

**USULAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN
BASO TJIA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Gabriella The

NPM : 2015610112



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2020**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Gabriella The
NPM : 2015610112
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : *USULAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN BASO TJIA*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Februari 2020

Ketua Jurusan Teknik Industri

(Romy Loice, S.T., M.T.)

Pembimbing

(Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D)



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Gabriella The

NPM : 2015610112

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

***“USULAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKAKAN
KEPUASAN KONSUMEN BASO TJIA”***

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung,

Gabriella The
2015610112

ABSTRAK

Baso Tjia merupakan usaha makanan yang sedang ramai di kalangan mahasiswa di sekitar Universitas Katolik Parahyangan. Baso Tjia berlokasi di *food court* OBC, Bandung. Usaha makanan ini memiliki produk makanan berupa *rice bowl*. Baso Tjia telah membuka usahanya selama 1 tahun, dimulai pada Januari 2019. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas layanan Baso Tjia dengan harapan dapat mempertahankan kualitas yang sudah baik dan memenuhi ekspektasi pelanggan yang dapat mengantisipasi penurunan baik dalam kepuasan maupun jumlah pelanggan.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode SERVQUAL 5 *Gap* dan beberapa dimensi model DINESERV. Penelitian ini menggunakan kuesioner penelitian yang diisi oleh pelanggan Baso Tjia. Pengukuran kualitas layanan dilakukan dengan memperoleh *Gap* 5. Setelah itu, untuk mengetahui akar masalah yang terjadi digunakan *Gap* 1 sampai *Gap* 4 dari metode SERVQUAL yang dibuat dalam bentuk kuesioner dan diisi oleh manajer dan karyawan Baso Tjia.

Hasil rata-rata *Gap* 5 pada Baso Tjia adalah sebesar -0,7655. Tingkat kepentingan dimensi ditentukan dengan menggunakan perhitungan bobot kepentingan yang nilainya berasal dari para pelanggan Baso Tjia. Tingkat kepentingan dimensi yang pertama adalah *empathy*, diikuti dengan *price and value*, *food quality*, *tangible*, *assurance*, *responsiveness*, *reliability*, dan *convenience*. Pengukuran *Gap* 1 sampai *Gap* 4 dan analisis akan anteseden yang melengkapi hasil dari *Gap* 5 dilakukan untuk memberikan beberapa usulan perbaikan untuk Baso Tjia. Beberapa usulan terkait dimensi *empathy* dan dimensi *tangible* dari kualitas layanan adalah menetapkan standar kualitas pelayanan yang ramah terhadap pelanggan dan standar penampilan pakaian karyawan untuk memberikan kesan yang baik bagi pelanggan.

ABSTRACT

Baso Tjia is a food business that is being crowded with students around Parahyangan Catholic University. Baso Tjia is located in the OBC food court, Bandung. This food has a rice bowl. Baso Tjia has started its business for 1 year, starting in January 2019. This research was conducted to find out the quality of Baso Tjia's services in the hope of maintaining good quality and meeting customer expectations that can support an increase in both satisfaction and number of customers.

This research was conducted using the SERVQUAL 5 Gap method and several dimensions of the DINESERV model. This study uses a Research questionnaire filled out by Baso Tjia customers. Service quality measurement is done by obtaining Gap 5. After that, to find out the root of the problem that occurs Gap 1 to Gap 4 of the SERVQUAL method is made in the form of a questionnaire and filled out by managers and employees of Baso Tjia.

The average yield of Gap 5 on Baso Tjia is -0.7655. The level of importance is determined using the calculation of the weighted interests assessed from Baso Tjia customers. The first level of importance is empathy, followed by price and value, food quality, tangibility, guarantee, responsiveness, reliability, and convenience. Gap 1 to Gap 4 measurements and analysis of antecedents that complement the results of Gap 5 are carried out to provide some improvement for Baso Tjia. Some dimensions are related to empathy and tangible dimensions of service quality that meet customer-friendly quality standards and standards that are in accordance with company needs to make a good impression for customers.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah-Nya yang melimpah dan kasih setia yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Baso Tjia”. Penelitian dilakukan terhadap Restoran Baso Tjia yang terletak di Jalan Ranca Bentang I No. 3A, Ciumbuleuit, Bandung. Penelitian skripsi dilakukan dari bulan Maret 2019 hingga bulan Februari 2020.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Penelitian skripsi dilakukan agar mahasiswa maupun mahasiswi memiliki kemampuan untuk menelaah topik terkait bidang program studi terkait dan untuk memberikan kontribusi dalam rangka meningkatkan efisiensi, produktivitas, kualitas, efektivitas, ataupun utilitas sistem dalam lingkup industri. Penelitian skripsi yang telah dilakukan memberikan banyak pengalaman dan cerita bagi penulis, oleh karena itu penulis secara khusus ingin mengungkapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut.

1. Ibu Catharina Badra Nawangpalupi, S.T., M.Eng.Sc., MTD., Ph.D. selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan banyak masukan dan membimbing penulis dari awal penelitian hingga akhir penyelesaian laporan penelitian skripsi.
2. Ibu Titi Iswari, S.T., MBA., M.Sc. selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan banyak masukan dan membimbing penulis dari awal penelitian hingga akhir penyelesaian laporan skripsi.
3. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen penguji proposal yang telah memberikan banyak masukan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan penelitian skripsi.
4. Bapak Fran Setiawan, S.T., M.Sc. selaku dosen penguji proposal yang telah memberikan banyak masukan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan penelitian skripsi.

5. Ko Robby Hartono sebagai pemilik Baso Tjia dan seluruh karyawan Baso Tjia yang telah memperbolehkan penulis melaksanakan penelitian skripsi hingga selesai.
6. Seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dalam melalui ucapan, perbuatan, dan doa.
7. Teman – teman penulis yang banyak memberikan semangat dan bantuan sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini
8. Semua pihak lain yang telah berjasa dalam membantu seluruh rangkaian penelitian skripsi yang dilakukan penulis.

Akhir kata, penulis meminta maaf bila ada kesalahan yang dilakukan selama penelitian yang dilakukan di Baso Tjia maupun dalam penulisan laporan skripsi ini. Penulis terbuka terhadap setiap kritik dan saran agar bisa berkembang menjadi lebih baik ke depannya. Terima kasih.

Bandung, 16 Februari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-8
I.4 Tujuan Penelitian	I-8
I.5 Manfaat Penelitian	I-9
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-9
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
II.1 Kualitas Pelayanan	II-1
II.2 Harapan dan Persepsi	II-2
II.3 Kepuasan Konsumen.....	II-3
II.4 SERVQUAL	II-4
II.5 DINESERV	II-8
II.6 Populasi.....	II-9
II.7 Sampel	II-10
II.8 Skala Pengukuran.....	II-12
II.9 Uji Validitas.....	II-14
II.10 Uji Reliabilitas	II-15
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
III.1 Identifikasi Atribut Penelitian	III-1
III.2 Penyusunan Kuesioner Penelitian	III-6
III.3 Penentuan Jumlah Sampel dan Penyebaran Kuesioner	III-8

III.4	Grafik Profil Responden	III-8
III.5	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian	III-12
III.5.1	Uji Validitas	III-12
III.5.2	Uji Reliabilitas.....	III-13
III.6	Perhitungan Hasil Kuesioner Menggunakan SERVQUAL	III-13
III.6.1	Perhitungan <i>Gap</i> 5 atau Skor SERVQUAL.....	III-13
III.6.2	Perhitungan Skor SERVQUAL Berbobot per Dimensi	III-16
III.7	Kuesioner Perbaikan Terhadap Atribut.....	III-16

BAB IV ANALISIS DAN PENENTUAN USULAN PERBAIKAN

IV.1	Analisis Kualitas Pelayanan Baso Tjia	IV-1
IV.2	Analisis Pengukuran Terhadap <i>Gap</i> 1, 2, 3, dan 4.....	IV-10
IV.2.1	Analisis Pengukuran <i>Gap</i> 1.....	III-10
IV.2.2	Analisis Pengukuran <i>Gap</i> 2.....	III-11
IV.2.3	Analisis Pengukuran <i>Gap</i> 3.....	III-11
IV.2.4	Analisis Pengukuran <i>Gap</i> 4.....	III-12
IV.3	Analisis Anteseden Terhadap <i>Gap</i> 1, 2, 3, dan 4.....	IV-12
IV.3.1	Analisis Anteseden <i>Gap</i> 1.....	III-13
IV.3.2	Analisis Anteseden <i>Gap</i> 2.....	III-13
IV.3.3	Analisis Anteseden <i>Gap</i> 3.....	III-14
IV.3.4	Analisis Anteseden <i>Gap</i> 4.....	III-14
IV.4	Usulan Perbaikan Berdasarkan Kepentingan Dimensi.....	IV-15
IV.4.1	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Empathy</i>	III-16
IV.4.2	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Price and Value</i>	III-17
IV.4.3	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Food Quality</i>	III-17
IV.4.4	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Assurance</i>	III-19
IV.4.5	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Tangible</i>	III-20
IV.4.6	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Responsiveness</i>	III-22
IV.4.7	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Reliability</i>	III-22
IV.4.8	Usulan Perbaikan <i>Convenience</i>	III-23

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	<i>Feedback</i> Konsumen Terhadap Baso Tjia.....	I-5
Tabel III.1	Hasil Pengumpulan Atribut-atribut.....	III-1
Tabel III.2	Rekapitulasi Pernyataan Kualitas Pelayanan	III-4
Tabel III.3	Dimensi dan Atribut yang Digunakan dalam Penelitian	III-5
Tabel III.4	Pengujian Validitas Terhadap Kuesioner Penelitian	III-12
Tabel III.5	Skor SERVQUAL per Atribut.....	III-14
Tabel III.6	Skor SERVQUAL per Dimensi	III-15
Tabel III.7	Skor SERVQUAL Berbobot per Dimensi	III-16
Tabel III.8	Hasil Pengukuran <i>Gap</i> 1	III-17
Tabel III.9	Hasil Anteseden Terhadap <i>Gap</i> 1	III-19
Tabel III.10	Hasil Pengukuran <i>Gap</i> 2	III-20
Tabel III.11	Hasil Anteseden Terhadap <i>Gap</i> 2	III-22
Tabel III.12	Hasil Pengukuran <i>Gap</i> 3	III-24
Tabel III.13	Hasil Anteseden Terhadap <i>Gap</i> 3	III-25
Tabel III.14	Hasil Pengukuran <i>Gap</i> 4	III-29
Tabel III.15	Hasil Anteseden Terhadap <i>Gap</i> 4	III-30
Tabel IV.1	Hasil Pengukuran <i>Gap</i> 1 per Dimensi.....	IV-10
Tabel IV.2	Rekapitulasi Hasil Nilai Rata-rata Anteseden.....	IV-12
Tabel IV.3	Rekapitulasi Hasil Pengukuran <i>Gap</i> 1 sampai 5 Berserta Prioritas.....	IV-15
Tabel IV.4	Rekapitulasi Hasil Anteseden <i>Gap</i> 1, 2, 3, dan 4	IV-16
Tabel IV.5	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Empathy</i>	IV-17
Tabel IV.6	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Price and Value</i>	IV-17
Tabel IV.7	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Food Quality</i>	IV-18
Tabel IV.8	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Assurance</i>	IV-19
Tabel IV.9	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Tangible</i>	IV-20
Tabel IV.10	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Responsiveness</i>	IV-22
Tabel IV.11	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Reliability</i>	IV-22
Tabel IV.12	Usulan Perbaikan Dimensi <i>Convenience</i>	IV-23
Tabel IV.13	Rekapitulasi Usulan Perbaikan Terhadap Lima Dimensi	

Teratas..... IV-23

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Diagram Alir Proses Penelitian	I-12
Gambar II.1 <i>Gap Model of Service Quality</i>	II-6
Gambar III.1 Grafik Jenis Kelamin Responden	III-9
Gambar III.2 Grafik Usia Responden	III-9
Gambar III.3 Grafik Pekerjaan Responden	III-10
Gambar III.4 Grafik Pengalaman Pembelian di Baso Tjia	III-10
Gambar III.5 Grafik Sumber Informasi Tentang Baso Tjia	III-11
Gambar III.6 Grafik Frekuensi Pembelian di Baso Tjia	III-11
Gambar III.7 Model SERVQUAL beserta Rekapitulasi Nilai <i>Gap</i>	III-32
Gambar IV.1 <i>Gap</i> 5 per Dimensi.....	IV-2
Gambar IV.2 Menu Baso Tjia.....	IV-4
Gambar IV.3 Area Dalam Baso Tjia	IV-8

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Pembahasan-pembahasan tersebut akan dipaparkan sebagai berikut.

I.1 Latar Belakang Masalah

Usaha makanan adalah salah satu bisnis yang dewasa ini mengalami perkembangan yang pesat dan memiliki potensi berkembang yang besar. Dalam artikelnya, Agmasari (2018) menyatakan bahwa industri kuliner semakin menggeliat di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia, tercatat bahwa subsektor kuliner menyumbang 41,4 persen dari total keseluruhan perekonomian kreatif sebesar Rp 922 triliun pada tahun 2016. Persentase tersebut merupakan yang paling tinggi dibandingkan 16 subsektor lainnya dalam Bekraf Republik Indonesia. Dari 8,2 juta unit industri kreatif, 68 persen bergerak dalam industri kuliner sehingga dapat dikatakan industri ini memiliki potensi besar di Indonesia untuk dapat semakin berkembang.

Berjalannya sebuah usaha makanan harus memiliki hubungan yang baik. Hubungan yang baik dapat muncul apabila sebuah usaha makanan dapat memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan, maupun selera konsumen. Cara untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen adalah dengan menyuguhkan kualitas produk makanan dan pelayanan yang baik. Hubungan yang baik ini dapat bertahan dalam waktu jangka panjang apabila pemilik usaha memahami apa yang menjadi harapan konsumen, yang artinya pemilik usaha memiliki persepsi yang sama dengan konsumen serta, sedapat mungkin membuat konsumen menghindari pengalaman yang kurang menyenangkan.

Aktivitas jual beli makanan seperti ini dapat ditemui pada sejumlah kota besar di Indonesia terutama di kota-kota dengan sebutan kota pelajar karena biasanya digandrungi oleh kebanyakan anak muda. Kota Bandung termasuk dikenal sebagai salah satu kota pelajar. Ada banyak universitas di kota ini artinya,

banyak anak-anak muda yang tinggal di kota Bandung baik, orang asli Bandung maupun yang berasal dari luar kota Bandung. Salah satu universitas di Bandung adalah Universitas Katolik Parahyangan. Di sekitar kampus ini, ada beberapa usaha makanan baru yang bermunculan. Dibukanya usaha tersebut dapat dikarenakan anak-anak muda memiliki minat yang tinggi dalam mencoba makanan baru. Di sekitar universitas ini, ada salah satu usaha makanan yang telah berjalan selama 1 tahun dan sedang ramai di kalangan mahasiswa, yaitu Baso Tjia.

Baso Tjia telah mencoba tiga macam bentuk usaha makanan, yaitu berjualan secara *online*, *food truck*, dan *food court*. Baso Tjia mulai berjualan pada pertengahan bulan Januari tahun 2019 secara *online* dimana pembeli melakukan pemesanan melalui akun Line milik Baso Tjia kemudian, disusul pada bulan Maret dengan berjualan secara *offline* menggunakan *food truck*. Untuk saat ini, Baso Tjia sudah tidak lagi berjualan menggunakan *food truck* di sekitar Universitas Katolik Parahyangan melainkan, Baso Tjia telah berjualan di *food court* OBC yang berada di dekat Universitas Katolik Parahyangan yang dimulai pada bulan Januari 2020. Pemesanan melalui akun Line Baso Tjia pun sudah sangat jarang sekali karena Baso Tjia sudah terdaftar di aplikasi layanan Go-Food dan Grab Food sehingga pembeli biasanya melakukan pembelian langsung lewat aplikasi tersebut. Perbedaan dari ketiga karakter bentuk usaha makanan tersebut adalah sebagai berikut.

Pertama, berjualan secara *online* tidak perlu mengeluarkan biaya sewa tempat untuk berjualan. Pemilik dapat langsung menyiapkan makanan di tempat tinggalnya sendiri, hanya saja memerlukan biaya transportasi dan tenaga lebih untuk mengantarkan makanan kepada konsumen seperti yang terjadi pada Baso Tjia. Kedua, berjualan menggunakan *food truck* memerlukan transportasi berupa *truck* atau mobil box kecil yang telah dimodifikasi untuk berjualan makanan sehingga di dalamnya dapat dipasang peralatan untuk masak dan tersedia loket untuk menerima pesanan dari pembeli. Biasanya usaha makanan yang menggunakan *food truck* selalu berpindah-pindah namun, hal tersebut tidak diterapkan pada Baso Tjia. Baso Tjia hanya berada di satu tempat dan terus menetap di tempat tersebut. *Food truck* merupakan usaha makanan yang menerapkan *quick service* dimana pembeli melakukan pemesanan dan melakukan pembayaran kemudian, pembeli baru bisa mendapatkan makanan yang dipesan. Biasanya pula jarang ada *food truck* yang menyediakan meja dan kursi untuk

pembeli. Ketiga, berjualan di *food court* memerlukan sewa tempat untuk berjualan dan pemilihan tempat yang strategis sangat diperlukan karena dalam sebuah *food court* terdapat banyak usaha makanan yang saling bersaing meskipun jenis makanan yang dijual dapat berbeda-beda. Penjual juga tidak perlu khawatir akan meja dan kursi untuk pembeli karena di *food court* biasanya sudah pasti disediakan meja dan kursi. *Food court* tidak menerapkan sistem *quick service* namun, lebih ke sistem restoran pada umumnya. Pembeli tidak harus membayar terlebih dahulu ketika membeli makanan, pembayaran dapat dilakukan setelah makan atau ketika makanan diantarkan kepada pembeli.

Baso Tjia sendiri menggunakan resep keluarga pemilik usaha, yang menawarkan dua macam produk makanan berupa *frozen* Baso Tjia dan *rice bowl* yang berisi nasi putih, baso goreng, dan potongan samcan goreng. Sebagai usaha makanan baru, Baso Tjia terus berusaha untuk menarik minat masyarakat terutama di area sekitar Universitas Katolik Parahyangan untuk membeli makanannya. Di *food court* OBC sendiri, ada pula yang menjual dalam bentuk *rice bowl*, yaitu Hello Wagyu yang dapat disebut sebagai pesaing Baso Tjia walaupun jenis makanan yang dijual cukup berbeda. Menu makanan yang dimiliki Hello Wagyu lebih bermacam-macam. Menu makanan yang dijual berisi nasi, pembeli dapat memilih ingin menggunakan daging sapi atau daging ayam dan disertai pilihan saus sesuai keinginan pembeli, telur, dan terdapat sayuran. Harga yang ditawarkan juga mirip dengan harga makanan Baso Tjia. Hello Wagyu sudah terlebih dahulu memulai usaha makanannya daripada Baso Tjia. Perintisan awal dimulai di daerah ibukota kemudian, membuka cabang sampai ke Bandung. Salah satunya ada di *food court* OBC ini.

Pihak Baso Tjia sebagai usaha makanan baru perlu mengetahui kepuasan yang dirasakan konsumen. Kepuasan konsumen adalah sebuah perasaan senang atau kecewa yang dapat muncul setelah memperoleh hasil dari produk yang digunakan terhadap hasil yang telah dibayangkan sebelumnya (Kotler dan Keller, 2009). Kepuasan konsumen dapat diartikan bahwa harapan konsumen dapat terpenuhi. Kepuasan konsumen memiliki ikatan yang erat dengan kualitas layanan yang diberikan secara langsung maupun produk yang diterima konsumen. Konsumen Baso Tjia memiliki penilaian yang berbeda-beda sehingga tingkat kepuasan pun berbeda-beda pula. Hasil pelayanan yang kurang memuaskan atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen dapat memengaruhi niat konsumen

untuk tidak melakukan pemesanan produk lagi sehingga sangat dianjurkan bagi pihak Baso Tjia untuk mengetahui apa yang perlu dilakukan untuk memiliki kualitas layanan yang baik dalam penjualan.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dalam menjaga kepuasan bagi para konsumennya, Baso Tjia menjual *rice bowl* dalam kemasan yang menarik, aman untuk dibawa-bawa, bahan yang digunakan, yaitu *paper bowl* juga aman untuk meletakkan makanan serta, desain menarik. Hal tersebut dapat menjadi salah satu daya tarik minat konsumen. Selain itu, Baso Tjia menerapkan promosi menggunakan media sosial namun, menurut *word of mouth* di masa sekarang menjadi sumber informasi yang kuat untuk mempengaruhi keputusan pembelian (Hasan, 2010). Di awal berjalannya usaha ini, Baso Tjia menerapkan promosi *Buy 1 Get 1*. Tujuan dilakukannya promosi tersebut adalah untuk menarik perhatian orang-orang agar membeli produk makanan Baso Tjia sehingga mendapatkan pelanggan baru karena mereka dapat mencoba apa yang ditawarkan dengan resiko lebih sedikit, meningkatkan penjualan karena dapat membuat pelanggan melakukan pengulangan pembelian, dan untungnya lagi, apabila Baso Tjia dapat memperoleh konsumen setia. Saat melakukan promo di masa awal penjualan, order yang diterima dalam sehari dapat mencapai 40 pesanan. Namun, di bulan selanjutnya, pihak Baso Tjia sengaja tidak memberikan promo dan tidak mengeluarkan iklan sama sekali untuk melihat tingkat keminatan konsumen dalam kondisi biasa. Dengan keadaan tersebut, dalam sehari Baso Tjia mendapat order sebanyak 10 sampai 15 pesanan.

Dalam menjaga kualitas layanannya, Baso Tjia berupaya untuk mengetahui *feedback* dari para konsumennya agar dapat mengetahui apakah usahanya telah memenuhi harapan konsumen. Hal tersebut karena konsumen yang merasakan pelayanan sehingga mereka pantas untuk memberikan nilai atas pelayanan yang mereka terima. Oleh karena itu, dilakukan wawancara terhadap 10 narasumber yang merupakan konsumen Baso Tjia. Pewawancara menanyakan terkait kualitas layanan yang diterima narasumber baik terkait makanan, cara berkomunikasi karyawan, kemasan, dan aspek lainnya yang berkaitan dengan Baso Tjia. Setiap orang dapat memberikan lebih dari satu pendapat. Pendapat yang diberikan disebut sebagai *feedback*. *Feedback* dari hasil pembelian dapat dilihat pada Tabel I.1 sebagai berikut.

Tabel I.1 *Feedback* Konsumen Terhadap Baso Tjia

No.	<i>Feedback</i>	Frekuensi (orang)
1	Ada tempat untuk parkir kendaraan	10
2	<i>Packaging</i> rapi ketika sampai di tangan konsumen	10
3	Makanan masih hangat ketika tiba di konsumen	10
4	Desain Baso Tjia yang menarik	8
5	Tampilan makanan sudah baik	8
6	Harga terlalu mahal	7
7	Kemasan cukup menarik	7
8	Ada karyawan Baso Tjia yang kurang ramah	6
9	Konsistensi tekstur makanan cukup rendah	6
10	Makanan terlalu kering dan kurang terasa	6
11	Kurangnya komunikasi yang baik antara karyawan dengan konsumen	5
12	Ada <i>topping</i> makanan yang tidak dimasukkan	5
13	Ada yang mengatakan porsinya cukup	4
14	Daging potongan samcan kurang banyak	4
15	Jumlah saus sambal perlu ditambah	2
16	Ada yang mengatakan porsinya sedikit	1

Dari beberapa *feedback* di atas, digolongkan menjadi tiga kategori, yaitu netral, cukup memuaskan, dan kurang memuaskan. Adanya kategori netral dikarenakan *feedback* yang diperoleh termasuk bersifat negatif namun, hanya dirasakan oleh sedikit orang. *Feedback* dengan kategori netral dapat dipertimbangkan sebagai sebuah keluhan dan untuk ditindaklanjuti apabila kedepannya ditemukan semakin banyak orang merasakan hal yang sama. *Feedback* yang dikategorikan sebagai netral adalah nomor 13, 14, 15, dan 16. Selain itu, *feedback* yang termasuk kategori cukup memuaskan adalah nomor 1, 2, 3, 4, 5, dan 7. Kategori kurang memuaskan atau dapat disebut dengan keluhan adalah *feedback* nomor 6, 8, 9, 10, 11, dan 12. Melalui wawancara dengan pemilik Baso Tjia, *feedback* yang paling banyak diperoleh dari konsumen langsung adalah kurangnya tambahan kuah agar tidak terlalu kering. Beberapa *feedback* yang termasuk kategori keluhan perlu diketahui dan ditindaklanjuti oleh pemilik usaha. Apabila keluhan-keluhan tersebut dibiarkan, dapat menurunkan minat konsumen untuk melakukan *repeat order* maupun menurunkan minat pelanggan baru yang ingin mencoba.

Minat pelanggan baru dapat turun diakibatkan oleh faktor *word of mouth* yang lebih kuat dibandingkan iklan produk yang ditawarkan (Hasan, 2010) sehingga Baso Tjia dapat mengalami kalah saing jika ada kompetitor-kompetitor

serupa yang muncul. Baso Tjia perlu menguatkan kualitas pelayanannya. Dengan mengetahui kondisi tersebut, penurunan jumlah pembeli dan adanya keluhan tersebut didasari oleh penyebab utama yaitu kualitas pelayanan. Hal tersebut dikarenakan pelayanan sendiri merupakan sebuah bentuk hasil dari kegiatan yang dilakukan oleh penyelenggara layanan sehingga kualitas dari pelayanan yang diberikan bergantung pada penyelenggaranya misalnya, kegiatan masak-memasak yang dilakukan menghasilkan sebuah makanan yang akan dijual. Apabila makanan yang disajikan tidak memberi kepuasan pada pembeli, pembeli dapat menilai bahwa kualitas pelayanannya kurang baik. Terdapat berbagai metode atau model terkait kualitas pelayanan yang dapat dipertimbangkan untuk mengatasi permasalahan dalam penelitian ini, seperti SERVQUAL, SERVPERF, DINESERV, *Zone of Tolerance*, *Importance Performance Analysis*, *Improvement Gap Analysis*, dan KANO.

Parasuraman, Berry, dan Zeithaml (1990) menyatakan bahwa SERVQUAL digunakan untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Pada masalah kualitas layanan, terdapat lima dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) (Parasuraman et al., 1990). Model SERVPERF adalah pengembangan dari SERVQUAL. Cronin dan Taylor (1994) menyatakan bahwa adanya ukuran sebuah layanan yang berdasarkan performansi saja akan lebih memberikan gambaran yang tepat mengenai kualitas dari penyedia layanan. Dimensi yang dimiliki SERVPERF sama dengan SERVQUAL, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, dan *empathy*. Model DINESERV dikembangkan oleh Stevens, Knutson, dan Patton (1995) berdasarkan dimensi-dimensi yang dimiliki SERVQUAL yang diterapkan untuk menunjukkan pandangan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah restoran. Model ini memiliki lima dimensi, yaitu *food quality*, *service quality*, *price and value*, *atmosphere*, dan *convenience* (Kim et al., 2009).

Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1993) menyatakan pada *Zone of Tolerance* apabila *perceived service* berada di bagian atas batas zona toleransi artinya kualitas layanan yang dirasakan saat ini sudah memuaskan keinginan konsumen namun, apabila *perceived service* berada di bagian bawah zona toleransi artinya konsumen tidak merasa puas. Dimensi yang digunakan dalam

metode ini adalah *reliability, responsiveness, tangibles, assurance, dan empathy*. Menurut Matzler, Sauerwein, dan Heischmidt (2003), model *Importance Performance Analysis* merupakan alat sederhana yang memiliki kapabilitas untuk menggambarkan peringkat respon secara visual tentang pentingnya performansi atribut yang dipelajari.

Wong, Fearon, dan Philip (2009) menyatakan bahwa IPA memiliki empat kuadran yang posisinya berdasarkan strategi yang akan dilakukan. Menurut Tontini and Silveira (2007), model *Improvement Gap Analysis* (IGA) muncul untuk mengatasi keterbatasan dari IPA dan bagaimana dalam mengidentifikasi dampak dari atribut yang inovatif dan memberikan rasa senang. IGA merupakan analisis kuadran yang membandingkan ketidakpuasan pelanggan yang diharapkan apabila sebuah atribut memiliki performansi yang rendah dengan dampak yang diharapkan pada kepuasan pelanggan apabila atribut tersebut ditingkatkan. Matriks yang dimiliki dalam model ini memiliki empat kuadran. Model Kano yang memiliki tujuan untuk membuat kategori atribut-atribut dari produk atau jasa berdasarkan seberapa baik sebuah produk atau jasa tersebut mampu memberi kepuasan terhadap kebutuhan konsumen. Model Kano sendiri membagi atribut-atribut layanan menjadi empat kategori, yaitu kategori *must be, one dimensional, attractive, dan indifferent* (Kano, 1984).

Setelah melalui beberapa pertimbangan maka, dari beberapa model yang telah dijelaskan terkait kualitas layanan, dipilih dua model yang dipertimbangkan sesuai dengan kebutuhan Baso Tjia, yaitu model SERVQUAL dan DINESERV. Model SERVQUAL dipilih karena sebagai usaha makanan baru, pihak Baso Tjia ingin mengetahui ekspektasi para pembeli terhadap layanan yang diberikan sebuah usaha makanan kemudian, ekspektasi yang telah diperoleh dapat dibandingkan untuk mengetahui sudah seberapa baik kualitas layanan Baso Tjia.

Selain itu, dikarenakan Baso Tjia menjual produk berupa makanan sehingga diperlukan model DINESERV karena konsep Baso Tjia mendekati dengan konsep restoran dan dimensi-dimensi di dalam model tersebut sehingga cocok untuk digunakan. SERPERV dan ZOT tidak digunakan karena hanya berfokus pada performansi saja sehingga tidak memenuhi keinginan pihak Baso Tjia. Model KANO, IPA, dan IGA tidak digunakan karena penelitian ini sudah menggunakan model SERVQUAL karena permintaan dari pemilik Baso Tjia yang ingin mengetahui ekspektasi sekaligus persepsi pembeli terhadap Baso Tjia dan

di dalamnya terdapat pula kuesioner perbaikan sehingga dapat diketahui atribut manakah yang perlu diperbaiki atau diberi perhatian.

Berdasarkan masalah-masalah yang telah teridentifikasi, kemudian dapat ditentukan rumusan masalahnya, yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan dari Baso Tjia saat ini dinilai dari dimensi-dimensi layanan model SERVQUAL dan DINESERV?
2. Bagaimana cara untuk identifikasi penyebab masalah pada kualitas pelayanan Baso Tjia berdasarkan model SERVQUAL?
3. Untuk meningkatkan atau memperbaiki kualitas layanan, usulan seperti apa yang dapat diberikan kepada Baso Tjia?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan, diperlukan batasan-batasan masalah supaya penelitian pada objek lebih difokuskan pada inti masalah yang dituju. Batasan-batasan masalahnya adalah sebagai berikut.

1. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Baso Tjia.
2. Penelitian dilakukan hanya sampai pada tahap usulan.

Selain batasan masalah, diperlukan beberapa asumsi untuk memudahkan penelitian. Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah tidak mengubah kebijakan pada objek penelitian selama penelitian ini berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah yang telah diperoleh maka, diperoleh tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Mengetahui tingkat kualitas pelayanan dari Baso Tjia saat ini berdasarkan dimensi-dimensi layanan model SERVQUAL dan DINESERV.
2. Mengidentifikasi penyebab masalah pada kualitas pelayanan Baso Tjia berdasarkan model SERVQUAL.
3. Memberikan usulan perbaikan agar terjadi peningkatan kepuasan konsumen melalui pelayanan Baso Tjia.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan di Baso Tjia ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak mulai dari pihak Baso Tjia, peneliti, dan juga pembaca. Manfaat-manfaat untuk pihak Baso Tjia adalah sebagai berikut.

1. Pihak Baso Tjia dapat mengetahui tingkat kualitas layanan yang diberikan dari usaha tersebut.
2. Pihak Baso Tjia dapat mengetahui faktor-faktor yang mendasari kualitas layanan yang diberikan.
3. Pihak Baso Tjia dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan menerapkan usulan perbaikan kualitas layanan yang diberikan oleh peneliti.

Selain manfaat untuk pihak Baso Tjia, ada pula manfaat-manfaat yang dapat diperoleh untuk peneliti, yaitu sebagai berikut.

1. Peneliti memperoleh ilmu mengenai penelitian yang dilakukan.
2. Peneliti dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh saat terjun ke dunia kerja.

Selain manfaat untuk pihak peneliti, ada pula manfaat-manfaat yang dapat diperoleh untuk pembaca, yaitu sebagai berikut.

1. Pembaca dapat menambah wawasan dan mengetahui cara penggunaan metode untuk memunculkan usulan perbaikan terhadap masalah kualitas layanan.
2. Pembaca mendapatkan referensi memilih makanan dalam bentuk *rice bowl* yang sesuai dengan kualitas yang diinginkan.

I.6 Metodologi Penelitian

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat secara ringkas pada gambar 1. Penjelasan setiap tahapannya adalah sebagai berikut.

1. Studi Pendahuluan

Tahap awal yang dilakukan adalah melakukan wawancara. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi-informasi terkait Baso Tjia sebagai objek penelitian baik dari pihak pemilik usaha maupun para konsumen. Selain itu, untuk mengetahui kondisi terkini dari objek tersebut. Studi literatur diperlukan untuk menambah informasi-informasi yang diperlukan terkait penelitian ini. Studi literatur digunakan pula untuk

mengetahui metode-metode dan cara untuk menyelesaikan masalah yang ada.

2. Identifikasi dan Perumusan Permasalahan

Berdasarkan tahap awal yang telah dilakukan, masalah-masalah yang dialami Baso Tjia mulai teridentifikasi yang didasari dari keluhan para konsumen baik melalui wawancara maupun keluhan yang disampaikan langsung kepada pemilik Baso Tjia. Hasil wawancara yang telah diperoleh mendukung penelitian dalam menemukan masalah sehingga dapat dirumuskan permasalahan yang terdapat pada Baso Tjia.

3. Menentukan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Penentuan batasan masalah dan asumsi penelitian dilakukan agar penelitian yang berjalan terfokus pada masalah yang dituju dan tidak terlalu luas cakupannya dengan kata lain, langsung ke inti permasalahan.

4. Menentukan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ditetapkan agar dapat dihubungkan dengan permasalahan yang ada dan dapat memberikan solusi dari permasalahan tersebut. Selain itu, tujuan penelitian dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

5. Identifikasi Atribut dan Penyusunan Kuesioner

Pada tahap ini, identifikasi dilakukan dengan cara melihat pada studi literatur, wawancara dengan konsumen serta, pemilik Baso Tjia. Atribut-atribut yang telah diperoleh dengan cara tersebut disesuaikan dengan dimensi-dimensi pada model SERVQUAL dan DINESERV. Selanjutnya, dilakukan penyusunan kuesioner yang didalamnya terdapat beberapa pernyataan terkait atribut-atribut tersebut.

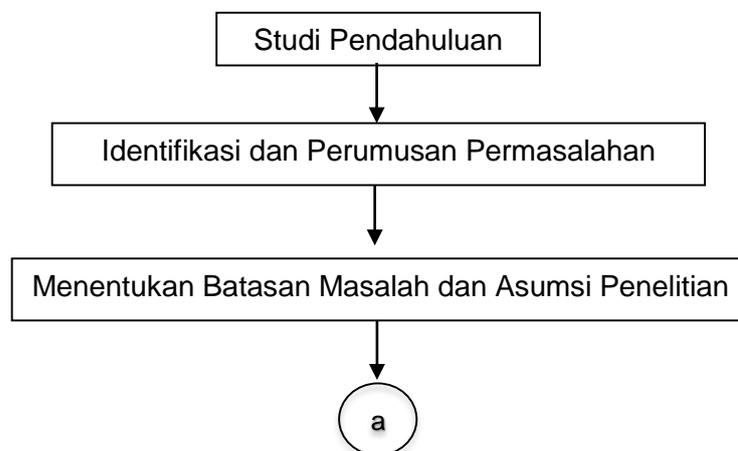
6. Penyebaran Kuesioner

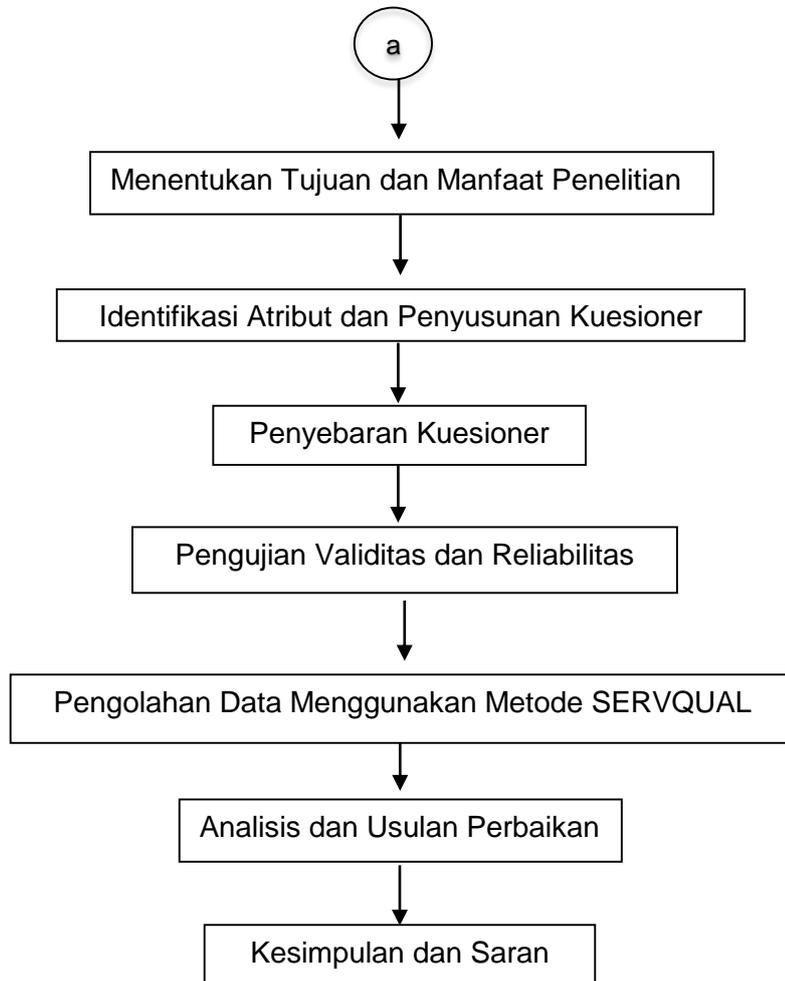
Tahap ini melakukan penyebaran kuesioner kepada orang-orang yang pernah merasakan pelayanan Baso Tjia atau disebut sebagai responden.

7. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Hasil kuesioner yang telah diperoleh kemudian diuji validitas untuk mengetahui apakah item pertanyaan didalamnya sudah *valid* digunakan atau belum. Pengujian reliabilitas juga dilakukan untuk memastikan bahwa alat pengukur dapat diandalkan pada waktu yang berbeda dan dalam kondisi yang sama.

8. Pengolahan Data Menggunakan model SERVQUAL
Setelah dianggap *valid* dan reliabel, data diolah menggunakan model SERVQUAL untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan Baso Tjia. Mulai dari melakukan perhitungan *gap* 5 dari hasil kuesioner penelitian untuk mengetahui nilai dari tiap atribut kualitas pelayanan, memperoleh hasil pengukuran *gap* 1 dan 2 beserta antesedennya yang diisi oleh pemilik Baso Tjia, memperoleh hasil pengukuran *gap* 3 dan 4 beserta antesedennya yang diisi oleh karyawan Baso Tjia. Hasil tersebut diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang disebut sebagai kuesioner perbaikan. Langkah-langkah tersebut dilakukan untuk mengetahui permasalahan mana yang perlu untuk dilakukan perbaikan atau perhatian khusus.
9. Analisis dan Usulan Perbaikan
Hasil pengolahan data dianalisis agar dapat berguna untuk membuat solusi perbaikan. Usulan dan solusi perbaikan diberikan supaya pelayanan Baso Tjia menjadi lebih baik dan kepuasan konsumen meningkat.
10. Kesimpulan dan Saran
Hasil dari analisa dapat memberikan kesimpulan bagaimana solusi perbaikan seharusnya dapat mengurangi permasalahan yang ada pada Baso Tjia. Adanya saran juga berguna bagi Baso Tjia untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada maupun menjaga kualitas pelayanan yang sudah baik. Selain itu, berguna untuk membantu pengembangan penelitian selanjutnya.





Gambar I.1 Diagram Alir Proses Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Pada penulisan laporan penelitian ini digunakan sistematika penulisan, yaitu sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas terkait latar belakang permasalahan, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan yang ada pada penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang digunakan dalam melakukan penelitian. Mulai dari mengidentifikasi permasalahan,

pengumpulan data, pengolahan data, menganalisis dan interpretasi dari hasil yang diperoleh.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini membahas proses pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini melalui wawancara, studi literatur, dan penyebaran kuesioner. Kuesioner mengenai kualitas layanan disebarkan ke banyak responden dan kuesioner mengenai *gap* yang terjadi disebarkan ke pemilik dan karyawan Baso Tjia. Pengolahan data menggunakan metode SERVQUAL setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

BAB IV ANALISIS

Bab ini membahas tentang interpretasi dari data yang diperoleh setelah diolah. Menjelaskan setiap hasil anteseden yang telah diperoleh kemudian, disusul dengan beberapa usulan perbaikan untuk dimensi-dimensinya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan hasil akhir dari penelitian yang dimasukkan ke dalam bentuk kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Bab ini juga berisi saran yang dapat dijadikan masukan untuk penelitian selanjutnya dan untuk pemilik usaha.