

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA KONSULTASI BISNIS DAN MANAJEMEN DENGAN METODE SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

Andi Erna Mulyana¹⁾, Jessica Olifia²⁾, dan Hada Sufriatin³⁾

^{1,2,3}Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, Batam Centre, Jl. Ahmad Yani, Tlk. Tering, Kota Batam, Kode Pos 29461
E-mail: andierna@polibatam.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to determine the perceptions of consulting service users based on the gap between perceptions and expectations from five dimensions, which are tangibles, responsiveness, reliability, assurance and empathy. This research also aims to identify what service quality factors are considered important to the satisfaction of the users who used the business and management consultation services at a consulting company in Batam. Data were collected using questionnaires with a sample size of 43 respondents consisting of limited liability companies and commanditaire vennootschap (limited partnership). This research calculates the level of client satisfaction with a series of tests and data analysis. The method used is the Service Quality Method (Servqual Gap 5) and Importance Performance Analysis. The research obtained data from the Servqual method shows that the overall average gap per dimension is that the tangibles dimension meets client expectations with a positive gap value, meanwhile the rest, which are responsiveness, reliability, assurance and empathy have a negative gap. Then the Importance Performance Analysis calculation shows two attributes of the quality of business and management consulting services that need to be improved, which are the services provided need to pay special attention to service users and prioritize the interests of the service users.

Keywords: *Quality, Services, Users Satisfaction, Servqual Method, Performance Analysis*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pengguna jasa konsultasi berdasarkan nilai kesenjangan antara persepsi dan harapan dari lima dimensi yaitu tangibles, responsiveness, reliability, assurance dan empathy serta untuk mengidentifikasi faktor kualitas layanan apa yang dianggap penting terhadap kepuasan pengguna jasa konsultasi yang menggunakan jasa konsultasi bisnis dan manajemen pada sebuah perusahaan konsultasi di Batam. Pengambilan data menggunakan penyebaran kuesioner dengan jumlah sample sebesar 43 responden yang terdiri dari badan usaha perseroan terbatas dan persekutuan komoditer/CV. Penelitian ini menghitung tingkat kepuasan pengguna jasa dengan serangkaian pengujian dan analisis data. Metode yang digunakan adalah Metode Service Quality (Servqual Gap 5) dan Importance Performance Analysis. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan data hasil metode servqual rata-rata keseluruhan gap per dimensi bahwa dimensi tangibles yang memenuhi harapan pengguna jasa dengan nilai gap positif, dan sisanya yaitu, responsiveness, reliability, assurance dan empathy memiliki gap negatif. Kemudian perhitungan Importance Performance Analysis menunjukkan dua atribut kualitas layanan jasa konsultasi bisnis dan manajemen yang perlu ditingkatkan, yaitu layanan yang diberikan perlu memberikan perhatian khusus kepada pengguna jasa serta mengutamakan kepentingan pengguna jasa.

Kata Kunci: *Kualitas, Layanan, Kepuasan Pengguna, Metode Servqual, Performance Analysis*

PENDAHULUAN

Dalam persaingan pasar yang ketat, kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk atau layanan berkualitas menjadi kunci utama yang dimana layanan dikatakan berkualitas apabila produk atau layanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pengguna jasa (Sahita et al., 2021). Hal ini juga merupakan salah satu fokus utama oleh sebuah perusahaan konsultasi di Batam yang berfokus pada penyediaan jasa konsultasi dibidang bisnis dan manajemen, khususnya dalam bidang perpajakan seperti pelaporan SPT masa dan tahunan. Untuk tetap relevan, perusahaan ini harus terus meningkatkan kualitas layanan agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna jasa mereka. Observasi internal pada tahun 2023 menemukan masalah terkait kualitas layanan, yaitu keterlambatan dalam pelaporan SPT Tahunan Badan 2022 yang berpotensi menyebabkan ketidakpuasan dan denda bagi pengguna jasa.

Penelitian ini menganalisis persepsi pengguna jasa mengenai kualitas layanan jasa di perusahaan konsultasi tersebut dengan menilai kesenjangan antara harapan dan persepsi dalam lima dimensi kualitas layanan yang diberikan dan mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan yang dianggap penting oleh pengguna jasa ketika menggunakan jasa konsultasi tersebut. Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan panduan kepada perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan dan lebih memahami kebutuhan pengguna jasa dengan lebih baik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan "Servqual" (Service Quality) untuk menilai kualitas layanan berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan (Lukita et al., 2020), dan untuk menganalisis hubungan antara tingkat kepentingan dan kinerja dari setiap atribut layanan yang disediakan oleh perusahaan, maka digunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Selain itu, metode ini dilakukan untuk mengidentifikasi perbedaan antara kinerja aktual dari atribut layanan dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan terhadap atribut tersebut (Jazuli et al., 2020).

Metode Servqual menggabungkan lima dimensi kualitas pelayanan antara lain tangibles, responsiveness, reliability, assurance dan empathy. Atribut-atribut dalam metode Servqual dikelompokkan menggunakan metode Importance Performance Analysis menjadi empat kategori, yaitu prioritas utama, pertahankan prestasi, prioritas rendah, dan berlebihan. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat lebih efektif dalam

mengidentifikasi atribut layanan yang perlu ditingkatkan serta mengambil tindakan yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi persepsi pengguna jasa mengenai perbedaan antara persepsi dan harapan dalam lima dimensi kualitas pelayanan, serta untuk mengidentifikasi elemen-elemen kualitas pelayanan yang dianggap penting oleh pengguna jasa yang menggunakan jasa konsultasi pada perusahaan tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menerapkan model Service Quality (Servqual). Model ini bertujuan untuk menganalisis kesenjangan antara dua variabel utama, yaitu kualitas layanan jasa konsultasi sebagai variabel dependen (Y), dan harapan pengguna jasa yang diukur berdasarkan dimensi TERRA (Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance) sebagai variabel independen (X). Populasi penelitian terdiri dari 43 pengguna jasa yang terbagi dalam dua bidang usaha di Batam, yaitu dagang dan jasa. Dalam penelitian ini, karena populasi relatif kecil (kurang dari 50 orang), maka, penelitian menggunakan metode sampling jenuh dan melibatkan seluruh populasi.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data primer, yang dikumpulkan langsung dari sumber atau di tempat utama dimana objek penelitian dilakukan. Untuk memperoleh datanya, penulis membagikan kuisisioner pada setiap pengguna jasa. Setelah data terkumpul, dilakukan pengolahan data dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini, dengan taraf signifikansi 5% dan ukuran sampel (N) sebanyak 43 dalam distribusi nilai rtabel statistik. Nilai rtabel yang diperoleh adalah 0,3008. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika nilai r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel, maka kuisisioner dianggap valid, dan sebaliknya (Aditama, 2019). Dalam uji ini, metode Pearson Product Moment digunakan terhadap 21 item soal yang diuji, hasilnya menunjukkan bahwa semua item soal memiliki nilai di atas 0,3008, sehingga semuanya dianggap valid.

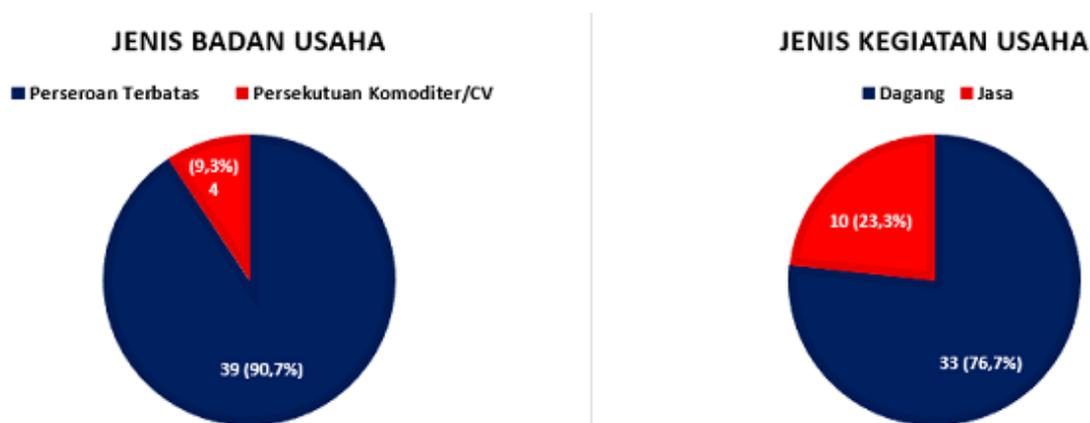
Setelah verifikasi kebenaran data, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas data. Cronbach Alpha (α) dapat digunakan untuk menguji reliabilitas, jika

nilai alphanya lebih $\geq 0,60$, maka item kuesioner dianggap reliabel (Aditama, 2019). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai alpha lebih besar dari 0,6, maka alat ukur dapat dianggap reliabel dan termasuk dalam kategori yang sangat reliabel.

Kemudian dalam penilaian kualitas pelayanan menggunakan model *Servqual*, diperlukan untuk menghitung selisih antara nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk setiap pasangan pernyataan mengenai harapan dan persepsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari kuesioner yang peneliti sebarakan kepada pengguna jasa yang telah menggunakan jasa konsultasi bisnis dan manajemen pada tahun 2022, terkumpul sebanyak 43 responden. Data tersebut memberikan informasi Karakteristik responden menurut jenis badan usaha dan jenis kegiatan usaha dapat dilihat pada diagram berikut :



Gambar 1. Deskripsi Responden

Setelah menyatakan bahwa data tersebut valid dan reliabel, langkah selanjutnya adalah menentukan nilai gap. Gap mengacu pada selisih antara tingkat kenyataan (persepsi) dan harapan (ekspektasi) dari responden. Berikut adalah hasil analisis gap pada dimensi tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy menggunakan 43 sampel responden :

Tabel 1
Hasil Gap Per Dimensi Persepsi dan dan Ekspektasi Pengguna Jasa

Atribut	Persepsi	Ekspektasi	Gap	Rank
Tangible (Bukti Langsung)				
P1	3,953	3,930	0,023	1
P2	3,953	3,930	0,023	
P3	3,953	3,930	0,023	
P4	3,953	3,930	0,023	
Responsiveness (Daya Tanggap)				
P5	3,953	3,977	-0,023	3
P6	3,953	3,977	-0,023	
P7	3,814	3,930	-0,116	
P8	3,837	3,930	-0,093	
Reability (Keandalan)				
P9	3,953	3,977	-0,023	4
P10	3,953	3,977	-0,023	
P11	3,930	3,953	-0,023	
P12	3,744	3,930	-0,186	
P13	3,953	3,953	0,000	
Assurance (Jaminan)				
P14	3,977	3,814	-0,163	2
P15	3,930	3,814	-0,116	
P16	3,930	3,814	-0,116	
P17	3,977	3,767	-0,209	
Empaty (Kepedulian)				
P18	3,884	3,930	-0,047	5
P19	3,698	3,977	-0,279	
P20	3,674	3,977	-0,302	
P21	3,953	3,953	0,000	

Peran gap dalam setiap standar akan menentukan peran standar tersebut dalam memberikan informasi tentang tingkat kepentingan kualitas layanan tertentu. Nilai gap secara keseluruhan yang dihitung berdasarkan selisih antara tingkat persepsi pengguna jasa dengan tingkat yang diharapkan menunjukkan bahwa perusahaan konsultan ini memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa dan sejauh mana perusahaan konsultan menyediakan layanan yang memuaskan bagi para pengguna jasa. Penggunaan gap secara menyeluruh akan memberikan pemahaman tentang peran keseluruhan dan tingkat kepentingan dalam memberikan informasi tentang kualitas pelayanan. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Hasil Gap Secara Keseluruhan Persepsi dan Ekspektasi Pengguna Jasa

No.	Dimensi	Persepsi	Eksptasi	Gap	Rank
1	Tangible (Bukti Langsung)	15,814	15,721	0,093	1
2	Responsiveness (Daya Tanggap)	15,558	15,814	-0,256	4
3	Reability (Keandalan)	19,535	19,791	-0,256	3
4	Assurance (Jaminan)	15,535	15,767	-0,233	2
5	Empaty (Kepedulian)	15,209	15,837	-0,628	5
Jumlah		81,651	82,930	-1,279	

Gap (+) positif terjadi ketika skor persepsi melebihi skor harapan, sementara Gap (-) negatif terjadi ketika skor harapan melebihi skor persepsi. Semakin tinggi skor harapan dan semakin rendah skor persepsi, maka Gap akan meningkat. Jika Gap total memiliki nilai positif, menandakan bahwa pelanggan sangat puas dengan layanan perusahaan. Sebaliknya, jika Gap total bernilai negatif, menunjukkan bahwa pelanggan kurang atau tidak puas dengan layanan. Semakin kecil Gap, semakin baik kualitas pelayanan perusahaan. Perusahaan dengan tingkat pelayanan yang baik biasanya memiliki Gap yang kecil.

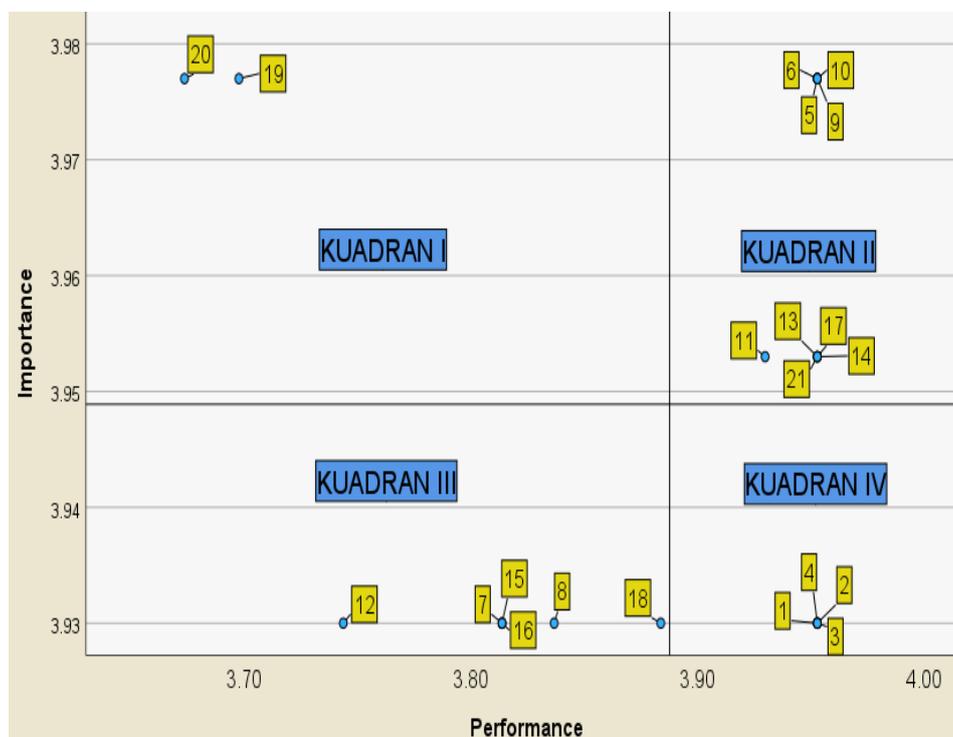
Seperti yang kita ketahui dari Tabel 2, hasil perhitungan gap menunjukkan nilai keseluruhan Gap sebesar -1,279 yang artinya ada ketidaksesuaian antara ekspektasi engguna jasa dan apa yang dipersepsikan oleh perusahaan konsultan dalam hal kualitas pelayanan.

Tabel 3
Tingkat Kesesuaian antara Tingkat Persepsi dan Tingkat Ekspektasi

No	Dimensi	Atribut	Tingkat Persepsi (Ki)	Tingkat Ekspetasi (Hi)
1	<i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)	P1	3,953	3,930
		P2	3,953	3,930
		P3	3,953	3,930
		P4	3,953	3,930
2	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	P5	3,953	3,977
		P6	3,953	3,977
		P7	3,814	3,930
		P8	3,837	3,930
3	<i>Reliability</i> (Keandalan)	P9	3,953	3,977
		P10	3,953	3,977
		P11	3,930	3,953
		P12	3,744	3,930
4	<i>Assurance</i> (Jaminan)	P13	3,953	3,953
		P14	3,953	3,953
		P15	3,814	3,930
		P16	3,814	3,930
5	<i>Emphaty</i> (Kepedulian)	P17	3,953	3,953
		P18	3,884	3,930
		P19	3,698	3,977
		P20	3,674	3,977
		P21	3,953	3,953
Total			81,65	82,93
Skor Rataan			3,89	3,95

Metode IPA digunakan untuk mengukur sejauh mana kualitas kinerja perusahaan konsultan ini memenuhi ekspektasi pengguna jasa dengan tujuan memuaskan pengguna jasa. Seluruh tingkat persepsi (X_i) dan tingkat harapan (Y_i) dihitung sebagai rata-rata dari partisipasi pengguna jasa dalam penelitian, yang berjumlah hingga 43 orang. Kemudian, nilai rata-rata dari tingkat persepsi dan harapan untuk setiap atribut diplot dalam diagram kartesius.

Dalam tabel 3, rata-rata tingkat persepsi pengguna jasa mendapatkan skor 3,89, sedangkan rata-rata tingkat harapan pengguna jasa mendapatkan skor 3,95. Dengan informasi ini, perusahaan dapat lebih memahami bagaimana atribut-atribut tertentu dipandang penting oleh pengguna jasa dan sejauh mana harapan mereka terpenuhi. Dengan demikian, perusahaan dapat mengidentifikasi area di mana perbaikan atau peningkatan layanan diperlukan guna terus memuaskan pengguna jasa dan meningkatkan kinerja keseluruhan.



Gambar 2. Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan Jasa Konsultasi

a. Analisis Kuadran I

Kuadran I adalah wilayah di mana tingkat kepuasan masih rendah dan menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan. Atribut yang termasuk dalam Kuadran I adalah karyawan perusahaan konsultasi memberikan perhatian khusus kepada pengguna jasa (19) dan karyawan perusahaan konsultasi mengutamakan kepentingan pengguna jasa (20).

Tabel 4
Atribut Prioritas Kuadran I

No.	Dimensi	Atribut	Tingkat Persepsi (Xi)
1	<i>Emphaty</i> (Kepedulian)	P19	3,698
2	<i>Emphaty</i> (Kepedulian)	P20	3,674

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II adalah wilayah di mana kepuasan pengguna jasa sesuai dengan harapan. Atribut yang termasuk dalam Kuadran II adalah komunikasi dengan perusahaan konsultasi tepat, akurat, dan jelas(5), karyawan merespon permintaan dengan cepat dan efisien(6), perusahaan memberikan layanan sesuai janji (9), karyawan telah memahami kebutuhan pengguna jasa (10), karyawan memberikan layanan secara benar tanpa perlu koreksi kemudian (11), rekan kerja reliabel dan bisa dipercaya (13), (14), karyawan memiliki pengetahuan yang luas (17) dan memahami kebutuhan pengguna jasa (21).

Tabel 5
Atribut Prioritas Kuadran II

No.	Dimensi	Atribut	Tingkat Persepsi (Xi)
1	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	P5	3,953
2	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	P6	3,953
3	<i>Reliability</i> (Keandalan)	P9	3,953
4	<i>Reliability</i> (Keandalan)	P10	3,953
5	<i>Reliability</i> (Keandalan)	P11	3,930
6	<i>Reliability</i> (Keandalan)	P13	3,953
7	<i>Assurace</i> (Jaminan)	P14	3,953
8	<i>Assurace</i> (Jaminan)	P17	3,953
9	<i>Emphaty</i> (Kepedulian)	P21	3,953

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III merupakan wilayah dengan prioritas rendah karena beberapa atribut dianggap kurang penting oleh pelanggan, meskipun kinerjanya tidak

terlalu baik. Atribut yang termasuk dalam Kuadran III adalah karyawan selalu bersedia membantu (7), bersedia memenuhi permintaan dan kebutuhan pengguna jasa (8), memberikan informasi yang jelas dan mengerti (12), pengguna jasa merasa nyaman saat berinteraksi dengan karyawan (15), karyawan bersikap sopan dan ramah (16), memberikan pelayanan tanpa melihat status atau kedudukan pengguna jasa (18).

Tabel 6
Atribut Prioritas Kuadran III

No.	Dimensi	Atribut	Tingkat Persepsi (Xi)
1	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	P7	3,814
2	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	P8	3,837
3	<i>Reliability</i> (Keandalan)	P12	3,744
4	<i>Assurance</i> (Jaminan)	P15	3,814
5	<i>Assurance</i> (Jaminan)	P16	3,814
6	<i>Empathy</i> (Kepedulian)	P18	3,884

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV adalah wilayah dimana tingkat kepentingan lebih rendah tetapi kinerja lebih baik. Atribut yang termasuk dalam Kuadran IV adalah perusahaan memiliki peralatan kantor yang lengkap dan memadai (1), lingkungan perusahaan yang nyaman dan bersih (2), karyawan berpenampilan rapi, bersih, dan profesional (3), serta ketersediaan bagian resepsionis dalam menerima kedatangan pengguna jasa (4).

Tabel 7
Atribut Prioritas Kuadran IV

No.	Dimensi	Atribut	Tingkat Persepsi (Xi)
1	<i>Tangible</i> (Bukti Langsung)	P1	3,953
2	<i>Tangible</i> (Bukti Langsung)	P2	3,953
3	<i>Tangible</i> (Bukti Langsung)	P3	3,953
4	<i>Tangible</i> (Bukti Langsung)	P4	3,953

Peringkat prioritas berdasarkan pada nilai tingkat persepsi masing – masing atribut. Penilaian ini didasarkan pada perbandingan antara tingkat persepsi dan tingkat harapan, karena persepsi adalah penilaian yang dibuat oleh pelanggan tentang jasa yang mereka terima. Semakin kecil nilai persepsi, semakin rendah tingkat kepuasan pengguna jasa, dan sebaliknya, semakin tinggi nilai persepsi, semakin tinggi tingkat kepuasan

pengguna. Oleh karena itu, atribut dengan nilai persepsi yang lebih kecil menjadi fokus utama untuk ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan pengguna jasa.

SIMPULAN

Berdasarkan perhitungan Servqual, rata-rata gap keseluruhan per dimensi menunjukkan bahwa hanya dimensi bukti fisik yang memenuhi harapan pengguna jasa dengan gap = 0,093 sedangkan dimensi lainnya seperti daya tanggap, keandalan, assurance, dan empathy memiliki gap negatif, yaitu -0,256, -0,233, dan -0,628.

Berdasarkan perhitungan Importance-Performance Analysis (IPA), terdapat dua atribut kualitas layanan jasa konsultasi bisnis dan manajemen di Batam yang perlu ditingkatkan, yaitu:

- a) Karyawan perusahaan konsultasi di Batam perlu memberikan perhatian khusus kepada pengguna jasa .
- b) Karyawan perusahaan konsultasi di Batam perlu lebih mengutamakan kepentingan pengguna jasa .

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2019). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Tv Kabel Dan Internet Pada PT Malang Multimedia Mandiri. Vol 1, No. 1, 34-50.
- Agung. V., Widayanto & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol 11 No. 1, 694–700.
- Anisa Dyah Utami, & Sharif, O. O. (2020). Analisis Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Grab Di Kota Bandung). *Jurnal Mitra Manajemen*. Vol 4, No. 2, 184–194.
- Jazuli, M., Samanhudi, D., & Handoyo. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan dengan Servqual dan Importance Performance Analysis di PT. XYZ. *Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*. Vol 01 No. 01, 67–75.
- Lukita, C., Pranata, S., & Agustin, K. (2020). Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis Untuk Analisa Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Tinggi Pada Mahasiswa Di Cirebon. *Jurnal Digit*. Vol 9, No. 2, 167-177.
- Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*. Vol 6 No. 1, 54–57.
- Rivaldo, YJ., Sabri., & Syarifuddin. (2022). Influence of Marketing Strategy, Trust, and Perception Service Quality of Purchasing Decisions. *Jurnal Jumka*. Vol 2, No. 1, 99-103.

- Saadillah, D., & Syairudin, B. (2019). Analysis of the Effect of Service Quality on Satisfaction of Visitors of Blitar Agrotourism Using Servqual. *IPTEK Journal*, 104-113.
- Sahita, P. P., Hutabarat, J., & Budiharti, N. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus PT.Balistha Gapala Nandya). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*. Vol. 7 No. 1, 7–12.
- Sugiyanto, E. K., & Kurniasari, F. (2020). Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*. Vol 3, No. 2, 112–125.