

USULAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN DI RUMAH MAKAN SARI BUNDO CABANG MERAK DENGAN MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY**

M. FARHANUL KHAIRAN, SUGIH ARIJANTO , GITA PERMATA LIANSARI

Jurusan Teknik Industri
Institut Teknologi Nasional (Itenas) Bandung

Email: farhan.khairan27@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu bidang usaha yang cukup menjanjikan pada saat ini adalah usaha dalam bidang kuliner. Rumah makan Sari Bundo cabang Merak merupakan salah satu bidang usaha kuliner makanan khas Sumatra Barat. Banyaknya keluhan dari konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, seperti tempat parkir, toilet, dan lokasi rumah makan mengharuskan pihak rumah makan agar segera memperbaikinya. Salah satu caranya dengan mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan menggunakan metode Service Quality. Dari hasil pengukuran pada penelitian ini didapatkan nilai rata-rata Gap 5 sebesar -0,052 artinya konsumen secara keseluruhan merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak. Output dari penelitian ini adalah usulan perbaikan kualitas pelayanan bagi pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak.

Kata kunci: *Kepuasan Pelanggan, Service Quality, Usulan Perbaikan*

ABSTRACT

One of businesses which is quite promising at the moment is culinary businesses. Merak branch Sari Bundo restaurant is one of the field of West Sumateranese culinary. Many complaints from customers to services provided the restaurant as a parking area, toilet, and the location of restaurant, requires the management to immediately fix it. One of the ways is to measurements the level of customer satisfaction using Service Quality method. A result of measure on this research obtained average value of as much as -0,052 gap 5 witch means consumers has not been satisfied with the service given by Merak branch Sari Bundo restaurant. The output of this research is the proposed improvements the quality of service to management of Merak branch Sari Bundo restaurant.

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Quality, The Proposed Improvements*

**Makalah ini merupakan ringkasan dari Tugas Akhir yang disusun oleh penulis pertama dengan pembimbingan penulis kedua dan ketiga. Makalah ini merupakan draft awal dan akan disempurnakan oleh para penulis untuk disajikan pada seminar nasional dan/atau jurnal nasional*

1. PENDAHULUAN

1.1 Pengantar

Suatu bidang usaha yang cukup menjanjikan pada saat ini adalah usaha dalam bidang kuliner. Studi kasus pada penelitian ini berada di rumah makan Padang Sari Bundo cabang Merak. Jumlah pesaing yang semakin banyak dari rumah makan Sari Bundo cabang Merak ini mengharuskan pihak rumah makan memberikan sesuatu yang dapat menarik konsumen. Banyaknya keluhan dari konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, mengharuskan pihak rumah makan agar segera menanggulangnya. Salah satu cara untuk menanggulangi hal tersebut adalah dengan melakukan pengukuran tingkat kepuasan konsumen di rumah makan Sari Bundo cabang Merak. Metode yang dapat digunakan untuk pengukuran ini adalah metode *Service Quality* (Servqual).

1.2 Identifikasi Masalah

Masih banyaknya keluhan dari konsumen terhadap pelayanan yang diberikan pihak rumah makan seperti, sulitnya mencari tempat parkir, proses pelayanan bungkus yang lama pada saat jam makan siang, dan fasilitas ruangan yang kurang memadai mengharuskan pihak rumah makan untuk memperbaiki hal tersebut. Salah satu caranya adalah dengan melakukan pengukuran tingkat kepuasan konsumen. Metode yang dapat digunakan untuk pengukuran tersebut adalah metode Servqual. Kelebihan metode Servqual ini ketidakpuasan dilihat dari sudut pandang konsumen, manajemen, karyawan, standar perusahaan, dan juga pencapaian dari standar tersebut. *Output* dari penelitian ini adalah berupa usulan perbaikan kualitas pelayanan bagi pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanan bagi pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak. Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah pengukuran Gap 4 tidak dilakukan karena tidak adanya janji-janji berupa iklan atau promosi dari rumah makan Sari Bundo cabang Merak kepada konsumen dan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata kedatangan konsumen rumah makan Sari Bundo cabang Merak selama periode penelitian (2 minggu).

2. STUDI LITERATUR

2.1 Definisi Jasa

Jasa merupakan suatu hasil yang diciptakan melalui aktivitas dalam keterkaitan antarapemasok dan pelanggan melalui aktivitas internal pemasok untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Gaspersz, 1997 dalam Tjiptono, 2005). Definisi jasa lainnya menyatakan bahwa jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (Tjiptono, 2005). Menurut Kotler (2000) dalam Tjiptono (2005) penawaran sebuah perusahaan kepada pasar sasaran biasanya mencakup beberapa jenis jasa. Komponen jasa ini bisa merupakan bagian kecil ataupun bagian pokok dari keseluruhan penawaran tersebut. Menurut Lovelock dan Gummesson (2004) dalam Tjiptono (2005), terdapat empat karakteristik utama jasa yang dinamakan dengan paradigma IHIP (*intangibility, heterogeneity, inseparability, perishability*).

2.2 Dimensi Kualitas Jasa

Melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industri jasa, (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1985) berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa diantaranya, Reliabilitas, Daya Tanggap, Kompetisi, Akses, Kesopanan, Komunikasi, Kredibilitas, Keamanan, Kemampuan Memahami Pelanggan, Bukti Fisik. Dalam riset selanjutnya (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1990) menemukan adanya *overlapping*

diantara beberapa dimensi diatas. Oleh sebab itu, mereka menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok yaitu *Tangible* (Wujud Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Emphaty* (Empati). Gambar penggabungan 10 dimensi tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.

Personal Item Dimension for evaluating service quality	<i>Tangible</i>	<i>Reliability</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Assurance</i>	<i>Emphaty</i>
<i>Tangible</i>					
<i>Reliability</i>					
<i>Responsiveness</i>					
<i>Competence</i>					
<i>Courtesy</i>					
<i>Credibility</i>					
<i>Security</i>					
<i>Access</i>					
<i>Communication</i>					
<i>Understanding of Customer</i>					

Gambar 1. Penggabungan 10 Dimensi Menjadi 5 Dimensi
Sumber: (Parasuraman et al., 1990)

2.3 Service Quality (Servqual)

Salah satu model kualitas jasa yang paling populer dan banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah metode Servqual yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1989). Pada metode Servqual terdapat lima Gap diantaranya sebagai berikut:

1. Gap 1, yaitu kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen.
2. Gap 2, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa
3. Gap 3, yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa.
4. Gap 4, yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal.
5. Gap 5, yaitu kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen.

2.4 Pengukuran Servqual

Model servqual didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut relevan dengan standar ideal/sepurna untuk masing-masing atribut jasa. Bila kinerja sesuai dengan atau melebihi standar, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan positif dan sebaliknya. Berikut merupakan rumus yang digunakan dalam Servqual

- Skor Gap 5 = Skor persepsi konsumen - Skor harapan konsumen (1)
- Skor Gap 1 = Skor persepsi manajemen - Skor harapan konsumen (2)
- Skor Gap 2 = Skor spesifikasi kualitas jasa - Kondisi ideal (nilai=4) (3)
- Skor Gap 3 = Skor penyampaian jasa - Kondisi ideal (nilai = 4) (4)
- Skor Gap 4 = Skor komunikasi eksternal - Skor harapan konsumen (5)

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rumusan Masalah

Perlu diadakannya pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Servqual. *Output* dari penelitian ini adalah usulan perbaikan kualitas pelayanan bagi pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak.

3.2 Studi Literatur

Studi literatur merupakan teori-teori yang dijadikan sebuah acuan atau panduan dalam melakukan penelitian. Teori-teori yang digunakan dalam melakukan penelitian diantaranya yaitu yang berkaitan dengan metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode Servqual seperti pengertian jasa, dimensi kualitas jasa dan lain-lain.

3.3 Penentuan Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Servqual, Metode ini didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan antara persepsi dan ekspektasi mereka.Keunggulan metode Servqual ini adalah ketidakpuasan dilihat dari sudut pandang konsumen, manajemen, karyawan, standar perusahaan, dan juga pencapaian dari standar tersebut.

3.4 Identifikasi Karakteristik Jasa

Identifikasi karakteristik jasa dilakukan untuk mengetahui atributapa saja yang akan dijadikan acuan dalam penyebaran kuesioner penelitian ini berdasarkan 5 dimensi *service quality* yang dikembangkan oleh Parasuraman (1990).Atribut tersebut yaitu *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*.

3.5 Identifikasi Karakteristik Responden

Identifikasi karakteristik responden dilakukan untuk mengetahui responden mana yang akan dijadikan objek penelitian. Pada penelitian ini respondennya adalah konsumen, pihak manajemen dan karyawan rumah makan Sari Bundo cabang Merak.

3.6 Desain Sampling

Penentuan ukuran sampling pada penelitian ini dengan menggunakan metode *Slovin*. Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah *conviniensampling*.

3.7 Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner penelitian dilakukan selama 2 minggu.Kuesioner tersebut terdiri dari kuesioner pendahuluan, sedangkan kuesioner penelitian terdiri dari kuesioner tingkat kepentingan, persepsi, ekspektasi, kuesioner persepsi manajemen mengenai ekspektasi konsumen, kuesioner *standard performance*, kuesioner *service delivery*, kuesioner atribut tambahan untuk mengukur penyebab Gap 1 dan Gap 2, dan kuesioner atribut tambahan untuk mengukur Gap 3.Tipe pertanyaan yang diberikan adalah tipe pertanyaan tertutup.

3.8 Pengujian Alat Ukur

Pengujian alat ukur terdiri dari 2, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.Jumlah sampel yang digunakan dalam setiap pengujian berjumlah 30 responden.

3.9 PengumpulanData

Data yang didapatkan merupakan data dari hasil semua kuesioner-kuesioner yang telah disebarkan kepada konsumen, karyawan dan pihak manajemen. Data-data yang telah dikumpulkan akan disusun dalam bentuk matriks data mentah. Data-data yang dibuat matriks adalah data hasil penyebaran kuesioner pendahuluan (tingkat kepentingan), dan seluruh kuesioner penelitian.

3.10 Pengolahan Data

Setelah semua data-data yang diperlukan terkumpul maka dilakukan pengolahan data, antara lain perhitungan bobot kepentingan konsumen, perhitungan Gap 5, Bobot kepentingan manajemen, perhitungan Gap 1, perhitungan Gap 2, perhitungan Gap 3, dan

perhitungan kuesioner tambahan untuk Gap 1 & Gap 2, dan Gap 3.

3.11 Analisis Gap Keseluruhan

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap pengolahan data Gap 5 dengan melihat nilai negatif (-) pada masing-masing atribut kualitas jasa, jika terdapat nilai negatif (-) maka akan dilihat penyebabnya pada Gap 1, 2, dan 3.

3.12 Analisis dan Usulan Perbaikan

Analisis dan usulan perbaikan dilakukan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki, ditingkatkan dan dipertahankan oleh pihak manajemen rumah makan Sari Bundo cabang Merak berdasarkan hasil pengolahan data pada masing-masing Gap.

3.13 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan merupakan ringkasan dari keseluruhan hasil penelitian, jawaban dari tujuan, dan saran merupakan gambaran mengenai perbaikan atau peningkatan kinerja yang mungkin dilakukan di rumah makan Sari Bundo cabang Merak.

4. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan

Data umum perusahaan menjelaskan mengenai sejarah perusahaan dan struktur organisasi di rumah makan Sari Bundo cabang Merak.

4.2 Hasil Identifikasi Atribut Kualitas Jasa

Identifikasi atribut kualitas jasa bertujuan untuk menentukan atribut-atribut kualitas jasa yang akan digunakan pada penelitian ini. Identifikasi atribut kualitas jasa mengacu pada 5 (lima) dimensi kualitas jasa yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Atribut-atribut yang direduksi adalah atribut yang memiliki rata-rata kepentingan lebih kecil dari 3, pada penelitian ini atribut yang memiliki rata-rata kepentingan dibawah 3 dianggap tidak penting dan tidak dijadikan atribut penelitian. Terdapat 20 atribut penelitian yang didapatkan dari hasil reduksi dan penggabungan atribut.

4.3 Identifikasi Karakteristik Responden

Identifikasi karakteristik responden dilakukan untuk mengetahui atau memilih responden yang bersangkutan dalam penelitian, hal ini dilakukan agar data yang didapatkan lebih terukur dan akurat. Responden pada penelitian ini adalah konsumen, pihak manajemen, dan karyawan rumah makan Sari Bundo cabang Merak.

4.4 Desain Sampling

Penentuan ukuran sampling pada penelitian ini menggunakan metode *Slovin* dan didapatkan ukuran sampel sebanyak 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden. Hal ini dilakukan agar menghindari kesalahan dalam pengisian kuesioner. Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah konvinien sampling, dimana responden yang ditemui secara kebetulan dan dapat dijadikan sumber informasi untuk penelitian ini.

4.5 Data Hasil Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner

Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah skala Liker 1-4. Penyebaran kuesioner penelitian dilakukan selama 2 minggu. Kuesioner tersebut terdiri dari kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian disebarkan kepada responden yaitu konsumen, pihak manajemen dan karyawan rumah makan Sari Bundo cabang Merak.

Tabel 1. Atribut Kualitas Jasa

Dimensi	Atribut Kualitas Jasa Sebelum di Reduksi			Atribut Kualitas Sesudah Reduksi		
	No Atribut	Atribut Kualitas Jasa	No Atribut	Atribut Kualitas Jasa	Tingkat Kepentingan	Keterangan
Wujud Fisik (Tangible)	A1	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	A1	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	3.133	Tidak di Reduksi
	A2	Ketersediaan tempat mengambil makanan yang bersih	A2	Ketersediaan tempat mengambil makanan yang bersih	3.400	Tidak di Reduksi
	A3	Ketersediaan ruang makan yang bersih	A3	Ketersediaan ruang makan yang bersih	3.633	Tidak di Reduksi
	A4	Ketersediaan ruang makan dengan tata letak yang teratur dan tersusun	A4	Ketersediaan ruang makan dengan tata letak yang teratur dan tersusun	2.933	Reduksi
	A5	Ketersediaan tempat cuci tangan (wastafel) yang bersih	A5	Ketersediaan tempat cuci tangan (wastafel) yang bersih	3.300	Tidak di Reduksi
	A6	Ketersediaan toilet yang bersih	A6	Ketersediaan toilet yang bersih	3.433	Tidak di Reduksi
	A7	Ketersediaan tempat ibadah (mushola) yang bersih	A7	Ketersediaan tempat ibadah (mushola) yang bersih	3.267	Tidak di Reduksi
	A8	Ketersediaan perlengkapan makan yang memadai dan layak pakai	A8	Ketersediaan perlengkapan makan yang memadai dan layak pakai	3.233	Digabung dgn 9
	A9	Ketersediaan perlengkapan makan yang bersih dan tersusun rapih	A9	Ketersediaan perlengkapan makan yang bersih dan tersusun rapih	3.067	Digabung dgn 8
	A10	Karyawan menggunakan pakaian seragam kerja yang rapih dan bersih	A10	Karyawan menggunakan pakaian seragam kerja yang rapih dan bersih	2.900	Reduksi
Kehandalan (Reliability)	A11	Menyajikan makanan dengan cita rasa yang enak	A11	Menyajikan makanan dengan cita rasa yang enak	3.833	Digabung dgn 12
	A12	Menyajikan minuman dengan cita rasa yang enak	A12	Menyajikan minuman dengan cita rasa yang enak	3.467	Digabung dgn 11
	A13	Menyajikan makanan dengan beraneka ragam pilihan	A13	Menyajikan makanan dengan beraneka ragam pilihan	3.267	Tidak di Reduksi
Daya Tanggap (Responsiveness)	A14	Kecepatan karyawan dalam melayani setiap permintaan konsumen	A14	Kecepatan karyawan dalam melayani setiap permintaan konsumen	3.400	Tidak di Reduksi
	A15	Kecepatan karyawan dalam melayani pesanan take away (bungkus)	A15	Kecepatan karyawan dalam melayani pesanan take away (bungkus)	3.100	Tidak di Reduksi
Jaminan (Assurance)	A16	Kasir yang cepat dan akurat dalam melayani proses pembayaran	A16	Kasir yang cepat dan akurat dalam melayani proses pembayaran	3.100	Tidak di Reduksi
	A17	Sikap karyawan yang sopan dan ramah kepada konsumen	A17	Sikap karyawan yang sopan dan ramah kepada konsumen	3.500	Tidak di Reduksi
	A18	Menyajikan makanan dan minuman yang bersih dan higienis	A18	Menyajikan makanan dan minuman yang bersih dan higienis	3.600	Tidak di Reduksi
	A19	Memberikan transparansi harga yang dikenakan kepada konsumen	A19	Memberikan transparansi harga yang dikenakan kepada konsumen	3.033	Tidak di Reduksi
	A20	Memberikan rasa aman kepada konsumen dalam memarkirkan kendaraan	A20	Memberikan rasa aman kepada konsumen dalam memarkirkan kendaraan	3.000	Tidak di Reduksi
	A21	Memberikan rasa nyaman kepada konsumen dari gangguan pihak luar (pengamen/pengemis)	A21	Memberikan rasa nyaman kepada konsumen dari gangguan pihak luar (pengamen/pengemis)	3.000	Tidak di Reduksi
Empati (Empathy)	A22	Lokasi rumah makan yang strategis dan mudah dijangkau	A22	Lokasi rumah makan yang strategis dan mudah dijangkau	3.067	Tidak di Reduksi
	A23	Mudah dihubungi melalui telepon saat konsumen akan memesan makanan (delivery)	A23	Mudah dihubungi melalui telepon saat konsumen akan memesan makanan (delivery)	3.100	Tidak di Reduksi
	A24	Karyawan berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dimengerti	A24	Karyawan berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dimengerti	2.867	Reduksi
	A25	Tersedianya tempat untuk menampung keluhan konsumen (kotak saran)	A25	Tersedianya tempat untuk menampung keluhan konsumen (kotak saran)	2.567	Reduksi
	A26	Tersedianya fasilitas internet (wifi)	A26	Tersedianya fasilitas internet (wifi)	2.667	Reduksi
	A27	Tersedianya fasilitas hiburan (Televisi, DVD,Radio)	A27	Tersedianya fasilitas hiburan (Televisi, DVD,Radio)	2.567	Reduksi
	A28	Tersedianya fasilitas penunjang (AC/kipas angin)	A28	Tersedianya fasilitas penunjang (AC/kipas angin)	3.033	Tidak di Reduksi

4.6 Pengujian Alat Ukur

Kuesioner yang di uji validitas dan uji reliabilitas adalah kuesioner tingkat kepentingan, persepsi konsumen, dan ekspektasi konsumen yang telah disebarakan pada 30 responden. Dari hasil pengujian didapatkan bahwa seluruh kuesioner penelitian dinyatakan VALID dan RELIABEL. Setelah dinyatakan valid dan reliabel maka penyebaran kuesioner dilanjutkan sampai mencapai jumlah sample yang diinginkan.

4.7 Pengolahan Data

Pada pengolahan data berisikan mengenai perhitungan dan pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini.

4.7.1 Perhitungan Bobot Kepentingan Konsumen

Perhitungan bobot ini dilakukan berdasarkan dimensi dari masing-masing atribut. Perhitungan tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perhitungan Bobot Tingkat Kepentingan Konsumen

Dimensi	No Pertanyaan	No Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan (Atribut)	Rata-Rata Tingkat Kepentingan (Dimensi)	Bobot Kepentingan (Atribut)	Bobot Kepentingan (Dimensi)
Tangible	1	A1	3.430	3.623	0.050	0.216
	2	A2	3.720		0.054	
	3	A3	3.800		0.055	
	4	A5	3.490		0.051	
	5	A6	3.710		0.054	
	6	A7	3.610		0.053	
	7	A8	3.600		0.052	
Reliability	8	A11	3.600	3.350	0.052	0.200
	9	A13	3.100		0.045	
	10	A14	3.350		0.049	
Responsiveness	11	A15	3.160	3.255	0.046	0.194
	12	A16	3.320		0.048	
Assurance	13	A17	3.630	3.445	0.053	0.205
	14	A18	3.740		0.055	
	15	A19	3.190		0.047	
	16	A20	3.460		0.050	
	17	A21	3.330		0.049	
	18	A22	3.060		0.045	
Empathy	19	A23	3.110	3.113	0.045	0.185
	20	A28	3.170		0.046	
	Total		68.58		16.786	

4.7.2 Perhitungan Gap 5

Gap 5 terjadi akibat adanya perbedaan antara persepsi konsumen dengan ekspektasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah makan Sari Bundo cabang Merak. Berikut ini merupakan perhitungan Gap 5 yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Perhitungan Gap 5

No Pertanyaan	No Atribut	Rata-rata Persepsi Konsumen (Atribut)	Rata-rata Ekspektasi Konsumen (Atribut)	Gap 5 (Atribut)
1	A1	2.18	3.46	-1.280
2	A2	3.46	3.42	0.040
3	A3	3.48	3.46	0.020
4	A5	3.48	3.26	0.220
5	A6	2.96	3.64	-0.680
6	A7	3.42	3.41	0.010
7	A8	3.56	3.49	0.070
8	A11	3.57	3.39	0.180
9	A13	3.56	3.48	0.080
10	A14	3.47	3.44	0.030
11	A15	3.00	3.48	-0.480
12	A16	3.56	3.44	0.120
13	A17	3.49	3.46	0.030
14	A18	3.57	3.45	0.120
15	A19	2.18	3.42	-1.240
16	A20	2.60	3.62	-1.020
17	A21	3.56	3.32	0.240
18	A22	2.69	3.37	-0.680
19	A23	3.40	3.30	0.100
20	A28	2.50	3.52	-1.020

Berdasarkan tabel perhitungan Gap 5 diatas, didapatkan rata-rata nilai Gap 5 adalah sebesar -0,052. Hasil rata-rata tersebut menunjukkan bahwa konsumen secara keseluruhan merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak. Maka dari itu perlu di cari penyebab ketidakpuasan dengan cara menganalisis penyebab dari masing-masing Gap.

4.7.3 Perhitungan Gap 5 Dengan Bobot Kepentingan

Perhitungan Gap 5 dengan bobot kepentingan ini digunakan untuk menentukan prioritas atribut kualitas jasa yang harus diperbaiki. Perhitungan Gap 5 dengan bobot kepentingan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perhitungan Gap 5 Dengan Bobot Kepentingan

Dimensi	No Pertanyaan	No Atribut	Service Score Gap 5	Bobot Kepentingan	Service Score Terbobot
<i>Tangibility</i>	1	A1	-1.280	0.216	-0.276
	2	A2	0.040		0.009
	3	A3	0.020		0.004
	4	A5	0.220		0.047
	5	A6	-0.680		-0.147
	6	A7	0.010		0.002
	7	A8	0.070		0.015
<i>Reliability</i>	8	A11	0.180	0.200	0.036
	9	A13	0.080		0.016
<i>Responsiveness</i>	10	A14	0.030	0.194	0.006
	11	A15	-0.480		-0.093
<i>Assurance</i>	12	A16	0.120	0.205	0.025
	13	A17	0.030		0.006
	14	A18	0.120		0.025
	15	A19	-1.240		-0.254
	16	A20	-1.020		-0.209
	17	A21	0.240		0.049
<i>Empathy</i>	18	A22	-0.680	0.185	-0.126
	19	A23	0.100		0.019
	20	A28	-1.020		-0.189

Berdasarkan hasil perhitungan diatas nilai Gap 5 positif terdapat pada atribut 2, 3, 5, 7, 8, 11, 13, 14, 16, 17, 18, 21, dan 23. Sedang nilai Gap 5 negatif terdapat pada atribut 1, 6, 15, 19, 20, 22, dan 28 yang dapat diartikan konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan jasa sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut yang akan dilakukan dimasing-masing Gap untuk mengetahui penyebab ketidakpuasan konsumen.

4.7.4 Perhitungan Bobot Kepentingan Manajemen

Dalam perhitungan bobot kepentingan untuk pihak manajemen, data yang digunakan adalah data hasil penyebaran kuesioner tingkat kepentingan untuk pihak manajemen. Hasil perhitungan bobot kepentingan pihak manajemen dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Perhitungan Bobot Kepentingan Pihak Manajemen

Dimensi	No Pertanyaan	No Atribut	Tingkat Kepentingan Manajemen (Atribut)	Rata-Rata Tingkat Kepentingan Manajemen (Dimensi)	Bobot Kepentingan Manajemen (Atribut)	Bobot Kepentingan Manajemen (Atribut)
Tangible	1	A1	3	3.5	0.125	0.250
	5	A6	4		0.167	
Responsiveness	11	A15	4	4.0	0.167	0.286
Assurance	15	A19	3	3.5	0.125	0.250
	16	A20	4		0.167	
Empathy	18	A22	3	3.0	0.125	0.214
	20	A28	3		0.125	
Jumlah			24	14	1	1

4.7.5 Perhitungan Gap 1

Gap 1 terjadi akibat adanya perbedaan persepsi manajemen mengenai ekspektasi konsumen. Penyebab Gap 1 terdapat pada atribut 1 dan 22. Hasil perhitungan Gap 1 dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Perhitungan Gap 1

Dimensi	No Pertanyaan	No Atribut	Persepsi Manajemen (Atribut)	Rata-rata Ekspektasi Konsumen (Atribut)	Servqual Score Gap 1	Bobot Kepentingan Manajemen	Score Kualitas Pelayanan Terbobot
Tangible	1	A1	2.00	3.46	-1.460	0.250	-0.365
	5	A6	4.00	3.64	0.360		0.090
Responsiveness	11	A15	4.00	3.48	0.520	0.286	0.149
Assurance	15	A19	4.00	3.42	0.580	0.250	0.145
	16	A20	4.00	3.62	0.380		0.095
Empathy	18	A22	3.00	3.37	-0.370	0.214	-0.079
	20	A28	4.00	3.52	0.480		0.103

4.7.6 Perhitungan Gap 2

Gap 2 terjadi akibat adanya kesenjangan yang terjadi pada *standard performance* (spesifikasi kualitas jasa). Penyebab Gap 2 terdapat pada atribut 19,20,dan 28. Perhitungan Gap 2 dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Perhitungan Gap 2

No Atribut	Atribut Pertanyaan	Gap 2	Keterangan
A1	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	-2.00	Disebabkan oleh Gap 1
A6	Ketersediaan toilet yang bersih	0.00	Bukan berasal dari Gap 2
A15	Kecepatan karyawan dalam melayani pesanan <i>take away</i> (bungkus)	0.00	
A19	Memberikan transparansi harga (bon) yang dikenakan kepada konsumen	-2.00	Standar yang ada tidak sesuai harapan konsumen
A20	Memberikan rasa aman kepada konsumen dalam memarkirkan kendaraan	-2.00	
A22	Lokasi rumah makan yang strategis dan mudah dijangkau	-4.00	Disebabkan oleh Gap 1
A28	Ketersediaan fasilitas penunjang (AC/kipas angin)	-4.00	Tidak Standar

4.7.7 Perhitungan Gap 3

Gap 3 terjadi akibat adanya perbedaan *standard performance* dengan *service delivery*. Pada perhitungan. Penyebab Gap 3 terdapat 2 atribut pada atribut 6 dan 15. Perhitungan Gap 3 dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Perhitungan Gap 3

No Atribut	Atribut Pertanyaan	Gap 3	Keterangan
A1	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	-3.00	Disebabkan oleh Gap 1
A6	Ketersediaan toilet yang bersih	-1.00	Proses penyampaian jasa tidak sesuai ekspektasi konsumen
A15	Kecepatan karyawan dalam melayani pesanan <i>take away</i> (bungkus)	-1.00	
A19	Memberikan transparansi harga (bon) yang dikenakan kepada konsumen	-1.00	Disebabkan oleh Gap 2
A20	Memberikan rasa aman kepada konsumen dalam memarkirkan kendaraan	-1.00	
A22	Lokasi rumah makan yang strategis dan mudah dijangkau	-4.00	Disebabkan oleh Gap 1
A28	Ketersediaan fasilitas penunjang (AC/kipas angin)	-4.00	Disebabkan oleh Gap 2

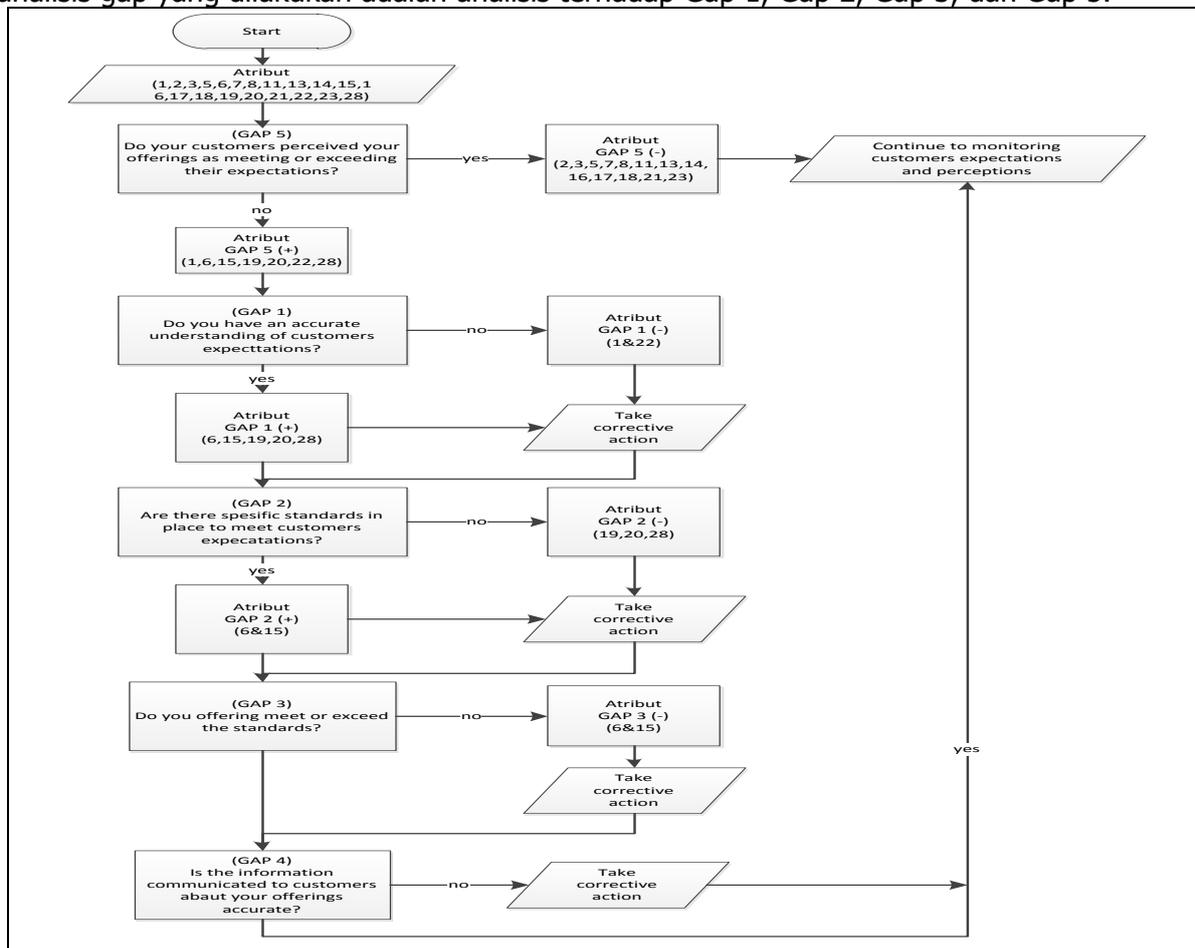
4.7.8 Hasil Penyebaran Kuesioner Tambahan (*Measure Antecedents*)

Kuesioner tambahan (*Measure Antecedents*) terdiri atas kuesioner tambahan Gap 1 & Gap 2, Gap 3. Kuesioner ini merupakan kuesioner tambahan yang digunakan untuk menganalisis penyebab ketidakpuasan konsumen yang diakibatkan oleh Gap 1, Gap 2, dan Gap 3.

5. ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN

5.1 Analisis Gap Keseluruhan

Analisis gap keseluruhan ini bertujuan untuk mengetahui penyebab-penyebab terjadinya kesenjangan (Gap) yang menyebabkan konsumen tidak merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak. Pada penelitian ini analisis gap yang dilakukan adalah analisis terhadap Gap 1, Gap 2, Gap 3, dan Gap 5.



Gambar 2. Analisis Gap Keseluruhan

Gambar 2 menjelaskan mengenai alur yang dilalui oleh masing-masing atribut pada penelitian dengan menggunakan metode Servqual. Selanjutnya atribut-atribut tersebut akan dianalisis lebih lanjut dan dicari penyebab ketidakpuasan pada masing-masing Gap.

5.2 Analisis Gap 5

Berdasarkan Tabel 1 didapatkan rata-rata nilai Gap 5 adalah sebesar $-0,052$ artinya, konsumen secara keseluruhan merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak. Dari perhitungan Gap 5 terdapat 7 atribut yang menjadi penyebab ketidakpuasan konsumen.

5.3 Analisis Gap 1

Gap 1 merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen dengan ekspektasi konsumen. Nilai atribut negatif (-) yang disebabkan oleh Gap 1 dapat dilihat pada Tabel 6. Atribut yang menjadi penyebab Gap 1 negatif adalah atribut 1 dan atribut 22. Hal ini disebabkan oleh pihak manajemen rumah makan Sari Bundo cabang Merak tidak mengetahui ekspektasi (harapan) konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Atribut yang bernilai positif di Gap 1 akan dianalisis pada Gap selanjutnya. Penyebab Gap 1 akibat kuesioner tambahan Gap 1 nomor pertanyaan 1, 2, dan 3.

5.4 Analisis Gap 2

Gap 2 yaitu kesenjangan antara harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas jasa. Pada Tabel 7 dapat dilihat bahwa atribut yang menjadi penyebab Gap 2 negatif adalah atribut 19, 20, dan 28. Hal ini disebabkan oleh standar yang telah dibuat hanya bersifat tertulis, tidak jelas, dan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen dan juga tidak diterapkannya standar pada beberapa atribut. Atribut yang bernilai positif di Gap 2 akan dianalisis pada Gap selanjutnya. Penyebab Gap 2 akibat kuesioner tambahan Gap 2 nomor pertanyaan 10, 15, dan 19.

5.5 Analisis Gap 3

Gap 3 yaitu kesenjangan yang ada pada proses penyampaian pelayanan dengan ekspektasi konsumen. Pada Tabel 8 dapat dilihat bahwa atribut yang menjadi penyebab Gap 3 negatif adalah atribut 6 dan 15. Hal ini disebabkan oleh penyampaian jasa yang tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen yang menyebabkan konsumen tidak merasa puas. Contohnya seperti karyawan yang lambat dalam melayani pesanan konsumen, tidak adanya pengukuran terhadap standar yang sudah dibuat dan lain-lain. Penyebab Gap 3 akibat kuesioner tambahan Gap 3 nomor pertanyaan 7 dan 11.

5.6 Usulan Perbaikan

Berikut ini merupakan keseluruhan usulan perbaikan untuk seluruh Gap berdasarkan atribut penyebab terjadinya ketidakpuasan konsumen di rumah makan Sari Bundo cabang Merak:

- a. Pihak manajemen rumah makan Sari Bundo cabang Merak seharusnya melakukan pengumpulan informasi mengenai kebutuhan yang konsumen harapkan.
- b. Pihak manajemen rumah makan Sari Bundo cabang Merak seharusnya melakukan suatu riset pemasaran/penelitian pemasaran mengenai kebutuhan pelanggan.
- c. Pihak manajemen rumah makan Sari Bundo cabang Merak seharusnya secara teratur mengumpulkan informasi mengenai harapan layanan berkualitas bagi konsumennya.
- d. Pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak seharusnya membuat tujuan pelayanan yang spesifik.
- e. Pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak seharusnya menyediakan sumber daya khusus untuk memenuhi pelayanan yang berkualitas.

- f. Pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak seharusnya mencari pegawai atau karyawan yang sudah berpengalaman dalam bidangnya, agar pada saat melakukan tugasnya tidak akan mendapatkan masalah dan tidak perlu proses pembelajaran yang lebih lama lagi.
- g. Disarankan untuk pihak manajemen rumah makan adalah menyewa lahan kosong yang berada tidak jauh dari lokasi rumah makan untuk dijadikan tempat parkir mobil atau motor (sedang direncanakan pihak manajemen). Atau dengan memberi plang/papan peringatan bahwa yang dapat parkir ditempat itu (dibahu jalan) hanyalah konsumen rumah makan Sari Bundo cabang Merak saja.
- h. Memasang atau menyediakan papan nama rumah makan Sari Bundo cabang Merak, tepat dipinggir jalan raya. Hal ini bertujuan agar setiap orang yang melewati jalan tersebut membaca dan mengetahui lokasi rumah makan
- i. Menyediakan mesin kasir yang modern, terkomputerisasi, data harga-harga seluruh makanan dan minuman sudah terinput didalamnya dan juga tersedia fasilitas pencetakan daftar tagihan/bon. Dengan menggunakan mesin kasir yang modern ini proses pembayaran dapat dilakukan dengan cepat dan mudah.
- j. Menyediakan dan menempatkan petugas parkir khusus dari pihak rumah makan untuk menjaga kendaraan konsumen dan mengkoordinir urusan parkir.
- k. Menambah fasilitas kipas angin atau AC, kemudian memasangnya disetiap sudut ruangan makan. Hal ini bertujuan agar konsumen tidak merasa kepanasan pada saat sedang makan.
- l. Menambah/menempatkan karyawan yang sedang mengangur untuk membantu membersihkan toilet pada jam dimana konsumen yang datang banyak, melakukan pengukuran terhadap standar yang ada mengenai kebersihan toilet dengan cara menyediakan lembar pengecekan kebersihan toilet bagi karyawan yang bertugas, dan melakukan pelatihan yang berkala kepada karyawan yang bertugas membersihkan toilet.
- m. Pihak rumah makan Sari Bundo seharusnya menambah jumlah karyawan yang bertugas di counter makanan. apabila terjadi banyaknya pesanan maka semuanya akan terlayani dengan baik, melakukan pelatihan yang berkala kepada karyawan yang bertugas di counter khususnya karyawan yang bertugas melayani proses bungkus.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen di rumah makan Sari Bundo cabang Merak. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Service Quality* (Servqual).
2. Terdapat 28 atribut pertanyaan untuk kuesioner yang didapatkan dari penjabaran kelima dimensi diatas. Setelah melakukan pengolahan data, 28 atribut tersebut tereduksi menjadi 20 atribut pertanyaan untuk kuesioner penelitian.
3. Pengukuran Gap 4 tidak dilakukan karena tidak adanya iklan yang bersifat eksternal dari rumah makan padang Sari Bundo cabang Merak kepada konsumen.
4. Dari hasil perhitungan *servqual score* Gap 5 terdapat 7 atribut kualitas pelayanan yang bernilai negatif (-), yaitu pada atribut 1, 6, 15, 19, 20, 22, 28.
5. Berdasarkan pengumpulan dan pengolahan data pada Gap 5 terdapat 7 atribut bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen. Nilai rata-rata Gap 5 adalah -0.520 artinya keseluruhan konsumen belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak.

6. Pada Gap 1 terdapat 2 atribut bernilai negatif, yaitu pada atribut 1 dan atribut 22.
7. Pada Gap 2 terdapat 3 atribut bernilai negatif, yaitu pada atribut 19, 20, dan 28.
8. Pada Gap 3 terdapat 2 atribut bernilai negatif, yaitu pada atribut 6 dan 15.
9. Usulan perbaikan yang disarankan untuk pihak rumah makan Sari Bundo cabang Merak dapat dilihat pada subbab 5.6 diatas. Usulan tersebut diharapkan dapat membantu pihak manajemen rumah makan untuk menanggulangi ketidakpuasan yang dirasakan konsumen pada saat ini.

6.2 Saran

Saran terbagi menjadi dua yaitu saran untuk pihak manajemen dan saran untuk penelitian selanjutnya. Berikut merupakan saran yang diberikan.

1. Saran untuk pihak manajemen.
Dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebaiknya pihak manajemen lebih meningkatkan kualitas pelayanan bagi para konsumen. Peningkatan pelayanan bisa dilakukan yaitu dengan cara: menyediakan tempat kritik dan saran bagi konsumen, Lebih banyak berinteraksi dengan konsumen, menetapkan standar yang jelas, tertulis, dan dikomunikasikan kepada karyawan, serta melakukan pengukuran secara berkala terhadap standar yang telah dibuat.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya.
Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan di cabang rumah makan Sari Bundo lainnya.

REFERENSI

Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1990. *Delivering Quality Service (Balancing Customer Perceptions and Expectations)*. The Free Press, New York.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. CV ANDI OFFSET, Yogyakarta.