

Analisis Implementasi Dimensi *Servqual* (Studi Kasus Industri Jasa Inspeksi PT XXX-Persero)

Dayal Gustopo Setiadjit^{1,*}, Adi Utomo², Aisyah Nur Uzma¹

1 Prodi Teknik Industri ITN-Malang

2 Prodi Teknik Elektro ITN-Malang

* E-mail : Dayal_Gustopo@yahoo.com

Abstrak. *The service quality measurement scale* (SERVQUAL) telah banyak digunakan didalam riset yang bertujuan untuk mengukur kualitas layanan. Tujuan penelitian ini mengukur kualitas layanan yang di terima oleh konsumen pengguna jasa inspeksi PT XXX. Selain itu penelitian ini juga menguji *validity* dan *reliability* skala instrument yang digunakan (SERVQUAL). Metoda yang digunakan adalah instrument SERVQUAL, melalui Uji Statistik. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara keseluruhan dimensi *Empathy* dipersepsi konsumen telah memenuhi ekspektasi. Sedangkan nilai gap SERVQUAL terbesar pada dimensi *Reliability* sebesar (-0,7), dimensi *Tangible* dan *Responsiveness* sebesar (-0,6) dan dimensi *Assurance* sebesar (-0,5). Hasil penelitian lain menyatakan bahwa intrumen SERVQUAL merupakan instrument yang *valid* dan *reliable* untuk mengukur kualitas layanan di perusahaan jasa PT XXX persero.

Kata Kunci: *Validity, Reliability, SERVQUAL Gap*

1. Pendahuluan

PT.XXX (Persero) adalah perusahaan jasa inspeksi pertama di Indonesia. Bidang jasa dari perusahaan tersebut meliputi jasa inspeksi, jasa supervisi, jasa pengkajian dan pengujian menjadi modal utama dalam mengembangkan usaha. Keanekaragaman jenis jasa dikemas secara terpadu, didukung oleh tenaga ahli, jaringan kerja yang luas serta kemitraan dengan beberapa institusi nasional maupun internasional.

Berdasarkan hasil survey internal tahun 2013, menyatakan bahwa dari aspek *customer service* memperoleh hasil perlunya dilakukan perbaikan, maka penelitian ini ingin mengetahui bagaimana sesungguhnya kualitas layanan yang di terima oleh konsumen, yang merupakan hasil dari kinerja manajemen PT XXX selama ini.

The extent of discrepancy between customers expectations or desires and their perceptions adalah sebuah instrumen yang digunakan untuk menilai persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap mutu jasa layanan (*Parasuraman et all, 1990 : 19*). Konsumen tidak hanya tertarik pada mutu *objective* (hasil akhir), tapi juga terhadap “*perceived service quality*“ (yang dirasakan selama berlangsungnya proses pelayanan) dari penyelenggara jasa.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Menguji koefisien *validity* dan *reliability* instrument ServQual pada industry jasa PT XXX dan Menganalisa kualitas pelayanan jasa yang diterima oleh konsumen PT XXX (Persero) berdasarkan 5 (lima) dimensi *Service Quality*

2. Kajian Teori

Sektor jasa (*service*) berperan krusial dalam perekonomian setiap negara, baik dalam hal kontribusinya bagi produk domestik bruto maupun penyerapan tenaga kerja. Jasa bisa merupakan produk utama yang ditawarkan atau sebagai pelengkap dari produk fisik. Selain dari pada itu jasa atau layanan bisa menjadi diferensiator efektif bagi perusahaan yang berusaha menciptakan keunggulan bersaing yang berkesinambungan (Fandy 2004 : vii). Menurut Gronnros (2000) Jasa adalah proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas *intangibile* yang biasanya terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan atau sumber daya fisik dan atau sistem penyedia jasa (Tjiptono, 2005 :11)

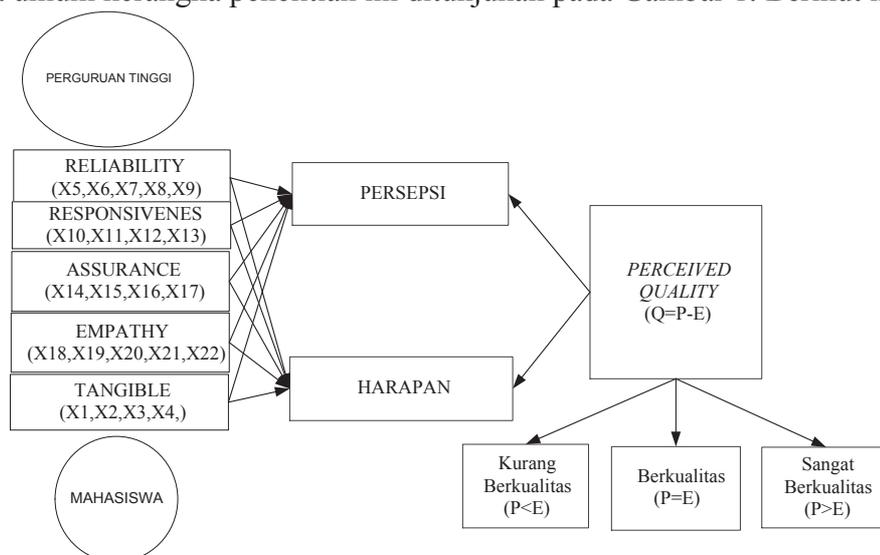
Kualitas layanan sering dikonsepsikan sebagai perbandingan antara harapan dan kinerja aktual layanan jasa. Dalam tingkatan operasional, penelitian kualitas layanan didominasi oleh instrumen SERVQUAL, yang didasarkan atas model kesenjangan. Ide sentral dalam model ini adalah kualitas layanan merupakan fungsi dari perbedaan skor antara persepsi dan harapan ($P - E$).

Cronin dan Taylor (1992) dalam studi yang dilakukan dengan tujuan ingin mengembangkan konsep dan menguji alternatif dasar kinerja untuk mengukur mutu, melakukan penelitian pada empat industri jasa yaitu, perbankan, perusahaan pengendali serangga, jasa binatu, dan restoran cepat saji. Data dikumpulkan menggunakan 5 dimensi mutu jasa *Parasuraman dkk*, dengan 22 item pertanyaan yang disebarkan kepada 660 responden. Dalam mengukur mutu jasa, Cronin dan Taylor selain menggunakan perbandingan antara ekspektasi dan persepsi, juga mengembangkannya dengan menambah satu variabel, yaitu tingkat kepentingan. Temuan yang diperoleh berupa adanya korelasi yang positif antara *service quality* dan *purchase intentions*.

3. Metodologi

Sampel penelitian ditentukan berdasarkan batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) sebesar 5% (*Slovin*), sehingga diperoleh sampel sebagai responden sejumlah 31 perusahaan pengguna jasa PT XXX persero. Responden selama ini merupakan pengguna jasa pelayanan dari perusahaan tersebut. Instrumen menggunakan *The service quality measurement scale* (SERVQUAL) terdiri dari 22 item pernyataan.

Secara umum kerangka penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 1. Berikut ini



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

Responden diminta untuk menjawab pernyataan-pernyataan yang menjadi indikator untuk kelima dimensi kualitas, sehingga pada akhirnya akan diperoleh sebuah pola jawaban yang berbeda pada masing-masing dimensi tersebut, sekaligus digunakan sebagai prediksi atas kualitas yang dirasa.

Digunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji instrument, dan dilanjutkan dengan statistik deskriptif untuk melihat *ServQual gap* yang terjadi.

4. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil uji r_{hitung} untuk semua pernyataan, menyatakan lebih besar dari r_{tabel} . Koefisien nilai alpha antara 0,689 ke 0873 diatas nilai tabel 0,344, Sehingga, *instrument ServQual* adalah valid untuk digunakan mengukur perusahaan jasa PT XXX.

Sedangkan, untuk uji reliabilitas didapat nilai *Cronbach's Alpha* > r_{tabel} . Koefisien nilai alpha antara 0,818 ke 0,958, sehingga instrument penelitian ini juga dinyatakan reliable untuk digunakan dalam proses pengolahan data selanjutnya.

Kedua hasil validitas dan reliabilitas instrument tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Babakus and Boller (1991) dan Parasuraman *et al* (1988)

Nilai SERVQUAL Gap

Tabel 1. Nilai SERVQUAL

Dimensi	Persepsi	Ekspetasi	Nilai ServQual
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	3,6	4,2	-0,6
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	3,8	4,5	-0,7
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	3,8	4,4	-0,6
<i>Assurance</i> (Jaminan)	3,7	4,2	-0,5
<i>Empathy</i> (Kepedulian)	3,84	3,83	0,01
Mean	3,74	4,22	-0,47

Sumber : Hasil Olah Data

Dari tabel hasil dapat dilihat bahwa kinerja perusahaan belum dapat memenuhi seluruh ekspektasi konsumen. Nilai gap negatif terbesar (*ServQual gap*) ada pada dimensi *Reliability* (Kehandalan) sebesar (-0,7). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mengharapkan perusahaan lebih konsisten menjaga kehandalan kinerja (*performance*) perusahaan dalam hal ini ditunjukkan dengan nilai persepsi yang lebih rendah (3,8) terhadap nilai ekspektasi (4,5) sehingga terjadi gap negatif sebesar (-0,7). Nilai *ServQual gap* untuk dimensi *Tangible* dan *Responsiveness* sebesar (-0,6), sedangkan untuk dimensi *Assurance* sebesar (-0,5). Keempat dimensi dipersepsikan konsumen belum mampu memenuhi ekspektasi.

Dimensi *Empathy* dipersepsi konsumen telah mampu untuk melampaui ekspektasi. Dengan kata lain Konsumen merasa *delight* atas kinerja layanan yang telah diberikan oleh PT XXX, utamanya pada Peralatan teknis yang digunakan oleh perusahaan untuk melayani konsumen telah memenuhi standar internasional, demikian juga kondisi fisik gedung/kantor yang dimiliki/ditempati perusahaan maupun Penampilan pegawai dan tenaga ahli lapangan yang bersih dan rapi, telah melampaui ekspektasi konsumen.

5. Kesimpulan

Secara keseluruhan hasil dari dari *ServQual gap* mengindikasikan bahwa sikap konsumen terhadap layanan yang telah diberikan perusahaan dipersepsi belum memenuhi ekspektasi. Perlu adanya upaya perbaikan manajemen layanan yang berkelanjutan utamanya untuk keempat dimensi yang saat ini memberikan nilai negative.

6. Daftar Referensi

- [1] Hasil survey internal PT XXX Tahun 2013.
- [2] Fandy Ciptono, 2005.
- [3] *Gronroos* dalam *Arief*,(2007;: 118).
- [4] *Cronin dan Taylor* (1992).
- [5] *Parasuraman et al. delivering quality service* (1990: 19).
- [6] Bolton and Drew (1991;378).