

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE *SERVICE QUALITY (SERVQUAL)* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)* PADA PT. MEDIA PURNA ENGINEERING

Oleh : Heru Winarno dan Tb. Absor heruwinarno42@yahoo.co.id

Received: July 20, 2017; **Accepted:** October 31, 2017; **Published:** November 30, 2017

ABSTRACT

PT. Media Purna Engineering is a company engaged in the field of mechanical maintenance services rotating, hydraulic systems, construction, and piping. PT. Media Purna Engineering has never conducted a measurement of the level of satisfaction of its partner companies so that in improving the quality of service and in overcoming the complaints have not been done properly. The purpose of this study is to improve the quality of service to the satisfaction of partner companies namely PT. Krakatau Steel (Persero) Tbk for the services provided. The research method used is the method of Service Quality (Servqual) and Importance Performance Analysis (IPA) to measure the level of satisfaction and quality of services provided .. Based on research results indicate that the quality of service PT. Media Purna Engineering is good, but there are 1 service quality attribute that still need to be improved or developed from 25 attribute of service quality, that is at the 15th attribute about speed in giving solution. Recommendations for improvement include the introduction of the work area, new workers should always be supervised and supervised, schedule training, constraints please quickly inform Lieder or Supervisor to be quick in providing solutions to overcome them.

Keywords: Service Quality, Service Quality (Servqual), Importance Performance Analysis (IPA)

ABSTRAK

PT. Media Purna Engineering merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perawatan mekanik *rotating*, sistem hidrolik, konstruksi, dan *piping*. PT. Media Purna Engineering selama ini belum pernah melakukan pengukuran tingkat kepuasan mitra perusahaannya sehingga dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan dalam mengatasi keluhan-keluhan masih belum terlaksana dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mitra perusahaan yaitu PT. Krakatau Steel (Persero) Tbk atas pelayanan yang diberikan. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode *Service Quality (Servqual)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk mengukur tingkat kepuasan dan kualitas pelayanan yang diberikan.. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PT. Media Purna Engineering tergolong baik, namun terdapat 1 atribut kualitas pelayanan yang masih perlu ditingkatkan atau dikembangkan kembali dari 25 atribut kualitas pelayanannya, yaitu pada atribut ke 15 tentang kecepatan dalam memberikan solusi. Rekomendasi perbaikan yang diberikan diantaranya harus diadakannya pengenalan area kerja, pekerja baru harus senantiasa dibina dan diawasi, pembuatan jadwal *training*, kendala harap dengan cepat informasikan ke *Lieder* atau *Supervisor* supaya cepat dalam memberikan solusi untuk mengatasinya.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Service Quality (Servqual)*, *Importance Performance Analysis (IPA)*

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan berjalannya waktu, paradigma dalam menjalankan kegiatan bisnis perusahaan juga telah mengalami perkembangan. Pada era globalisasi ini disadari bahwa pentingnya konsep yang lebih menekankan pada perusahaan yang berwawasan dan mementingkan pelanggan. Konsep ini menempatkan pelanggan pada posisi yang semakin penting bagi perusahaan, karena konsumen dapat menjadi kunci bagi kesuksesan perusahaan.

Industri jasa telah berkembang tidak hanya pada jenisnya, akan tetapi semakin dominan dan beragamnya kebutuhan akan jasa tersebut. Dalam industri ini kualitas sangat penting bagi pihak perusahaan dan konsumen, karena kualitas barang ataupun jasa berpengaruh besar atau berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Sehingga kualitas jasa dapat menjadi salah satu strategi yang penting dalam persaingan. Kualitas jasa dipengaruhi oleh dua faktor yaitu harapan dan kinerja yang dirasakan konsumen. Konsumen akan membandingkan harapan konsumen dan kinerja yang diberikan oleh perusahaan berupa pemberian pelayanan yang memuaskan. Bila harapan terpenuhi oleh pelayanan perusahaan, maka jasa tersebut dikatakan memiliki kualitas yang baik dan akan dapat memuaskan pelanggan.

PT. Media Purna Engineering merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perawatan mekanik *rotating*, sistem hidrolik, kontruksi, dan *piping*. Sehingga dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan perlu memperhatikan kepuasan pelanggan karena pelanggan merupakan unsur yang terpenting dalam kegiatan jasa perawatan yang dikelola oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah kualitas pelayanan atau *service quality* (*Servqual*).

Pelayanan pada dasarnya mempunyai target atau sasaran yang sederhana saja yaitu dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan selaku pengguna layanan. Meskipun sasaran dari pelayanan cukup

sederhana tetapi pelaksanaannya tidaklah semudah yang diucapkan karena untuk mencapai itu semua diperlukan suatu pelayanan yang berkualitas. Demikian pula dengan PT. Media Purna Engineering sebagai perusahaan pelayanan jasa harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada mitra perusahaan. Karena dalam perusahaan pelayanan jasa masalah kualitas pelayanan menjadi masalah penting dan mendasar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan selaku penggunaan layanan jasa.

PT. Media Purna Engineering selama ini belum pernah melakukan pengukuran tingkat kepuasan mitra perusahaannya sehingga dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan dalam mengatasi keluhan-keluhan masih belum terlaksana dengan baik. Seperti keluhan mengenai peralatan kerja yang kurang lengkap, peralatan kerja yang rusak atau kurang terawat, peralatan kerja yang hilang, kecepatan pekerja dalam memberikan solusi permasalahan kerja yang lambat. Apabila keluhan-keluhan tersebut belum diatasi dapat mengakibatkan kualitas pelayanan menjadi buruk di mitra perusahaannya yaitu PT. Krakatau Steel (Persero) Tbk.

Pentingnya pengukuran kepuasan pelanggan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan demi keberlangsungan perusahaan. Beberapa diantaranya diukur dengan metode *Service Quality* (*Servqual*) dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

Pada penelitian ini menggunakan metode *Service Quality* (*Servqual*) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Karena pada metode *Service Quality* (*Servqual*) terdapat kelebihan atau keunggulan dibandingkan metode lain, diantaranya dapat diketahui nilai gap (nilai kualitas pelayanan) dari setiap atribut kebutuhan, dapat diketahui bagaimana harapan dan bagaimana kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan, dapat diketahui atribut mana yang harus menjadi fokus perbaikan selanjutnya, metode *Servqual* telah menjadi standar penilaian atas

berbagai dimensi kualitas pelayanan, berbagai riset menunjukkan bahwa metode *servqual* valid untuk berbagai konteks layanan, dan kuesioner *Servqual* adalah reliabel, artinya pertanyaan-pertanyaan dipersepsikan sama oleh responden yang berbeda (Widia, 2016).

Adapun pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA) telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003). *Importance Performance Analysis* (IPA) secara konsep merupakan suatu model multi-atribut. Teknik ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan penawaran pasar dengan menggunakan dua kriteria yaitu kepentingan relatif atribut dan kepuasan konsumen. Penerapan teknik ini dimulai dengan identifikasi atribut-atribut yang relevan terhadap suatu pilihan yang diamati.

Service quality dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh, metode *Servqual* adalah metode yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan (Heru, 2014). IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepuasan dalam penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik IPA sangat mudah, dimana grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *importance performance* (Heru, 2014). Oleh karena itu penelitian ini menggunakan metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

Penelitian ini bertujuan memberikan satu metode pengukuran tingkat kepuasan pelanggan atau mitra perusahaan PT. Media Purna Engineering dengan menggunakan metode *Service Quality (Servqual)* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Selanjutnya dari hasil pengukuran ini diharapkan dapat menjadi dasar perbaikan dan penyempurnaan layanan untuk masa yang

akan datang guna mencapai peningkatan kepuasan mitra perusahaan.

BAHAN DAN METODE

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan konsepsi yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak tahan lama (*perishability*), serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (*inseparability*) (Parasuraman et. Al., 1988, dalam Tjiptono, 2002).

Adapun dimensi kualitas untuk mengukur bagaimana kualitas itu sendiri yang dijelaskan oleh Parasuraman (dalam Tandjung 2004) elemen kualitas jasa (pelayanan) terdiri dari :

1. Bukti Fisik (*tangibles*)

Menurut Tjiptono (2006), bukti fisik (*tangible*) merupakan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bias berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, keberhasilan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan. Prasarana yang berkaitan dengan layanan pelanggan juga harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Gedung yang megah dengan fasilitas pendingin (AC), alat telekomunikasi yang canggih atau perabot kantor yang berkualitas, dan lain-lain menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih suatu produk / jasa.

2. Keandalan (*reliability*)

Menurut Tjiptono (2006), keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk / jasa yang handal. Produk / jasa jangan sampai mengalami kerusakan / kegagalan. Dengan kata lain, produk / jasa tersebut harus selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, *time schedule* perlu disusun dengan teliti.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Menurut Tjiptono (2006), daya tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat berarti respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan

Para anggota perusahaan harus memperhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam elemen cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu pelanggan. Apa pun posisi seseorang di perusahaan hendaknya selalu memperhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan.

4. Jaminan (*assurance*)

Menurut Tjiptono (2006), jaminan (*assurance*) merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Pada saat persaingan sangat kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. IBM sangat menekankan faktor-faktor tersebut kepada para teknisi yang menangani pemasangan dan layanan purna jual. Faktor *security*, yaitu memberikan rasa aman dan

terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula.

5. Empati (*empathy*)

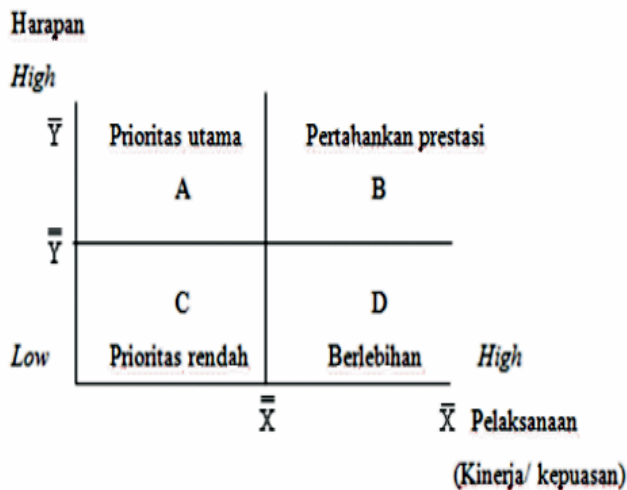
Menurut Tjiptono (2006), empati (*empathy*) merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimal tiga kali, lalu segera dijawab. Ingat, waktu yang dimiliki pelanggan sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama.

Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martila dan James pada tahun 1977. Metode ini dimaksudkan sebagai kerangka kerja didalam memahami kepuasan pelanggan sebagai fungsi dari *expectation* (*importance* atau tingkat kepentingan) terkait dengan suatu atribut serta penilaian pelanggan terhadap kinerja organisasi (*performance*) dilihat dari atribut terkait (Supranto, 2006). Bahwa metode IPA mampu memberikan informasi penting kepada pengelola industri jasa baik berupa ukuran kepuasan pelanggan maupun alokasi sumberdaya secara efisien, keduanya dalam format yang mudah diterapkan.

Secara umum langkah-langkah IPA adalah sebagai berikut (Supranto, 2006):

1. Pertama, mengidentifikasi elemen-elemen atau aspek-aspek kritis yang akan dievaluasi.
2. Kedua, mengembangkan instrument *survey* yang digunakan untuk mendapatkan penilaian tingkat kepentingan serta kinerja dari elemen-elemen atau aspek-aspek yang diperoleh dilangkah satu.
3. Ketiga, menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan serta kinerja masing-masing elemen.
4. Keempat, rata-rata nilai tingkat kepentingan serta kinerja tersebut kemudian diplot kedalam matriks dua dimensi, biasanya sumbu vertikal

mewakili nilai rata-rata tingkat kepentingan dan sumber horizontal mewakili nilai rata-rata aktual.



Gambar 1. Matriks *Importance Performance Analysis*

Sumber : Supranto, 2006

Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut :

A. Prioritas Utama (*Concentrate Here*)

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. Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

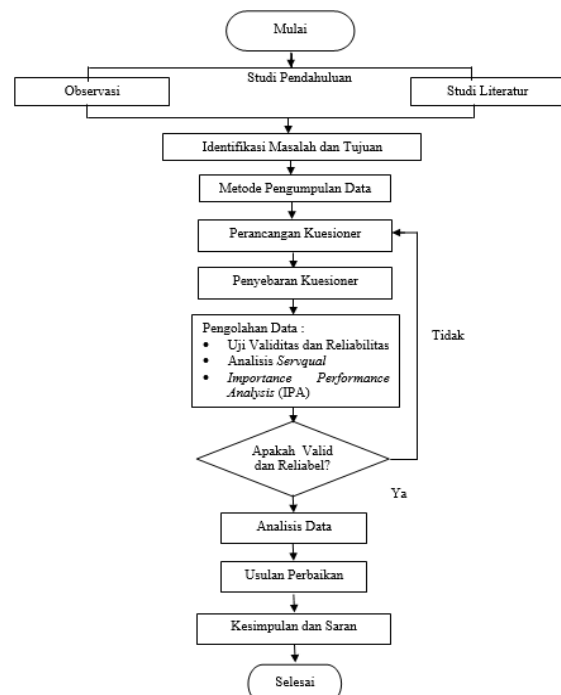
C. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau tingkat kinerja aktual yang rendah atau tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih terhadap faktor-faktor tersebut.

D. Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu dianggap oleh perusahaan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang memiliki tingkat prioritas yang lebih tinggi.

ALUR TAHAPAN PENELITIAN



Gambar 2. Diagram Alir Penelitian

METODE PENGOLAHAN DATA

Metode pengolahan data dilakukan setelah penyebaran kuesioner kepada responden. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode Servqual dan IPA. Dari metode Servqual dan IPA dihasilkan atribut mana yang mempunyai pengaruh paling dominan dalam mencapai kepuasan konsumen berkenaan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Dari atribut yang diperoleh tersebut, dianalisis menggunakan Fishbone untuk mengetahui penyebab dan akibat dari atribut yang paling dominan berpengaruh tersebut. Lalu kemudian dalam rekomendasi perbaikan menggunakan 5W + 1H.

Pada pengumpulan data penelitian ini menggunakan tiga metode yaitu dengan penyebaran kuesioner yang selanjutnya data yang diperoleh dikumpulkan serta dengan melakukan observasi dan wawancara. Kegiatan pengamatan terhadap objek penelitian ini untuk memperoleh keterangan data yang lebih akurat mengenai hal-hal yang diteliti serta untuk mengetahui relevansi antara jawaban responden dengan kenyataan yang terjadi di lapangan khususnya kualitas pelayanan PT. Media Purna Engineering area PT. Krakatau Steel (Persero) Tbk. Dalam pengidentifikasian atribut, atribut-atribut tersebut disesuaikan dengan kualitas layanan yang akan diteliti dengan merujuk terhadap lima dimensi *Servqual*. Skala pengukuran yang digunakan untuk penelitian ini adalah skala pengukuran likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial (Leoni, 2010). Pada penelitian ini menggunakan 5 jenjang kriteria yang berbeda dari masing-masing bagian kuesioner. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan skala Likert. Kuesioner dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Adapun dalam penarikan sampel menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan yang sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel sebagai berikut (Steph Ellen, 2010) :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \dots \dots \dots (3.1)$$

Keterangan :

n = Number of samples (jumlah sampel)

N = Total population (jumlah seluruh anggota populasi)

e = Error tolerance (toleransi terjadinya galat; taraf signifikansi; 0,01)

Pada populasi sebanyak 27 orang Setelah dihitung dengan menggunakan rumus

Slovin didapatkan jumlah sampel 26,93. Sesuai dengan hasil perhitungan rumus Slovin, maka pengambilan sampel sebagai responden sebanyak 27 responden sesuai populasi yang ada. Para responden dipilih berdasarkan jabatan mulai dari *Foreman*, *Supervisor*, sampai *Superintendent* PT. Krakatau Steel (Persero) Tbk.

Validitas data adalah suatu ukuran yang mengacu kepada derajat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dan data yang sebenarnya di dalam sumber data. Data yang valid akan diperoleh apabila instrumen pengumpulan data juga valid (Sinulingga, 2011). Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan teknik pengujian Pearson dengan taraf kepercayaan 95% dan tingkat ketelitian (α) sebesar 0,05. Nilai yang digunakan dalam penelitian ini jika nilai koefisien r yang diperoleh $> r$ tabel, berarti valid dan jika $< r$ tabel berarti tidak valid. Uji validitas menggunakan rumus Bivariate Pearson (*Korelasi Pearson Product Moment*). Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah subyek yang diteliti

$\sum X$ = Jumlah X (skor item)

$\sum Y$ = Jumlah Y (skor total)

X^2 = Jumlah kuadrat X

Y^2 = Jumlah kuadrat Y

$\sum XY$ = Jumlah kuadrat antara X dan Y

Reliabilitas menurut Sinulingga (2011) adalah sebuah alat ukur berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data yang dihasilkan dari proses pengumpulan data dengan menggunakan instrumen tersebut. Pengujian reliabilitas pada umumnya dikenakan untuk pengujian stabilitas instrumen dan konsistensi internal instrumen. Metode yang akan digunakan dalam uji reliabilitas adalah metode Cronbach's Alpha. Metode Cronbach's Alpha sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala atau skor rentangan.

Diasumsikan bahwa item-item pembentuk alat ukur yang diuji berkorelasi satu sama lain karena item-item tersebut mengukur entitas yang sama. Uji Cronbach menghasilkan satu nilai α untuk setiap variabel laten. Pengujian reliabilitas biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Pengujian Reliabilitas menggunakan alat ukur berupa teknik Alpha Cronbach dengan rumus sebagai berikut (Priyatno, 2010):

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \alpha_i^2}{\alpha_1^2} \right\} \quad (2)$$

Dimana:

- r_{11} = Koefisien reliabilitas
- k = Banyaknya item dan tes
- $\sum \alpha_i^2$ = Varians skor tes
- α_1^2 = Varian total

Dalam penelitian ini uji validitas dan reabilitas menggunakan aplikasi SPSS.V.21.

ANALISIS DATA

Setelah dilakukan dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Kemudian data dianalisis dengan metode *servqual* dengan cara menghitung nilai kesenjangan (*gap*), maka dapat ditentukan nilai kepuasan negatif (<0) menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi, sebaliknya bila nilai kepuasan positif (>0) menunjukkan kualitas pelayanan melebihi tingkat kepuasan konsumen. Bila nilai kepuasan sesuai (=0) menunjukkan kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan. Dan dilanjutkan dengan menggunakan analisis IPA.

Setelah dilakukan analisis data diperoleh atribut-atribut dari dimensi-dimensi tingkat kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan kembali agar kepuasan mitra atau pelanggan terpenuhi. Dalam hal ini yang perlu dilakukan dalam peningkatan kualitas pelayanan adalah atribut kualitas pelayanan yang mendapatkan kesenjangan antara harapan dan persepsi. Adapun dalam menganalisis akar penyebab masalah dengan menggunakan diagram sebab akibat. Menurut Heizer dan

Render (2006), diagram sebab akibat ini disebut juga diagram tulang ikan (*fishbone chart*) dan berguna untuk memperlihatkan faktor-faktor utama yang berpengaruh pada kualitas dan mempunyai akibat pada masalah yang kita pelajari. Selain itu kita juga dapat melihat faktor-faktor yang lebih terperinci yang berpengaruh dan mempunyai akibat pada faktor utama tersebut yang dapat kita lihat dari panah-panah yang berbentuk tulang ikan pada diagram *fishbone* tersebut.

USULAN PERBAIKAN

Dalam membuat usulan perbaikan pada penelitian ini dengan cara merencanakan langkah-langkah implementasi kaizen yaitu 5W + 1H yang terdiri dari *what* (apa), *why* (mengapa), *where* (dimana), *when* (kapan), *who* (siapa) dan *how* (bagaimana) untuk memperoleh data-data dalam melakukan perbaikan. Dalam Perencanaan implementasi Kaizen ini di dasarkan dari hasil identifikasi masalah .

Dari usulan perbaikan ini diharapkan dapat membantu pihak manajemen dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh mitra perusahaan.

Pihak pengawas dan manajemen diharapkan selalu dapat mengevaluasi kinerja pelayanannya tidak hanya saat ini tetapi untuk seterusnya agar tingkat persepsi mitra perusahaan dapat selalu

terkontrol dengan baik. Hal ini penting dilakukan karena pelayanan yang baik akan mendapatkan persepsi yang positif dari mitra perusahaan dan menciptakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Media Purna Engineering adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa (kontraktor) yang melayani perusahaan menengah dan perusahaan besar, baik swasta atau pemerintahan. Sebagai perusahaan pelayanan jasa yang didirikan pada tahun 2013, PT. Media Purna Engineering menyediakan solusi bisnis yang inovatif

kepada perusahaan yang menjadi mitranya, yang mana selalu mengutamakan mutu serta kepercayaan demi kelangsungan bisnis yang harmonis dan berkelanjutan.

PT. Media Purna Engineering saat ini berfokus terhadap pemasok tenaga kerja di bidang perawatan *mechanic rotating*, sistem hidrolik, konstruksi, dan *piping*, mulai dari *level helper* sampai dengan *level supervisor*, disamping perusahaan juga melayani kebutuhan permintaan mitra perusahaan.

PT. Media Purna Engineering dalam menjalankan bisnis didukung oleh sumber daya yang berkualitas dan berpengalaman dalam bidangnya. Karena perusahaan yakin, hanya dengan sumber daya yang tinggi dapat menghasilkan kualitas pekerjaan dan pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan mitra perusahaan.

Tabel 1. Hasil Kuesioner

		HARAPAN	PERSEPSI
1	Penampilan pekerja (menggunakan perlengkapan <i>safety</i>) saat bekerja	115	122
2	Pekerja selalu ditempat bila dibutuhkan	114	122
3	Pekerja selalu memakai sabuk pengaman ketika bekerja diketinggian	105	108
4	Kelengkapan dan kesiapan peralatan kerja	111	103
5	Pekerja selalu memperhatikan kebersihan dan kenyamanan lingkungan kerja	117	122
DIMENSI <i>RELIABILITY</i>		HARAPAN	PERSEPSI
6	Kesesuaian pelayanan yang diberikan terhadap permintaan kebutuhan	1214	114

7	Keandalan pekerja dalam melaksanakan tugas yang diberikan	112	115
8	Memberikan pelayanan secara tepat	115	121
9	Ketepatan waktu dalam menyelesaikan suatu pekerjaan	117	122
10	Kemampuan pekerja untuk melaksanakan pekerjaan tanpa melakukan kesalahan	112	118
DIMENSI <i>RESPONSIVENESS</i>		HARAPAN	PERSEPSI
11	Kecepatan pekerja dalam menanggapi permasalahan kerja	117	124
12	Cepat dalam memberikan informasi genting	120	122
13	Pekerja langsung memberikan bantuan saat diminta bantuan	119	127
14	Pekerja tidak pernah terlalu sibuk sehingga selalu dapat merespon permintaan	118	124
15	Cepat dalam memberikan solusi	117	112
DIMENSI <i>ASSURANCE</i>		HARAPAN	PERSEPSI
16	Pekerja selalu berhati-hati dalam melaksanakan pekerjaan	111	121
17	Pekerja selalu konsisten bersikap sopan	117	121
18	Pekerja mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan pekerjaan	119	125
19	Menginformasikan hasil dalam setiap pekerjaan	117	121
20	Memberikan evaluasi dari setiap hasil pekerjaan	118	122

DIMENSI <i>EMPATHY</i>		HARAPAN	PERSEPSI
21	Memberikan perhatian secara khusus terhadap setiap <i>plane</i> yang dikerjakan	122	127
22	Kepedulian pekerja terhadap keluhan-keluhan dari PT. Krakatau Steel (Persero) Tbk	127	131
23	Kesesuaian hari dan jam kerja dengan waktu kerja PT. Krakatau Steel (Persero) Tbk	122	124
24	Pemahaman pekerja terhadap kebutuhan dalam bekerja	120	121
25	Memberikan kesan yang baik dalam setiap pekerjaan	112	117

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Dalam penelitian ini uji validitas dan reliabilitas menggunakan aplikasi

SPSS.V.21. Pada penelitian ini data kuesioner sudah valid dan reliabel, uji validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Tabel 2. Uji Validitas Harapan

Atribut	Koefisien Korelasi		Keterangan
	r hitung	r tabel	
Y1	0,787	0,381	Valid
Y2	0,670	0,381	Valid
Y3	0,615	0,381	Valid
Y4	0,668	0,381	Valid
Y5	0,800	0,381	Valid
Y6	0,794	0,381	Valid
Y7	0,664	0,381	Valid
Y8	0,869	0,381	Valid
Y9	0,462	0,381	Valid
Y10	0,693	0,381	Valid
Y11	0,492	0,381	Valid
Y12	0,745	0,381	Valid
Y13	0,695	0,381	Valid
Y14	0,842	0,381	Valid
Y15	0,722	0,381	Valid
Y16	0,742	0,381	Valid
Y17	0,891	0,381	Valid
Y18	0,887	0,381	Valid
Y19	0,796	0,381	Valid
Y20	0,669	0,381	Valid
Y21	0,701	0,381	Valid
Y22	0,699	0,381	Valid
Y23	0,748	0,381	Valid
Y24	0,755	0,381	Valid
Y25	0,763	0,381	Valid

Tabel 3. Uji Validitas Persepsi

Atribut	Koefisien Korelasi		Keterangan
	r hitung	r tabel	
X1	0,668	0,381	Valid
X2	0,531	0,381	Valid
X3	0,626	0,381	Valid
X4	0,617	0,381	Valid
X5	0,409	0,381	Valid
X6	0,699	0,381	Valid

X7	0,586	0,381	Valid
X8	0,546	0,381	Valid
X9	0,585	0,381	Valid
X10	0,578	0,381	Valid
X11	0,633	0,381	Valid
X12	0,779	0,381	Valid
X13	0,393	0,381	Valid
X14	0,554	0,381	Valid
X15	0,438	0,381	Valid
X16	0,415	0,381	Valid
X17	0,659	0,381	Valid
X18	0,475	0,381	Valid
X19	0,409	0,381	Valid
X20	0,564	0,381	Valid
X21	0,620	0,381	Valid
X22	0,555	0,381	Valid
X23	0,642	0,381	Valid
X24	0,528	0,381	Valid
X25	0,628	0,381	Valid

Tabel 4. Uji Reliabilitas Harapan

Cronbach's alpha	N of items
0,968	25

Tabel 5. Uji Reliabilitas Persepsi

Cronbach's alpha	N of items
0,926	25

Dari hasil uji validitas pada data harapan dan persepsi setelah membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel = 0,381, maka semua atribut harapan dan persepsi dinyatakan valid, karena semua nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

Pada uji reliabilitas, Sekaran (2006) menyatakan bahwa reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Pengujian reliabilitas terhadap hasil kuesioner dilakukan untuk memastikan apakah kuesioner tersebut konsisten 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 persepsi diperoleh nilai 0,926

dan harapan adalah 0,968. Dengan demikian data sudah reliabel dan dinilai baik.

ANALISIS SERVQUAL

Setelah dilakukan pengolahan data, maka dapat ditentukan nilai kepuasan negatif (<0) menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi, sebaliknya bila nilai kepuasan positif (>0) menunjukkan kualitas pelayanan melebihi tingkat kepuasan konsumen. Bila nilai kepuasan sesuai ($=0$) menunjukkan kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan.

Dari hasil perhitungan kesenjangan (*gap*) terdapat 2 atribut kepuasan negatif, 1 atribut kepuasan sesuai, dan 22 atribut kepuasan positif. Adapun atribut dan dimensi yang mendapatkan kepuasan negatif adalah sebagai berikut :

1. Tangibles

Pada dimensi ini terdapat 1 atribut yang mendapatkan kepuasan negatif yaitu pada atribut ke 4 dengan pernyataannya mengenai kelengkapan dan kesiapan peralatan kerja.

2. Responsiveness

Pada dimensi ini terdapat 1 atribut yang mendapatkan kepuasan negatif yaitu pada atribut ke 15 dengan pernyataannya mengenai kecepatan dalam memberikan solusi pada pekerjaan.

ANALISIS IPA

Tahapan pertama dari IPA yaitu menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja kualitas atribut-atribut yang diteliti melalui skor kinerja dengan skor kepentingan.

Tabel 6. Tingkat Kesesuaian

Atribut	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12
Tki	106%	107%	103%	93%	104%	100%	103%	105%	104%	105%	106%	102%

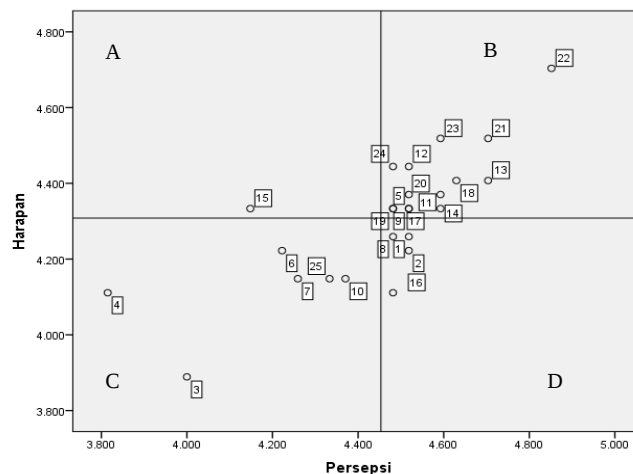
Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Q22	Q23	Q24	Q25
107%	105%	96%	109%	103%	105%	103%	103%	104%	103%	102%	101%	104%

Untuk tingkat kesesuaian total dari keseluruhan atribut antara harapan dan persepsi adalah Tki total = 103% menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian sesuai.

Tahap kedua yaitu menghitung jumlah rata-rata untuk setiap atribut pada harapan dan persepsi responden. Dengan jumlah rata-rata persepsi $\bar{X} = 111,33$ dan jumlah rata-rata harapan $\bar{Y} = 107,7$.

Kemudian dihitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan (Y) dan kinerja (X) yang menjadi batas dalam diagram kartesius. Setelah dihitung didapatkan $\bar{X} = 4,4533$ dan $\bar{Y} = 4,3081$.

Kemudian menjabarkan tiap atribut dalam diagram kartesius, dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 3. Diagram Importance Performance Matrix

ANALISIS PENYEBAB MASALAH (FISHBONE CHART)

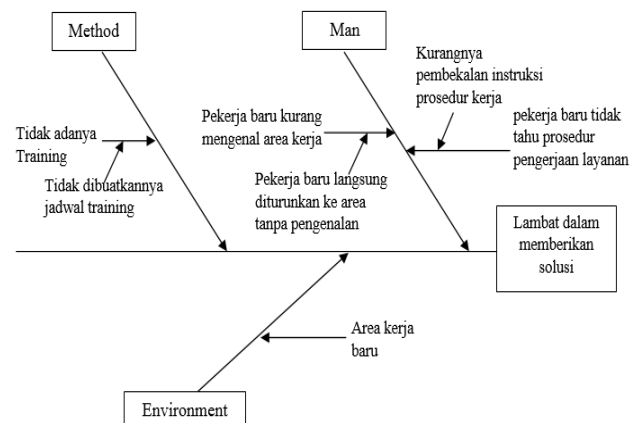
Setelah dilakukan analisis data diperoleh atribut-atribut dari dimensi-dimensi

tingkat kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan kembali agar kepuasan mitra atau pelanggan terpenuhi. Dalam hal ini yang perlu dilakukan dalam peningkatan kualitas pelayanan adalah atribut kualitas pelayanan yang berada pada kuadran A karena menunjukkan faktor-faktor yang menjadi prioritas utama perbaikan, karena terlalu jauh antara gap persepsi dengan harapan mitra perusahaan. Dimensi dan atribut yang perlu diperbaiki kualitas pelayanannya yaitu terdapat pada atribut ke 15 pada dimensi *responsiveness* dalam pernyataan cepat dalam memberikan solusi atau kecepatan dan kesiapan pekerja dalam memberikan solusi terhadap masalah suatu pekerjaan. Pada analisis penyebab masalah ini menggunakan diagram sebab akibat (*fishbone chart*) dengan memperhatikan 5 faktor yaitu 4M + 1E (*Man, Method, Machine, Material, dan Environment*).

Dalam melakukan pelayanannya PT. Media Purna Engineering banyak mempekerjakan pekerja baru khususnya *helper* untuk memenuhi kebutuhan *man power* dalam melakukan pelayanan, hal ini berdampak pada kesiapan pekerja baru dalam menghadapi persoalan pada pekerjaannya karena dalam pelaksanaannya pekerja baru langsung diterjunkan ke area kerja tanpa adanya pelatihan atau training, hanya bermodalkan arahan dan pengenalan area oleh *Leader* atau pekerja yang sudah lama sebagai pengawas dan pemberi instruksi kerja. Sehingga dalam memberikan solusi bila terjadi kendala hanya mengandalkan instruksi dari *Leader* dan para pekerja lama akibatnya pemecahan kendala menjadi kurang cepat. Dari ulasan singkat ini diketahui letak permasalahan terletak pada 3 faktor yaitu pekerja (*Man*), cara (*Method*), dan lingkungan (*Environment*). Untuk mengetahui

penyebab masalah dapat dilihat dari diagram sebab akibat (*fishbone Chart*) sebagai berikut :

Dari hasil perhitungan kesenjangan (*gap*) terdapat 3 atribut kepuasan negatif, 10 atribut kepuasan sesuai, dan 12 atribut kepuasan positif. Adapun atribut dan dimensi yang mendapatkan kepuasan negatif adalah sebagai berikut :



**Gambar 4. Fishbone Chart
USULAN PERBAIKAN**

Dalam membuat usulan perbaikan pada penelitian ini dengan cara merencanakan langkah-langkah implementasi kaizen yaitu 5W + 1H yang terdiri dari *what* (apa), *why* (mengapa), *where* (dimana), *when* (kapan), *who* (siapa) dan *how* (bagaimana) untuk memperoleh data-data dalam melakukan perbaikan. Dalam Perencanaan implementasi Kaizen ini di dasarkan dari hasil identifikasi masalah yang sudah di dapatkan harus dilakukan peningkatan atau pengembangan dan untuk melakukan ini langkah selanjutnya adalah menentukan acuan untuk bisa memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan dan menurunkan tingkat keluhan pelanggan atau mitra perusahaan. Usulan perbaikan dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 7. 5W + 1H

Dimensi	What	Why	Where	When	Who	How
Responsiveness (Atribut ke 15)	- Kurangnya pembekalan instruksi prosedur kerja	- Supaya para pekerja baru mengetahui prosedur atau tahapan-tahapan pengerjaan	- Tempat <i>floating</i> masing-masing pekerja	- Sebelum melaksanakan pekerjaan	- <i>Supervisor</i> dan <i>Leader</i>	- Melakukan penjelasan tentang tahapan prosedur penyelesaian kerja
	- Pekerja baru langsung diturunkan ke area tanpa pengenalan	- Supaya pekerja mengenal area dan apasaja kemungkinan kendala yang akan terjadi (untuk mempermudah dalam pengambilan solusi)	- Tempat <i>floating</i> masing-masing pekerja	- Sebelum melaksanakan pekerjaan	- <i>Supervisor</i> dan <i>Leader</i>	- Memberikan penjelasan mengenai area yang akan dikerjakan
	- Tidak adanya penjadwalan <i>training</i>	- Supaya waktu <i>training</i> teratur dengan tepat	- Kantor	- Sesuai jadwal <i>training</i>	- <i>Supervisor</i>	- Membuat jadwal <i>training</i>
	- Area kerja baru	- Supaya pekerja mampu melakukan layanan di semua <i>floating</i> area dengan baik	- <i>Floating</i> area kerja	- Ketika melaksanakan pekerjaan	- <i>Supervisor</i> dan <i>Leader</i>	- Melakukan pengawasan terhadap pekerja baru

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian yang diperoleh oleh peneliti untuk mengetahui kualitas pelayanan PT. Media Purna Engineering area PT. Krakatau Steel (Persero) Tbk, untuk kualitas pelayanan yang diberikan sudah tergolong baik, namun masih terdapat kesenjangan (*gap*) yang perlu diperbaiki pelayanannya, dapat dilihat sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis *Servqual* kepuasan masih kurang terlihat dari :
 - a) Dimensi *Tangibles* pada atribut ke 4 yaitu kelengkapan dan kesiapan peralatan kerja mendapat nilai *gap* -0,296. Menyatakan pelayanan yang diberikan belum memuaskan.
 - b) Dimensi *Responsiveness* pada atribut ke 15 yaitu cepat dalam memberikan solusi mendapat nilai *gap* -0,185. Menyatakan pelayanan yang belum memuaskan.
2. Berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA) kepuasan masih kurang terlihat pada kuadran A yang merupakan prioritas utama yang perlu dilakukannya perbaikan pelayanan, yaitu Dimensi

Responsiveness pada atribut ke 15 yaitu cepat dalam memberikan solusi. Yang artinya pekerja masih lambat dalam memberikan solusi terhadap suatu masalah pekerjaan.

3. Rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan yang dapat diberikan berdasarkan atribut kualitas pelayanan yang berada pada kuadran A yang menunjukkan faktor-faktor yang menjadi prioritas utama perbaikan, karena terlalu jauh antara gap persepsi dengan harapan mitra perusahaan. yaitu :
 - a) Dalam merekrut atau mempekerjakan pekerja baru harus diadakannya pengenalan area kerja, instruksi prosedur pemberian layanan sesuai area masing-masing, kendala yang sering dihadapi di area tersebut, cara penyelesaian kendalanya, dan pengenalan cara penggunaan peralatan kerja. Dilakukan minimal 1 hari sebelum pekerja diturunkan ke area.
 - b) Para pekerja baru harus senantiasa dibina dan diawasi dalam setiap pengerjaan layanan.

- c) Pembuatan jadwal *training* rutin sesuai waktu yang tepat untuk meningkatkan kemampuan pekerja dalam mengatasi kendala dengan tepat.
- d) Apabila terjadi kendala harap dengan cepat informasikan kepada *leader* atau *supervisor*, jika kendala tersebut sulit untuk diselesaikan.
- e) Dalam memberikan solusi kendala yang berat, pekerja harap menghubungi langsung ke tim kordinator mitra perusahaan untuk meminta persetujuan atau arahan lain dari pihak mitra perusahaan. Supaya kendala cepat terselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atik dan Raminto, (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Brandt, D. Randall, (2000). Attitude Does Matter, *Marketing News Burke White Paper Series*. V 2(1).
- Daft, Richard L, (2002). *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Erlangga.
- Djaali dan Muljono, P, (2007). *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Ellen, Steph, (2010). *Principles And Methods Of Research [Online]*. Tersedia: <http://tatangmanguny.wordpress.com/2010/04/19/ukuran-sampel-rumus-slovin/#more-1104>.
- Gronroos, C, (1990). *Service Management and Marketing: managing the Moment of Truth in Services Competition*. Lexington: Massachutess.
- Haeril, Muhammad, (2011). *Kualitas Pelayanan PLN Ranting Rappang Kec. Pancarijang Kab. Sidrap [Online]*. Tersedia: <http://repostory.uhns.ac.id/handle/12346789/226>.
- Hasibuan, Malayu, (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kesumajayansyah, Heru, (2014). Analisa Kepuasan Pelanggan Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Di SF Digital Phot Service. *Jurnal Analisa Kepuasan Pelanggan*. V 18(1): 39-46.
- Khairul, Muluk, (2008). *Knowledge Management*. Jawa Timur: Banyumedia Publishing.
- Kotler, Philip, (1997). *The Well-Management Community Hospital*. Michigan: Health Administration Press.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc.
- Lovelock, Christopher and lauren Wright, (2002). *Principle of Service Marketing and Management*. New Jersey: Pearson Education International Inc.
- Lupiyoadi, Rambat, (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Moenir, H. A. S, (2006). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Priyatno, Duwi, (2010). *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Pujawan, (2010). *Riset Pemasaran Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sampara, Lukman, (2000). *Manajemen Kualitas Pelayanan*, Jakarta: STIA LAN Press.
- Sanapiah, Azis, (2000). Pelayanan yang Berorientasi kepada Kepuasan Masyarakat, *Jurnal Administrasi Negara*, V 6(1).
- Supranto, Johaness, (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta..
- Sugiyono, (2004). *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sujarweni, V dan Poly Endrayanto, (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sukaria, Sinulingga, (2011). *Metode Penelitian*. Sumatra Utara: USU Press.
- Tandjung, W, (2004). *Marketing Management Pendekatan pada Nilai-nilai Pelanggan*. Malang: Banyumedia.
- Tjiptono, Fandy, (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy, (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Uma, Sekaran, (2006). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuningsih, Anis, (2002). Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karang Anyar. *Skripsi*. Surakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi UMS..
- Yamit, (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.
- Zeithaml, Valarie A and Bitner, M.J, (2003). *Service Marketing*. New York: Tata Mc Graw Hill.