

ANALISIS KUALITAS LAYANAN DENGAN METODE *FUZZY SERVQUAL*, *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN REGRESI LINIER BERGANDA DI PASAR SWALAYAN GIANT

Fuji Rahayu W¹⁾, Tony Wijaya²⁾, dan Dicky Andreas³⁾

^{1,2,3}Teknik Industri, Universitas Bunda Mulia
E-mail: fwilujeng@bundamulia.ac.id

Abstract

One industry that is growing fast is the retail industry. PT Hero Supermarket Tbk is a well-known retail company in Indonesia, the Giant supermarket is part of the company's retail network. The problem that occurs at this time is the very high losses experienced by PT Hero in 2018, reaching 1.25 trillion and is supported by the Giant supermarket which has closed 24 outlets in 2018 and 6 outlets in 2019. This is because the quality of service provided is still below customer expectations, causing customer dissatisfaction. Fuzzy Servqual method is used to determine the attributes of service quality that have a gap value above the average. The Importance Performance Analysis (IPA) method is used to determine the attributes that are the weaknesses and advantages of the company. The multiple Linear Regression Method is used to determine the influence of each dimension of service quality on customer satisfaction.

Keywords: *Fuzzy, Serqual, Science, Regression, Service Quality*

Abstrak

Salah satu industri yang bertumbuh cepat adalah industri ritel. PT Hero Supermarket Tbk adalah perusahaan ritel yang sudah terkenal di Indonesia, pasar swalayan Giant adalah bagian dari jaringan ritel perusahaan ini. Permasalahan yang terjadi pada saat ini adalah kerugian yang sangat tinggi yang dialami oleh PT Hero pada tahun 2018 yaitu mencapai 1,25 triliun dan didukung oleh pasar swalayan Giant yang mengalami penutupan gerai sebanyak 24 pada tahun 2018 dan 6 gerai pada tahun 2019. Hal ini dapat disebabkan karena kualitas pelayanan yang diberikan masih dibawah harapan pelanggan sehingga menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Metode *Fuzzy Servqual* digunakan untuk mengetahui atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki nilai gap diatas rata-rata. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan mengetahui atribut-atribut yang menjadi kelemahan dan keunggulan dari perusahaan. Metode Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui besar pengaruh dari masing-masing dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan.

Keywords: *Fuzzy, Serqual, IPA, Regresi, Kualitas Jasa*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri di era globalisasi di Indonesia semakin kompetitif. Setiap perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik sehingga mampu bersaing dengan para kompetitornya dan menjadi pilihan utama oleh pelanggan. Salah satu perusahaan yang mengalami kemajuan yang cukup pesat adalah industri ritel. Nilai penjualan ritel modern di Indonesia selalu mengalami peningkatan dari tahun 2016,

2017, dan 2018 yaitu berturut-turut mencapai 205 triliun, 212 triliun, dan 233 triliun (Bisnis, 2019). Tahun 2016 kontribusi retail terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 15,24% , penyerapan tenaga kerja sebesar 22,4 juta atau 31,81% dari tenaga kerja non pertanian (Republika, 2017).

Pasar swalayan Giant adalah bagian dari jaringan ritel perusahaan ini dan telah berdiri cukup lama yaitu sejak tahun 2002 di Indonesia dan sudah dikenal oleh banyak kalangan umum. Permasalahan yang terjadi pada saat ini adalah banyaknya gerai Giant yang tutup dan tidak beroperasi lagi. Sepanjang tahun 2018 telah terjadi penutupan gerai Giant Express sebanyak 23 gerai dan Giant Extra sebanyak 1 gerai, sedangkan pada tahun 2019 terjadi penutupan sebanyak 6 gerai yaitu 3 gerai Giant Express dan 3 gerai Giant Extra. Hal ini disebabkan karena kondisi ekonomi masyarakat kelas menengah ke bawah dan adanya pergeseran pola konsumsi (Kompas, 2018). Penurunan dari Giant Express dari 105 gerai pada tahun 2017 menurun menjadi 82 gerai di tahun 2018, sedangkan untuk Giant Extra dari 58 gerai pada tahun 2017 menurun menjadi 57 gerai pada tahun 2018.

Permasalahan yang terjadi dapat disebabkan oleh kinerja dan pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan (*Service Quality*) adalah perbedaan antara harapan pelanggan dan dengan kenyataan yang diterima (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985). Kinerja yang baik dan sesuai dengan harapan akan memberikan dampak kepuasan pelanggan begitu juga sebaliknya bahwa dengan kinerja yang buruk dan tidak sesuai harapan akan membuat pelanggan menjadi kecewa (Tannady, 2018).

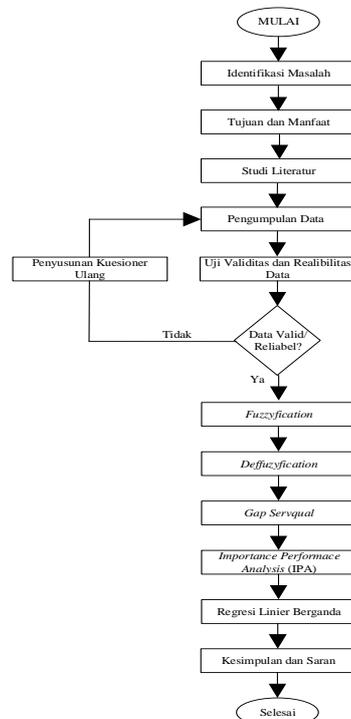
Beberapa penelitian kualitas pelayanan dengan *fuzzy servqual* telah dilakukan berbagai tempat . *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengetahui dan mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan dari suatu perusahaan. Metode ini memiliki beberapa kelebihan antara lain untuk mengetahui atribut dari produk atau jasa yang perlu ditingkatkan atau dikurangi untuk meningkatkan kepuasan dari pelanggan, dan menggunakan skala dengan sensitivitas dan reliabilitas yang cukup tinggi, serta mudah untuk digunakan (Anggraini, Deoranto, & Iksari, 2015). Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian dengan menggunakan regresi linier berganda telah dilakukan di pelayanan pajak (Wibowo, 2011).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut kualitas jasa yang memiliki gap diatas rata-rata, dan mengetahui kelemahan dan kelebihan dari kualitas pelayanan dari perusahaan, serta mencari besar pengaruh dari masing-masing dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Prosedur penelitian adalah langkah-langkah yang akan dilakukan di dalam penelitian sehingga proses pengerjaanya menjadi lebih terstruktur. Gambar 1 menunjukkan diagram alir penelitian yang akan dilakukan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan pembagian kuesioner kepada setiap pelanggan yang pernah berbelanja di Giant, setelah data terkumpul maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas data. Apabila data tidak valid atau tidak reliabel maka tidak dapat dilanjutkan melainkan harus melakukan penyusunan kuesioner ulang.

Proses *fuzzyfication* dilakukan setelah data yang dikumpulkan telah valid dan reliabel, proses ini akan menghitung nilai *triangular fuzzy number* (TFN) yang akan digunakan dalam proses *deffuzzyfication*. Proses *deffuzzyfication* adalah mencari nilai yang akan merepresentasikan dari tingkat kepuasan atau kepentingan dari pelanggan, nilai *deffuzzyfication* akan dipakai untuk menghitung *gap servqual*.



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

Perhitungan *gap servqual* dilakukan untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang berada diatas rata-rata *gap* sehingga dapat menjadi perhatian perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. *Importance Perfomance Analysis* (IPA) adalah metode yang digunakan untuk mengetahui letak kuadran dari masing-masing atribut yang dilakukan pengukuran sehingga dapat diketahui apa yang menjadi kekurangan dan kelebihan dari perusahaan. Regresi Linier digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing dimensi kualitas jaya terhadap kepuasan pelanggan dari Giant.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini dengan persamaan korelasi *product moment* (*pearson*) menggunakan *software* SPSS 26. Taraf signifikansi yang digunakan dalam uji validitas adalah 5% ($\alpha = 0,05$) dan $n = 105$. Nilai r_{tabel} diperoleh berdasarkan tabel *r product moment* dengan nilai *degree of freedom* = $(105-2) = (103) = 0,1918$. Berdasarkan Analisa menggunakan SPSS, didapatkan bahwa seluruh atribut kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid karena nilai *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel serta seluruh atribut kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *cronbach's alpha* yang $> 0,7$ maka semua atribut dapat dinyatakan reliabel.

Setelah hasil kuesioner didapatkan maka dapat dilakukan perhitungan *fuzzyfication* untuk mneghitung nilai *triangular fuzzy number* (TFN) yang terdiri dari batas bawah (*c*), batas tengah (*a*), dan batas bawah (*b*). Setelah proses *fuzzyfication* selesai, maka dilakukan perhitungan *deffuzzyfication* untuk mendapatkan nilai yang representatif dari hasil *fuzzyfication*. Tabel 1 berikut menunjukkan hasil proses *defuzzyfication*.

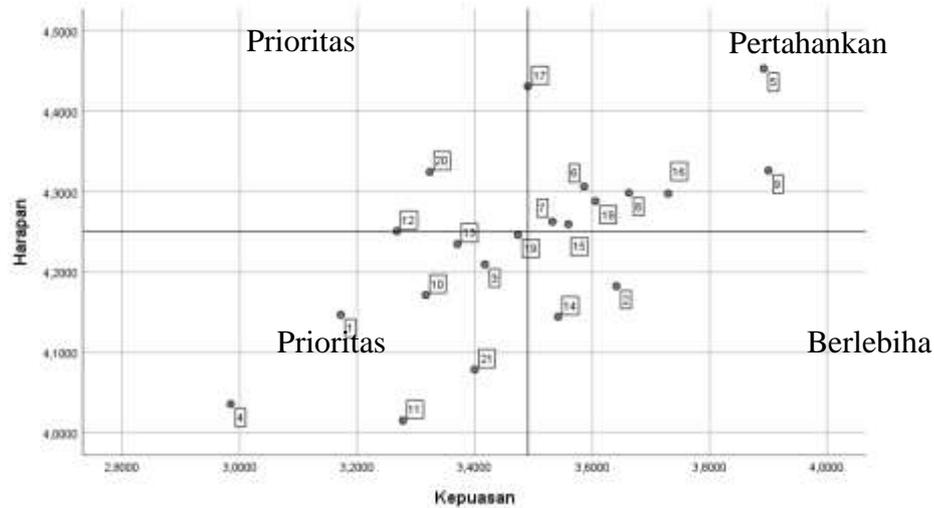
Tabel 1. Proses *Deffuzzyfication* Kenyataan dan Harapan

Kode	Atribut	Kenyataan	Harapan
X1	Lokasi yang strategis dan mudah untuk dijangkau	3,1722	4,1468
X2	Tempat parkir yang dimiliki luas	3,6413	4,1825
X3	Fasilitas yang diberikan lengkap	3,4175	4,2095
X4	Adanya sarana komunikasi yang disediakan	2,9849	4,0357

X5	Tersedia bahan-bahan pokok yang dibutuhkan pelanggan	3,8921	4,4532
X6	Harga jual barang yang terjangkau	3,5865	4,3063
X7	Sistem pelayanan yang diberikan baik	3,5325	4,2627
X8	Barang-barang yang dijual berkualitas	3,6627	4,2984
X9	Kemudahan pelanggan dalam melakukan pembayaran	3,9	4,3262
X10	Karyawan mengambil sebuah tindakan saat ada keluhan pelanggan	3,3167	4,1714
X11	Perusahaan merespon jika ada permintaan pelanggan yang dianggap baru	3,2778	4,0151
X12	Perusahaan merespon jika ada kritik dan saran dari pelanggan	3,2675	4,2508
X13	Respon karyawan saat menanggulangi keluhan pelanggan	3,3706	4,2349
X14	Pelayanan saat berbelanja didapatkan dengan mudah	3,5421	4,1444
X15	Tingkat keramahan karyawan kepada pelanggan	3,5595	4,2595
X16	Lingkungan belanja yang aman	3,7294	4,2976
X17	Lingkungan yang bersih dan nyaman	3,4905	4,4310
X18	Pelanggan dengan mudah meminta bantuan karyawan	3,6056	4,2881
X19	Komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan	3,4738	4,2460
X20	Tanggung jawab dari pihak perusahaan jika terdapat pelayanan kurang baik	3,3238	4,3246
X21	Pihak perusahaan selalu <i>update</i> dengan barang-barang terbaru	3,4	4,0786

Sumber : (Pengolahan Data Primer, 2019)

Perhitungan hasil *gap* dapat dilakukan jika proses *fuzzyfication* dan *deffuzzyfication* selesai dilakukan. Nilai *gap* didapatkan dari hasil *deffuzzyfication* kenyataan dan harapan. Untuk itu dilakukan analisis kepentingan perbaikan dengan menggunakan metode *importance and performance analysis* (IPA) dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Kartesius IPA

Hasil analisis regresi linier berganda dengan SPSS menunjukkan koefisien determinasi, uji F, uji T, dan koefisien regresi linier berganda sebagai berikut. Berdasarkan analisa hasil resgresi, maka didapatkan persamaan regresi liniernya yaitu:

$$Y = 0,332 X_1 - 0,051 X_2 + 0,124 X_3 + 0,017 X_4 + 0,173 X_5$$

Persamaan tersebut dapat menjelaskan setiap dimensi kualitas layanan sebagai berikut:

1. Dimensi *tangible* (X_1) memiliki nilai positif yaitu 0,332 sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi dimensi *tangible* maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.
2. Dimensi *reliability* (X_2) memiliki nilai negatif yaitu -0,51 sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi dimensi *reliability* maka tidak berarti bahwa akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.
3. Dimensi *responsivenss* (X_3) memiliki nilai positif yaitu 0,124 sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi dimensi *responsiveness* maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.
4. Dimensi *assurance* (X_4) memiliki nilai positif yaitu 0,017 sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi dimensi *assurance* maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.
5. Dimensi *empathy* (X_5) memiliki nilai positif yaitu 0,173 sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi dimensi *empathy* maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh pasar swalayan Giant kepada pelanggan masih belum sesuai dengan keinginan pelanggan, hal ini ditunjukkan dengan adanya *gap* negatif pada semua atribut kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini.
2. Atribut yang memiliki nilai *gap* diatas rata-rata yaitu:
 - Adanya sarana komunikasi yang disediakan.
 - Tanggung jawab dari pihak perusahaan jika terdapat pelayanan kurang baik.
 - Perusahaan merespon jika ada kritik dan saran dari pelanggan.
 - Lokasi yang strategis dan mudah untuk dijangkau.
 - Lingkungan yang bersih dan nyaman.
 - Respon karyawan saat menanggulangi keluhan pelanggan.
 - Karyawan mengambil sebuah tindakan saat ada keluhan pelanggan.
 - Fasilitas yang diberikan lengkap.
 - Komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan.
3. Kategori setiap atribut berdasarkan kuadran IPA yaitu:
 - Kuadran I (Prioritas Utama): perusahaan merespon jika ada kritik dan saran dari pelanggan (X12), lingkungan yang bersih dan nyaman (X17), dan tanggung jawab dari pihak perusahaan jika terdapat pelayanan kurang baik (X20).
 - Kuadran II (Pertahankan Prestasi): tersedia bahan-bahan pokok yang dibutuhkan pelanggan (X5), harga jual barang yang terjangkau (X6), sistem pelayanan yang diberikan baik (X7), barang-barang yang dijual berkualitas (X8), kemudahan pelanggan dalam melakukan pembayaran (X9), tingkat keramahan karyawan kepada pelanggan (X15), lingkungan belanja yang aman (X16), dan pelanggan dengan mudah meminta bantuan karyawan (X18).
 - Kuadran III (Prioritas Rendah): lokasi yang strategis dan mudah untuk dijangkau (X1), fasilitas yang diberikan lengkap (X3), adanya sarana komunikasi yang disediakan (X4), perusahaan merespon jika ada permintaan pelanggan yang dianggap baru (X11), respon karyawan saat menanggulangi keluhan pelanggan

- (X13), komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan (X19), dan pihak perusahaan selalu *update* dengan barang-barang terbaru (X21).
- Kuadran IV (Berlebihan): tempat parkir yang dimiliki luas (X2), pelayanan saat berbelanja didapatkan dengan mudah (X14).
4. Besar pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 29,7% sedangkan 70,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.
 5. Secara parsial hanya dimensi *tangible* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi uji T yang lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,024 sedangkan dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena memiliki nilai signifikansi uji T yang lebih besar dari 0,05. Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa semua dimensi kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi pada uji F yang lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0.

DAFTAR PUSTAKA

- Bisnis. (2019). 2019, Bisnis Ritel Modern Ditarget Tumbuh 10%.
- Kompas. (2018). Ini Cara Industri Ritel Ikuti Perkembangan Zaman.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, 49(4), 41–50. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Republika. (2017). Peran Ritel dalam Perekonomian Nasional Makin Besar.
- Tannady, H. (2018). MENGENAL KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS LAYANAN E-COMMERCE DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS 3 DIMENSI. *Journal Of Business & Applied Management*, 11(2), 116–135.
- Anggraini, L. D., Deoranto, P., & Iksari, D. M. (2015). Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index. *Jurnal Industri*, 4(2), 74–81.
- Wibowo, N. A. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Pajak Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 54–58.