

APLIKASI METODE SERVQUAL DAN *IMPORTANCE & PERFORMANCE MATRIX* DALAM PENILAIAN KUALITAS PELAYANAN JASA TELEKOMUNIKASI
(Studi Kasus : PT. Telkom Kandatel Sumbar)

TUGAS AKHIR

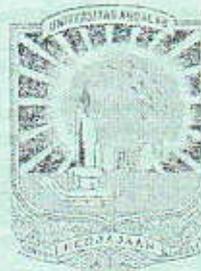
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas

Oleh :

DETI CHRISTINA
Bp. 01 173 075

Pembimbing :

TAUFIK, MI
Nip. 132 125 739



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2006**

ABSTRAK

Komitmen akan kualitas pelayanan yang berorientasi pelanggan merupakan prasyarat utama dalam menunjang keberhasilan bisnis, khususnya pada industri jasa. PT. Telkom merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang pelayanan teknologi komunikasi. Dengan diberlakukannya UU No. 36 tahun 1999 maka bisnis telekomunikasi bukan lagi menganut sistem monopoli tetapi beralih kepada sistem kompetisi. Hal ini akan menjadi tantangan bagi PT. Telkom untuk selalu merebut pasar dan hati pelanggan. Pada pertengahan 2005, peringkat Kandatel Sumbar sangat mengecewakan jika dibandingkan dengan Kandatel lain di Sumatera, karena pendapatannya tidak sesuai dengan target yang direncanakan. Untuk meningkatkan pendapatan, PT. Telkom Kandatel Sumbar harus menyaring pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama dan berupaya untuk selalu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan akan kualitas pelayanan. Salah satu caranya adalah dengan survey kepuasan pelanggan sehingga kita dapat memperoleh apa yang diinginkan pelanggan. Mengukur kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini serta menemukan bagian mana yang membutuhkan perbaikan.

Salah satu pendekatan pengukuran kualitas pelayanan adalah metode SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al. Metode ini membagi kualitas pelayanan ke dalam lima dimensi, yakni *emphaty*, *assurance*, *reliability*, *responsiveness* dan *tangibles*. Parasuraman et.al., telah menyusun suatu model konseptual dari kualitas pelayanan yang menggambarkan kesenjangan atau ketidaksesuaian antara keinginan dan tingkat kepentingan berbagai pihak yang terlibat dalam penyerahan produk/jasa, yaitu gap 1 (kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi dari pihak penyedia jasa), gap 2 (kesenjangan antara persepsi dan pihak penyedia jasa terhadap harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas pelayanan), gap 3 (kesenjangan antara spesifikasi kualitas pelayanan dan proses pemberian/penyampaian jasa), gap 4 (kesenjangan antara penyampaian pelayanan dan komunikasi eksternal kepada pelanggan) dan gap 5 (kesenjangan antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan).

Dalam penelitian ini dilakukan analisis kualitas pelayanan jasa PT. Telkom Kandatel Sumbar dari gap 1 dan gap 5. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa untuk gap 1, total nilai rata-rata SERVQUAL terbobot bernilai negatif (-0.022) dan tingkat kepekaan karyawan yang kurang dari 100% yaitu sebesar 97.968%. Hal ini menandakan bahwa pihak karyawan jasa Telkom Kandatel Sumbar yang terlibat dalam proses penyampaian jasa kepada pelanggan relatif belum peka terhadap keinginan pelanggan yang sebenarnya. Sedangkan untuk gap 5, total nilai rata-rata SERVQUAL terbobot bernilai negatif (-0.145) dan tingkat kepuasan pelanggan yang kurang dari 100% yaitu sebesar 83.398%. Hal ini berarti kualitas pelayanan jasa Telkom kandatel Sumbar kurang memuaskan. Prioritas perbaikan untuk gap 1 dan gap 5 untuk tiap dimensi kualitas pelayanan dibuat berdasarkan nilai rata-rata SERVQUAL terbobot (SQ_i) dan *importance & performance matrix*. Variabel yang menjadi prioritas perbaikan adalah variabel yang mempunyai gap negatif terbesar dan masuk ke dalam kuadran I.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini akan dibahas mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Hidup kita sehari-hari banyak terbantu dan tergantung pada berbagai jenis jasa, misalnya transportasi, telekomunikasi, hiburan, pendidikan, jasa finansial, kesehatan dan lain sebagainya. Bisa kita bayangkan betapa berpengaruhnya bisnis jasa dalam dunia modern. Apalagi dewasa ini setiap konsumen tidak lagi sekadar membeli suatu produk/barang saja, tetapi termasuk pula segala aspek jasa/pelayanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap pembelian hingga tahap purna beli.

Bila ditinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara yang efektif dalam melakukan diferensiasi adalah melalui jasa atau pelayanan yang diberikan. Hal ini membawa perubahan yang cukup mendasar dalam bisnis utama suatu perusahaan. Berbagai dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman, et.al (Tjiptono, 2000), seperti ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, dan lain-lain harus diperhatikan oleh manajemen industri jasa, terutama dalam menetapkan biaya yang harus dikeluarkan pelanggan untuk membayar jasa yang mereka terima.

Dalam sebuah bisnis jasa, terjadi interaksi yang sangat erat antara penyedia jasa dan pelanggan. kedua pihak mempengaruhi hasil dari jasa tersebut. Untuk itu dalam sebuah bisnis jasa, fokus utama dalam pemberian jasa adalah untuk memenuhi dan melampaui kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan (Tjiptono, 1997). Perkembangan dan peranan sektor jasa yang semakin besar di masyarakat menimbulkan jumlah pesaing dalam sektor ini juga bertambah. Perusahaan penghasil jasa perlu meningkatkan daya saing mereka dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen agar konsumen tidak berpindah ke penyedia jasa yang lain. Penerapan manajemen kualitas dalam

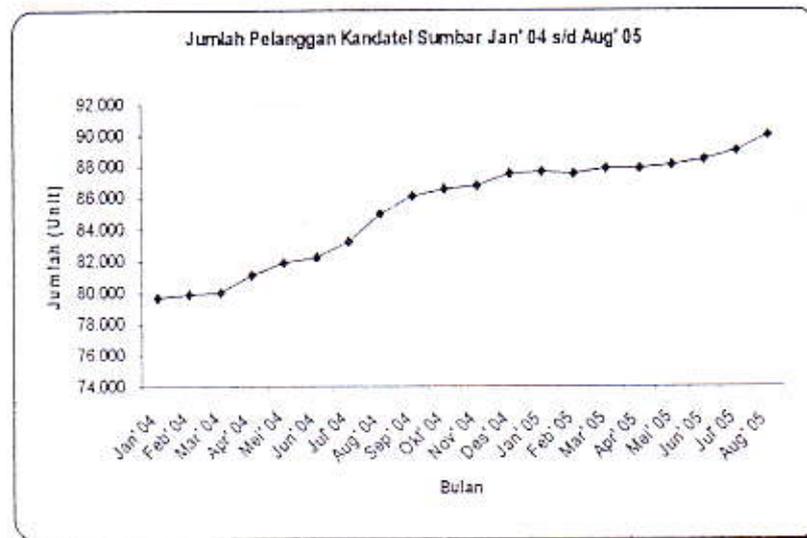
industri jasa telah menjadi kebutuhan pokok apabila industri jasa ingin berkompetisi dalam pasar global.

PT. Telkom merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang pelayanan teknologi komunikasi. Pada awal berdirinya perusahaan ini merupakan satu-satunya perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia. Dengan diberlakukannya UU nomor 36 tahun 1999 maka bisnis telekomunikasi bukan lagi menganut sistem monopoli tetapi beralih kepada sistem kompetisi. Dengan kondisi ini sudah bisa dipastikan munculnya pesaing-pesaing baru yang kemungkinan akan membawa teknologi yang lebih canggih dan dana investasi yang lebih besar. Dalam suasana persaingan, diperlukan inovasi-inovasi berkadar tinggi dan mobilisasi pemikiran guna merebut pasar sekaligus memenangkan kompetisi. Untuk itu berbagai upaya terus dilakukan untuk memenuhi tuntutan pelanggan dan masyarakat, dimana setiap produk layanan disediakan untuk sedapat mungkin memuaskan pelanggan.

Pada pertengahan tahun 2005 ini PT. Telkom Kandatel Sumbar mengalami penurunan pendapatan yang sangat signifikan. Hal ini terlihat dari jatuhnya peringkat 4 besar yang biasanya dipegang oleh PT. Telkom Kandatel Sumbar menjadi peringkat 8. Walaupun jumlah pelanggannya meningkat setiap tahunnya namun jumlah pelanggan yang cabut tiap bulannya juga meningkat. Hal ini menyebabkan pendapatan Telkom Kandatel Sumbar masih jauh dari target yang direncanakan sehingga kondisinya mengecewakan jika dibandingkan dengan Kandatel lain yang ada di Sumatera. Padahal jika dilihat dari potensi yang dimiliki, PT. Telkom Kandatel Sumbar memiliki kemampuan yang lebih besar, baik dilihat dari segi lingkungan eksternal yang mempunyai kondisi yang relatif aman maupun dari segi jumlah pelanggannya yang cenderung meningkat. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.1.

Kenyataan tersebut menjadi pertanyaan bagi pihak manajemen tentang bagaimana kualitas dari pelayanan yang telah diberikan selama ini oleh perusahaan kepada pelanggannya. Kegagalan dari penyampaian jasa bisa berasal dari pelanggan dan bisa pula dari karyawan Telkom. Hal ini merupakan cambuk bagi PT. Telkom Kandatel Sumbar agar melakukan evaluasi pada berbagai aspek. Salah satunya adalah dengan melakukan survey kepada pelanggan mengenai

kualitas pelayanan Telkom selama ini. Hal ini dapat dilakukan dengan pengukuran persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan yang digunakan sebagai alat ukur dan alat deteksi dalam menilai dan memperbaiki kualitas pelayanan tersebut, sehingga dapat dijadikan sebagai usaha untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan akan menyebabkan tingginya *value* perusahaan di mata pelanggan dan menjadi sumber pendapatan perusahaan dengan loyalitas dan efek promosi dari mulut ke mulut sebagai ciri khas produk jasa.



Gambar 1.1 Pelanggan Kandatel Sumbar Jan' 04 s/d Aug' 05

Berdasarkan visi Telkom Kandatel Sumbar yaitu menjadi Kandatel dengan tingkat pertumbuhan pendapatan dan performansi pelayanan tertinggi di antara kandatel lain di Sumatra, target utama yang harus dicapai adalah PT. Telkom Kandatel Sumbar harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan. Hal ini juga sesuai dengan logo Telkom "*Committed To You*" dimana PT. Telkom hadir untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam bidang teknologi dan pelayanan komunikasi. Pelayanan jasa yang berkualitas dari PT. Telkom diharapkan akan dapat memuaskan pelanggan yang pada akhirnya akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa telekomunikasi. Hal ini dapat dilakukan dengan cara perbaikan yang berkelanjutan pada berbagai bidang seperti pembenahan diri secara intern dari sumber daya manusia sehingga menjadi SDM yang berkualitas, kelengkapan fasilitas dan sarana untuk pelayanan kepada pelanggan.

BAB VI

PENUTUP

Pada Bab VI ini akan dilakukan penarikan kesimpulan dan saran terhadap hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

6.1 Kesimpulan

Dari penelitian tentang analisis kualitas pelayanan Telkom Kandatel Sumbar, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Tingkat kepekaan karyawan terhadap dimensi kualitas pelayanan SERVQUAL adalah kurang dari 100% yaitu sebesar 97.968%. Hal ini menandakan bahwa pihak karyawan Telkom Kandatel Sumbar yang terlibat dalam proses penyampaian jasa kepada pelanggan relatif belum peka terhadap keinginan pelanggan yang sebenarnya.
2. Prioritas perbaikan untuk *gap* 1 dibuat berdasarkan nilai rata-rata SERVQUAL terbobot (SQi) dan *importance & performance matrix*. Variabel yang menjadi prioritas perbaikan adalah variabel yang mempunyai *gap* negatif terbesar dan masuk ke dalam kuadran I. Hasil pengurutan prioritas perbaikan untuk *gap* 1 adalah sebagai berikut:
 - Pernyataan 6 yaitu frekuensi kerusakan jaringan telepon.
 - Pernyataan 17 yaitu kesungguhan petugas dalam menanggapi keluhan pelanggan.
 - Pernyataan 24 yaitu kemudahan dalam memperoleh buku petunjuk/leaflet tentang informasi pelayanan.
 - Pernyataan 25 yaitu tersedianya karyawan lain untuk membantu pelanggan apabila karyawan yang dituju tidak ada.
 - Pernyataan 27 yaitu petugas lapangan melaksanakan tugas sesuai dengan keinginan pelanggan.
 - Pernyataan 29 yaitu kemudahan ditemukannya lokasi pengaduan gangguan.
 - Pernyataan 30 yaitu wawasan/pengetahuan karyawan terhadap produk/informasi yang diinginkan pelanggan.
 - Pernyataan 31 yaitu fasilitas komunikasi yang menghubungkan pihak Telkom dengan pelanggan.

3. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT. Telkom Kandatel Sumbar juga diperoleh kurang dari 100% yaitu 83.398%. Hal ini menandakan bahwa kualitas pelayanan jasa Telkom Kandatel Sumbar dapat dikatakan belum memuaskan.
4. Prioritas perbaikan untuk *gap 5* dibuat berdasarkan nilai rata-rata SERVQUAL terbobot (SQi) dan *importance & performance matrix*. Variabel yang menjadi prioritas perbaikan adalah variabel yang mempunyai *gap* negatif terbesar dan masuk ke dalam kuadran I. Hasil pengurutan prioritas perbaikan untuk *gap 1* adalah sebagai berikut:
 - Pernyataan 11 yaitu tindak lanjut keluhan pelanggan ditangani secara cepat dan tepat oleh karyawan.
 - Pernyataan 17 yaitu kesungguhan petugas dalam menanggapi keluhan pelanggan.
 - Pernyataan 30 yaitu wawasan/pengetahuan karyawan terhadap produk/informasi yang diinginkan pelanggan.
 - Pernyataan 31 yaitu fasilitas komunikasi yang menghubungkan pihak Telkom dengan pelanggan

6.2 Saran

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa telekomunikasi Kandatel Sumbar, beberapa saran yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pihak perusahaan perlu untuk melakukan evaluasi persepsi dan ekspektasi pelanggan yang periodik dan sistematis karna persepsi dan ekspektasi pelanggan bersifat dinamis atau sangat mudah berubah.
2. Untuk mengukur kepuasan pelanggan, lebih baik jika pelanggan internal/karyawan perusahaan juga diukur kepuasannya karena kepuasan karyawan dapat meningkatkan kualitas kerja yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan pelanggan.
3. Untuk meningkatkan kualitas jasa secara keseluruhan perlu dilakukan pengukuran kualitas jasa berdasarkan *gap-gap* lainnya, yaitu *gap 2*, *gap 3*, *gap 4* seperti yang terdapat dalam model kualitas pelayanan Parasuraman et al (1990).

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta: Jakarta.
- Aritonang R, Lerbin. (2005). *Kepuasan Pelanggan*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Asra, Darma Ospita. (2004). *Perancangan Sistem Kualitas Yang Mengacu Mengacu Pada Sistem Manajemen Mutu ISO 9004-2 Pada Perusahaan Jasa (Studi Kasus: PDAM)*, Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri UNAND.
- Diahmarrisa, Trisetiani. (2003). *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Penerbangan Garuda Indonesia kelas Ekonomi*. Tugas Akhir Departemen Teknik Industri ITB.
- Gasperz, Vincent. (2002). *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Kotler, Philip. (2002). *Marketing Management*, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Milana. (2003). *Penilaian Kinerja untuk Perumusan Strategi Pencapaian Visi dan Misi PDAM Kota Padang*. Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri UNAND.
- Maas, Syukri. (2002). *Pengukuran Dan Analisis Tingkat kepuasan Pelanggan Sebagai Dasar Bagi Strategi Pelayanan*. Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri UNAND.
- Padmodilmujo, DR. (2003). *Laporan Penelitian Kualitas Pelayanan PT. Posindo, PT. Jamsostek, PT. Taspen, Perum Pegadaian, PT. ASDP dan PT. Hotel Indonesia Natour*, Jakarta.
- Paul R. Timm, Ph.D. (2005). *50 Ideas To Keep Your Customers*, PT. BIP: Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2003). *Measuring Customer Satisfaction*, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Rosiawan, Muhammad., dkk. *Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Universitas Surabaya dengan Pendekatan Integrasi SERVQUAL dan QFD*. Jurnal: Universitas Surabaya
- Santoso, Singgih. (2000). *SPSS Mengolah Data Statistik Secara Proffesional*, PT. Elex Media Komputindo: Jakarta.