

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE *SERVICE
QUALITY* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*
(Studi Kasus di Kantor PDAM Kabupaten Cianjur)**

Widy Setyawan^{1) †}

**Program Studi Teknik Industri Universitas Suryakencana
Jl. Pasir Gede Raya, Cianjur 43216**

E-mail:

Akhmad Sutoni²⁾

**Program Studi Teknik Industri Universitas Suryakencana
Jl. Pasir Gede Raya, Cianjur 43216**

E-mail: tbungsu13@gmail.com

Nashrun Zakia Erfasa³⁾

**Program Studi Teknik Industri Universitas Suryakencana
Jl. Pasir Gede Raya, Cianjur 43216**

ABSTRAK

Salah satu yang harus dilakukan oleh pihak PDAM adalah memberikan pelayanan jasa pada para pelanggannya. Adapun hal-hal yang harus dibenahi antara lain pelayanan yang dimulai pada saat pelanggan ingin memasang instalasi baru, pelayanan informasi, sampai pembayaran administrasi. Sehingga kualitas pelayanan merupakan prioritas utama bagi perusahaan. Untuk menjawab tantangan tersebut, maka dilakukan penelitian terhadap permasalahan yang dihadapi perusahaan mengenai kualitas layanan jasa yang diberikan kepada pelanggan dengan menggunakan konsep *Service Quality (ServQual)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Perhitungan Uji Statistik menggunakan SPSS versi 10. Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan, terjadi kesenjangan antara jasa yang dirasakan (persepsi konsumen) dan jasa yang diharapkan (ekspektasi konsumen) pada setiap dimensi kualitas pelayanan. Oleh karena itu PDAM harus segera melakukan upaya peningkatan kualitas pelayanan atau perbaikan terhadap kinerjanya agar dapat memenuhi harapan para pelanggan. Seperti kemampuan dan wawasan petugas yang tidak merata diantara semua petugas yang ada dimana kadang terdapat petugas yang belum mampu melayani setiap keluhan, pendidikan atau latar belakang tidak sesuai dengan penempatan posisinya

Kata Kunci: Service Quality, Importance Performance Analysis, Kepuasan pelanggan, Kualitas Jasa

[†] Corresponding Author

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Fungsi sosial maupun fungsi ekonomi yang dimiliki air dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-hari merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, karena seiring dengan pertumbuhan penduduk maka kebutuhan air tidak dapat dipungkiri akan semakin meningkat. Maka dalam menyikapi hal tersebut pemerintah mengelola sebuah perusahaan milik Negara sesuai dengan undang-undang nomor 22 tahun 1999 tentang pemerintah di daerah yaitu Perusahaan Daerah Air Minum yang biasanya lebih dikenal sebagai PDAM.

Kinerja PDAM tersebut akan menjadi penilaian masyarakat kota Cianjur dalam mempersepsi pelayanan yang ditampilkan oleh PDAM. Persepsi dari pelanggan saat pembelian kurang lebih dipengaruhi oleh kinerja serta kualitas produk dan jasa yang seharusnya diberikan secara maksimal kepada pelanggan, karena pelanggan merupakan prioritas utama perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Secara langsung maupun tidak langsung berbagai kritikan yang dilontarkan pelanggan tersebut ditujukan kepada kualitas pelayanan PDAM yang merupakan masukan guna peningkatan kualitas pelayanan produk dan jasa.

1.2 Tujuan Penelitian

Mengetahui tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Cianjur.

Kuadran B <i>Concentrate Here</i>	Kuadran C <i>Keep up the Good Work</i>
Kuadran A <i>Low Priority</i>	Kuadran D <i>Possible Overkill</i>

1.3 Kualitas Jasa

Secara konseptual, kualitas jasa didefinisikan sebagai keputusan global atau sikap yang berhubungan dengan seluruh keunggulan atau superioritas dari pelayanan (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1995).

Kualitas jasa melibatkan suatu perbandingan antara harapan (*expectation*) konsumen dengan jasa yang diterima (*perception*) konsumen atas performance pelayanan yang sebenarnya (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1988). Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) telah mencoba untuk mengukur masalah yang kompleks ini dengan mengembangkan suatu skala yang dapat diukur yang dinamakan *SERVQUAL*. Lima dimensi kualitas jasa yaitu Berwujud (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Keyakinan (*Confidence*), dan Empati (*Empathy*).

Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Brandt, 2000 dan Lata & Everett, 2000). IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahannya 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 IPA dimulai dengan identifikasi atribut-atribut yang relevan terhadap situasi pilihan yang diamati. Evaluasi ini biasanya dipenuhi dengan melakukan survey terhadap sampel yang terdiri atas konsumen.

1. Tingkat kepentingan (*Importance*)

Sebagai pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat kepentingan kualitas pelayanan, digunakan skala likert dengan pilihan nilai: 1-5 (sangat tidak penting, penting, cukup penting, penting, dan sangat penting).

2. Tingkat Kinerja (*Performance*)

Sebagai pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat kepentingan kualitas pelayanan, juga digunakan skala likert dengan pilihan nilai: 1-5 (sangat tidak penting, penting, cukup penting, penting, dan sangat penting).

Rata-rata hasil penilaian keseluruhan konsumen kemudian digambarkan kedalam *Importance Performance Analysis* atau sering disebut Diagram kartesius, dengan sumbu absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat kepentingan. Matrik *Importance-Performance* atau Diagram *cartesius* disajikan pada gambar 1 di bawah ini.

Fig.

Gambar 1. Diagram *cartesius* (Martilla & James, 1977)

Matrik ini digunakan untuk menggambarkan prioritas atribut yang harus diperbaiki dan bias menjadi petunjuk untuk formulasi strategi peta posisi kuadran masing-masing atribut atau dimensi layanan mengindikasikan tingkat urgensi relative untuk perbaikan.

- Posisi *Low Priority* (Kuadran A)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan rendah, tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan juga rendah, sehingga atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini mendapat prioritas rendah untuk diperbaiki.

- Posisi *Concentrate Here* (Kuadran B)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan tinggi, namun tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan rendah. Kondisi ini dinilai berbahaya karena antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja berlawanan arah, sehingga perbaikan harus diprioritaskan atau dikonsentrasikan untuk atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini.

- Posisi *Keep up the Good Work* (kuadran C)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan tinggi, tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan juga tinggi, sehingga atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini dinilai aman dan harus diertahankan kinerjanya.

- Posisi *Possible Overkill* (Kuadran D)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan rendah, namun tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan tinggi. Kemungkinan hal ini terjadi karena perusahaan memberikan layanan yang berlebihan (*over act* atau *overkill*), sehingga perusahaan harus mengurangi aktivitas atau menghemat sumber daya untuk atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Model Pemecahan Masalah

Model yang digunakan adalah *Service Quality (ServQual)* dan *Importance Performnce Analysis (IPA)*. Untuk model *ServQual* yang dianalisis hanya Gap 3 dan Gap 5. Adapun langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan meliputi Identifikasi Variabel Penelitian (*tangible, reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*), Penentuan Sampel Dan Subjek Penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, Analisis, dan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kuesioner

Jawaban responden yang dipergunakan adalah skala likert yaitu suatu pernyataan yang menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden. Skala jawaban dalam kuesioner terdiri dari dua bagian yaitu :

1. Skala pada lajur Harapan (Ekspektasi), yaitu untuk menunjukkan penting atau tidaknya pelayanan yang disediakan yang sesuai dengan harapan konsumen. Skala ini diberi nilai sebagai berikut : angka 1 untuk nilai tidak penting, angka 2 untuk nilai kurang penting, angka 3 untuk nilai cukup penting, angka 4 untuk nilai penting, dan angka 5 untuk nilai sangat penting.

2. Skala pada lajur Kenyataan (Persepsi), yaitu untuk menunjukkan apakah pelayanan yang diterima konsumen pada kenyataannya sudah sesuai dengan harapan konsumen. Skala ini diberi nilai sebagai berikut : angka 1 untuk nilai tidak setuju, angka 2 untuk nilai kurang setuju, angka 3 untuk nilai cukup setuju, angka 4 untuk nilai setuju, dan angka 5 untuk nilai sangat setuju.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel-variabel penelitian terdiri dari 5 dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dan kawan-kawan, yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*. Pembagian variabel-variabel penelitian dalam setiap pertanyaan dapat dilihat sebagai berikut :

1. Bukti langsung (*Tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

- a. Kondisi dan kenyamanan didalam ruang tunggu pembayaran administrasi. (X1)
- b. Bukti pembayaran sangat lengkap dan jelas. (X2)
- c. Pelayanan kasir memuaskan. (X3)
- d. Air layak untuk di konsumsi. (X4)
- e. Penyaluran air ke pelanggan lancar. (X5)
- f. Alat meteran berkualitas dan berfungsi baik. (X6)

2. Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

- a. Kemampuan para karyawan/wati dalam tugasnya. (X7)
- b. Petugas mampu menyelesaikan masalah. (X8)
- c. Komunikasi antara karyawan/wati dengan para pelanggan cukup baik dan terpelihara. (X9)

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

- a. Kecepatangapan karyawan/wati dalam memberikan pelayanan. (X10)
- b. Kecepatangapan setiap petugas dalam melayani keluhan para pelanggan. (X11)
- c. Kecepatangapan setiap petugas dalam melakukan pelayanan pembayaran administrasi. (X12)
- d. Inisiatif setiap petugas dalam memberikan pelayanan. (X13)
- e. Kecepatangapan setiap petugas dalam melakukan pelayanan pemasangan instalasi baru. (X14)

4. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

- a. Karyawan/wati memiliki kemampuan dan wawasan yang kreatif serta luas dalam menjelaskan setiap keluhan pelanggan. (X15)

- b. Kerapihan dan kesopanan semua karyawan/wati PDAM. (X16)
 - c. Karyawan/wati bersikap ramah dalam berhubungan dengan para pelanggan. (X17)
 - d. Kostum dan tanda pengenal karyawan/wati yang menjadi ciri khas PDAM pada saat digunakan. (X18)
 - e. Karyawan/wati memiliki pendidikan atau latar belakang yang berkualitas dalam menempati posisinya. (X19)
 - f. Karyawan/wati disiplin dalam bekerja. (X20)
5. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
- a. Petugas PDAM memberikan pelayanan kepada semua pelanggan tanpa memandang status ekonomi dan lainnya. (X21)
 - b. Petugas PDAM dapat memahami setiap kebutuhan pelanggan baik dalam pemasangan instalasi baru, penyajian informasi, sampai dengan pembayaran administrasi. (X22)
 - c. Tindakan penanganan yang baik dalam menangani keluhan-keluhan dari para pelanggan. (X23)

3.3 Uji Validitas

Sebelum Uji validitas, semua data sebanyak 39 responden telah diuji kecukupan datanya, dan data telah mencukupi. Pengujian validitas data dimaksudkan untuk melihat sejauh mana tingkat ketepatan data dalam mengukur apa yang hendak diukur. Pengujian ini dilakukan dengan uji korelasi *product moment* dimana setiap jawaban responden diuji.

Dalam perhitungan korelasi *product moment*, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

- r = Koefisien Korelasi
- X = Skor butir instrument ke-i
- Y = Skor total
- n = Jumlah sampel

Dengan menggunakan rumus di atas maka hasil uji validitas persepsi konsumen, maupun validitas ekspektasi konsumen dinyatakan valid. Dimana nilai r hitung positif, serta r hitung > r table.

3.4 Uji Reliabilitas

Reliability merupakan salah satu cara untuk mencari tingkat keandalan dari data yang digunakan. Koefisien keandalan alat ukur menunjukkan tingkat konsistensi jawaban responden. Penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach*.

Rumus Koefisien keandalan *Alpha Cronbach* adalah :

$$r_i = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Dimana : k = Banyaknya item

$$\sum Si^2 = \text{Jumlah varians item}$$

$$St^2 = \text{Varians total}$$

Sedangkan rumus untuk varians total dan varians item adalah :

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2}{n} - \frac{(\sum Xt)^2}{n^2}$$

$$St^2 = \frac{JKi}{n} - \frac{JKs}{n^2}$$

Dimana : JK_i = jumlah kuadrat seluruh skor item
JK_s = jumlah kuadrat subjek

Perhitungan analisa *reliability Persepsi Konsumen* diperoleh nilai α hitung 0,9388. Hal ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh dapat diandalkan dengan tingkat keandalan yang tinggi. Dengan kata lain bahwa responden secara konsisten menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Untuk α standar diperoleh nilai 0,9427.

Dari perhitungan di atas didapat α hitung < α standar atau 0,9388 < 0,9427

Perhitungan analisa *reliability Ekspektasi Konsumen* diperoleh nilai α hitung 0,8593. Hal ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh dapat diandalkan dengan tingkat keandalan yang tinggi. Dengan kata lain bahwa responden secara konsisten menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Untuk α standar diperoleh nilai 0,9179 seperti terlihat dalam table di 2.

Dari perhitungan di atas didapat α hitung < α standar atau 0,8593 < 0,9179

Dari hasil Uji Reliabilitas baik persepsi konsumen, maupun Ekspektasi konsumen keduanya menunjukkan α hitung < α standar. Sehingga alat ukur yang digunakan Reliabel.

3.5 Perhitungan Bobot

Langkah-langkah yang dilakukan dalam perhitungan bobot adalah sebagai berikut :

- 1. Mengumpulkan data bobot dari pihak konsumen

Tabel 1. Data Penilaian Bobot Responden Konsumen

Responden	Tangible	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
1	5	3	2	4	1
2	4	3	1	5	2
3	1	4	3	5	2
4	2	1	5	3	4
5	3	5	1	4	2
6	1	2	3	5	4
7	3	2	4	1	5
8	2	5	4	3	1
9	4	1	2	3	5
10	2	3	5	4	1
11	1	4	2	5	3
12	3	4	5	2	1
13	3	4	1	5	2
14	1	2	4	3	5
15	2	5	3	4	1
16	5	3	2	4	1
17	3	5	2	4	1
18	3	5	2	4	1
19	2	1	4	5	1
20	3	4	1	5	2
21	2	1	5	3	4
22	2	1	4	3	5
23	1	5	3	4	2
24	2	1	3	4	5
25	2	3	5	4	1
26	1	5	2	4	3
27	3	5	4	2	1
28	3	4	1	5	2
29	1	2	3	4	5
30	2	5	2	4	3
31	3	4	5	2	1
32	5	3	2	4	1
33	1	2	3	4	5
34	3	4	1	5	2
35	1	5	4	3	2
36	3	4	1	5	2
37	2	3	5	4	1

Responden	Tangible	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
38	2	1	3	4	5
39	2	3	5	4	1

2. Menghitung jumlah tiap skala kepentingan dari masing-masing dimensi menurut Parasuraman dan kawan-kawan, sehingga diperoleh urutan yang terpenting hingga kurang penting dari lima dimensi menurut Parasuraman dkk.

Tabel 2. Jumlah Skala Kepentingan dan Nilai bobot konsumen

dimensi	Skala	Jumlah	Bobot
Tangible	3	12	0.188
Reliability	5	10	0.156
Responsiveness	2	9	0.141
Assurance	4	18	0.281
Empathy	1	15	0.234
Total		64	1.000

Untuk mengetahui kesenjangan (gap) yang terdapat pada masing-masing dimensi kualitas pelayanan, digunakan perhitungan *Servqual* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* dan data yang diolah adalah data kuesioner kelompok konsumen yang terdiri dari skala kepentingan atau harapan (ekspektasi) dan skala penilaian (persepsi).

✓ metode *Servqual*

Dalam perhitungan *Servqual* ini, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$SERVQUAL = W_x \cdot \sum S_f$$

$$= W_x \cdot \frac{1}{n} (P - E)$$

Dimana : W_x = Bobot variabel utama ke-x

S_f = Sub variabel utama ke-x

P = Persepsi

E = Ekspektasi

n = Jumlah Sub Variabel untuk variabel utama ke-x

Tahapan proses perhitungan *servqual* adalah sebagai berikut :

1. Membuat score/nilai dari pernyataan persepsi responden konsumen dari dimensi kualitas pelayanan untuk setiap dimensi.

2. Membuat score/nilai dari pernyataan ekspektasi responden konsumen dari dimensi kualitas pelayanan untuk setiap dimensi.

3. Menjumlahkan *score/* nilai persepsi dari setiap variabel dimensi kualitas pelayanan.

Misalnya : Dimensi *Tangible*

$$\text{Responden ke-1} = X1 + X2 + X3 + X4 + X5 + X6$$

$$= 2 + 3 + 2 + 2 + 2 + 3 = 14$$

(sampai dengan responden ke-39).

4. Menjumlahkan score/nilai ekspektasi dari setiap variabel dimensi kualitas pelayanan.

Misalnya : Dimensi *Tangible*

$$\text{Responden ke-1} = X1 + X2 + X3 + X4 + X5 + X6$$

$$= 3 + 3 + 3 + 3 + 4 + 2 = 18$$

(sampai dengan responden ke-39).

5. Mengurangkan nilai total dari variabel/pernyataan persepsi dan ekspektasi dari setiap dimensi kualitas.

Misalnya : Dimensi *Tangible*

$$\text{Responden ke-1} = \text{Persepsi} - \text{Ekspektasi (Harapan)}$$

$$= 14 - 18 = -4$$

(sampai dengan responden ke-39).

6. Menghitung rata-rata *score* pernyataan yaitu dibagi dengan n jumlah sub variabel dari setiap dimensi kualitas pelayanan ke-I $\{1/n (\text{persepsi} - \text{ekspektasi})\}$.

Misalnya : Dimensi *Tangible*, dengan $n = 6$

$$\text{Responden ke-1} = \frac{1}{6} (-4)$$

$$= -0.667$$

(sampai dengan responden ke-39).

7. Menghitung score/nilai variabel yaitu dengan mengalikannya dengan bobot variabel utama setiap dimensi kualitas pelayanan ke-I $\{W_x * 1/n (\text{persepsi} - \text{ekspektasi})\}$. Dimana hasilnya itu merupakan kepuasan total dari setiap dimensi (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*).

Misalnya : Dimensi *Tangible*, dimana $W_{\text{Reliability}} = 18,8\%$, maka :

$$\text{Responden ke-1} = W_{\text{Tangible}} \times 1/n. (P - E)$$

$$= 18,8\% \times -0.667$$

$$= -0,125$$

(sampai dengan responden ke-39).

Karena jumlah responden ada 39 orang, maka rata-rata untuk perhitungan *Servqual* adalah sebagai berikut :

$$\text{Rata-rata Servqual} = \{\sum (W_{\text{Tangible}} \times 1/n. (P - E))\} / 39$$

$$= -2,099 / 39 = -0,054$$

Dengan perhitungan yang sama, hasil perhitungan *Servqual* bisa dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Perhitungan *ServQual*

Dimensi	Rata-rata		Servqual
	Persepsi	Ekspektasi	
Tangible	2.812	3.183	-0.054
Reliability	3.094	4.145	-0.164
Responsiveness	3.072	3.974	-0.127
Assurance	3.248	3.872	-0.175
Empathy	2.880	3.949	-0.250

3.6 Pembahasan

✓ Dimensi *Tangible*

Kesenjangan yang terjadi antara persepsi dan ekspektasi konsumen pada dimensi *tangible*, bernilai negative paling kecil diantara kelima dimensi kualitas yaitu sebesar -0,054. Dan itu mengandung pengertian bahwa pelayanan yang diberikan pihak PDAM Tirta Dharma untuk dimensi *tangible*, dirasakan oleh konsumen belum sesuai dengan harapan konsumen. Ketidakpuasan konsumen tersebut dapat tercermin dari hal-hal berikut, yaitu tampilan bangunan yang dirasa kurang menarik dan kurang tertata rapi, karena dalam hal ini belum adanya pemisahan antara kantor cabang dan kantor pusat

✓ Dimensi *Reliability*

Kesenjangan yang terjadi antara persepsi dan ekspektasi konsumen pada dimensi *reliability* yaitu sebesar -0,164. Dan itu mengandung pengertian bahwa pelayanan yang diberikan pihak PDAM Tirta Dharma untuk dimensi *reliability*, dirasakan oleh konsumen belum sesuai dengan harapan. Ketidakpuasan konsumen tersebut dapat tercermin dari hal-hal berikut, yaitu dalam kemampuan petugas yang tidak merata dalam menyelesaikan masalah

✓ Dimensi *Responsiveness*

Kesenjangan yang terjadi antara persepsi dan ekspektasi konsumen pada dimensi *responsiveness* yaitu sebesar -0,127 Dan itu mengandung pengertian bahwa pelayanan yang diberikan pihak PDAM Tirta Dharma untuk dimensi *responsiveness*, pada kenyataannya pelayanan yang dirasakan oleh konsumen belum sesuai dengan harapan. Ketidakpuasan konsumen tersebut dapat tercermin dari hal-hal berikut, yaitu pada masalah lambatnya

✓ Dimensi *Assurance*

Kesenjangan yang terjadi antara persepsi dan ekspektasi konsumen pada dimensi *assurance* yaitu sebesar -0,175. Dan itu mengandung pengertian bahwa pelayanan yang diberikan pihak PDAM Tirta Dharma untuk dimensi *assurance*, dirasakan belum sesuai dengan harapan. Ketidakpuasan konsumen tersebut karena kemampuan dan wawasan petugas yang tidak merata diantara semua petugas yang ada. Kadang terdapat petugas yang belum mampu melayani setiap keluhan, pendidikan atau latar belakang tidak sesuai dengan penempatan posisinya.

✓ Dimensi *Emphaty*

Kesenjangan yang terjadi antara persepsi dan ekspektasi konsumen pada dimensi *tangible*, bernilai negative paling besar diantara kelima dimensi kualitas yaitu sebesar -0,250. Dan itu mengandung pengertian bahwa pelayanan yang diberikan pihak PDAM Tirta Dharma untuk dimensi *emphaty* belum sesuai dengan harapan. Ketidakpuasan konsumen tersebut dapat tercermin dari hal-hal berikut, yaitu kurang cepatnya proses atau tindakan ke arah perbaikan dalam menangani keluhan-keluhan konsumen / pelanggan

✓ Importance-Performance Analysis (IPA)

Important Performance Analysis dilakukan dengan menghitung skor total kinerja pelayanan dan kepentingan/harapan pelanggan PDAM. Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai (rata-rata skor kinerja) dan (rata-rata skor kepentingan) .

Dalam perhitungan *Importance Performance Analysis* ini, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

- TK_i = Tingkat kesesuaian responden
- X_i = Skor penilaian tingkat kinerja/kepuasan
- Y_i = Skor penilaian kepentingan

Tingkat Kesesuaian

Pada metode *Importance Performance Analysis (IPA)* juga terdapat perhitungan untuk menentukan urutan prioritas perbaikan layanan, yang diukur dengan Tingkat Kesesuaian.

➤ Menghitung skor kinerja dan harapan

$$\begin{aligned} \text{Kinerja atribut 1} &= (1 \times 1) + (2 \times 12) + (3 \times 20) + (4 \times 6) + (5 \times 0) \\ &= 109 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kepentingan atribut 1} &= (1 \times 0) + (2 \times 15) + (3 \times 16) + (4 \times 8) + (5 \times 0) \\ &= 110 \end{aligned}$$

➤ Menghitung rata-rata skor kinerja dan harapan

$$\text{Rata-rata kinerja atribut 1} = 109 : 39 = 2.79$$

$$\text{Rata-rata kepentingan atribut 1} = 110 : 39 = 2.82$$

➤ Menghitung tingkat kesesuaian

$$\text{Tingkat kesesuaian atribut 1} = (109 : 110) \times 100\% = 99.09\%$$

Dari perhitungan tingkat kesesuaian antara penilaian kinerja karyawan di PDAM dengan kepentingan konsumen/pelanggan, maka dibuat suatu bentuk penilaian khusus yang menjadi dasar suatu keputusan untuk mempertahankan prestasi atau melakukan perbaikan. Tolak ukur batas pengambilan keputusan adalah 78.45%, yang merupakan nilai rata-rata tingkat kesesuaian seluruh atribut pertanyaan.

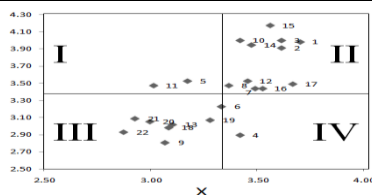
Dasar dari keputusan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Bila TK < 78.45%, maka dilakukan perbaikan /action (A)
- b. Bila TK ≥ 78.45%, maka dilakukan usaha untuk mempertahankan/hold (H)

Dari contoh perhitungan di atas, maka didapat Tingkat kesesuaian dan keputusan dari masing-masing atribut seperti pada tabel 7.

Tabel 7. Tingkat kesesuaian dan keputusan.

Atribut	Tingkat kesesuaian (&)	Keputusan H & A
1	99.09	H
2	99.17	H
3	87.10	H
4	51.43	A
5	69.84	A
6	84.55	H
7	78.15	A
8	71.86	A
9	74.25	A
10	82.55	H
11	81.13	H
12	84.97	H
13	66.03	A
14	72.15	A
15	72.08	A
16	90.41	H
17	74.71	A
18	99.29	H
19	72.67	A
20	73.68	A
21	80.13	H
22	75.66	A
23	63.52	A



Gambar 2. Diagram Kartesius Kinerja dan Harapan

Dari diagram di atas masih terlihat titik yang berada di kuadran B(I), ini artinya masih banyak kualitas layanan yang kurang (tidak sesuai harapan konsumen). Ini perlu perhatian pihak perusahaan.

4. KESIMPULAN

Pengukuran kualitas pelayanan di PDAM Tirta Dharma Kab. Cianjur dilakukan dengan menggunakan metode SERVQUAL (*Service Quality*) dan IPA (*Importance-Performance Analysis*), dimana pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan Gap antara spesifikasi kualitas jasa, penyampaian jasa, dan Gap antara jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan masih terjadi kesenjangan. Pihak Perusahaan masih harus melakukan banyak perbaikan dalam melakukan pelayanan kepada pelanggannya. Masih banyak tingkat kepuasan pelanggan yang kurang baik atau rendah di PDAM Tirta Dharma.

PUSTAKA

- Kotler, Philip, (2000), *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, P.T. Prenhallindo, Jakarta.
- Martilla, J. And James, J, (1977), *Importance-Performance Analysis*, Journal Of Marketing, Vol. 41. No. 1.
- Nursya'bani Purnama, (2006), *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*, Ekonosia, Yogyakarta.
- Payne, Adrian, (2001), *Pemasaran Jasa*, Andi, Yogyakarta
- Rangkuti, Freddy, (2003), *Measuring Customer Satisfaction*, P.T. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. (2004), *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, (2003), *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, (2004), *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner, (1996), *Service Marketing*, The Mcgraw-Hill Companies, Inc., New York.
- Zeithaml, Valarie A., A. Parasuraman, Dan Leonard L. Berry, (1990), *Delivering Quality Service*, The Free Press, New York.