 2 ini menggunakan kuesioner standard performance yang akan dibagikan kepada pihak manajemen sebanyak 2 orang diantaranya 2 manager dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Gap 2

<i>Gap 2</i>			
No. Atribut	<i>Standard Performance</i>	Persepsi Manajemen atas Ekspektasi Konsumen	<i>Gap 2</i>
9	4,000	3,500	0,500
10	3,500	3,500	0,000
11	2,500	4,000	-1,500
15	3,000	3,500	-0,500
24	4,000	4,000	0,000
26	3,000	4,000	-1,000
27	4,000	4,000	0,000

3.6 Pengolahan Data Gap 3

Pada sub bab ini terdapat gap 3 yang berisikan tentang perhitungan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa, akibat terjadinya gap 3 dikarenakan adanya perbedaan antara standard performance dengan standard delivery dan data yang digunakan untuk perhitungan ini adalah menggunakan kuesioner service delivery yang akan dibagikan kepada pihak manajemen sebanyak 2 orang diantaranya 2 manager dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Gap 3

<i>Gap 3</i>			
No. Atribut	<i>Service Delivery</i>	<i>Standar Performance</i>	<i>Gap 3</i>
9	3,000	4,000	-1,000
10	4,000	3,500	0,500
24	3,500	4,000	-0,500
27	4,000	4,000	0,000

3.7 Pengolahan Data Gap 4

Pada sub bab ini terdapat gap 4 yang berisikan tentang perhitungan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal, terjadinya gap 4 ini adalah dikarenakan adanya perbedaan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal atau janji yang telah diberikan XYZ. Data yang digunakan untuk perhitungan ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang di kasih ke manager sebanyak 2 orang dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Perhitungan Gap 4

Gap 4			
No. Atribut	Komunikasi Eksternal	Service Delivery	Gap 4
10	3,500	4,000	-0,500
27	3,000	4,000	-1,000

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 ketidak puasan yang diterima konsumen dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Gap 5 dan Gap Penyebab

No	Atribut Pelayanan	Gap 5 Terbobot	Gap Penyebab
1	Kesesuaian menu yang dibutuhkan konsumen	-0,002	Gap 1
9	Kebersihan, kerapihan karyawan	-0,006	Gap 3
10	Penampilan hidangan makanan dan minuman	-0,008	Gap 4
11	Karyawan cepat merespon saat dipanggil	-0,004	Gap 2
12	Karyawan bersedia membantu konsumen jika dibutuhkan	-0,004	Gap 1
13	Kesabaran, ketelatenan karyawan dalam melayani konsumen	-0,089	Gap 1
15	Karyawan sesuai dalam membuat pesanan	-0,016	Gap 2
23	Memberikan perhatian pada setiap kebutuhan konsumen	-0,006	Gap 1
24	Karyawan mengutamakan kepentingan konsumen	-0,004	Gap 3
26	Karyawan selalu bersedia membantu konsumen apabila dibutuhkan	-0,010	Gap 2
27	Terjalin komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen	-0,112	Gap 4

3.9 Urutan Perbaikan Pelayanan

Pada bagian bab ini berisikan urutan perbaikan yang dilakukan untuk menangani atribut yang mendapatkan nilai negatif dan menurut konsumen kurang memuaskan. Hasil perhitungan gap 5 yang didapatkan dari bobot kepentingan akan diurut berdasarkan nilai negatif yang paling tinggi sampai nilai negatif paling rendah untuk menentukan prioritas utama yang perlu diperbaiki. Berikut merupakan urutan nilai gap 5 yang disusun dari nilai negatif terbesar sampai terkecil, dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Urutan Gap 5

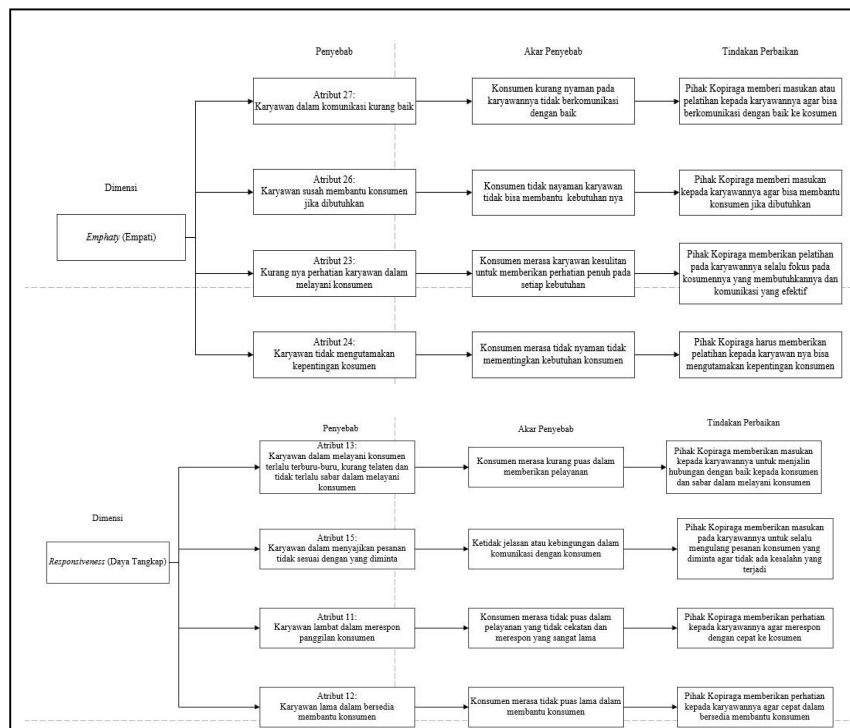
No. Atribut	Atribut	Rat-rata Ekspektasi	Bobot Kepentingan	Gap 5 Terbobot	Urutan
27	Terjalin komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen	3,600	0,197	-0,112	1
13	Kesabaran, ketelatenan karyawan dalam melayani konsumen	3,120	0,202	-0,089	2
15	Karyawan sesuai dalam membuat pesanan	3,020	0,202	-0,016	3
26	Karyawan selalu bersedia membantu konsumen apabila dibutuhkan	3,320	0,197	-0,010	4
10	Penampilan hidangan makanan dan minuman	3,330	0,199	-0,008	5
9	Kebersihan, kerapihan karyawan	3,100	0,199	-0,006	6
23	Memberikan perhatian pada setiap kebutuhan konsumen	3,340	0,197	-0,006	7
11	Karyawan cepat merespon saat dipanggil	3,280	0,202	-0,004	8

Tabel 8. Urutan Gap 5 (Lanjutan)

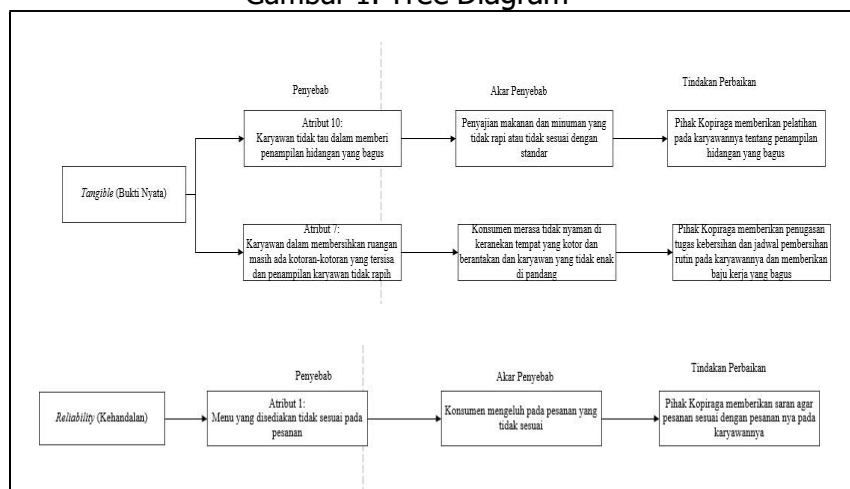
No. Atribut	Atribut	Rat-rata Ekspektasi	Bobot Kepentingan	Gap 5 Terbobot	Urutan
12	Karyawan bersedia membantu konsumen jika dibutuhkan	3,180	0,202	-0,004	9
24	Karyawan mengutamakan kepentingan konsumen	3,050	0,197	-0,004	10
1	Kesesuaian menu yang dibutuhkan konsumen	3,330	0,204	-0,002	11

3.10 Analisis Tree Diagram

Berikut merupakan analisis tree diagram untuk pengembangan dan perbaikan kualitas pelayanan di XYZ. berikut merupakan hasil analisis tree diagram yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tree Diagram



Gambar 2. Tree Diagram

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan dari analisis dapat dilihat sebagai berikut.

1. Hasil dari perhitungan gap 5 dapat dilihat bahwa nilai gap 5 ialah -0,010, artinya sebagian besar konsumen yang membeli di 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 1, atribut 12, atribut 13, dan atribut 23.
 - b. Kesenjangan gap diakibatkan oleh gap 2 dengan atribut yang menimbulkan nilai negatif diantaranya atribut 11, atribut 15 dan atribut 26.
 - c. Kesenjangan gap diakibatkan oleh gap 3 dengan atribut yang menimbulkan nilai negatif diantaranya atribut 9 dan atribut 26.
 - d. Kesenjangan gap diakibatkan oleh gap 4 dengan atribut yang menimbulkan nilai negatif diantaranya atribut 10 dan atribut 27.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 1(2), 83-101.
- Daga, Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research. *Journal Of Marketing*, 49(3).
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.