

EVALUASI PERBAIKAN PERFORMANSI JASA PELAYANAN MENGGUNAKAN *SERVQUAL* DAN IPA OLEH PELANGGAN RESTORAN AKS

I Gusti Ayu Sri Deviyanti¹, Moh. Ainul Fais^{2*}, Silvana Mohamad³, Devi Susiati⁴

Teknik Industri, Institut Sains & Teknologi Terpadu Surabaya¹

Teknik Industri, Universitas W R Supratman Surabaya^{2*}

Teknik Industri, Universitas 45 Surabaya^{3,4}

E-mail: srideviyanti@gmail.com¹, moh.ainulfais28@gmail.com^{2*}, silvana.teknikindustri@gmail.com³, devisusiati@univ45sby.ac.id⁴

ABSTRAK

Pelayanan adalah salah satu faktor atau parameter untuk mendapat hasil optimal pada setiap bidang usaha, sehingga manajemen pada setiap bidang usaha disarankan untuk terus mengevaluasi performansi jasa pelayanan yang telah mereka berikan terhadap konsumen. Objek penelitian ini adalah sebuah restoran ternama di Surabaya. Metode penelitian ini menggunakan *SERVQUAL* dan IPA. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi perbaikan performa jasa pelayanan menggunakan *SERVQUAL* dan IPA. Dari pengolahan menggunakan *SERVQUAL* ada 3 dimensi yang tidak sesuai harapan dari konsumen yaitu Reliability, Assurance, dan empati sedangkan melalui pengolahan menggunakan IPA didapatkan hasil 1 atribut di kuadran 1, 11 atribut di kuadran 2, 4 atribut di kuadran 3, dan 2 atribut di kuadran 4.

Kata kunci: IPA; Kartesius; *SERVQUAL*; Strategi.

ABSTRACT

*Service is one of the factors or parameters to obtain optimal results in each business field, so management in each business field is advised to continue evaluating the performance of the services they have provided to consumers. The object of this research is a famous restaurant in Surabaya. This research method uses *SERVQUAL* and IPA. The aim of this research is to evaluate improvements in service performance using *SERVQUAL* and IPA. From processing using *SERVQUAL* there are 3 dimensions that do not meet consumer expectations, namely Reliability, Assurance, and Empathy, whereas through processing using IPA the results obtained are 1 attribute in quadrant 1, 11 attributes in quadrant 2, 4 attributes in quadrant 3, and 2 attributes in quadrant 4.*

*Keywords: IPA; Cartesian; *SERVQUAL*; Strategy.*

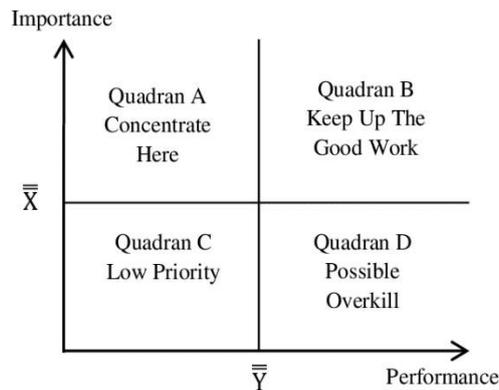
PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan zaman yang semakin berkembang selain promosi lewat media digital, pelayanan adalah salah satu faktor utama dalam memperoleh pangsa pasar persaingan sebuah bisnis, menurut Moener, 2001 dalam buku (Liestianingsih Dwi Dayanti, 2017) mengungkapkan bahwa rangkaian pemenuhan kebutuhan melewati sebuah rangkaian aktivitas orang lain, sedangkan menurut (Kotler & Armstrong, 2008) sendiri pelayanan adalah devinisi perlakuan seorang individu atau kelompok yang diberikan kepada individu atau kelompok lain, untuk pengaruh

pelayanan terhadap pengoptimalan hasil sebuah usaha, seperti pada penelitian (Reza dkk., 2020) menghasilkan bahwa atribut kualitas pelayanan menjadi nomer 1 yang harus ditingkatkan performanya, dan diungkapkan juga dalam penelitian tersebut pelayanan adalah faktor terpenting guna meningkatkan kepuasan konsumen, karena strategi meningkatkan kualitas pelayanan juga dipakai oleh para pesaing pasar dari objek penelitian yang sedang diteliti, Sedangkan pada penelitian (Slamet dkk., 2016) dihasilkan bahwasanya atribut yang mendukung komponen pelayanan pada konsumen sangat menjadi prioritas untuk dijadikan strategi usaha yang diteliti, dan terakhir ada pada penelitian (Chaniago & Negeri Bandung, 2020) yang menghasilkan bahwa konsumen sangat fokus terhadap kualitas pelayanan dan produk saat ingin berbelanja atau memutuskan ingin membeli suatu produk. Sehingga dari keseluruhan hasil penelitian mengungkapkan bahwasanya performa atau kualitas sebuah pelayanan adalah salah satu factor utama dalam memenangkan atau mendapatkan pangsa pasar persaingan sebuah usaha.

Untuk mengetahui apakah kualitas atau performa pelayanan dari sebuah usaha sudah sesuai dengan harapan konsumen atau tidak, peneliti menggunakan metode *SERVQUAL* (*Service Quality*) dan IPA (*Importance Performance Analisis*), seperti pada penelitian (Deo et al., 2017) dihasilkan dari penelitian tersebut saranan perbaikan atau evaluasi terhadap kinerja pelayanan pada *E-Commers* Lazada. Demikian pula hasil yang serupa di dapatkan dari penelitian Wilujeng et al., (2019) yang meneliti perusahaan *E-Commers* juga menghasilkan prioritas perbaikan pelayanan antara lain Tokopedia mendapatkan 6 perbaikan layanan dan Bukalapak ada 2 pelayanan yang perlu diperbaiki. Sedangkan menurut penelitian Winarno & Absor, (2017) didapatkan usulan perbaikan mulai dari memberi pekerja baru kesempatan berlatih, sampai pengenalan area kerja.

Metode *SERVQUAL* sendiri adalah alat penelitian yang dipakai untuk mengetahui performa dari sebuah penelitian ini bekerja sesuai harapan konsumen atau tidak, sehingga dapat dijadikan sebagai dasar evaluasi performa pekayanan yang ada pada sebuah usaha, alat ukur *SERVQUAL* seperti yang dipaparkan dalam penelitian (Zeithaml, 1993) mengungkapkan 5 dimensi *SERVQUAL* yaitu *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *emphaty* sebagai komponen untuk alat ukur. Setelah dikelola menggunakan metode *SERVQUAL*, penelitian dilanjutkan menggunakan Metode IPA yang dicetuskan pertama kali pada tahun 1977 oleh John A. Mortila dan John. C. James dalam (Nasution, 2001) oleh dan dikembangkan oleh Haemoon Oh, (2001), metode ini digunakan untuk melihat apakah tingkat kepentingan dari konsumen sudah sesuai dengan performa yang diberikan oleh perusahaan, data yang sudah didapat akan dimasukkan dan dianalisa melalui diagram kartesius, dari situ akan nampak atribut pelayanan yang jadi prioritas perbaikan oleh perusahaan, seperti yang ada pada penelitian Fais & Sudarso, (2022) menggunakan diagram kartesius mampu menunjukkan prioritas perbaikan yang harus segera di evaluasi. Berikut adalah contoh diagram kartesius dapat dilihat pada gambar 1 :



Gambar 1. Diagram Kartesius

(Sumber : *Tjiptono & Chandra, 2012*)

Dari gambar 1 dapat di jelaskan yang berada pada kuadran 1 adalah prioritas perbaikan, kuadran 2 hasil performa yang paling maksimal, kuadran 3 tidak menjadi prioritas dan harapan tidak tinggi, sedangkan yang terakhir kuadran 4 persepsi terlalu tinggi dibandingkan dengan harapan Penelitian ini terletak disalah satu restoran makan yang cukup terkenal di Kota Surabaya,

Dari uraian penjabaran diatas dapat disimpulakn tujuan dari penelitian ini adalah mengevaluasi performansi jasa pelayanan menggunakan metode *SERVQUAL* dan IPA di restoran AKS.

MATERI DAN METODE

Pada tahap ini penelitian dimulai dari identifikasi masalah pada objek penelitian, setelah itu menyusun perumusan masalah, menentukan tujuan, pembuatan landasan teori, observasi lapangan guna mendapatkan data untuk landasan penyusunan atribut yang disesuaikan dengan 5 dimensi *SERVQUAL*, penyebaran kuisisioner terhadap konsumen, pengolahan data menggunakan *SERVQUAL* yang sudah didapatkan dari kuisisioner, setelah itu dilanjutkan melakukan pengolahan data menggunakan metode IPA, setelah melewati pengolahan menggunakan *SERVQUAL* dan IPA data masuk kedalam pembahasan dan Analisa, dan yang terakhir memberikan kesimpulan dan saran dari peneliti (Jazuli et al., 2020).

Variable bebas dalam penelitian ini adalah performansi jasa pelayanan yaitu atribut penelitian (d disesuaikan dengan 5 dimensi *SERVQUAL*) yang didapatkan pada tahap observasi lapangan dan variabel tak bebas ini adalah kepuasan pelanggan restoran AKS. Atribut penelitian yang sudah disesuaikan dengan 5 dimensi *SERVQUAL* dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

Tabel 1. Atribut Penelitian

Dimensi	Atribut
Tangible	Kebersihan lingkungan area restoran AKS (T1)
	Ketersediaan Fasilitas (meja makan dan kursi) (T2)
	Kemampuan restoran menyediakan lahan parkir (T3)
	Informasi yang disampaikan oleh buku menu (T4)
	Tata letak interior (T5)
	Kesigapan penyajian makanan (T6)

Reliability	Kekonsistensian cita rasa yang diberikan (R1)
Responsiveness	Ketersediaan dan kelengkapan peralatan makanan (R2)
	Kesigapan pegawai pada saat konsumen memerlukan bantuan (kebutuhan makanan tambahan) (RP1)
	Sigap dalam menangani keluhan konsumen (RP2)
Assurance	Keefisienan proses pembayaran (RP3)
	Tempat parkir yang terjamin keamanannya (A1)
	Pemahaman tentang produk yang dijual (A2)
	Kelayakan pegawai dalam kejujuran (A3)
Empaty	Alat makan yang <i>higenis</i> (A4)
	Pemberian rekomendasi pesanan yang baik (E1)
	Tatakrama pegawai dalam memberikan pelayanan (E2)
	Pelayanan yang sama rata tanpa memandang status sosial (E3)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dalam penelitian ini dihasilkan 50 sampel yang diambil mulai 28 juli 2023 sampai 15 agustus 2023 di restoran AKS, kemudian diolah melalui uji kelayakan alat ukur dengan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas memakai SPSS 26, dilanjutkan menilai gap setiap dimensi, hasil dari pengolahan yang sudah dijabarkan dapat dilihat pada tabulasi tabel 2 berikut :

Tabel 2. hasil pengolahan data menggunakan metode *SERVQUAL*

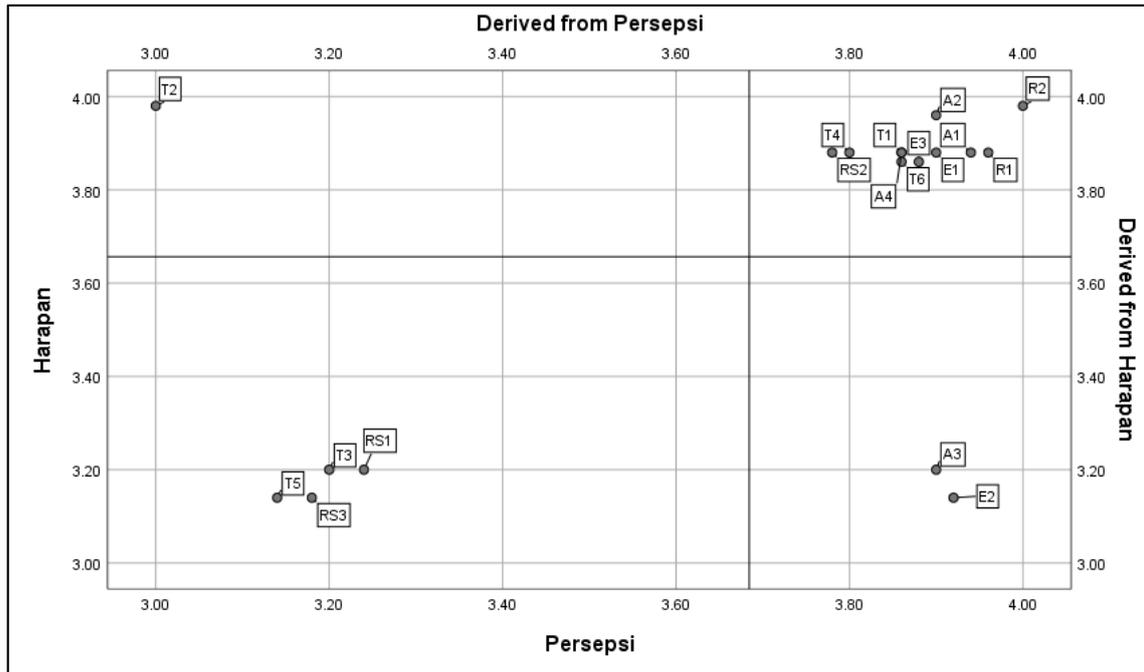
Dimensi	Presepsi	Validitas						Keterangan	Harapan	Validitas						Keterangan	GAP	Tindakan
		1	2	3	4	5	6			1	2	3	4	5	6			
Tangibel	21.9	0.5	0.4	0.8	0.5	0.8	0.4	Valid	21.8	0.5	0.3	0.7	0.7	0.7	0.3	Valid	0.1	Dipertahankan
Reability	7.9	0.9	0.6					Valid	8.0	0.9	0.9					Valid	-0.1	Perlu perbaikan
Resposive	10.2	0.9	0.5	0.8				Valid	10.2	0.8	0.6	0.9				Valid	0.0	Dipertahankan
Assurance	14.9	0.7	0.4	0.6	0.7			Valid	15.6	0.4	0.4	0.5	0.5			Valid	-0.7	Perlu perbaikan
Empaty	10.9	0.6	0.6	0.6				Valid	11.7	0.5	0.6	0.6				Valid	-0.8	Perlu perbaikan
Reliabilitas	Cronbach's Alpha (0.86)						Reliabel	Cronbach's Alpha (0.60)						Reliabel				

Dapat dilihat pada tabel 2 hasil data dari 18 atribut yang sudah di olah menggunakan SPSS 26 mendapatkan hasil semua penilaian persepsi dan harapan dari 18 atribut yang dijadikan alat pengukur permorma jasa pelayanan pada restoran AKS menghasilkan nilai R hitung lebih dari R tabel (0.2732) sehingga dapat disimpulkan bahwa ke 18 atribut yang dipakai *valid*.

Untuk uji Reabilitas disimpulkan bahwa alat ukur yang dipakai dalam proses penelitian dinyatakan *reliabel* karena dari sisi persepsi dihasilkan *Cronbach's Alpha* sama atau lebih besar dari pada 0.6 seperti pada penelitian (Trisnawati & Sulistyowati, 2019) yaitu pada sisi persepsi menghasilkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0.86 dan pada sisi harapan menghasilkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0.603.

Dari pengolahan data gap sendiri didapatkan hasil bahwa harus segera dilakukan perbaikan pada dimensi *Reability*, *Assurance*, dan *empaty* karena didapatkan temuan nilai harapan pelanggan lebih tinggi dari pada nilai persepsi pelanggan.

Setelah itu penelitian dilanjutkan menggunakan metode IPA dimana semua hasil rata-rata dari persepsi dan harapan dimasukkan kedalam diagram kartesius, diproses langsung menggunakan SPSS 26, didapatkan hasil diagram pada gambar 1 seperti berikut :



Gambar 2. Diagram Kartesius

Dari hasil pengolahan menggunakan diagram kartesius didapatkan hasil ada 1 atribut (T2) yang berada pada kuadran 1, untuk kuadran 2 didapatkan ada 11 atribut (T1, T4, T6, R2, R1, RS2, A2, A4, E1, dan E3) didalamnya, selanjutnya ada 4 atribut pada kuadran 3 (T3, T5, RS1, dan RS3, dan yang terakhir pada kuadran 4 ada 2 atribut (A3 dan E2).

Pembahasan

Dari hasil yang didapatkan di atas menunjukkan ada 3 dimensi yang harus segera diperbaiki *Reability*, *Assurance*, dan *empaty* karena didapatkan temuan nilai harapan pelanggan lebih tinggi dari pada nilai persepsi pelanggan sehingga harus segera dilakukan perbaikan pada atribut yang ada pada dimensi tersebut.

Sedangkan pada tahap pengolahan menggunakan IPA didapatkan pada kuadran 2 didapatkan ada 11 atribut (T1, T4, T6, R2, R1, RS2, A2, A4, E1, dan E3) didalamnya sehingga dapat disimpulkan bahwa atribut yang ada didalam kuadran 2 mendapatkan penilaian persepsi pelanggan yang tinggi begitu pula pada penilaian harapan pelanggan, selanjutnya ada 4 atribut (T3, T5, RS1, dan RS3) pada kuadran 3 yang sebetulnya nilai harapan pelanggan tidak terlalu tinggi dan persepsi pelanggan kurang tinggi sehingga tidak perlu dilakukan pengurangan atau perbaikan performa pelayanan pada ke 4 atribut yang ada pada kuadran 3 karena dianggap tidak terlalu penting, dan yang terakhir pada kuadran 4 ada 2 atribut (A3 dan E2) yang seharusnya tidak penting oleh penilaian harapan pelanggan tetapi terlalu berlebihan pada penilaian persepsi pelanggan sehingga harus dilakukan pengurangan performa pelayanan pada ke 2 atribut yang masuk pada kuadran 4 karena dirasa tidak terlalu penting Ketika dilakukan atau tidaknya ke 2 atribut tersebut.

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas mendapatkan hasil kesimpulan untuk performansi jasa pelayanan pada restoran AKS didapatkan hasil kesimpulan dari pengolahan data menggunakan *SERVQUAL* ada 3 dimensi yang harus segera diperbaiki performansi jasa pelayanan pada restoran AKS yaitu *Reability*, *Assurance*, dan *empaty*. Sedangkan hasil dari pengolahan data menggunakan metode IPA terdapat 1 atribut berada dalam kolom kuadran 1, 11 atribut berada dalam kolom 2, 4 atribut dalam kolom 3, dan 2 atribut dalam kolom 2.

Dari kesimpulan di atas didapatkan masih ada dimensi atau atribut yang harus diperbaiki sehingga pihak manajemen dari restoran AKS harus segera melakukan evaluasi perbaikan. Untuk kedepanya restoran AKS juga harus melakukan evaluasi dengan atribut yang menyesuaikan dengan perkembangan zaman pada setiap dimensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaniago, H., & Negeri Bandung, P. (2020). Analisis kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga pada loyalitas konsumen nano store. *International Journal Administration, Business and Organization*, 1(2), 59–69. <https://www.researchgate.net/publication/349076606>
- Deo, P. G. E., Program, R. S., & Linda. (2017). Analisis kualitas layanan lazada dengan menggunakan metode E-SERVQUAL dan IPA. *Journal of Accounting and Business Studies*, 2(1). <https://journal.ithb.ac.id/index/index>
- Fais, M. A., & Sudarso, I. (2022). Perumusan strategi pemasaran jasa efektif dengan integrasi metode PDSQ (Physical Distribution Service Quality) dan TRIZ (studi kasus : UD. XYZ). *Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan II*, 109–116. <http://ejurnal.itats.ac.id/senastitan/article/view/2601/2207>
- Jazuli, M., Samanhudi, D., & Handoyo. (2020). Analisis kualitas pelayanan dengan SERVQUAL dan *importance performance analysis* di PT. XYZ. *Juminten: Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 1(1), 67–75. URL: <http://juminten.upnjatim.ac.id/index.php/juminten>
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2008). *Principles of marketing* (ke-12). Pearson/Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=5FEfAQAAIAAJ>
- Liestianingsih Dwi Dayanti, F. K. R. P. (2017). *Hubungan Masyarakat* (3rd ed., Vol. 1). Universitas Terbuka.
- Nasution. (2001). *Manajemen mutu terpadu (TQM)*. Ghalia Indonesia.
- Oh, H. (2001). *Revisiting importance–performance analysis*. *Tourism Management*, 22(6), 617–627. [https://doi.org/10.1016/s0261-5177\(01\)00036-x](https://doi.org/10.1016/s0261-5177(01)00036-x)
- Reza, B., Santoso, & Eka Dewi. (2020). Strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT pada mini market di Mutiara Mart Rowotengah Jember. *International Journal of Social Science and Business*, 4(2), 301–387. <http://repository.unikom.ac.id/id/eprint/51314>
- Slamet, R., Nainggolan, B., Ramdani, H., Hendriyanto, A., lu, L., & Ilma, ul. (2016). *Development strategy of digital start up to confront the era of free market*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136–147. <https://journals.telkomuniversity.ac.id/ijm/article/view/319>
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta* (2nd ed.). Andi.

- Trisnawati, R., & Sulistyowati, E. (2019). Mekanisme Corporate Governance Dan Manajemen Laba Model Long Term Discretionary Accrual Pada Perusahaan Go Publik Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 21(1), 55–69. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v21i1.7400>
- Wilujeng, F. R., Rembulan, G. D., Andreas, D., Tannady, H., & No, L. R. (2019). Meningkatkan kepuasan pelanggan pada dua bisnis E-Commerce terbesar di Indonesia dengan menggunakan analisis SERVQUAL dan IPA. *Prosiding SEMNASTEK*, 16, 1–9. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek/article/view/5217>
- Winarno, H., & Absor, T. (2017). Analisis kualitas pelayanan dengan metode service quality (SERVQUAL) dan *importance performance analysis* (IPA) pada pt. media pura engineering. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 1(2), 146–160. <https://doi.org/10.30988/jmil.v1i2.15>
- Zeithaml, V. A. , B. L. L. , dan P. A. (1993). *The nature and determinants of customer expectations of service*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(21), 1–12.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)