

BAB V

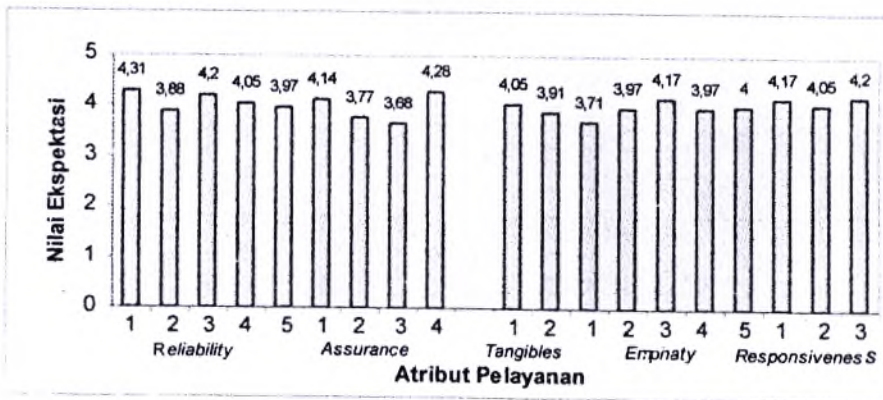
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 ANALISIS DARI DISTRIBUSI BARANG

5.1.1 Analisis Ekspektasi Pelanggan Terhadap Distribusi Barang

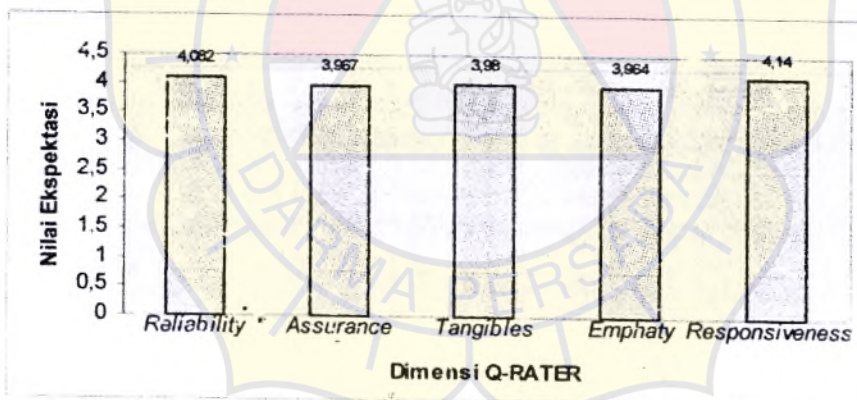
Pada hasil perhitungan nilai ekspektasi atribut pelayanan yang dilihat pada tabel 4.8, bahwa kita dapat mengetahui nilai ekspektasi masing-masing atribut kualitas pelayanan yang diukur tingkat kualitasnya. Pada tabel 4.8 diketahui bahwa rata-rata nilai tingkat ekspektasi tiap-tiap atribut pelayanan berada pada skala 3,68 s/d 4,31. Hal ini menunjukkan pelanggan mempunyai harapan yang baik kepada setiap pelayanan perusahaan dengan memberikan skor pada skala 3,68 s/d 4,31.

Atribut pelayanan dengan nilai ekspektasi yang paling rendah adalah atribut pelayanan "Keprofesionalisme pekerja dalam bekerja" pada dimensi *assurance*. Sedangkan atribut yang pelayanan dengan nilai ekspektasi yang paling tinggi adalah atribut pelayanan "Pelayanan pendistribusian barang sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati" pada dimensi *reliability*. Berikut ini gambar 5.1 tingkat ekspektasi atribut pelayanan:



Gambar 5.1 Tingkat Ekspektasi Atribut Pelayanan Bagian Distribusi Barang

Nilai ekspektasi dimensi Q-RATER dapat dilihat pada gambar 5.2 sebagai berikut:



Gambar 5.2 Nilai Ekspektasi Dimensi Q-RATER Bagian Distribusi Barang

Dari gambar 5.2 dapat dilihat bahwa dimensi *emphaty* mendapat nilai ekspektasi yang paling rendah yaitu nilai rata-rata ekspektasi 3,964. Tindakan yang perlu diperbaiki adalah proses pengiriman pesanan harus lebih baik lagi, sehingga barang yang dipesan bisa sampai dipelanggan

dengan lebih cepat. Kemudian perusahaan perlu memberikan tenggang waktu yang lebih lama lagi walaupun nantinya pembayaran akan dibayar oleh pelanggan. Pada waktu pengiriman lebih disesuaikan lagi dengan jadwal sesuai dengan kesepakatan. Pengiriman laporan penerimaan barang dilakukan pada hari barang itu diterima. Dengan memanfaatkan akses komunikasi lebih cepat dengan pelanggan dapat dilakukannya dengan menggunakan internet atau melalui faximail.

Assurance mendapatkan rata-rata nilai ekspektasi 3,967. Maka tindakan yang perlu diperbaiki yaitu: kemampuan dan keahlian bekerja secara profesional dari pekerja itu perlu ditingkatkan setiap waktu. Kesopanan dalam melayani pelanggan perlu ditingkatkan, karena kontak kesopanan menimbulkan rasa percaya diri terhadap pelanggan. Begitu juga minat untuk kerja sama supaya diperhatikan dan dipertahankan.

Dimensi *tangibles* mendapatkan rata-rata nilai ekspektasi 3,98. Maka tindakan yang perlu diperbaiki yaitu perlu tata ruang kerja yang baik sehingga meningkatkan semangat pekerja dan hasil yang lebih baik lagi. Setiap pekerja harus menggunakan seragam resmi serta identitas resmi dari pekerja tersebut. Bila perlu untuk mengenal lebih cepat para pekerja PT. X, setiap bagian /divisi warna seragam/ kartu identitas bisa dibedakan satu dengan lain.

Dimensi *Reliability* mendapatkan rata-rata nilai ekspektasi 4,082. Tindakan yang perlu diperbaiki adalah dalam melakukan pesanan pelanggan perusahaan harus dipenuhi sesuai dengan ketentuan waktu

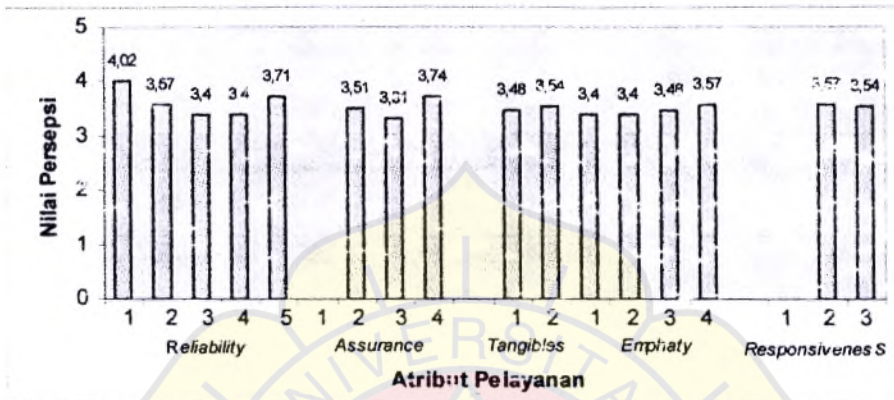
yang telah disepakati bersama. Supaya pelanggan itu memesan barang ke perusahaan berkelanjutan, sebaiknya diberikan korting/diskon setiap pembelian jumlah tertentu. Perusahaan perlu menjaga keutuhan setiap barang untuk meningkatkan kualitas barang. Dimensi *responsiveness* mendapatkan rata-rata nilai ekspektasi tertinggi 4,14. Tindakan yang perlu dilakukan; ketepatan waktu pengiriman barang, kecekatan proses kerja, dan menyampaikan informasi dipertahankan bila memungkinkan ditingkatkan lagi.

5.1.2 Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Distribusi Barang

Hasil perhitungan nilai persepsi atribut pelayanan yang dilihat pada tabel 4.10, bahwa kita dapat mengetahui nilai persepsi masing-masing atribut kualitas pelayanan yang diukur tingkat kualitasnya. Tabel 4.10 menunjukkan bahwa rata-rata nilai tingkat persepsi tiap-tiap atribut pelayanan berada skala 3,40 s/d 4,02. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan mempunyai harapan yang baik kepada setiap pelayanan perusahaan dengan memberikan skor pada skala 3,40 s/d 4,02.

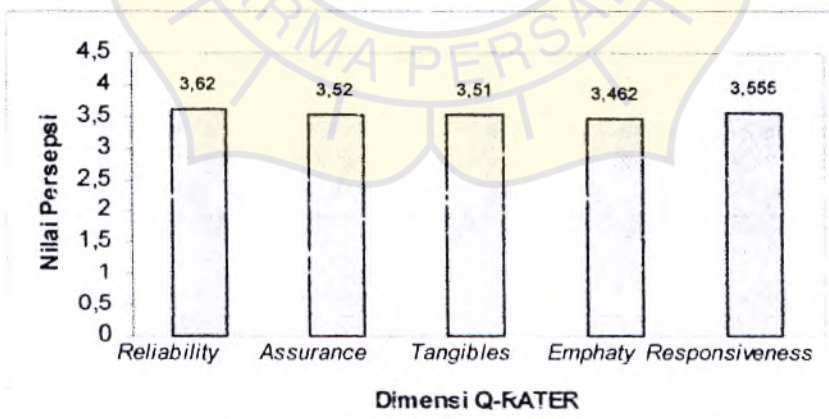
Atribut pelayanan dengan nilai persepsi yang paling rendah yaitu atribut pelayanan "Keakuratan data dalam sistem pencatatan terhadap barang pesanan", "Pengiriman barang yang tepat waktu" pada dimensi *reliability*. Sedangkan "waktu operasi cocok/nyaman sesuai dengan kebutuhan pelanggan" dan "Kecepatan akses komunikasi dalam pemesanan barang" pada dimensi *emphaty*. Sedangkan atribut pelayanan

dengan nilai persepsi yang paling tinggi adalah atribut pelayanan “Pelayanan pendistribusian barang sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati” pada dimensi *reliability*. Berikut ini gambar 5.3 tingkat persepsi atribut pelayanan:



Gambar 5.3 Tingkat Persepsi Atribut Pelayanan Bagian Distribusi Barang

Nilai persepsi dimensi Q-RATER dapat dilihat pada gambar 5.4 sebagai berikut:



Gambar 5.4 Nilai Persepsi Dimensi Q-RATER Bagian Distribusi Barang

Dari gambar 5.4 dapat dilihat bahwa dimensi *emphaty* mendapat nilai persepsi yang paling rendah yaitu nilai rata-rata persepsi 3,462. Ini berarti pelanggan cukup puas dilihat dari negosiasi pengiriman harus ditepati oleh perusahaan sesuai dengan kesepakatan, karena barang itu sangat dibutuhkan oleh pelanggan (*urgent*). Kelalaian dalam akses komunikasi dari pelayanan pernah terjadi terhadap beberapa pelanggan, untuk itu perlu mengontrol kembali dalam mengakses komunikasi dari pelayanan tersebut. Dalam kenyataannya tidak semua barang dipesan untuk dikirim memerlukan waktu yang sangat cepat, untuk itu perlu mengontrol kembali dalam pengiriman barang mana yang dibutuhkan dengan cepat dan lebih cepat (*urgent*). Kadang suka terjadi isi laporan tidak sesuai dengan permintaan barang yang dibutuhkan pelanggan. Misalnya, kemungkinan terjadi kekeliruan ketika pengiriman dalam jumlah barang, merek, dan harga. Untuk itu perlu diteiliti kembali sebelum barang dikirimkan.

Dimensi *Responsiveness* rata-rata nilai persepsi 3,49. Ini dapat dilihat dari pekerja yang harus melihat cacatan mengenai perjanjian dengan pelanggan terhadap ketepatan waktu. Pekerja membiasakan tanggap dalam menanggapi permintaan. Masalah informasi yang diberikan harus tepat sesuai dengan kesepakatan sebelumnya dalam hal negosiasi harga dan biaya pengiriman. Pada *Tangibles* mendapatkan rata-rata nilai persepsi 3,495. Hal ini pelanggan merasa cukup puas dilihat dari fasilitas ruangnya yang masih kurang, segi ruang tidak terlalu luas,

pengatur udara ruang hanya beberapa saja sehingga tidak kondusif. Misalnya, lampu kurang terang di beberapa ruangan. Kadang pernah terjadi pada pekerja yang sedang tugas mengirimkan barang sampai barang ke tangan pelanggan tidak sepenuhnya memakai identitas yang lengkap.

Dimensi *assurance* mendapatkan rata-rata nilai persepsi 3,257. Hal ini dapat dilihat bahwa kadang kemampuan dalam menangani permintaan barang masih kurang. Misalnya, jenis barang yang diminta tidak sesuai dengan permintaan pelanggan. Ungkapan pelanggan adalah raja dan kadang masih kurang diterapkan oleh pekerja. Dimensi *reliability* mendapatkan rata-rata nilai persepsi tertinggi 3,59. Hal ini dapat dilihat dalam negosiasi harga kadang tidak cocok dengan harga dipasaran, dikarenakan setelah diteliti kemudian ada harga yang lebih murah ditempat lain. Dalam pencatatan dokumen kadang pekerja pernah melakukan kesalahan mencatat walupun kecil tetapi besar dampaknya kepada pelanggan. Kadang janji waktu pengiriman barang tidak tepat, mungkin disebabkan terjadi saat bersamaan pesanan barang banyak dipesan dari beberapa pelanggan sehingga terjadi keterlambatan walupun tanpa disengaja.

5.1.3 Analisis Tingkat Kepentingan Dimensi Q-RATER Terhadap Distribusi Barang

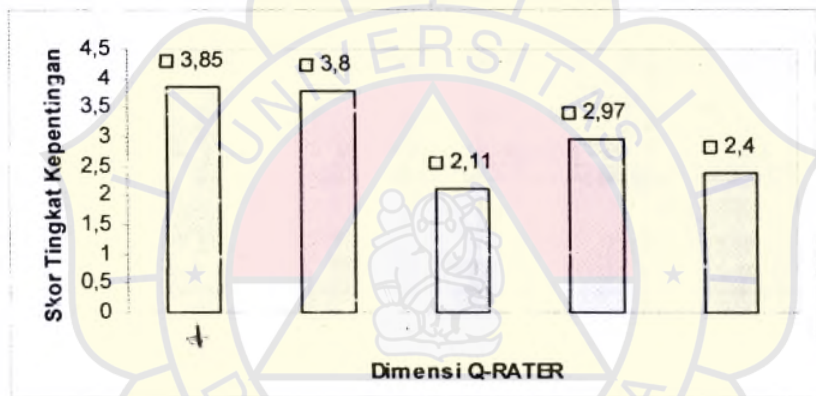
Menganalisis tingkat kepentingan pelanggan terhadap dimensi Q-RATER tujuannya yaitu untuk mengetahui dimensi mana yang dianggap

penting oleh pelanggan dan yang menjadi suatu fokus utama perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Berdasarkan hasil tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dimensi yang dianggap mempunyai tingkat kepentingan paling tinggi adalah dimensi *reliability*. Dimensi *reliability* ini adalah dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat. Dalam dimensi *reliability* dipengaruhi lima atribut pelayanan yaitu Pelayanan pendistribusian barang sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati, pemberian harga sesuai dengan hasil negosiasi, keakuratan data sistem pencatatan terhadap barang pesanan, pengiriman barang pesanan yang tepat waktu, barang pesanan yang dikirim memiliki kualitas. Hal ini berarti pelanggan ingin perusahaan mampu untuk memberikan pelayanan yang baik.

Dimensi kedua yang dianggap penting oleh pelanggan adalah dimensi *assurance*. Dengan peringkat tingkat kepentingan yang kedua yang dianggap penting oleh pelanggan, berarti pelanggan mempunyai rasa percaya terhadap perusahaan untuk dapat menjamin permintaan pesanan yang diinginkannya dan melayani pelanggan dengan baik.

Dimensi ketiga yang dianggap penting oleh pelanggan adalah dimensi *emphaty*. Dengan peringkat tingkat kepentingan yang ketiga yang dianggap penting oleh pelanggan, berarti perusahaan peduli kepada pelanggan. Dimensi dengan peringkat tingkat kepentingan yang keempat yang dianggap penting oleh pelanggan adalah dimensi *rensponsiveness*,

hal ini berarti keinginan membantu akan kebutuhan yang diinginkan pelanggan dalam melayani mereka, perusahaan merespon dengan tanggap dan cepat dalam melakukan tindakan. Dimensi dengan peringkat tingkat kepentingan yang kelima yang paling rendah oleh pelanggan adalah dimensi *tangibles*. Rendahnya nilai tingkat kepentingan dimensi dapat diperkirakan karena tidak berhubungan secara langsung dengan pelayanan perusahaan. Berikut ini gambar 5.5 dimana dapat dilihat nilai tingkat kepentingan tiap-tiap dimensi.



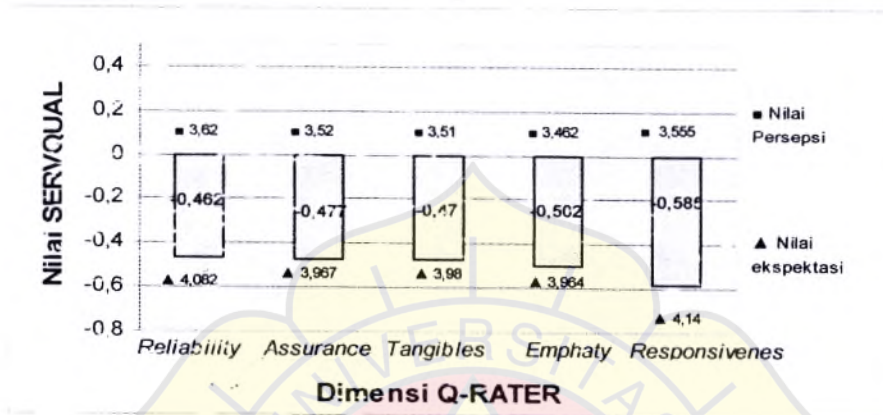
Gambar 5.5 Tingkat Kepentingan Dimensi Q-RATER Bagian Distribusi Barang

5.1.4 Analisis Kualitas Pelayanan Dimensi Q-RATER Terhadap Distribusi Barang

a. Perhitungan Nilai Servqual Terhadap Distribusi Barang

Analisis servqual kualitas pelayanan dimensi Q-RATER adalah mengukur kesenjangan antara tingkat ekspektasi dan tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan

dimensi Q-RATER untuk memperlihatkan nilai kesenjangan sesuai dengan dimensinya. Berikut dibawah ini gambar 5.6 nilai servqual dimensi Q-RATER untuk memperlihatkan nilai kesenjangan sesuai dengan dimensinya.



Gambar 5.6 Nilai Servqua! Dimensi Q-RATER Bagian Distribusi Barang

Berdasarkan gambar tersebut di atas dapat melihat bahwa dimensi *responsiveness* mempunyai nilai kesenjangan yang paling tinggi dibandingkan dengan dimensi lainnya. Hal ini menurut pelanggan, kualitas dimensi *responsiveness* pada perusahaan dianggap kurang sehingga mencapai nilai servqual -0,585. Ini terjadi akibat pekerja kurang memperhatikan waktu sehingga pengiriman kadang pernah telat. Kurang tanggap dalam menyampaikan informasi ke pelanggan. Hasil seperti ini menunjukkan bahwa pelanggan mengharapkan perusahaan merespon terhadap ketepatan waktu pengiriman, kecekatan proses kerja, serta menyampaikan informasi harus yang lebih baik dari pada yang sekarang.

Rendahnya nilai servqual untuk dimensi *responsiveness* disebabkan juga rendahnya nilai servqual tiap-tiap atribut yang termasuk dalam dimensi ini. Sedangkan urutan yang kedua yaitu dimensi *emphaty* dengan nilai servqual $-0,502$. Ini terjadi akibat lambatnya proses pengiriman dikarenakan kurang armada transportasi, kadang pernah pengiriman barang melampaui jadwal yang sudah di sepakati bersama. Hasil seperti menunjukkan bahwa pelanggan mengharapkan perusahaan melihat lagi tentang pekerja memberikan laporan penerimaan pesanan lebih ditingkatkan. Begitu juga dalam mengirimkan pesanan diperbaiki lagi mana yang dibutuhkan secara cepat dan waktu yang cepat (*urgent*). kemudian urutan yang ketiga yaitu dimensi *reliability* dengan nilai servqual $-0,462$. Ini terjadi pernah perusahaan tidak dapat memenuhi pesanan oleh pelanggan dan kadang kualitas barang yang dikirim pernah terjadi kerusakan. Hasil seperti ini menunjukkan bahwa pelanggan mengharapkan perusahaan melihat lagi tentang sistem pencatatan pekerja yang akurat dan bebas kesalahan dan melakukan pengiriman barang harus tepat waktu. Urutan keempat yaitu dimensi *tangibles* dengan nilai servqual $-0,47$. Ini terjadi akibat kurang memperhatikan dalam penataan ruangan sehingga kurang nyaman dilihat. Kadang pernah pekerja tidak mengikuti peraturan dalam bekerja. Hasil seperti ini menunjukkan pelanggan mengharapkan bahwa perusahaan harus menanta kembali fasilitas ruang kerja. Perusahaan harus mendisiplinkan pekerja mengenai pemakaian perlengkapan identitas. dan urutan yang

terakhir yaitu dimensi *assurance* dengan nilai *servqual* – 0,447. Ini terjadi akibat kurangnya pelatihan pekerja dalam bekerja, kurangnya diterapkan etika kesopanan dalam bekerja. Hasil seperti ini menunjukkan bahwa pelanggan mengharapkan perusahaan harus mampu dalam menangani permintaan pelanggan, mengecek kembali mengenai kualitas barang yang akan dikirimkan ke pelanggan. Begitu juga perusahaan memberitahukan pekerja bagaimana cara menghadapi pelanggan dengan sopan dan bekerja secara profesional.

b. Perhitungan Nilai Servqual Aktual Terhadap Distribusi Barang

Pada analisis ini akan dilihat kualitas pelayanan yaitu, sejauh mana perusahaan telah memenuhi harapan pelanggan dan apa yang menjadi prioritas utama diperusahaan dalam melakukan peningkatan kualitas pelayanan tersebut. Nilai *servqual* aktual bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Berdasarkan dari hasil pengolahan data dapat dilihat nilai *servqual* aktual pada tabel 5.1 di bawah ini:

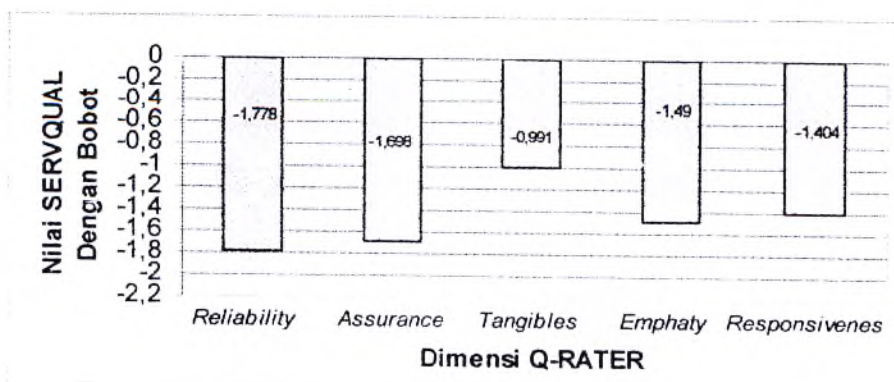
Tabel 5.1 Kualitas pelayanan PT. X Bagian Distribusi Barang

Nilai persepsi	Nilai Ekspektasi	Nilai Servqual	Nilai Servqual Aktual
3,5334	4,0266	- 0,4932	87,75%

Dari tabel tersebut di atas dapat dilihat bahwa nilai servqual yang diperoleh perusahaan adalah $-0,4932$. Nilai negatif menunjukkan bahwa terjadi kesenjangan antara kepuasan dan harapan pelanggan terhadap perusahaan. Ini berarti pelayanan yang diberikan kepada pelanggan selama ini belum mencapai harapan pelanggan dan nilai tingkat kepuasan pelanggan masih berada dibawah nilai tingkat harapan pelanggan. Dilihat dari nilai servqual aktual yang diperoleh yaitu sebesar $87,75\%$, ini menunjukkan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan telah mencapai $87,75\%$, sehingga perlu ditingkatkan lagi dalam kualitas pelayanan sehingga harapan yang diinginkan tercapai.

c. Perhitungan Nilai Servqual Dengan Bobot Terhadap Distribusi Barang

Pada analisis servqual dengan bobot yaitu untuk menentukan prioritas peningkatan kualitas pelayanan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Gambar 5.7 menunjukkan nilai servqual dengan untuk tiap dimensi Q-RATER di bawah ini sebagai berikut:



Gambar 5.7 Nilai Servqual Dengan Bobot Tiap Dimensi Q-RATER Bagian Distribusi Barang

Gambar 5.7 diatas dapat menunjukkan bahwa nilai servqual dengan bobot yang paling besar (tanpa melihat tanda negatifnya) adalah dimensi *reliability*, dimensi *responsiveness*, dimensi *assurance*, dimensi *emphaty*, dan dimensi *tangibles*.

Bedasarkan gambar 5.7 dapat menunjukkan bahwa yang paing perlu mendapatkan perhatian untuk perbaikan saat ini adalah dimensi *reliability*. Dimensi *reliability* menjadi prioritas pertama pelaksanaan peningkatan kualitas diperusahaan. Atribut pelayanan dimensi *reliability* yang nilai kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi terbesar adalah keakuratan data dalam sistem pencatatan terhadap barang pesanan. Tindakan yang perlu diperbaiki bahwa pencatatan dokumen yang dikerjakan pekerja perlu diteliti lagi untuk menghindari kesalahan mencatat walupun kecil tetapi besar dampaknya kepada pelanggan. Dengan peningkatan kualitas atribut pelayanan ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Tindakan yang sama dapat juga dilanjutkan dengan atribut pelayanan yang lainnya pada waktu berikutnya.

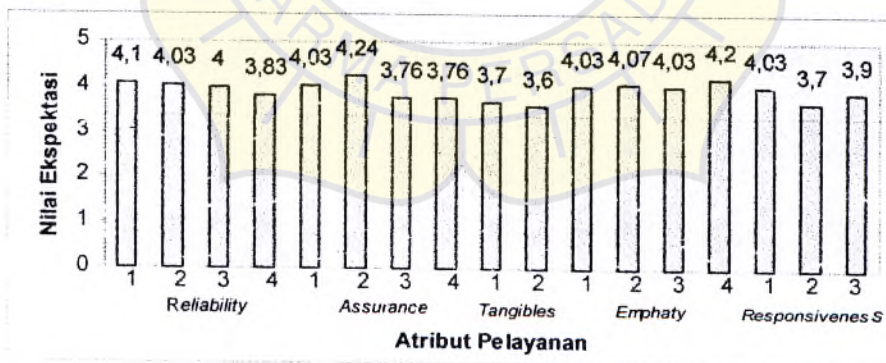
5.2 ANALISIS DARI *MAINTENANCE*

5.2.1 Analisis Ekspektasi Pelanggan Terhadap *Maintenance*

Hasil perhitungan nilai ekspektasi atribut pelayanan yang dilihat pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa kita dapat mengetahui nilai

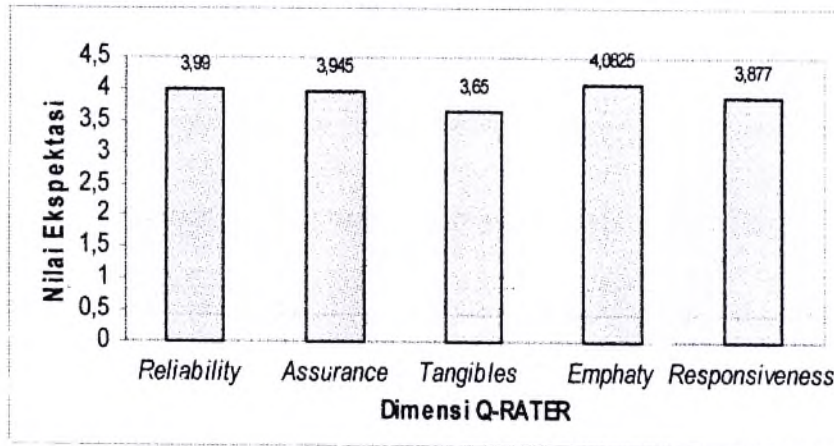
ekspektasi masing-masing atribut kualitas pelayanan yang diukur tingkat kualitasnya. Pada tabel 4.12 diketahui bahwa rata-rata nilai tingkat ekspektasi tiap-tiap atribut pelayanan berada pada skala 3,60 s/d 4,20. Hal ini pelanggan mempunyai harapan yang baik kepada setiap pelayanan perusahaan dengan memberikan skor pada skala 3,60 s/d 4,20.

Atribut pelayanan dengan nilai ekspektasi yang paling rendah yaitu atribut pelayanan "Kelengkapan identitas pekerja yang jelas" pada dimensi *tangibles* dan. Sedangkan atribut yang pelayanan dengan nilai ekspektasi yang paling tinggi adalah atribut pelayanan "menginformasikan kembali mengenai *spare part* atau jasa tenaga kerja yang akan dipakai atau dipesan" pada dimensi *emphaty*. Berikut ini gambar 5.8 tingkat ekspektasi atribut pelayanan:



Gambar 5.8 Tingkat Ekspektasi Atribut Pelayanan Bagian *Maintenance*

Nilai ekspektasi dimensi Q-RATER dapat dilihat pada gambar 5.9 sebagai berikut:



Gambar 5.9 Nilai Ekspektasi Dimensi Q-RATER Bagian *Maintenance*

Gambar 5.9 menunjukkan bahwa dimensi *tangibles* mendapat nilai ekspektasi yang paling rendah yaitu 3,65. Tindakan yang perlu dilakukan yaitu; peralatan yang sudah lama dan suka membuat kesalahan dalam pekerjaan sebaiknya diganti dengan peralatan yang baru. Setiap pekerja harus menggunakan seragam resmi serta identitas resmi dari pekerja tersebut, bila perlu untuk mengenal pekerja PT. X setiap bagian /divisi warna seragam/ kartu identitas bisa dibedakan satu dengan lain.

Dimensi *responsiveness* mendapat rata-rata nilai ekspektasi 3,877. Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan yaitu; peningkatan kualitas kerja diperusahaan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Pekerja harus teliti, serius, dan cermat kembali dalam bekerja. Dimensi *assurance* mendapat rata-rata nilai ekspektasi 3,945. Hal ini tindakan yang perlu dilakukan yaitu; untuk meningkatkan dalam pekerjaan perlu pengawasan yang berlanjut. Pekerja dari kedua belah pihak memiliki standar yang sama (mempunyai tingkah laku yang baik dan sopan terhadap sesama).

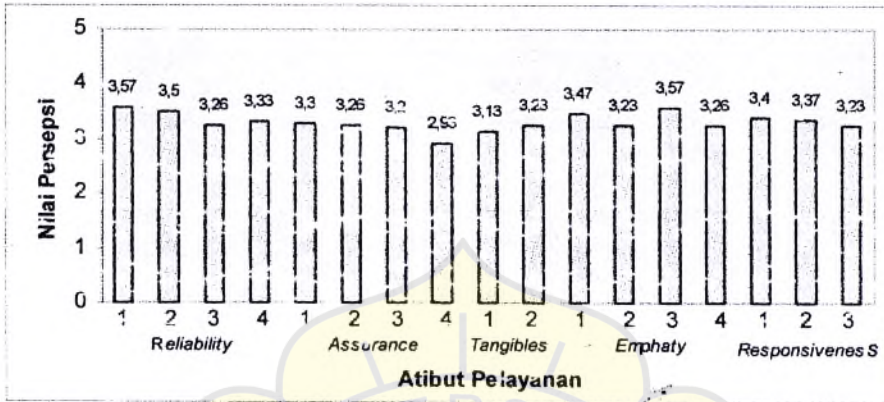
Dimensi *reliability* mendapatkan rata-rata nilai ekspektasi 3,99. Tindakan yang perlu dilakukan meliputi peningkatan peralatan-peralatan yang berhubungan dengan pekerjaan PT.X, dipertahan pada kualitas jenis spare part yang bagus, dan juga perlu ditingkatkan kualitas tenaga ahli dibidangnya. Dimensi *emphaty* mendapatkan rata-rata nilai ekspektasi 4,0825. Tindakan yang perlu dilakukan untuk perusahaan yaitu kepedulian dalam pelaksanaan tugas pekerjaannya yang dinilai sudah baik harus dipertahankan.

5.2.2 Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap *Maintenance*

Pada hasil perhitungan nilai persepsi atribut pelayanan yang dilihat pada tabel 4.14, kita dapat mengetahui nilai persepsi masing-masing atribut pelayanan yang diukur tingkat kualitasnya. Pada tabel 4.14 diketahui bahwa rata-rata nilai tingkat persepsi tiap-tiap atribut pelayanan berada pada skala 2,93 s/d 3,57. Hal ini menunjukkan pelanggan mempunyai harapan yang baik kepada setiap pelayanan perusahaan dengan memberikan skor pada skala 2,93 s/d 3,57.

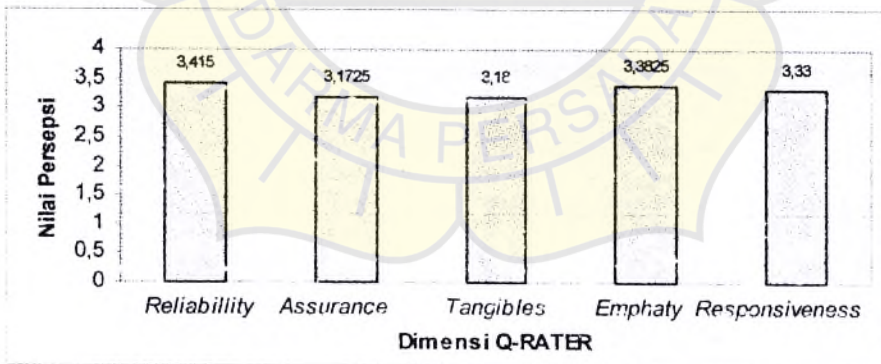
Atribut pelayanan dengan nilai persepsi yang paling rendah adalah atribut pelayanan terjalinnya hubungan baik antara pekerja perusahaan dengan pekerja anda pada dimensi *assurance*. Sedangkan atribut yang pelayanan dengan nilai persepsi yang paling tinggi adalah atribut pelayanan ketersediaan spare part dimiliki perusahaan pada dimensi *reliability* dan permintaan instruksi pelaksanaan dalam bekerja kepada

pelanggan pada dimensi *emphaty*. Berikut ini gambar 5.10 tingkat persepsi atribut pelayanan:



Gambar 5.10 Tingkat Persepsi Atribut Pelayanan Bagian *Maintenance*

Nilai persepsi dimensi Q-RATER dapat dilihat pada gambar 5.11 sebagai berikut:



Gambar 5.11 Nilai Persepsi dimensi Q-RATER Bagian *Maintenace*

Dari gambar 5.11 dapat dilihat bahwa dimensi yang mendapatkan nilai persepsi yang paling tinggi yaitu rata-rata nilai persepsi 3,415 adalah

dimensi *reliability*. Hal ini berarti pelanggan merasa cukup puas bahwa Perusahaan dapat menyediakan spare part mesin dan jasa tenaga kerja sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan pelanggan dapat terpenuhi. Mengenai perjanjian waktu pengiriman yang diterima pelanggan itu sesuai. Pada dimensi *emphaty* mendapatkan rata-rata nilai persepsi 3,3825. Hal ini berarti pelanggan mendapatkan laporan penerimaan setelah barang dikirimkan untuk dicek kembali apakah barang yang diminta sudah sesuai. Untuk itu pelanggan merasa cukup puas terhadap laporan penerimaan sehingga dapat menghindari kesalahpahaman diantara kedua belah pihak. Pelanggan merasa cukup puas melihat waktu operasi pengiriman barang sesuai dengan jadwal yang diinginkan dari pelanggan.

Dimensi *reporisiveness* mendapatkan rata-rata nilai persepsi 3,33. Hal ini menunjukkan pelanggan cukup puas mengenai waktu yang dibutuhkan pekerja dalam perjalanan pengiriman *spare part/* tenaga kerja menuju sampai tujuan yaitu ke pelanggan itu sendiri. Namun pelanggan merasa sedikit puas dengan kecekatan yang dikerjakan oleh pekerja. Dimensi *tangibles* mendapatkan rata-rata nilai persepsi 3,18. Hal ini menunjukkan pelanggan merasa cukup puas melihat atas ketersediaan peralatan perusahaan yang mendukung pekerjaannya. Pada pekerja tidak sepenuhnya memakai identitas yang jelas, dilihat dari skor pelanggan cukup puas. Misalnya; seragam pekerja dan tanda pengenal harus sesuai dengan tugas profesinya.

Pada dimensi *assurance* mendapatkan rata-rata nilai persepsi 3,1725. Hal ini berarti pelanggan melihat kualitas barang cukup/dapat terjamin karena sangat pengaruh akan kebutuhan pelanggan. Pelanggan merasa cukup puas terhadap pekerja perusahaan yang bekerja dengan baik dan benar tetapi juga bekerja secara profesional sesuai tugas pekerja.

5.2.3 Analisis Tingkat Kepentingan Dimensi Q-RATER Terhadap *Maintenance*

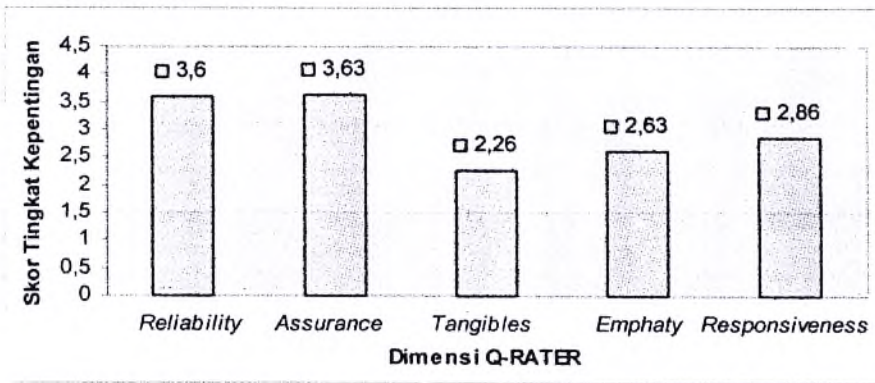
Menganalisis tingkat kepentingan pelanggan terhadap dimensi Q-RATER tujuannya yaitu untuk mengetahui dimensi mana yang dianggap penting oleh pelanggan dan yang menjadi suatu fokus utama perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Berdasarkan hasil tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dimensi yang dianggap mempunyai tingkat kepentingan paling tinggi adalah dimensi *assurance*. Dimensi *assurance* ini adalah dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memberikan jaminan layanan yang baik. Dalam dimensi *assurance* dipengaruhi empat atribut pelayanan yaitu pekerja memiliki kemampuan dan keterampilan sesuai dengan pekerjaannya, ketepatan waktu dalam pengerjaan dari mulai sampai pengerjaan selesai, pekerja memiliki tanggung jawab dalam bekerja, terjalinnya hubungan baik antara pekerja perusahaan dengan pekerja anda. Hal ini berarti pelanggan

mempunyai rasa percaya kepada perusahaan untuk menjamin memberikan pelayanan yang baik.

Dimensi kedua yang dianggap penting oleh pelanggan adalah dimensi *reliability*. Dengan peringkat tingkat kepentingan yang kedua yang dianggap penting oleh pelanggan, berarti pelanggan ingin bahwa perusahaan mampu untuk memberikan penyedia layanan berupa menyediakan spare part mesin dan jasa tenaga kerja dalam melayani pelanggannya dengan baik.

Dimensi ketiga yang dianggap penting oleh pelanggan adalah dimensi *responsiveness*. Dengan peringkat tingkat kepentingan yang ketiga yang dianggap penting oleh pelanggan, berarti perusahaan merespon dengan tanggap dan cepat dalam melakukan tindakan pada yang akan dibutuhkan oleh pelanggan.

Dimensi dengan peringkat tingkat kepentingan yang keempat yang dianggap penting oleh pelanggan adalah dimensi *emphaty*, hal ini berarti perusahaan peduli kepada pelanggan. Dimensi dengan peringkat tingkat kepentingan yang kelima yang paling rendah oleh pelanggan adalah dimensi *tangibles*. Rendahnya nilai tingkat kepentingan dimensi dapat diperkirakan karena tidak berhubungan secara langsung dengan pelayanan perusahaan. Berikut ini gambar 5.12 dimana dapat dilihat nilai tingkat kepentingan tiap-tiap dimensi.

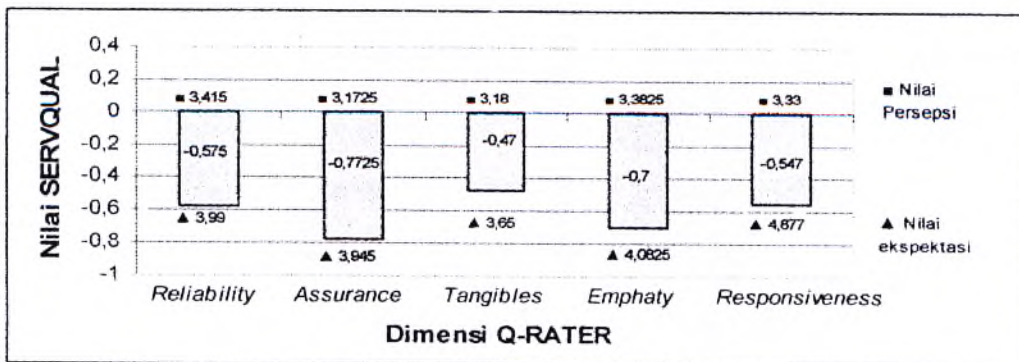


Gambar 5.12 Tingkat Kepentingan Dimensi Q-RATER Bagian *Maintenance*

5.2.4 Analisis Kualitas Pelayanan Dimensi Q-RATER Terhadap *Maintenance*

a. Perhitungan Nilai Servqual Terhadap *Maintenance*

Analisis servqual kualitas pelayanan dimensi Q-RATER adalah mengukur kesenjangan antara tingkat ekspektasi dan tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan dimensi Q-RATER. Berikut dibawah ini gambar 5.13 nilai servqual dimensi Q-RATER untuk memperlihatkan nilai kesenjangan sesuai dengan dimensinya.



Gambar 5.13 Nilai Servqual Dimensi Q-RATER Bagian *Maintenance*

Berdasarkan gambar tersebut di atas dapat melihat bahwa dimensi *assurance* mempunyai nilai kesenjangan yang paling tinggi dibandingkan dengan dimensi lainnya. Hal ini menurut pelanggan, kualitas dimensi *assurance* pada perusahaan dianggap kurang sehingga mencapai nilai *servqual* -0,7725. Ini terjadi akibat kurangnya tanggung jawab pekerja dalam pengerjaan, kurang terjalannya hubungan pekerja yang baik. Dengan hasil seperti ini pelanggan mengharapkan perusahaan melihat lagi tentang kemampuan pekerja, tanggung jawab yang lebih baik dalam pengerjaan, ketepatan waktu mulai hingga selesai pengiriman, dan kerja sama yang baik antara pekerja dengan pelanggan. Rendahnya nilai *servqual* untuk dimensi *assurance* disebabkan juga rendahnya nilai *servqual* tiap-tiap atribut yang termasuk dalam dimensi ini. Sedangkan urutan yang kedua yaitu dimensi *emphaty* dengan nilai *servqual* -0,7. Ini terjadi akibat tidak sesuainya waktu penyelesaian pekerjaan yang dilakukan, kurang inisiatif pekerja untuk meminta instruksi dari pekerja pelanggan. Dengan hasil seperti ini menunjukkan bahwa pelanggan mengharapkan lebih peduli terhadap informasi untuk pelanggan daripada sekarang, dan selalu memberikan laporan setelah selesai pengerjaan. Kemudian yang menempatkan urutan ketiga yaitu dimensi *reliability* dengan nilai *servqual* -0,575. Ini terjadi akibat tidak semuanya dapat memenuhi permintaan pelanggan, perjanjian dalam kesepakatan tidak dijalankan dengan semestinya. Dengan hasil seperti ini menunjukkan bahwa pelanggan mengharapkan pekerja dapat memenuhi perjanjian

kerja sesuai kesepakatan bersama. Untuk keperluan itu, pekerja harus lebih lengkap lagi supaya cepat dalam penyelesaian pekerjaan. Urutan keempat yaitu dimensi *responsiveness* dengan nilai servqual $-0,547$. ini terjadi akibat kadang terjadinya keterlambatan pengiriman barang yang tidak sengaja/sengaja, pekerja kurang cekatan dalam reaksi bekerja. Dengan hasil seperti ini menunjukkan bahwa pelanggan mengharapkan perusahaan lebih cepat lagi dalam proses pengiriman spare part /tenaga kerja dan tindakan pekerja lebih cekatan lagi dalam bekerja. Penempatan urutan yang terakhir yaitu dimensi *tangibles* dengan nilai servqual $-0,47$. Dengan hasil seperti ini menunjukkan bahwa pelanggan mengharapkan perusahaan lebih teliti lagi terhadap peralatan pekerja yang dibutuhkannya sekarang dalam membantu pekerjaannya dan perusahaan perlu mendisiplinkan lagi para pekerjanya terhadap pemakaian perlengkapan identitasnya.

b. Perhitungan Nilai Servqual Aktual Terhadap *Maintenance*

Pada analisis ini akan dilihat kualitas pelayanan, sejauh mana perusahaan telah memenuhi harapan pelanggan dan apa yang menjadi prioritas utama diperusahaan dalam melakukan peningkatan kualitas pelayanan tersebut. Nilai servqual aktual adalah untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Berdasarkan dari hasil pengolahan data dapat dilihat nilai servqual aktual pada tabel 5.2 dibawah ini:

Tabel 5.2 Kualitas pelayanan PT. X Bagian Maintenance

Nilai persepsi	Nilai Ekspektasi	Nilai Servqual	Nilai Servqual Aktual
3,241	3,909	-0,668	84,37

Dari tabel tersebut diatas dapat dilihat bahwa nilai servqual yang diperoleh perusahaan adalah - 0,668. Nilai negatif menunjukkan bahwa terjadi kesenjangan antara kepuasan dan harapan pelanggan terhadap perusahaan. Ini berarti performa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan selama ini belum mencapai harapan pelanggan dan nilai tingkat kepuasan pelanggan masih berada dibawah nilai tingkat harapan pelanggan.

Dilihat dari nilai servqual aktual yang diperoleh yaitu sebesar 84,37% , ini menunjukkan bahwa performa pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan telah memenuhi 84,37% tetapi perlu ditingkatkan lagi dalam kualitas pelayanan sehingga harapan yang diinginkan tercapaian.

c. Perhitungan Nilai Servqual Dengan Bobot Terhadap *Maintenance*

Pada analisis servqual dengan bobot yaitu untuk menentukan prioritas peningkatan kualitas pelayanan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Gambar 5.14 menunjukkan nilai servqual dengan bobot untuk tiap dimensi Q-RATER.