

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN INDUSTRI JASA OLAH RAGA
DENGAN MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL*
DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALISYS (IPA)***

***QUALITY SERVICES ANALYSIS OF SPORT SERVICES INDUSTRY
BY *SERVQUAL* AND *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALISYS (IPA)* METHOD***

Veron Farminta¹, Sigit Mujiharjo^{2*} dan Karona Cahya Susena³

¹Mahasiswa Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Dehasen Bengkulu

²Dosen Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Bengkulu

³Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Dehasen Bengkulu, Bengkulu

*E-mail: Sigitmujiharjo@aol.com

ABSTRACT

*In the field of both services and manufacturing industry, the quality is very important, especially in terms of quality of service. If a good quality of service, the company will be ready to face market competition/business but if the quality of customer service is less satisfactory then be prepared to face setbacks. One method that can be used to evaluate the quality of service is a method *servqual* and *importance performance analisys (IPA)*. Both methods are used to see how far the quality of performance / service provided when viewed from the expectations or interests of customers / consumers. Anonimus is where researchers conduct studies using both methods. The result showed that some of the dimensions that must be improved, namely: good field conditions (artificial turf, goal, balls, nets), organized the tournament, Anonimus Parties must be able to be responsive in dealing with problems that arise and Security Assurance Goods customers in the locker Room.*

Keywords : *Servqual method, Sport sevices, Important Performance Analysis (IPA)*

ABSTRAK

Dalam bidang industri baik jasa maupun manufaktur, kualitas merupakan hal yang sangat penting tak terkecuali dalam hal pelayanan. Jika baik kualitas pelayanannya maka perusahaan akan siap menghadapi persaingan pasar/bisnis; akan tetapi jika kurang memuaskan pelayanannya maka bersiaplah untuk menghadapi kemunduran. Penelitian ini bertujuan menerapkan metode *Servqual* dan *Importance Performance Analisis (IPA)* untuk mengevaluasi kualitas pelayanan industri Jasa Anonimus, suatu industri jasa olahraga yang ada di Rejang Lebong Bengkulu, dilihat dari harapan atau kepentingan pelanggan/konsumen. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa beberapa dimensi yang harus dilakukan perbaikan antara lain adalah kondisi lapangan yang baik (rumput sintetis, gawang, bola, jaring), menyelenggarakan turnamen, dan jaminan keamanan barang-barang pelanggan di *locker room*.

Kata kunci : *Metode *Servqual*, Layanan Olahraga, Important Performance Analysis (IPA)*.

PENDAHULUAN

Dalam bidang industri baik jasa maupun manufaktur, kualitas merupakan hal yang sangat penting. Semakin baik kualitas produk/jasa dari perusahaan maka perusahaan akan lebih siap menghadapi persaingan bisnis yang sekarang semakin ketat. Setiap dekade selalu menunjukkan persaingan dalam bidang teknologi, inovasi dan pelayanan sehingga memungkinkan perusahaan untuk berkembang dan maju. Untuk dapat memenangkan persaingan dalam dunia bisnis, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah *Total Quality Service*.

Setiap perusahaan harus mampu menyediakan produk sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan karena hal itu juga termasuk dalam memberdayakan *Total Quality Service*. Perusahaan juga harus dapat memberikan suatu pelayanan yang baik terhadap konsumen. Semakin banyak persaingan yang terjadi maka perusahaan harus dapat menciptakan taktik dan strategi sehingga tidak harus kehilangan pasar nantinya.

Salah satu faktor yang dapat mendorong tercapainya *Total Quality Service* adalah kualitas layanan (*Quality Service*) yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler., 1997). *Trend* terhadap *Quality Service* diawali pada tahun 1980-an ketika para pimpinan perusahaan menyadari bahwa kualitas produk tidak menjamin terpeliharanya *competitive advantage*, yaitu persaingan yang saling menguntungkan. Pihak manajemen harus sadar akan tingginya persaingan dalam pasar globalisasi saat ini, sehingga memicu bagi pihak manajemen untuk selalu mengantisipasi dengan

berbagai cara agar dapat memperoleh pangsa pasar.

Dengan semakin besarnya pangsa pasar yang diperoleh maka dimungkinkan suatu perusahaan memperoleh pasar yang tinggi agar dapat terus bersaing dan melanjutkan kelangsungan usahanya. Pangsa pasar biasanya memilih produk dan jasa yang memberikan nilai terbesar bagi mereka. Jadi, kunci agar berhasil dan dapat mempertahankan pasar tersebut adalah memahami lebih baik kebutuhan dan proses pembelian mereka, termasuk didalamnya dengan memberikan mutu dan servis yang terbaik.

Anonimus adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan konsumen yang berlokasi di Kecamatan Curup Kota Kabupaten Rejang Lebong Propinsi Bengkulu. Preferensi atau pilihan antara pihak perusahaan dan pelanggan memiliki perbedaan. Atribut-atribut yang ada selalu dinilai menurut pertimbangan kesesuaian kepuasan di dalam diri pelanggan.

Salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui fasilitas dan layanan jasa perusahaan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan adalah metode *servqual* dan *importance performnce analisis* (IPA). Dengan metode *servqual* dan IPA pihak perusahaan dapat mengetahui atribut-atribut pelayanan apa saja yang harus ditingkatkan oleh perusahaan. Dengan demikian pihak penyedia jasa dapat menentukan langkah yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga strategi *Costumer Relationship Management* dapat berjalan seperti yang diinginkan.

Banyak peneliti yang pernah menggunakan salah satu metode ini (metode *servqual* maupun IPA) maupun ada yang pernah menggunakan kedua metode ini, namun kebanyakan dari peneliti

hanya menganalisa kualitas pelayanan saja dan banyaknya studi kasus dalam bidang perbankan dan rumah sakit padahal masih banyak industri yang memberikan produk/jasa menyangkut kualitas pelayanannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan analisa dan usulan perbaikan/peningkatan terhadap *Total Quality Service* dari pelayanan Anonimus. Langkah awal dari penelitian ini adalah melakukan analisa terhadap adanya kesenjangan/gap yang disebabkan karena adanya perbedaan-perbedaan persepsi dan harapan terhadap layanan/produk jasa yang diberikan perusahaan. Analisa ini dilakukan dengan menggunakan Metode *Servqual* (*Service Quality*).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif; yaitu metode penelitian yang bersifat induktif, obyektif dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka – angka (score, nilai) atau pernyataan – pernyataan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistic.

Penentuan Jumlah Sampel

Sebelum melakukan pengumpulan data terlebih dahulu harus di tentukan sampel yang akan di teliti. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki populasi. Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian atau obyek yang diteliti (Natoatmodjo, 2010). Kesimpulan akan sampel itu akan di berlakukan untuk populasi. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul respresentatif. Artinya, jumlah sampel yang di tentukan harus dapat mewakili populasi yang ada, jumlah sampel untuk konsumen yang diberikan kuisisioner ditentukan dengan

metode accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan apabila peneliti merasa orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber (Setiadi, 2007). Accidental sampling pada penelitian ini sebanyak 70 konsumen. Untuk mendapatkan data yang cukup Peneliti melakukan uji kecukupan data menggunakan rumus yang dikemukakan (Supranto, 1992).

Pengumpulan Data

Jenis alat pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian harus diuraikan dengan jelas, seperti melalui pengamatan partisipatif, pembuatan jurnal harian, observasi aktivitas, penggambaran interaksi (analisis sosiometrik), dan sebagainya. Adapun beberapa alat yang dapat dipakai untuk membantu dalam penelitian,yaitu :

1. Observasi Observasi merupakan metode yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung ke obyek penelitian untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan secara aktual.
2. Wawancara Wawancara adalah tanya jawab antara pewawancara dengan yang diwawancara untuk meminta keterangan atau pendapat mengenai suatu hal. Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara lisan kepada subyek yang diteliti. Wawancara memiliki sifat yang luwes, pertanyaan yang diberikan dapat disesuaikan dengan subyek, sehingga segala sesuatu yang ingin diungkap dapat digali dengan baik. Ada dua jenis wawancara berstruktur dan tidak berstruktur. Dalam wawancara berstruktur, pertanyaan dan alternatif jawaban yang diberikan kepada subyek telah ditetapkan terlebih dahulu oleh pewawancara. Wawancara tidak berstruktur bersifat informal. Pertanyaan tentang pandangan, sikap, keyakinan

subyek, atau keterangan lainnya dapat diajukan secara bebas kepada subyek.

3. **Kuisisioner** Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara membuat sejumlah pertanyaan tertulis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Kontak langsung dengan para subyek yang diperlukan dalam wawancara memakan waktu yang lama, tenaga, dan biayanya. Banyak informasi yang dapat dikumpulkan dengan perantara daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subyek yang diteliti. Kuisisioner ada dua macam kuisisioner berstruktur atau bentuk tertutup dan kuisisioner tidak berstruktur atau terbuka. Kuisisioner berstruktur berisi pertanyaan yang disertai dengan pilihan jawaban. Kuisisioner tak berstruktur pertanyaan tidak disertai dengan jawaban. Kuisisioner tentang tingkat kinerja Anonimus, harapan pelanggan, dapat dilihat pada lampiran.

Teknik Pengujian Instrumen

Uji Validitas

Dalam penelitian kali ini digunakan software SPSS 16.0 untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas. Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak di ukur.

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Semakin tinggi suatu validitas variabel maka tes tersebut akan mengenai sasarannya (valid). Uji validitas penelitian harus diukur untuk menjamin didapatnya

data yang benar-benar menggambarkan fenomena yang ingin diukur.

Item Instrumen dianggap valid jika lebih besar dari 0,3 atau bisa juga dengan membandingkannya dengan r tabel, jika r hitung $>$ r tabel maka valid. Hal ini berarti bahwa pernyataan-pernyataan tersebut memiliki validitas konstruk atau terdapat konsistensi internal dalam pernyataan-pernyataan tersebut. Konsistensi internal adalah pernyataan-pernyataan tersebut mengukur aspek yang sama. Korelasi yang negatif menunjukkan bahwa pernyataan tersebut bertentangan dengan pernyataan lainnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuisisioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah diatas 0.6.

Pengukuran validitas dan reliabilitas mutlak dilakukan, karena jika instrumen yang digunakan sudah tidak valid dan reliable maka dipastikan hasil penelitiannya pun tidak akan valid dan reliable. Perbedaan antara penelitian yang valid dan reliable dengan instrumen yang valid dan reliable sebagai berikut :

Penelitian yang valid artinya bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Artinya, jika objek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid. Sedangkan penelitian yang reliable bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

Teknik analisis data

Pada penelitian ini analisis data peneliti menggunakan dua metode yaitu Metode servqual dan Metode Importance-Performance Analisis (IPA)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pengolahan Data

Profil Perusahaan

Anonimus mempunyai satu masa bangunan yang terdiri dari dua lapangan rumput sintetis, area parkir, ruang tunggu pemain, dua kamar mandi dan dua ruang ganti pemain. Adapun tarif untuk bermain di Anonimus pada hari – hari biasa yaitu pada jam 08.00 s/d 15.00 WIB sebesar Rp. 60.000/Jam dan pada jam 15.00 s/d 24.00 WIB sebesar Rp. 120.000/Jam. Pada hari libur dan hari besar nasional akan mendapat diskon sebesar 10%.

Terdapat dua shift bagi karyawan Anonimus yaitu shift 1 (08.00 s/d 16.00 WIB) dan shift 2 (6.00 s/d 24.00 WIB) dengan jumlah karyawan tujuh orang per shift nya yang terdiri dari dua orang teller, dua orang petugas lapangan, dan tiga orang petugas parkir.

Identifikasi Kebutuhan Pelanggan

Setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuisioner yang digunakan, tahapan selanjutnya dari penelitian ini adalah menentukan Gap Skor dari hasil jawaban terhadap kuisioner yang telah di sebarakan untuk menentukan apakah kualitas pelayanan yang di berikan sudah memenuhi kebutuhan pelanggan.

Identifikasi kebutuhan pelanggan ini dilakukan untuk mengetahui tingkat prioritas kebutuhan pelanggan inginkan dari pelayanan yang pihak Anonimus berikan, prioritas keinginan pelanggan ini akan dijadikan tolok ukur perusahaan

dalam meningkatkan service quality. Dalam identifikasi kebutuhan pelanggan ini akan dihitung seberapa besar kesenjangan/GAP yang terjadi. GAP dapat dihitung dengan menjumlahkan bobot skor hasil jawaban responden baik atribut harapan/kepentingan maupun atribut kinerja/kepuasan dibagi dengan jumlah responden. Sebagai contoh untuk atribut 1 harapan/kepentingan (Y) responden memilih jawaban 5 (sangat penting) sebanyak 68 orang, jawaban 4 (penting) sebanyak 1 orang, jawaban 3 (cukup penting) sebanyak 1 orang, jawaban 2 (kurang penting) dan 1 (tidak penting) tidak ada yang menjawab, jadi bobot skornya adalah sebagai berikut :

$$= \frac{(68 \times 5) + (1 \times 4) + (1 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)}{70}$$

$$= 4,96$$

untuk atribut 1 kinerja/kepuasan (X) responden memilih jawaban 5 (sangat penting) sebanyak 25 orang, jawaban 4 (penting) sebanyak 32 orang, jawaban 3 (cukup penting) sebanyak 6 orang, jawaban 2 (kurang penting) sebanyak 2 orang dan 1 (tidak penting) sebanyak 5 orang, jadi bobot skornya adalah sebagai berikut:

$$= \frac{(25 \times 5) + (32 \times 4) + (3 \times 3) + (6 \times 2) + (5 \times 1)}{70}$$

$$= 4,00$$

Maka $GAP = X - Y = 4,00 - 4,96 = -0,96$
Hasil bobot skor atribut seterusnya dan GAP dapat dilihat pada Tabel 1.

Dari hasil identifikasi GAP kebutuhan pelanggan pada Tabel 1 tersebut, maka dapat dibuat rangking GAP. Hasil rekap rangking GAP dimensi servqual dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Identifikasi GAP Kebutuhan Pelanggan

No	Atribut	GAP		
		Harapan	Kinerja	Gap
Tangible (bukti langsung)				
1	Tempat Parkir yang Nyaman	4,96	4,00	-0,96
2	Adanya Fasilitas Pendukung (WC, TV, P3K,Mushola, Minuman Gratis)	4,89	4,11	-0,77
3	Kondisi Lapangan Yang Baik (Rumput sintetis,Gawang, Bola, Jaring)	4,90	3,51	-1,39
4	Kondisi Ruang Tunggu Nyaman dan Bersih	4,51	3,09	-1,43
5	Tingkat Pencahayaan yang baik	4,49	4,69	-0,20
	Adanya Jarak yang cukup antara area permainan dengan tembok	4,91	4,03	-0,89
7	Adanya Kantin yang nyaman	4,74	4,17	-0,57
8	Sirkulasi Udara yang baik	4,80	4,59	-0,21
9	Menyelenggarakan Turnamen	4,80	4,14	-1,66
Mean		4,78	3,93	-0,85
Reliability (kehandalan)				
10	Tersedianya Informasi Yang jelas Tentang Jadwal Pemesanan Lapangan	4,97	3,90	-1,07
11	Ketersediaan Wasit	4,63	3,64	-0,99
12	Ketersediaan karyawan yang cukup dari pihak Adam Futsal	4,67	3,03	-0,64
13	Kecepatan Memberikan Informasi Kepada Pelanggan	4,99	3,80	-1,19
14	Kecekatan Pegawai Dalam Melayani Pelanggan	4,53	3,56	-0,97
Mean		4,76	3,79	-0,97
Responsiveness (daya tanggap)				
15	Pihak Anonimus mampu cepat tanggap menghadapi masalah yang timbul	4,50	3,31	-1,19
16	Kemudahan Memperoleh Informasi Jam Kosong Yang Bisa di pesan	4,47	3,71	-0,76
17	Harga Sewa Lapangan Murah dan sistem Pembayaran Mudah dan Cepat	4,34	3,86	-1,49
Mean		4,44	3,30	-1,14
Assurance (jaminan)				
18	Jaminan Keamanan Barang - Barang Pelanggan di loker Room	4,96	3,37	-1,59
19	Jaminan Keamanan Kendaraan Pelanggan	4,99	3,83	-1,16
20	Jaminan Alat Permainan Aman Untuk di gunakan	4,91	3,36	-1,56
Mean		4,95	3,52	-1,43
Emphaty (empati)				
21	Adil Dalam Pelayanan	4,89	3,64	-1,24
22	Pelayanan yang Ramah dan Sopan Dari Para Pegawai Anonimus	4,90	3,97	-0,93
23	Adanya Paket Harga bagi Member Tetap	4,94	3,79	-1,16
24	Waktu Tenggat Antar Shift Permainan Yang Baik	4,86	3,69	-1,17
Mean		4,90	3,77	-1,12

Tabel 2. Rangkang GAP dimensi servqual

No	Atribut	Rangking Gap	Nilai Gap
1	Menyelenggarakan Turnamen	1	-1,66
2	Jaminan Keamanan Barang - Barang Pelanggan di loker Room	2	-1,59
3	Jaminan Alat Permainan Aman Untuk di gunakan	3	-1,56
4	Harga Sewa Lapangan Murah dan system Pembayaran Mudah & Cepat	4	-1,49
5	Kondisi Ruang Tunggu Nyaman dan Bersih	5	-1,43
6	Kondisi Lapangan Yang Baik (Rumput sintetis, Gawang, Bola, Jaring)	6	-1,39
7	Adil Dalam Pelayanan	7	-1,24

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN INDUSTRI JASA OLAH RAGA

8	Kecepatan Memberikan Informasi Kepada Pelanggan	8	-1,19
9	Pihak Anonimus mampu cepat tanggap dlm menghadapi permasalahan	9	-1,19
10	Waktu Tenggat Antar Shift Permainan Yang Baik	10	-1,17
11	Jaminan Keamanan Kendaraan Pelanggan	11	-1,16
12	Adanya Paket Harga bagi Member Tetap	12	-1,16
13	Tersedianya Informasi Yang jelas Tentang Jadwal Pemesanan Lapangan	13	-1,07
14	Ketersediaan Wasit	14	-0,99
15	Kecekatan Pegawai Dalam Melayani Pelanggan	15	-0,97
16	Tempat Parkir yang Nyaman	16	-0,96
17	Pelayanan yang Ramah dan Sopan Dari Para Pegawai Anonimus	17	-0,93
18	Adanya Jarak yang cukup antara area permainan dengan tembok	18	-0,89
19	Adanya Fasilitas Pendukung (WC, TV, P3K, Mushola, Minuman Gratis	19	-0,77
20	Kemudahan Memperoleh Informasi Tentang Jam Kosong yg Bisa Dipesan	20	-0,76
21	Ketersediaan karyawan yang cukup dari pihak Anonimus	21	-0,64
22	Adanya Kantin yang nyaman	22	-0,57
23	Sirkulasi Udara yang baik	23	-0,21
24	Tingkat Pencahayaan yang baik	24	-0,20

Kualitas layanan Tiap Dimensi

Untuk menganalisis kualitas layanan yang telah diberikan pihak perusahaan maka digunakan rumus (Besterfield, 1998)

dalam (Dorothea, 2003) yaitu : Kualitas Layanan (Q)=Penilaian (Kepuasan) Harapan (Kepentingan) Jika $Q \geq 1$, maka kualitas pelayanan dikatakan baik,

Tabel 3. Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi

No	Dimensi	Harapan (E)	Kinerja (P)	GAP	Q=P/E
1	<i>Tangible</i>	4.78	3.93	-0.85	0.8215947
2	<i>Realibility</i>	4.76	3.79	-0.95	0.7057958
3	<i>Responsiveness</i>	4.44	3.30	-1.14	0.7424893
4	<i>Assurance</i>	4.95	3.52	-1.43	0.7105769
5	<i>Emphaty</i>	4.90	3.77	-1.12	0.7702733
Mean		4.76	3.66	-0.983	0.7681460

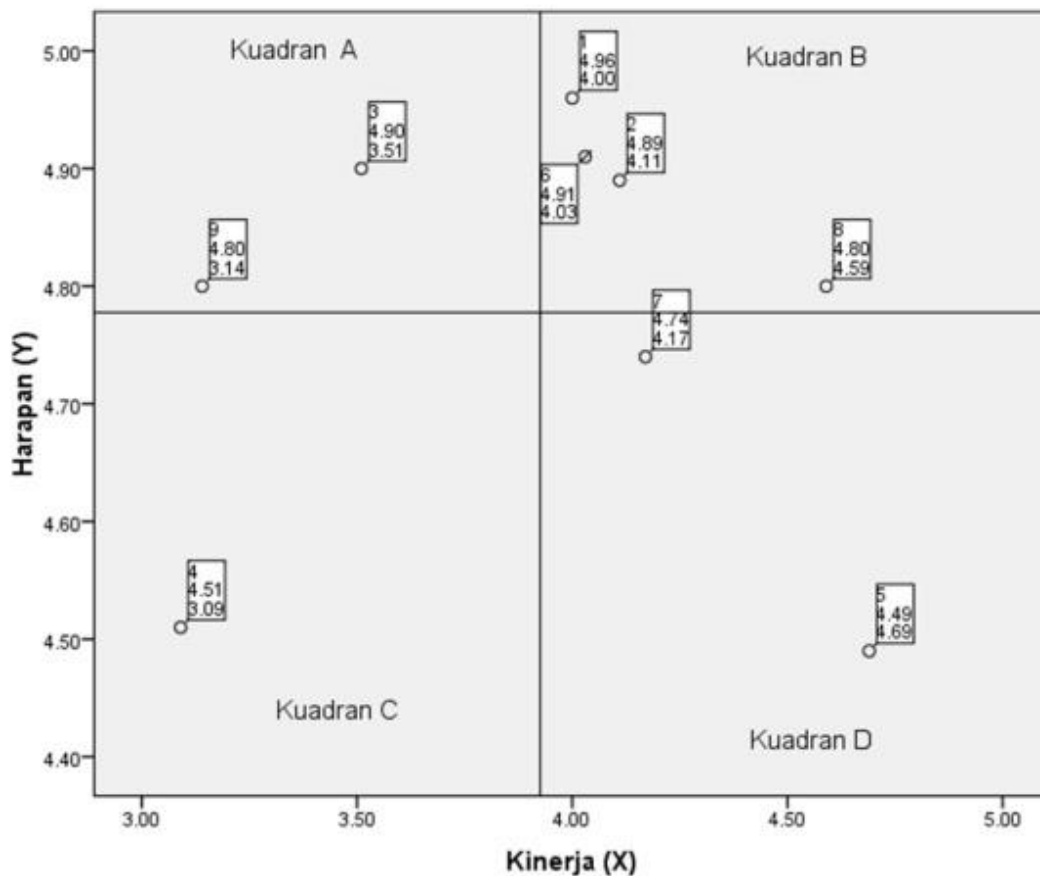
Diagram Kartesius

Diagram kartesius untuk tiap atribut dalam tiap dimensi pada Anonimus dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Bukti langsung (*Tangible*)

Tabel 4. Kualitas Pelayanan pada Dimensi Tangible

No	<i>Tangible</i> (bukti langsung)	Harapan	Kinerja
1	Tempat Parkir yang Nyaman	4.96	4.00
2	Adanya Fasilitas Pendukung (WC, TV, P3K, Mushola, Minuman Gratis)	4.89	4.11
3	Kondisi Lapangan Yang Baik (Rumput sintetis,Gawang, Bola, Jaring)	4.9	3.51
4	Kondisi Ruang Tunggu Nyaman dan Bersih	4.51	3.09
5	Tingkat Pencahayaan yang baik	4.49	4.69
6	Adanya Jarak yang cukup antara area permainan dengan tembok	4.91	4.03
7	Adanya Kantin yang nyaman	4.74	4.17
8	Sirkulasi Udara yang baik	4.8	4.59
9	Menyelenggarakan Turnamen	4.8	3.14
Mean		4.70911	3.63722

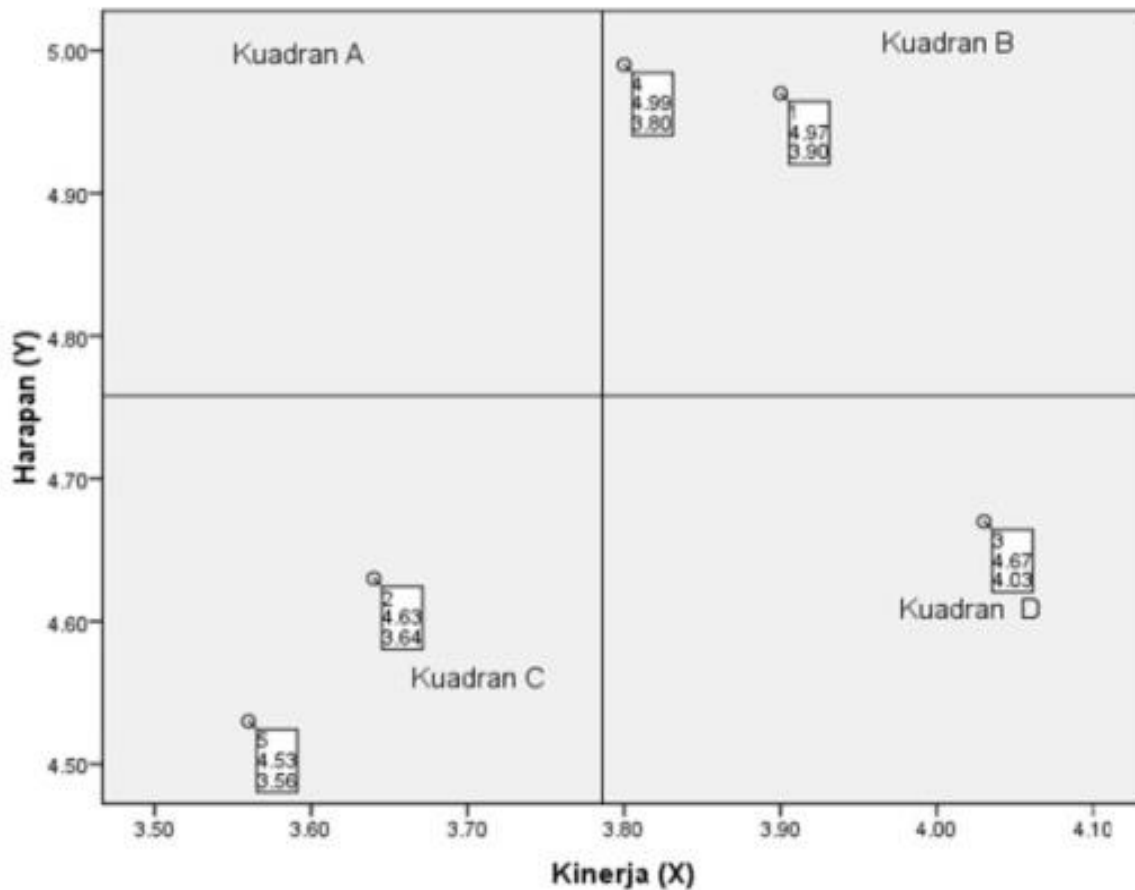


Gambar 1 Diagram Kartesius Dimensi Tangible

b. Kehandalan (Reliability)

Tabel 5. Kualitas Pelayanan pada dimensi Kehandalan (Reliability)

No	Reliability (kehandalan)	Harapan	Kinerja
1	Tersedianya Informasi Yang jelas Tentang Jadwal Pemesanan Lapangan	4.97	3.90
2	Ketersediaan Wasit	4.63	3.64
3	Ketersediaan karyawan yang cukup dari pihak Anonimus	4.67	4.03
4	Kecepatan Memberikan Informasi Kepada Pelanggan	4.99	3.80
5	Kecekatan Pegawai Dalam Melayani Pelanggan	4.53	3.56
<i>Mean</i>		4.76	3.79

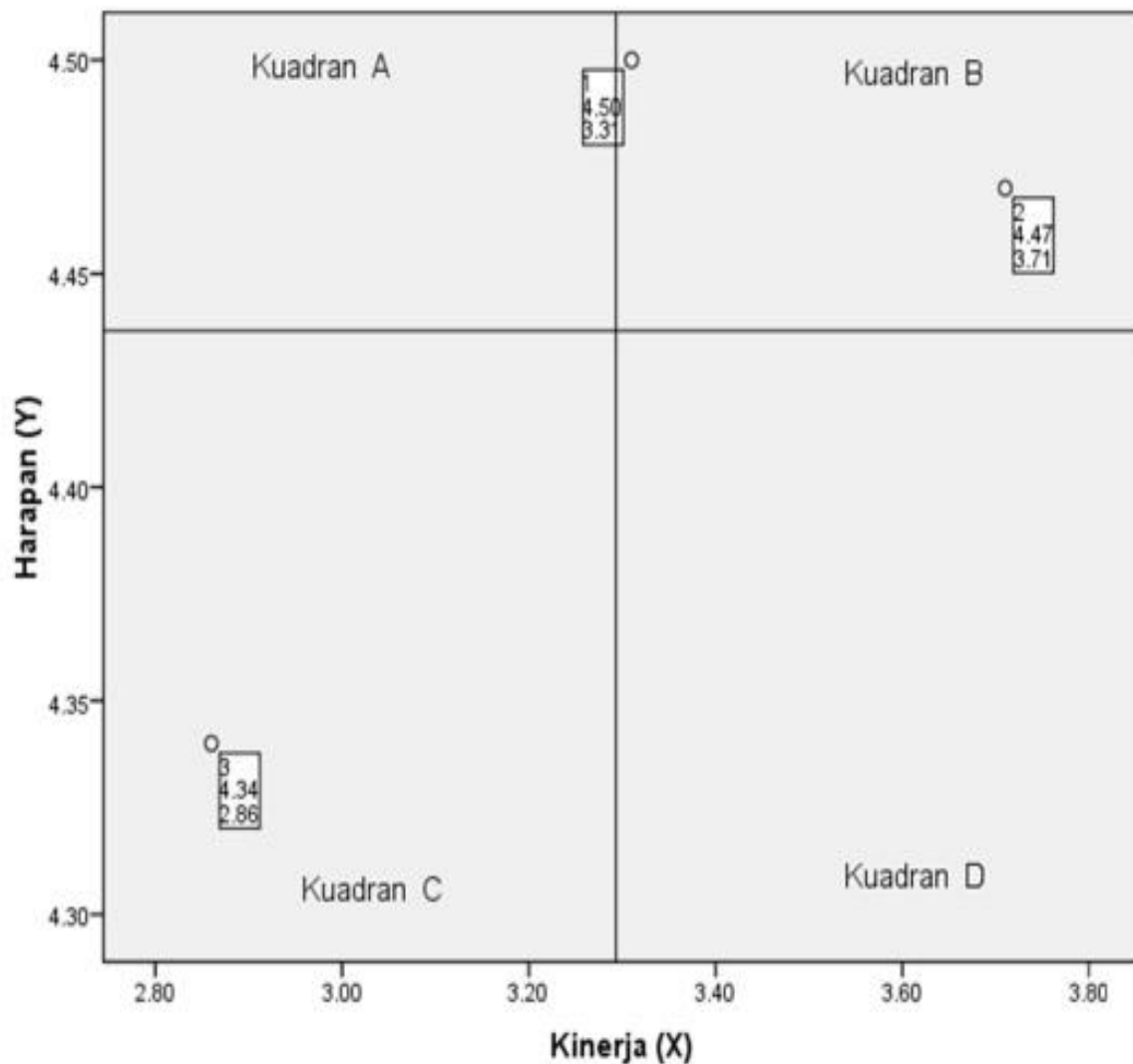


Gambar 2 Diagram Kartesius Kehandalan (Reliability)

c. Daya Tanggap (Responsiveness)

Tabel 6. Kualitas Pelayanan pada dimensi Daya Tanggap (Responsiveness)

No	Responsiveness (daya tanggap)	Harapan	Kinerja
1	Pihak Anonimus mampu cepat tanggap menghadapi permasalahan yang timbul	4.50	3.31
2	Kemudahan Untuk Memperoleh Informasi Tentang Jam Kosong Yang Bisa di pesan	4.47	3.71
3	Harga Sewa Lapangan yang Murah dan sistem Pembayaran Mudah dan Cepat	4.34	2.86
Mean		4.44	3.30



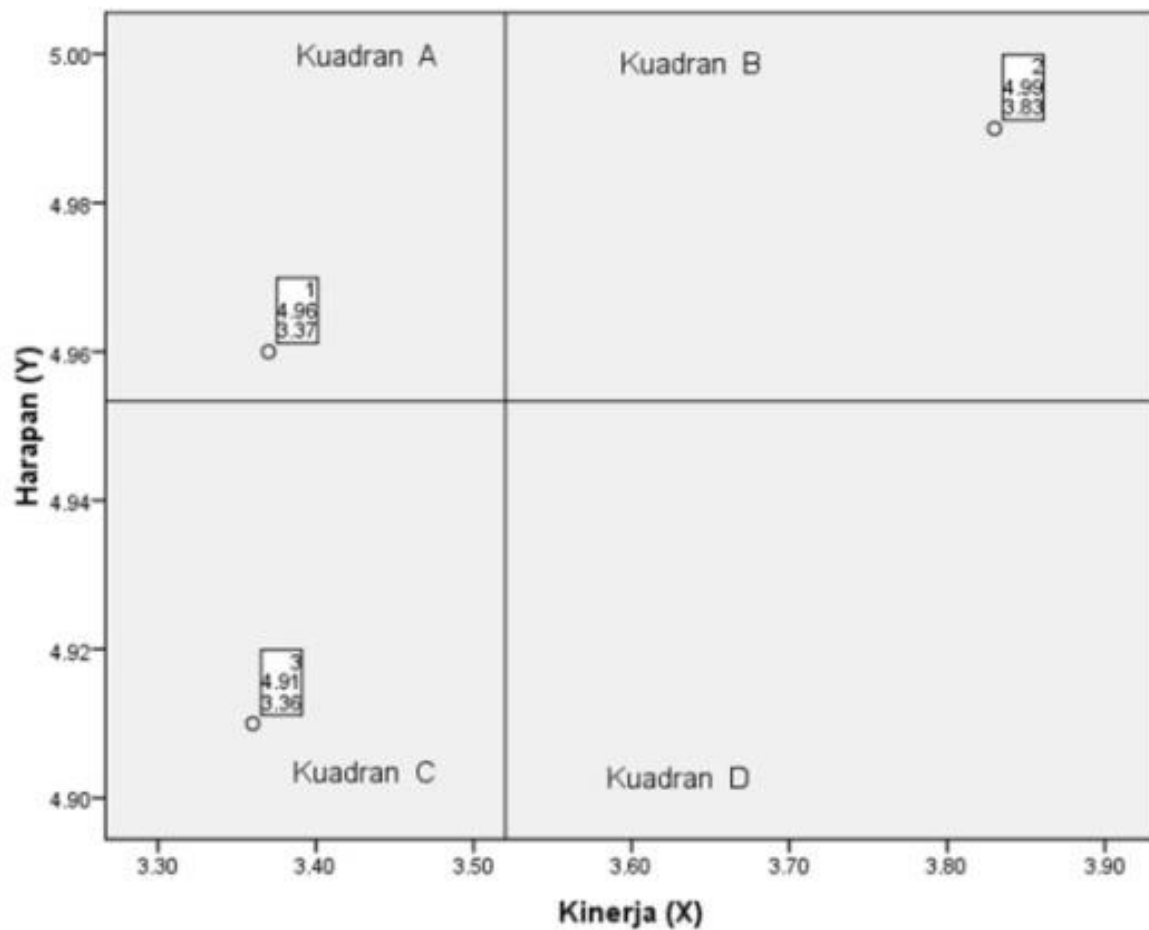
Gambar 3 Diagram Kartesius Daya Tanggap (Responsiveness)

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN INDUSTRI JASA OLAH RAGA

d. Jaminan (Assurance)

Tabel 7. Kualitas Pelayanan pada dimensi Jaminan (Assurance)

No	Assurance (Jaminan)	Harapan	Kinerja
1	Jaminan Keamanan Barang - Barang Pelanggan di locker Room	4.96	3.37
2	Jaminan Keamanan Kendaraan Pelanggan	4.99	3.83
3	Jaminan Alat Permainan Aman Untuk di gunakan	4.91	3.36
Mean		4.95	3.52

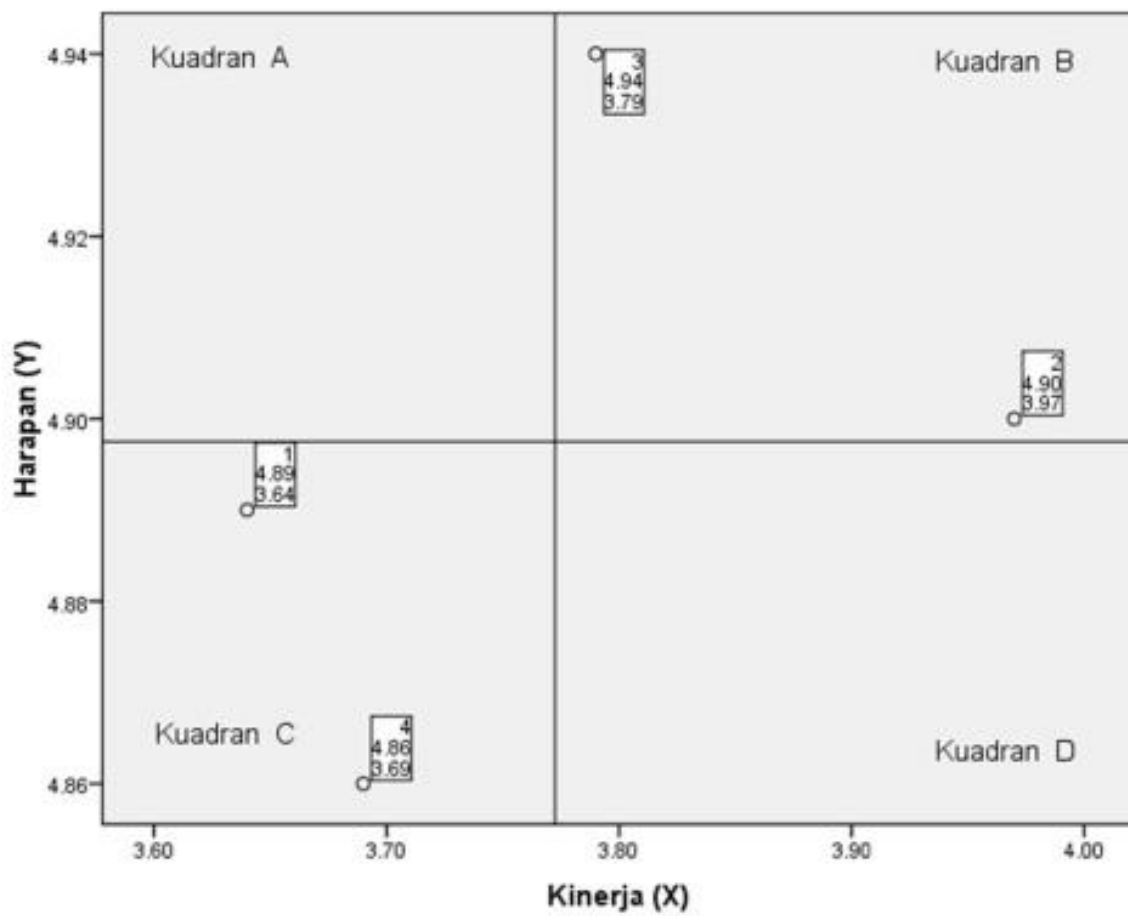


Gambar 4 Diagram Kartesius Jaminan (Assurance)

e. Empati (Emphaty)

Tabel 8. Kualitas Pelayanan pada Dimensi Empati (Emphaty)

No	Emphaty (Empati)	Harapan	Kinerja
1	Adil Dalam Pelayanan	4.89	3.64
2	Pelayanan yang Ramah dan Sopan Dari Para Pegawai Anonimus	4.90	3.97
3	Adanya Paket Harga bagi Member Tetap	4.94	3.79
4	Waktu Tenggat Antar Shift Permainan Yang Baik	4.86	3.69
Mean		4.90	3.77



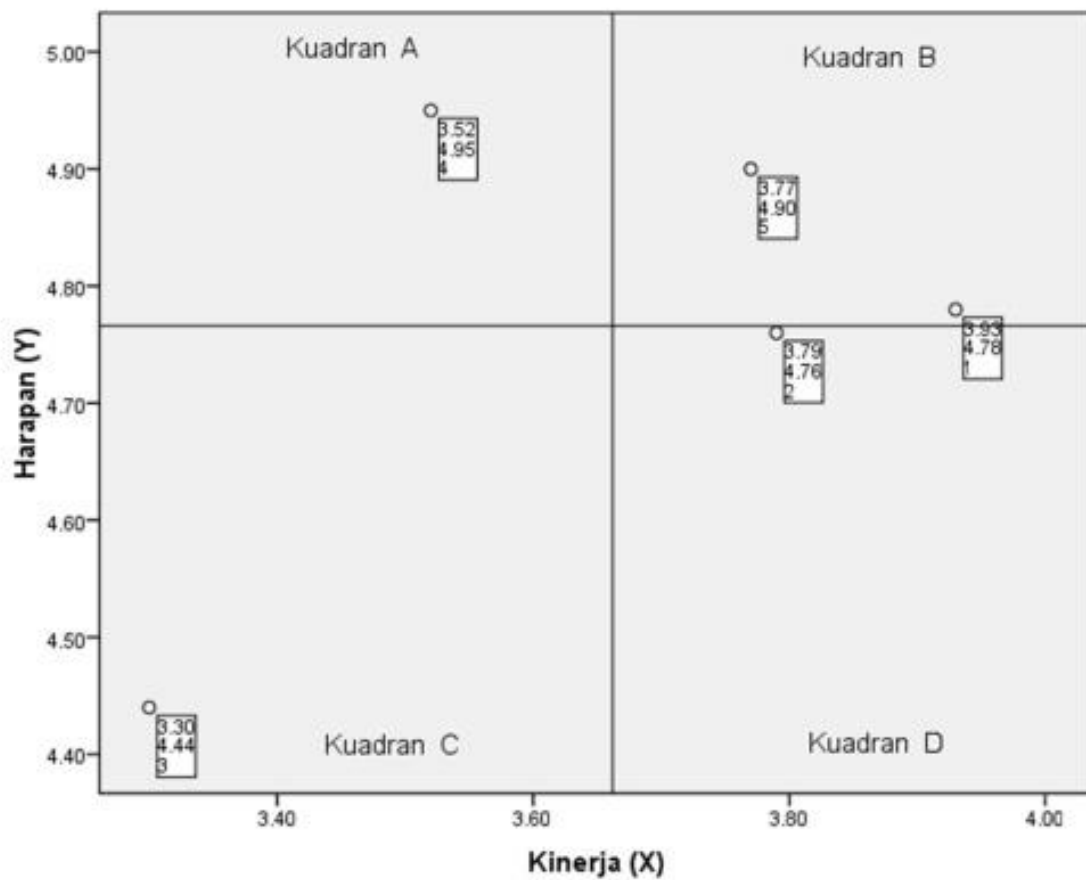
Gambar 5 Diagram Kartesius Empati (Emphaty)

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN INDUSTRI JASA OLAH RAGA

Dari diagram kartesius diatas maka dapat dibuat diagram kartesius untuk semua dimensi layanan. Gambar 6 akan menggambarkan diagram kartesius untuk semua dimensi layanan.

Tabel 9. Kualitas Pelayanan pada Semua Dimensi Layanan

No	Dimensi	Harapan (E)	Kinerja (P)
1	<i>Tangible</i>	4.78	3.93
2	<i>Realibility</i>	4.76	3.79
3	<i>Responsiveness</i>	4.44	3.30
4	<i>Assurance</i>	4.95	3.52
5	<i>Emphaty</i>	4.90	3.77
Mean		4.76	3.66



Gambar 6 Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan

Pembahasan

Service Quality

Pada bab ini akan dianalisis hasil pengolahan data. Analisis terdiri dari analisis kualitas pelayanan dengan metode servqual dan analisis preferensi pelanggan dengan pihak Anonimus. Dalam penelitian ini, dimensi-dimensi yang terkait dalam kualitas layanan suatu perusahaan adalah dimensi fisik (*tangible*), dimensi kehandalan (*reliability*), dimensi daya tanggap (*responsiveness*), dimensi jaminan (*assurance*) dan dimensi empati (*emphaty*). Hasil perhitungan mengenai kualitas pelayanan tiap – tiap atribut dapat dilihat pada tabel 4.4.

Dalam tabel 4.4 tersebut memperlihatkan bahwa skor rata-rata untuk harapan pada dimensi *tangible* adalah sebesar 4,78 lebih besar dibanding dengan skor kinerja yang sebesar 3,93 dan terjadi gap/kesenjangan sebesar -0,85 dari nilai GAP maksimal sebesar -5. Pada dimensi *reliability*, skor rata-rata untuk harapan adalah 4,76 lebih besar dibanding dengan skor kinerja yang sebesar 3,79 dan terjadi gap/kesenjangan sebesar -0,97 dari nilai GAP maksimal sebesar -5. Pada dimensi *responsiveness*, skor rata – rata untuk harapan adalah 4,44 lebih besar dibanding dengan skor kinerja yang sebesar 3,30 dari nilai GAP maksimal sebesar -5 dan terjadi gap/kesenjangan sebesar -1,14 dari nilai GAP maksimal sebesar -5. Pada dimensi *assurance*, skor rata – rata untuk harapan adalah 4,95 lebih besar dibanding dengan skor kinerja yang sebesar 3,52 dan terjadi gap/kesenjangan sebesar -1,43 dari nilai GAP maksimal sebesar -5. Pada dimensi *emphaty*, skor rata –rata untuk harapan adalah 4,90 lebih besar dibanding dengan skor kinerja yang sebesar 3,77 dan terjadi gap/kesenjangan sebesar -1,12 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.

Terjadinya gap/kesenjangan ini menunjukkan bahwa pelayanan Anonimus terhadap pelanggannya belum sepenuhnya memenuhi harapan. Hal ini juga ditunjukkan dengan nilai kualitas pelayanan yang diberikan Anonimus. Pada tabel 4.6 dapat dilihat nilai kualitas pelayanan yang diberikan pihak Anonimus kepada pelanggannya. Pada dimensi *tangible* nilai kualitas pelayanannya (Q) adalah sebesar 0,8215947, pada dimensi *reliability* nilai kualitas pelayanannya (Q) adalah sebesar 0,7957958, pada dimensi *responsiveness* nilai kualitas pelayanannya (Q) adalah sebesar 0,7424893, Pada dimensi *assurance* nilai kualitas pelayanannya (Q) adalah sebesar 0,7105769, Pada dimensi *emphaty* nilai kualitas pelayanannya (Q) adalah sebesar 0,7702733. Sedangkan rata – rata kualitas pelayanan (Q) tiap dimensi nya adalah sebesar 0,7681460. Berdasarkan data tersebut maka secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Anonimus belum memenuhi harapan pelanggan, karena masih terdapat gap/kesenjangan dan rata-rata nilai kualitas pelayanannya (Q) ≤ 1 , yaitu sebesar 0,7681460.

Diagram Kartesius

Analisis diagram kartesius ini merupakan suatu diagram yang dibagi kedalam empat kuadran yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan dalam melakukan evaluasi kualitas pelayanan berdasarkan tingkat kenyataan dan harapan pelanggan. Pada analisis tingkat kepentingan, dilakukan pembagian menjadi empat kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Kuadran A mempunyai tingkat kepentingan sangat penting (Prioritas Utama), kuadran B mempunyai tingkat kepentingan penting (Prioritas Kedua), kuadran C mempunyai tingkat kepentingan

kurang penting (Prioritas Rendah) dan kuadran D mempunyai tingkat kepentingan tidak terlalu penting (Prioritas sangat Rendah). Hasil diagram kartesius untuk tiap dimensi kualitas layanan adalah sebagai berikut :

1. Kuadran A

Dari hasil pengolahan data, variabel-variabel pernyataan yang masuk kedalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Dimensi tangible Pada dimensi ini yang masuk pada kuadran A yaitu nomor 3 yaitu Kondisi lapangan yang baik (rumput sintetis, gawang, bola, jaring) dari pihak Anonimus dengan nilai gap sebesar -1,39 dari nilai GAP maksimal sebesar -5 dan atribut nomor 9 yaitu Menyelenggarakan turnamen, dengan nilai gap sebesar 1,66 dari nilai GAP maksimal sebesar -5. Sehingga pada dimensi ini dua atribut ini yang mempunyai tingkat kepentingan sangat penting (Prioritas Utama) bagi pelanggan.
- b. Dimensi reliability Pada dimensi ini tidak ada atribut yang masuk pada kuadran A. Sehingga pada dimensi ini tidak ada atribut yang mempunyai tingkat kepentingan Sangat penting atau yang menjadi prioritas utama bagi pelanggan.
- c. Dimensi responsiveness Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomor 1 yaitu Pihak Anonimus mampu untuk cepat tanggap dalam menghadapi permasalahan yang timbul, dengan nilai gap sebesar -1,19 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.
- d. Dimensi assurance Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomor 1 yaitu Jaminan Keamanan Barang - Barang Pelanggan di loker Room, dengan nilai gap sebesar -1,59 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.

- e. Dimensi empathy Pada dimensi ini tidak ada atribut yang masuk pada kuadran A. Sehingga pada dimensi ini tidak ada atribut yang mempunyai tingkat kepentingan Sangat penting atau yang menjadi prioritas utama bagi pelanggan.

2. Kuadran B

Dari hasil pengolahan data, variabel-variabel pernyataan yang masuk kedalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Dimensi tangible Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomor 1 yaitu Tempat Parkir yang Nyaman dengan nilai gap sebesar -0,96 dari nilai GAP maksimal sebesar -5, atribut nomor 2 yaitu adanya fasilitas pendukung (WC, TV, P3K, mushola, minuman gratis) dengan nilai gap sebesar -0,77 dari nilai GAP maksimal sebesar -5, atribut nomor 6 yaitu Adanya Jarak yang cukup antara area permainan dengan tembok dengan nilai gap sebesar -0,89 dari nilai GAP maksimal sebesar -5, atribut nomor 7 yaitu Adanya Kantin yang nyaman dengan nilai gap sebesar -0,57 dari nilai GAP maksimal sebesar -5, dan atribut nomor 8 yaitu Sirkulasi Udara yang baik, dengan nilai gap sebesar -0,21 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.
- b. Dimensi reliability Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomor 1 yaitu Tersedianya Informasi Yang jelas Tentang Jadwal Pemesanan Lapangan dengan nilai gap sebesar -1,07 dari nilai GAP maksimal sebesar -5 dan atribut nomor 4 yaitu Kecepatan Memberikan Informasi Kepada Pelanggan dengan nilai gap sebesar -1,19 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.
- c. Dimensi responsiveness Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomor 2 yaitu Kemudahan Untuk

Memperoleh Informasi Tentang Jam Kosong Yang Bisa di pesan dengan nilai gap sebesar -0,76 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.

- d. Dimensi assurance Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomer 2 yaitu Jaminan Keamanan Kendaraan Pelanggan dengan nilai gap sebesar -1,16 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.
- e. Dimensi emphaty Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomer 2 yaitu Pelayanan yang Ramah dan Sopan Dari Para Pegawai Anonimus dengan nilai gap sebesar -0,93 dari nilai GAP maksimal sebesar -5, dan atribut nomer 3 yaitu Adanya Paket Harga bagi Member Tetap dengan nilai gap sebesar -1,16 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.

3. Kuadran C

Dari hasil pengolahan data, variabel-variabel pernyataan yang masuk kedalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Dimensi tangible Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomer 4 yaitu Kondisi Ruang Tunggu Nyaman dan Bersih nilai gap sebesar -1,43 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.
- b. Dimensi reliability Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomer 2 yaitu ketersediaan wasit dengan nilai gap sebesar -0,99 dari nilai GAP maksimal sebesar -5, dan atribut nomer 5 yaitu Kecekatan Pegawai Dalam Melayani Pelanggan dengan nilai gap sebesar -0,97 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.
- c. Dimensi responsiveness Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomor 3 yaitu Harga Sewa Lapangan yang Murah dan sistem Pembayaran yang Mudah dan Cepat

dengan nilai gap sebesar -1,49 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.

- d. Dimensi assurance Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomer 3 yaitu Jaminan Alat Permainan Aman Untuk di gunakan dengan nilai gap sebesar -1,56 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.
- e. Dimensi emphaty Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomer 1 yaitu Adil Dalam Pelayanan dengan nilai gap sebesar -1,24 dari nilai GAP maksimal sebesar -5 dan atribut nomer 4 yaitu Waktu Tenggat Antar Shift Permainan Yang Baik dengan nilai gap sebesar -1,17 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.

4. Kuadran D Dari hasil pengolahan data, variabel-variabel pernyataan yang masuk kedalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Dimensi Tangible Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomer 5 yaitu Tingkat Pencahayaan yang baik dengan nilai gap sebesar -0,20 dari nilai GAP maksimal sebesar -5 atribut nomer 7 yaitu Adanya Kantin yang nyaman dengan nilai gap sebesar -0,57 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.
- b. Dimensi reliability Pada dimensi yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut nomer 3 yaitu Ketersediaan karyawan yang cukup dari pihak Anonimus dengan nilai gap sebesar -0,64 dari nilai GAP maksimal sebesar -5.
- c. Dimensi responsiveness Pada dimensi ini tidak ada atribut yang masuk pada kuadran D. Sehingga pada dimensi ini tidak ada atribut yang mempunyai tingkat kepentingan tidak terlalu penting (Prioritas sangat Rendah).bagi pelanggan.

- d. Dimensi assurance Pada dimensi ini tidak ada atribut yang masuk pada kuadran D. Sehingga pada dimensi ini tidak ada atribut yang mempunyai tingkat kepentingan tidak terlalu penting (Prioritas sangat Rendah). bagi pelanggan.
- e. Dimensi empathy Pada dimensi ini tidak ada atribut yang masuk pada kuadran D. Sehingga pada dimensi ini tidak ada atribut yang mempunyai tingkat kepentingan tidak terlalu penting (Prioritas sangat Rendah). bagi pelanggan.

5. Kualitas Dimensi Semua Layanan

Hasil diagram kartesius untuk kualitas layanan Semua dimensi adalah sebagai berikut :

- a. Kuadran A Dimensi Assurance adalah dimensi yang masuk kedalam kuadran ini dengan nilai kualitas layanan (Q) sebesar 0,7105769. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan mengharapkan dimensi assurance atau jaminan sebagai dimensi yang sangat penting.
- b. Kuadran B Sedangkan dimensi Tangible dan dimensi Emphaty masuk dalam kuadran B yang merupakan tingkat kepentingan penting (Prioritas Kedua) bagi pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari kualitas layanan yang masing-masing sebesar 0,8215947 dan 0,7702733.
- c. Kuadran C Dimensi responsiveness yang mempunyai kualitas layanan sebesar 0,7424893 masuk dalam kuadran ini yang menunjukkan tingkat kepentingan kurang penting (Prioritas Rendah) bagi pelanggan.
- d. Kuadran D Dimensi Realibility adalah dimensi yang masuk dalam kuadran ini yang memiliki kualitas layanan sebesar 0, 7957958 yang menunjukkan bahwa

pelanggan menganggap dimensi ini adalah dimensi yang mempunyai tingkat kepentingan tidak terlalu penting (Prioritas sangat Rendah).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Nilai Kualitas pelayanan setiap dimensi sebagai berikut :

- 1. Berdasarkan metode servqual didapat bahwa kinerja Anonimus yang paling diharapkan pelanggan adalah menyelenggarakan turnamen dengan nilai GAP sebesar -1,66. Namun hal ini bukan berarti suatu prioritas utama yang harus dilakukan perbaikan dan perubahan tetapi hanya menyatakan bahwa hal tersebut adalah nilai GAP tertinggi yang merupakan selisih tertinggi antara harapan pelanggan dan kinerja dari Anonimus.
- 2. Berdasarkan metode Importance Performance Analisis (IPA) didapat bahwa:
 - a. Pada dimensi tangible nilai kualitas pelayanan 0,821594,
 - b. Pada dimensi reliability dengan nilai kualitas pelayanan 0,7957958,
 - c. Pada dimensi responsiveness dengan nilai kualitas pelayanan 0,7424893,
 - d. Pada dimensi assurance dengan nilai kualitas pelayanan 0,7105769,
 - e. Pada dimesi empathy dengan nilai kualitas pelayanan 0,7702733,

Dari semua dimensi didapat nilai kualitas pelayanan rata-rata sebesar 0,7681460. Hal ini menggambarkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Anonimus belum memenuhi harapan pelanggan karena nilai kualitas (Q) yang dihitung ≤ 1 . Pelayanan tersebut sudah cukup baik namun perlu perbaikan dan peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dorothea. 2003. Self-Care Nursing: Selected Papaers of Dorothea Orem. Springer Pub. Co.
- Kotler., P. 1997. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Edisi Bahasa Indonesia. PT Prenhalindo. Jakarta.
- Liu, D. 2002. Web Design Using a Quality Function Development Methodology. University of Nebraska. Lincoln.
- Natoatmodjo, 2010. Metodologi Penelitian Kesehatan. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Setiadi, 2007. Konsep dan Penulisan Riset Keperawatan. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Supranto, J. 1992. Statistik dan Sistem Informasi untuk Pimpinan. Erlangga. Jakarta
- Supranto, J. 1997. Sampling untuk pemeriksaan. UI Press. Jakarta.
- Tjiptono . 2005. Pemasaran Jasa. Bayumedia Pub. Malang
- Yamit, Z. 2002. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Edisi Pertama. Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.
- Zeithmal, A., V. Parasuraman dan L.L. Berry. 1985. Problems and Strategies in Services Marketing. J. of Marketing. Vol. 49 (Spring).