

**USULAN PENINGKATAN KUALITAS JASA PADA PT
TRIMITRA BANDUNG MANDIRI DENGAN
MENGUNAKAN METODE *IMPROVEMENT GAP*
ANALYSIS (IGA)**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Syella Merlin Christi

NPM : 2015610104



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2019**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama Lengkap : Syella Merlin Christi
NPM : 2015610104
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PENINGKATAN KUALITAS JASA PADA PT TRIMITRA BANDUNG MANDIRI DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS* (IGA)

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 31 Juli 2019

Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri

Romy Loice, S.T., M.T.

Pembimbing Pertama

Dr. Sugih Sudharma Tjandra, S.T., M.Si.

Pembimbing Kedua

Fran Setiawan, S.T., M.Sc



Program Studi Sarjana Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,
Nama : Syella Merlin Christi
NPM : 2015610104

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

**“USULAN PENINGKATAN KUALITAS JASA PADA PT TRIMITRA BANDUNG
MANDIRI DENGAN MENGGUNAKAN *METODE IMPROVEMENT GAP
ANALYSIS (IGA)*”**

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, 29 Juli 2019

Syella Merlin Christi
NPM : 2015610104

ABSTRAK

Kebutuhan akan tempat tinggal yang nyaman dan estetik menjadi *trend* akhir-akhir ini. PT Trimitra Bandung Mandiri merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan jasa pemasangan pintu, jendela, serta atap buka tutup yang estetik dan modern. Namun, perusahaan justru mengalami penurunan jumlah konsumen pada 5 tahun terakhir yang berakibat pada penurunan pendapatan hingga 1 milyar. Oleh karena itu, perusahaan ingin melakukan perbaikan kualitas jasa, untuk dapat mempertahankan bahkan meningkatkan konsumennya.

Pengukuran kepuasan konsumen menggunakan 16 atribut. Atribut didapatkan melalui studi literatur dan wawancara. Setelah itu, kuesioner dirancang lalu disebarluaskan kepada konsumen yang telah menggunakan jasa. Melalui penyebaran kuesioner, didapatkan 120 responden. Terdapat 100 data yang dapat diolah dengan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* agar dapat diketahui atribut yang perlu diperbaiki berdasarkan prioritasnya.

Berdasarkan matriks IGA, atribut yang menjadi prioritas utama untuk segera diperbaiki adalah ketepatan waktu pengiriman, kecepatan pemberian pelayanan *aftersales*, keramahan pegawai, respon pegawai terhadap keinginan konsumen pada pemasangan, keadaan fasilitas pada perusahaan, kemutakhiran peralatan yang dimiliki, pengetahuan pegawai pemasangan akan produk dan layanan perusahaan, kesigapan pegawai pada penerimaan *order* di kantor, dan kesigapan *customer service* pada penerimaan *order* di telepon. Usulan perbaikan dilakukan terhadap prosedur kerja, penambahan jumlah pegawai, pemberian *display* pada perusahaan, pemberian *training*, dan perbaikan fasilitas pada perusahaan. Terdapat 15 usulan perbaikan yang disetujui, 1 usulan yang ditolak dan 2 usulan perbaikan yang dipertimbangkan.

ABSTRACT

The need for comfort and aesthetics homes become a trend these days. Trimitra Bandung Mandiri is a company that provides service for installing doors, windows, and flip-roof. But, in fact, for this last 5 years, the quantity of its customer has been decreasing, which affect the income of the company for about 1 billion rupiahs. Therefore, the company wants to improve its service quality, to maintain, even increase its customers.

The measurement of customer satisfaction at the company using 16 attributes. All of the attributes are obtained by literature study and interviews. After that, the questionnaire designed and distributed to customers who have used the service at Trimitra Bandung Mandiri. Based on the distributed questionnaires, they obtained as many as 120 respondents. 100 data can be processed using the Improvement Gap Analysis method (IGA), to acknowledge the attribute that has to be fixed based on its priority.

Based on IGA matrix, the main priority to improve as soon as possible, such as the accuracy of the shipping period, the accuracy of aftersales service, the friendliness of employees, the response of employees to customer advocacy at installation process, the facilities of company, up-to-date of equipment, the knowledge of the installation employees about the product and company, the efforts of employees when receiving order at office and the efforts of customer service when receiving order at telephone. The improvement suggestions are performed at work procedure, the addition of the number of employees, display sign at company, training, and the improvement for the facilities at the company. 15 suggestions are approved, 1 suggestion denied, and 2 suggestions are considered for the implementation in the future.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas anugerah-Nya, penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Usulan Peningkatan Kualitas Jasa Pada PT Trimitra Bandung Mandiri dengan Menggunakan Metode *Improvement Gap Analysis* (IGA)”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak kendala yang dialami penulis baik datang dari dalam maupun dari luar diri penulis. Akan tetapi, penulis mendapatkan saran, semangat, doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak secara langsung atau tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin sangat berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sugih Sudharma Tjandra, S.T., M.Si. dan Bapak Fran Setiawan, S.T., M.Sc., selaku dosen pembimbing yang memberikan bimbingan penyusunan skripsi ini dengan sabar. Penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang penulis perbuat baik disengaja maupun tidak disengaja.
2. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. dan Ibu Cherish Rikardo S.Si., M.T., selaku dosen penguji dalam sidang proposal dan sidang skripsi yang telah memberikan kritik dan saran sehingga skripsi dapat disusun dengan baik.
3. Pihak PT Trimitra Bandung Mandiri yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian, seperti Bapak Anton selaku pemilik, Ibu Dina selaku sekretaris, serta pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri yang lainnya yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu. Selain itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada PT Trimitra Bandung Mandiri yang telah memberikan data yang mendukung penyusunan skripsi ini serta bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber dalam penyusunan skripsi ini.
4. Orang tua penulis yaitu Ir. Anton Hotland dan Suzanna Margareta., B.A yang selalu memberi saran, semangat, doa, dan dukungan, serta

membantu penulis dalam proses penelitian ini sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

5. Teman-teman Receh Club yang selalu memberi semangat dan dukungan pada penulis selama menulis skripsi, yang beranggotakan Louisa Idealia., S.T, Anastasia Lova., S.T, Kintan Ayudian., S.T, dan Chatreen Antonius., S.T.
6. Teman-teman setopik yaitu Yohana Tania., S.T dan Elvinna., S.T yang memberikan informasi serta arahan pada penulis.
7. Teman-teman Komsel Curry-Curyy Club serta HOB Aruna yang memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada penulis.
8. Bapak dan ibu yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner untuk peneliti.

Akhir kata, besar harapan peneliti agar penelitian ini bermanfaat bagi PT Trimitra Bandung Mandiri dalam meningkatkan pelayanannya sehingga kepuasan konsumen dapat meningkat. Peneliti menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca agar penelitian yang akan datang dapat dilakukan lebih baik lagi.

Bandung, 12 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	I-6
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-15
I.4 Tujuan Penelitian	I-15
I.5 Manfaat Penelitian	I-16
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-16
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-20
BAB II KERANGKA TEORETIS.....	II-1
II.1 Pengertian Jasa	II-1
II.2 Karakteristik Jasa.....	II-1
II.3 Definisi Kualitas Jasa	II-2
II.4 Prinsip-prinsip Kualitas Jasa	II-4
II.5 Kepuasan Pelanggan.....	II-5
II.6 Skala.....	II-7
II.7 <i>Rating Scale</i>	II-8
II.8 Teknik <i>Sampling</i>	II-8
II.9 Uji Validitas	II-10
II.10 Uji Reabilitas	II-11
II.11 <i>Improvement Gap Analysis</i> (IGA).....	II-12
II.12 <i>Visual Display</i>	II-14

BAB III PEMETAAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP	
JASA PEMASANGAN PT TRIMITRA BANDUNG MANDIRI	III-1
III.1 Penentuan Atribut	III-1
III.2 Perancangan Kuesioner.....	III-7
III.3 Penentuan Jumlah Sampel dan Penyebaran Kuesioner.....	III-9
III.4 Uji Validitas	III-11
III.5 Uji Reabilitas	III-12
III.6 Profil Responden.....	III-13
III.7 Pengolahan Hasil Kuesioner dengan Menggunakan Metode IGA.....	III-18
BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN	
PADA PT TRIMITRA BANDUNG MANDIRI	IV-1
IV.1 Analisis Atribut	IV-1
IV.2 Analisis Kepuasan Konsumen Saat ini terhadap PT Trimitra Bandung Mandiri dengan Menggunakan Metode IGA.....	IV-8
IV.2.1 Analisis Kuadran I.....	IV-8
IV.2.2 Analisis Kuadran II	IV-12
IV.2.3 Analisis Kuadran III	IV-12
IV.2.4 Analisis Kuadran IV.....	IV-17
IV.3 Usulan Perbaikan terhadap PT Trimitra Bandung Mandiri	IV-14
IV.3.1 Usulan Perbaikan terhadap Ketidakpuasan pada Ketepatan Waktu Pengiriman (A1)	IV-15
IV.3.2 Usulan Perbaikan terhadap Kecepatan Pemberian Pelayanan <i>Aftersales</i> (A2)	IV-17
IV.3.3 Usulan Perbaikan terhadap Keramahan Pegawai (A3).....	IV-19
IV.3.4 Usulan Perbaikan terhadap Respon Pegawai Terhadap Keinginan Konsumen pada Pemasangan (A6).....	IV-20
IV.3.5 Usulan Perbaikan terhadap Keadaan Fasilitas Perusahaan (A9)	IV-22
IV.3.6 Usulan Perbaikan terhadap Kemutakhiran Peralatan yang Dimiliki (A10)	IV-24
IV.3.7 Usulan Perbaikan terhadap Pengetahuan Pegawai	

Pemasangan akan Produk dan Layanan Perusahaan (A11).....	IV-26
IV.3.8 Usulan Perbaikan Terhadap Kesigapan Pegawai pada Penerimaan <i>Order</i> di Kantor (A13).....	IV-27
IV.3.9 Usulan Perbaikan Terhadap Kesigapan <i>Customer</i> <i>Service</i> pada Penerimaan <i>Order</i> di Kantor (A14).....	IV-28
IV.4 Rekapitulasi Usulan Perbaikan	IV-29
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	V-1
V.1 Kesimpulan	V-1
V.2 Saran	V-4

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Unit yang Dipesan pada PT Trimitra Bandung Mandiri Tahun 2014-2018	I-4
Tabel I.2	Rekapitulasi Pendapatan PT Trimitra Bandung Mandiri Tahun 2014-2018	I-4
Tabel I.3	Rekapitulasi Berdasarkan Jenis <i>Order</i> PT Trimitra Bandung Mandiri Tahun 2014-2018	I-5
Tabel I.4	<i>List</i> Kebutuhan Konsumen PT Trimitra Bandung Mandiri	I-8
Tabel III.1	<i>List</i> Kebutuhan Hasil Wawancara dengan CIT	III-2
Tabel III.2	Penentuan Atribut	III-4
Tabel III.3	Rekapitulasi Notasi Atribut	III-6
Tabel III.4	Contoh Penyusunan Pertanyaan Fungsional dan Disfungsional pada Kuesioner	III-8
Tabel III.5	Hasil Uji Validitas Kuesioner	III-11
Tabel III.6	Rekapitulasi Hasil Pengolahan Dara Berdasarkan Metode IGA	III-20
Tabel III.7	Rekapitulasi Pemetaan Atribut ke Dalam Matriks IGA	III-22
Tabel IV.1	Usulan Instruksi Kerja Atribut A1	IV-20
Tabel IV.2	Usulan Instruksi Kerja Atribut A2	IV-22
Tabel IV.3	Usulan Perbaikan Perhitungan <i>Display</i> Atribut A9	IV-26
Tabel IV.4	Usulan Perbaikan Perhitungan <i>Display</i> Atribut A9 (2)	IV-27
Tabel IV.5	Usulan Perbaikan Perhitungan <i>Display</i> Atribut A13	IV-31
Tabel IV.6	Rekapitulasi Usulan Perbaikan	IV-33

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Produk LOVERA	I-2
Gambar I.2	Produk GIANO	I-2
Gambar I.3	Produk SEQURA.....	I-3
Gambar I.4	Produk DECOPROFILE	I-3
Gambar I.5	Grafik <i>Order</i> PT TBM Tahun 2014-2018.....	I-5
Gambar I.6	Diagram Kebutuhan oleh Responden.....	I-9
Gambar I.7	Metodologi Penelitian	I-18
Gambar II.1	Matriks IGA	II-14
Gambar II.2	Contoh Huruf.....	II-16
Gambar III.1	Diagram kebutuhan.....	III-3
Gambar III.2	<i>Reability Test</i>	III-13
Gambar III.3	Jenis Kelamin Responden	III-14
Gambar III.7	Jenis Pekerjaan Responden.....	III-14
Gambar III.8	Umur Responden	III-15
Gambar III.9	Pendapatan Responden per Bulan.....	III-15
Gambar III.10	Produk yang Dibeli Responden	III-16
Gambar III.11	Lama Responden Menggunakan Produk.....	III-16
Gambar III.12	Responden Melakukan Pemesanan Melalui	III-17
Gambar III.13	Responden Mengetahui Perusahaan Melalui	III-17
Gambar III.14	Pemetaan Atribut ke Dalam Matriks IGA	III-21
Gambar IV.1	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A1	IV-19
Gambar IV.2	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A2	IV-21
Gambar IV.3	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A3	IV-23
Gambar IV.4	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A6	IV-24
Gambar IV.5	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A9	IV-25
Gambar IV.6	Larangan Makan / Minum	IV-26
Gambar IV.7	Larangan Merokok	IV-27
Gambar IV.8	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A10	IV-28
Gambar IV.9	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A11	IV-29
Gambar IV.10	<i>Fishbone Diagram</i> Atribut A13	IV-30

Gambar IV.11 Petunjuk Ruang Tamu	IV-31
Gambar IV.9 <i>Fishbone Diagram</i> Atribut A11	IV-29
Gambar IV.10 <i>Fishbone Diagram</i> Atribut A13	IV-30
Gambar IV.10 <i>Fishbone Diagram</i> Atribut A14	IV-32

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A WAWANCARA AWAL

LAMPIRAN B WAWANCARA DENGAN MENGGUNAKAN CIT

LAMPIRAN C KUESIONER

LAMPIRAN D UJI VALIDITAS

LAMPIRAN E DATA PERHITUNGAN KUESIONER

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi dari penelitian, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian yang digunakan, dan sistematika penulisan dari penelitian yang dilakukan pada PT Trimitra Bandung Mandiri.

I.1 Latar Belakang Masalah

Manusia memiliki 3 kebutuhan pokok dasar yaitu sandang, pangan dan papan. Berdasarkan data statistik yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) diketahui bahwa hingga tahun 2015, Indonesia memiliki 65 juta rumah tangga. Berdasarkan data historis yang dimiliki dari tahun 2000 hingga 2015 mengalami kenaikan jumlah rumah tangga setiap tahunnya. Hal tersebut berkaitan dengan kebutuhan tempat tinggal berupa rumah dari setiap rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan pokoknya. Pertambahan jumlah rumah tangga berbanding lurus dengan meningkatnya kebutuhan untuk memiliki tempat tinggal yang merupakan kebutuhan pokok papan pada manusia. Tempat tinggal atau hunian berupa rumah pasti membutuhkan pintu, jendela serta atap sebagai komponen utama dan bertujuan untuk melindungi penghuninya dari cuaca, lingkungan luar dan dibutuhkan sebagai tempat untuk beristirahat. Selain itu, pada jaman sekarang selain sebagai pelengkap rumah atau hunian, penggunaan pintu, jendela serta atap sering dijadikan penambah nilai estetika dan pemanis rumah.

Melihat peluang besar terhadap kebutuhan pintu, jendela dan atap, banyak perusahaan yang juga memanfaatkan hal tersebut dengan membuka usaha yang menjual serta memberikan jasa pemasangan pintu, jendela dan atap. Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang tersebut cukup banyak sehingga setiap perusahaan harus dapat menyediakan produk serta jasa pemasangan yang baik agar dapat tetap bertahan. PT Trimitra Bandung Mandiri merupakan salah satu perusahaan yang menjual serta memberikan jasa pemasangan atap, pintu, teralis serta jendela berbahan dasar aluminium.

Produksi dilakukan oleh perusahaan induk yaitu PT Trimitra Karya Mandiri yang terletak di kawasan industri daerah Tambun, sehingga PT Trimitra Bandung Mandiri fokus pada pemberian jasa kepada konsumen, berupa penjualan serta pemasangan produk. PT Trimitra Bandung Mandiri terletak di Jalan Garuda 108 H Bandung

Jenis produk pertama yang dijual oleh PT Trimitra Bandung Mandiri adalah LOVERA. Produk LOVERA merupakan atap yang berbahan dasar alumunium dan memiliki kelebihan dapat dibuka tutup dan memiliki bermacam varian warna. Produk LOVERA dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar I.1 Produk LOVERA

Setelah produk LOVERA yang merupakan atap buka tutup, produk kedua adalah GIANO. GIANO merupakan pintu yang memiliki 2 macam varian. Varian yang diberikan adalah pintu lipat dan pintu garasi berbahan dasar alumunium serta jendela alumunium. Produk GIANO dapat dilihat pada Gambar I.2.



Gambar I.2 Produk GIANO

Selanjutnya, produk ketiga adalah SEQURA. SEQURA adalah produk yang merupakan kusen berbahan dasar alumunium dan dapat dijadikan sebagai gantinya teralis biasa karena memiliki kelebihan berbahan dasar alumunium yang anti karat. Produk SEQURA dapat dilihat pada Gambar I.3



Gambar I.3 Produk SEQURA

Jenis produk keempat yang dimiliki oleh PT Trimitra Bandung Mandiri adalah DECOPROFILE. Produk DECOPROFILE adalah produk yang berbahan dasar alumunium namun memiliki warna atau profil seperti urat kayu. Produk DECOPROFILE dapat dilihat pada Gambar I.4



Gambar I.4 Produk DECOPROFILE

Selain kebutuhan hunian, produk dapat digunakan juga untuk rumah sakit, kafe, hotel serta pabrik. Perusahaan-perusahaan yang menggunakan produk ini antara lain Santosa *Hospital*, PT KAHATEX, SUMMARECON, Hotel Mercure dan Hotel FourPoint.

Berdasarkan data penjualan yang diberikan oleh PT Trimitra Bandung Mandiri, terdapat penurunan pemesanan serta pemasangan produk ke konsumen pada tahun 2014-2018 yang dapat dilihat pada Tabel I.1. Berdasarkan data tersebut, PT Trimitra Bandung Mandiri mengeluhkan terjadinya penurunan penjualan yang berdampak pada pendapatan perusahaan dari tahun 2014-2018.

Tabel I.1 Jumlah Unit yang Dipesan Pada PT Trimitra Bandung Mandiri Tahun 2014-2018

2014	Banyak Unit yang Dipesan	2015	Banyak Unit yang Dipesan	2016	Banyak Unit yang Dipesan	2017	Banyak Unit yang Dipesan	2018	Banyak Unit yang Dipesan
Januari	126	Januari	120	Januari	122	Januari	123	Januari	119
Februari	124	Februari	122	Februari	119	Februari	115	Februari	109
Maret	125	Maret	119	Maret	120	Maret	121	Maret	113
April	128	April	121	April	127	April	118	April	113
Mei	119	Mei	117	Mei	126	Mei	120	Mei	113
Juni	120	Juni	117	Juni	119	Juni	107	Juni	90
Juli	115	Juli	112	Juli	113	Juli	115	Juli	113
Agustus	119	Agustus	119	Agustus	120	Agustus	113	Agustus	116
Sep-tember	120	Sep-tember	124	Sep-tember	120	Sep-tember	120	Sep-tember	119
Oktober	123	Oktober	127	Oktober	123	Oktober	119	Oktober	112
November	125	November	129	November	119	November	122	November	107
Desember	116	Desember	112	Desember	112	Desember	110	Desember	57
Total Konsumen	1460		1439		1440		1403		1281

Baris yang diberi *highlight* kuning merupakan bulan yang memiliki libur lebaran sedangkan baris yang diberi *highlight* biru muda merupakan bulan yang memiliki libur natal dan tahun baru. PT Trimitra Bandung Mandiri memberikan hari libur sebanyak 7 hari untuk hari-hari besar tersebut yaitu pada hari libur lebaran dan hari libur natal serta tahun baru. Berdasarkan Tabel I.1 yang didapatkan dari data perusahaan PT Trimitra Bandung Mandiri dapat dilihat bahwa total konsumen mengalami penurunan pada tahun 2015 lalu mengalami kenaikan pada tahun 2016 dan terus mengalami penurunan hingga tahun 2018. Hal tersebut juga didukung dengan tabel pendapatan pertahun yang dimiliki oleh PT Trimitra Bandung Mandiri yang dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I.2 Rekapitulasi Pendapatan PT Trimitra Bandung Mandiri Tahun 2014-2018

Tahun	Jumlah Pendapatan
2014	Rp 5.575.225.833
2015	Rp 5.290.549.441

(lanjut)

Tabel I.2 Rekapitulasi Pendapatan PT Trimitra Bandung Mandiri Tahun 2014-2018
(lanjutan)

Tahun	Jumlah Pendapatan
2016	Rp 5.295.971.166
2017	Rp 4.618.528.830
2018	Rp 4.266.248.743

Pada Tabel I.2 dapat dilihat bahwa pendapatan pada tahun 2015 mengalami penurunan dan pada tahun 2016 pendapatan mengalami kenaikan kembali, namun pendapatan memiliki kecenderungan terus turun hingga tahun 2018. Pendapatan PT Trimitra Bandung Mandiri apabila dibandingkan antara pendapatan pada tahun 2018 dengan pendapatan pada tahun 2014 mengalami penurunan sebesar Rp 1.308.977.090. Selain itu, karena perusahaan membagi jenis *order* menjadi 2 jenis *order*. *Order* kecil dikategorikan untuk hunian dan *order* besar yang dikategorikan untuk perusahaan besar seperti KAHATEX, SUMMARECON, dan lain-lain. Maka, dilakukan perhitungan *order* per tahun untuk melihat penurunan secara spesifik yang terjadi pada jenis *order* kecil atau jenis *order* besar yang dapat dilihat pada Tabel I.3.

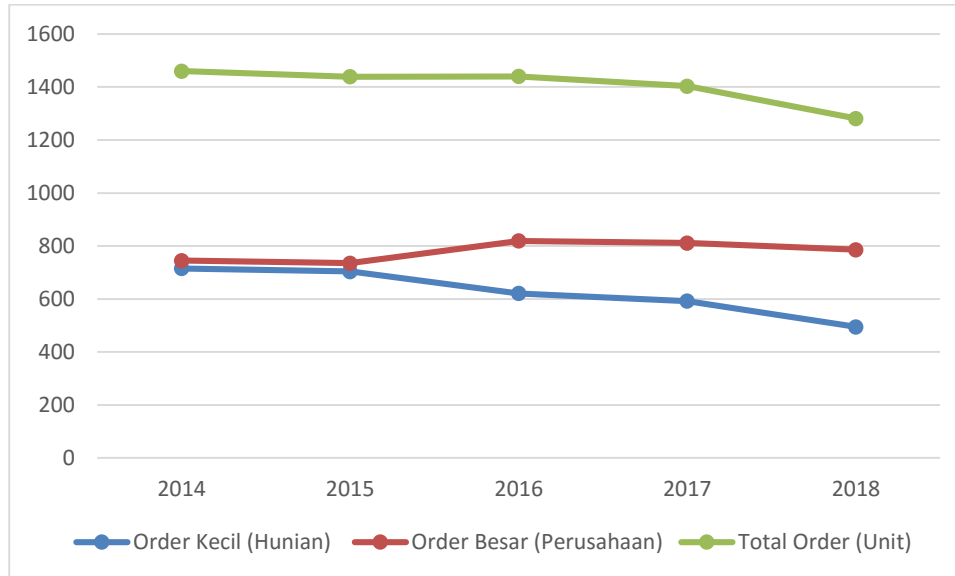
Tabel I.3 Rekapitulasi Berdasarkan Jenis *Order* PT Trimitra Bandung Mandiri Tahun 2014-2018

Tahun	<i>Order</i> Kecil Hunian (unit)	<i>Order</i> Besar Perusahaan (unit)	Total <i>Order</i> (Unit)
2014	715	745	1460
2015	704	735	1439
2016	621	819	1440
2017	592	811	1403
2018	495	786	1281

Berdasarkan data yang dilihat pada Tabel I.3, dapat dilihat bahwa penurunan terbesar terjadi pada jenis *order* kecil yang mengakibatkan total *order* keseluruhan per tahunnya juga ikut menurun. Penurunan *order* dapat dilihat lebih jelas pada grafik penurunan *order* PT Trimitra Bandung Mandiri berdasarkan data yang diberikan yaitu pada tahun 2014 hingga tahun 2018. Grafik penurunan *order* secara keseluruhan baik untuk jenis *order* individu maupun *order* perusahaan dapat dilihat pada Gambar I.5.

Berdasarkan data yang diperoleh terdapat penurunan penjualan serta penggunaan jasa pemasangan, maka dilakukan identifikasi masalah untuk

menentukan masalah utama yang mengakibatkan terjadinya penurunan konsumen serta pendapatan pada PT Trimitra Bandung Mandiri.



Gambar I.5 Grafik Order PT TBM Tahun 2014-2018

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

PT Trimitra Bandung Mandiri adalah perusahaan yang menjual produk kepada konsumen dan memberikan jasa pemasangan kepada konsumen. Menurut Gronroos (2007), jasa merupakan suatu proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas yang *intangible* sehingga pada umumnya, meskipun tidak selalu, akan terjadi interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa dan atau sumber daya fisik dan atau sistem dari penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi bagi masalah pelanggan. Seperti halnya pada PT Trimitra Bandung mandiri yang menyediakan jasa dan terdapat interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa pada proses pemasangan, kualitas dari jasa yang diberikan oleh perusahaan dianggap sebagai salah satu hal yang memiliki pengaruh besar pada penurunan ataupun kenaikan konsumen.

Terdapat perkiraan awal bahwa kualitas jasa merupakan masalah yang terjadi pada PT Trimitra Bandung Mandiri disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, dilakukannya wawancara kepada pemilik perusahaan. Berdasarkan wawancara dengan pemilik perusahaan, penurunan penjualan memang sering terjadi pada bulan-bulan yang merupakan bulan lebaran serta natal dan tahun baru, yang disebabkan karena hari kerja atau operasional yang lebih sedikit karena

terdapatnya hari libur nasional yang diberikan oleh pemerintah dan perusahaan kepada pegawainya. Pada tahun-tahun sebelumnya masih dapat dilihat bahwa penjualan setiap bulannya relatif stabil kecuali pada bulan Juli di tahun 2014 hingga tahun 2016 dan bulan Juni di tahun 2017 hingga tahun 2018 yang mengalami penurunan apabila dibandingkan dengan penjualan di bulan lain pada tahun yang sama. Hal itu karena bulan-bulan tersebut merupakan bulan yang terdapat hari libur lebaran. Selain itu penurunan konsumen juga terdapat pada bulan Desember, dimana pada bulan Desember terdapat libur natal dan tahun baru di setiap tahunnya. Namun, pemilik perusahaan mulai menyadari bahwa konsumen semakin menurun setiap tahunnya hingga tahun 2018.

Perusahaan sudah memberikan usaha-usaha untuk menaikkan jumlah konsumen pada bagian *marketing* dengan memberikan penawaran-penawaran seperti diskon untuk konsumen yang membeli dalam jumlah yang besar dan bagi perusahaan-perusahaan atau kontraktor yang biasanya membeli dalam jumlah yang cukup banyak untuk proyek besar. Selain itu pada segi kualitas produk, produk-produk yang dikeluarkan sudah melewati proses *Quality Control* yang ketat di pabrik induk yang telah dilakukan pada PT Trimitra Karya Mandiri di Tambun. Perusahaan juga sudah gencar melakukan iklan di media sosial, majalah serta koran, juga melakukan pameran produk yang biasanya dilakukan di Paris Van Java Mall sebanyak 4 hingga 5 kali setiap tahunnya.

Wawancara juga dilakukan pada konsumen yang menggunakan jasa pemasangan serta melakukan pembelian pada PT Trimtra Bandung Mandiri. Wawancara dilakukan kepada 15 konsumen yang merupakan konsumen yang terdapat pada kategori *order* kecil dan 4 konsumen yang terdapat pada kategori jenis *order* besar. Wawancara kepada konsumen dengan jenis *order* kecil lebih banyak, karena berdasarkan Gambar 1 yang merupakan grafik *order* PT Trimitra Bandung Mandiri dari tahun 2014-2018 menunjukkan bahwa penurunan penjualan yang sangat signifikan terjadi pada jenis *order* kecil. Sedangkan, pada jenis *order besar*, penjualan relatif stabil dari tahun 2014-2018. Data penurunan tersebut juga didukung dengan banyaknya keluhan konsumen yang terdapat pada jenis *order* kecil atau hunian, sedangkan pada konsumen dengan jenis *order* besar tidak terdapat keluhan yang berkaitan dengan kualitas jasa yang diberikan oleh PT Trimitra Bandung Mandiri. Hasil wawancara pada konsumen dengan jenis *order* kecil dan jenis *order* besar dapat dilihat pada Lampiran A.

Berdasarkan wawancara pada 15 konsumen *order* kecil, terdapat 9 konsumen yang mengetahui perusahaan dari rekan bisnis maupun teman-teman dari konsumen, 4 konsumen yang mengetahui perusahaan dari pameran yang diadakan di Paris Van Java Mall, dan 2 konsumen yang mengetahui perusahaan dari iklan yang terdapat di internet. Sehingga, dapat dikatakan bahwa selain iklan serta pameran, perusahaan dikenal karena *word-of-mouth* dari konsumen yang telah menggunakan jasa perusahaan sebelumnya. Hal tersebut semakin menguatkan bahwa kualitas dari jasa yang diberikan akan sangat mempengaruhi konsumen lain untuk membeli dan menggunakan jasa dari PT Trimitra Bandung Mandiri.

Selain itu, dari hasil wawancara yang dilakukan kepada konsumen banyak konsumen yang menilai bahwa harga yang diberikan oleh perusahaan cukup mahal apabila dibandingkan dengan harga produk dari perusahaan yang menghasilkan produk yang sama. Namun, konsumen juga menyatakan bahwa harga tersebut dapat disebabkan oleh bahan dari produk yang berbahan dasar alumunium yang mengakibatkan harga yang ditawarkan oleh PT Trimitra Bandung Mandiri lebih mahal dibandingkan kompetitor lain, yang memproduksi produk yang sama namun dengan bahan dasar yang biasanya menggunakan kayu atau besi. Selain itu terdapat keluhan pada lamanya proses pemasangan karena terdapat antrian pelanggan. Apabila konsumen akan melakukan klaim pada produk yang masih memiliki garansi, proses *service* cenderung lama dilakukan karena harus mengantri. Pada proses *service* yang tidak lagi memiliki garansi, terkadang biaya penggantian atau biaya *service* sering dinilai terlalu mahal bagi pelanggan.

Wawancara dilakukan kepada 15 konsumen dengan melakukan identifikasi kekurangan yang dirasakan oleh konsumen pada jasa yang diberikan oleh PT Trimitra Bandung Mandiri. Berdasarkan wawancara maka didapatkan *list* kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen yang menggunakan jasa PT Trimitra Bandung Mandiri yang dapat dilihat pada Tabel I.4.

Tabel I.4 *List* Kekurangan Konsumen PT Trimitra Bandung Mandiri

No	Nama Konsumen	Kekurangan	Kebutuhan	Kebutuhan Baru	Kumulatif Kebutuhan	Kumulatif Kebutuhan Baru
1	Bapak Kuncoro	1. Harga cukup mahal dibandingkan yang lain	3	3	3	3
		2. Customer Service lama angkat telepon				
		3. Pas proses pemasangan ada pegawainya yang santai-santai				

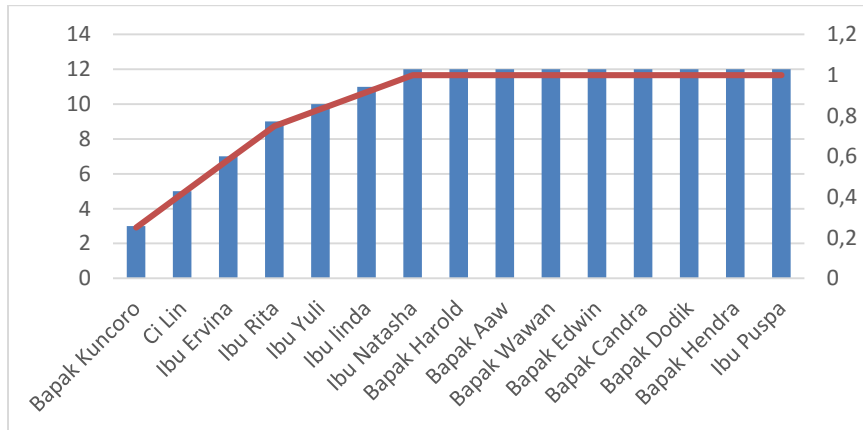
(lanjut)

Tabel I.4 *List* Kekurangan Konsumen PT Trimitra Bandung Mandiri (lanjutan)

No	Nama Konsumen	Kekurangan	Kebutuhan	Kebutuhan Baru	Kumulatif Kebutuhan	Kumulatif Kebutuhan Baru
2	Ibu Lin	1. Pegawai tidak cepat tanggap	3	2	6	5
		2. Pegawai tidak memberikan arahan pada konsumen				
		3. Harga mahal				
3	Ibu Ervina	1. Pemasangan lama	3	2	9	7
		2. Kurang pegawai di tempat pemasangan				
		3. Seharusnya melakukan survey sebelum melakukan pemasangan				
4	Ibu Rita	1. Pegawai kurang sopan	2	2	11	9
		2. Pegawai tidak ramah				
5	Ibu Yuli	1. Pengerjaannya lama banget	4	2	15	11
		2. Pegawainya suka susah dibilangin				
		3. Customer service nya suka susah dihubungin				
		4. Pegawai kurang menguasai produk				
6	Ibu linda	1. Harganya mahal	2	1	17	12
		2. Harusnya kasih service tambahan seperti ada maintenance dari perusahaan dengan harga produk sebesar itu.				
7	Ibu Natasha	1. Pengerjaannya lama karena menunggu giliran pemasangan	1	1	18	13
8	Bapak Harold	1. Mungkin untuk service nya bisa diberi pelayanan lebih seperti pengecekan berkala	3	0	20	13
		2. Harga lumayan pricey				
		3. Pegawai sudah baik cuman kurang orang				
9	Bapak Aaw	1. Lama nunggu pemasangannya harus ditelpon dulu	2	0	22	13
		2. Customer service kadang susah dihubungi				
10	Bapak Wawan	1. Harganya mahal sih	2	0	24	13
		2. Harusnya dikasi layanan tambahan setelah pemasangan				
11	Bapak Edwin	1. Pelayanan <i>service</i> lama padahal terdapat biaya tambahan	1	0	25	13
12	Bapak Candra	1. Sudah baik produk maupun jasanya	0	0	25	13
13	Bapak Dodik	1. Sudah cukup puas	0	0	25	13
14	Bapak Hendra	1. Tidak ada kekurangan	0	0	25	13
15	Ibu Puspa	1. Tidak ada kekurangan	0	0	25	13

Menurut Ulrich dan Eppinger (2001), wawancara atau identifikasi kebutuhan dapat dihentikan ketika responden telah mengemukakan kebutuhan yang sama atau tidak terdapat kebutuhan baru secara berturut-turut minimal pada 3 orang terakhir. Berdasarkan *list* kebutuhan tersebut, kebutuhan pada konsumen ke 8 yang diwawancara telah *stagnan* atau tidak terdapat kebutuhan baru.

Hasil dari *list* kebutuhan dapat lebih jelas dilihat pada Gambar I.6 yaitu gambar diagram kebutuhan yang diberikan kepada 15 responden pengguna jasa PT Trimitra Bandung Mandiri yang merupakan konsumen jenis *order* kecil atau hunian. Oleh karena itu 15 responden yang digunakan sebagai data awal untuk melakukan identifikasi permasalahan jasa pada PT Trimitra Bandung Mandiri dianggap telah cukup.



Gambar I.6 Diagram Kebutuhan oleh Responden

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada jenis *order* kecil berupa hunian dan jenis *order* besar berupa perusahaan yaitu KAHATEX, Hotel Zest, Santosa Hospital Bandung serta Istana Alumunium maka didapatkan masalah-masalah yang berkaitan dengan jasa yang diberikan oleh PT Trimitra Bandung Mandiri kepada konsumennya. Masalah-masalah yang terdapat pada wawancara tersebut apabila dirangkum adalah sebagai berikut:

1. *Customer service* lama dalam melakukan tanggapan atas keluhan konsumen.
2. Konsumen menilai seharusnya terdapat nilai lebih pada jasa atau pelayanan yang diberikan seperti biaya *maintenance* yang gratis
3. Harga produk yang mahal.
4. Terdapat pegawai yang tidak sopan pada konsumen.
5. Proses pengerjaan pemasangan lama karena antrian *order*.
6. Pegawai yang dimiliki perusahaan dirasa tidak cukup untuk melayani jumlah konsumen yang ada.
7. Pegawai dianggap tidak menomorsatukan konsumen ketika melakukan pemasangan produk.

8. Pegawai dianggap tidak terlalu mengetahui produk sehingga harus bertanya ke kantor.
9. Pegawai dinilai kurang ramah pada konsumen.
10. Pegawai di kantor tidak memberikan sambutan serta arahan yang jelas pada konsumen ketika datang.
11. Pemberian jasa seperti proses pemasangan seharusnya melalui proses *survey* awal agar diketahui kebutuhan pegawai pada proyek agar pemasangan dapat beres dilakukan sesuai dengan *deadline*.
12. Biaya *service* diluar garansi dirasa cukup mahal oleh konsumen.
13. Waktu menunggu proses *service* oleh konsumen dirasa lama, karena harus mengantri.

Selain melakukan wawancara kepada pemilik perusahaan dan konsumen dilakukan juga wawancara kepada pegawai yang melakukan jasa pemasangan atap, pintu dan jendela kepada konsumen. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada 15 orang pegawai, kebanyakan pegawai memberikan keluhan bahwa terkadang pegawai yang ditugaskan ke setiap tempat pemasangan kurang orang. Sehingga pegawai harus bekerja ekstra untuk menyelesaikan tugas dan menjamin pemasangan yang dilakukan baik hasilnya. Selain itu, *deadline* yang diberikan konsumen untuk melakukan pemasangan juga memberikan dampak pada pegawai berupa *stress* dan pengerjaan pemasangan produk yang tergesa-gesa, sehingga terkadang mempengaruhi hasil akhir dari pemasangan yang dilakukan seperti terdapat salah pengukuran atau pemotongan pada produk. Hal tersebut dapat mengakibatkan komplain dari konsumen karena konsumen harus menunggu waktu yang lebih lama karena produk harus dikembalikan ke pabrik untuk dibuat ulang sesuai dengan ukuran. Kerugian lain yang dirasakan adalah biaya tambahan yang harus dikeluarkan oleh perusahaan karena kesalahan pengukuran dianggap sebagai kesalahan yang berasal dari pihak perusahaan ketika melakukan *survey* pengukuran.

Berdasarkan kuesioner serta wawancara pada jenis *order* kecil dan jenis *order* besar didapati bahwa keluhan banyak diberikan oleh konsumen yang terdapat pada jenis *order* kecil atau hunian. Selain itu berdasarkan grafik penjualan yang dapat dilihat pada Gambar I.4 didapati bahwa penjualan untuk jenis *order* kecil mengalami penurunan secara terus menerus, sementara jenis *order* besar tidak mengalami penurunan yang signifikan pada grafik. Hal tersebut sesuai

dengan hasil dari kuesioner dan wawancara yang dilakukan dimana jenis *order* kecil memiliki lebih banyak keluhan yang berkaitan dengan jasa dibandingkan jenis *order* besar. Oleh karena itu peningkatan kualitas jasa akan berfokus pada konsumen yang termasuk pada jenis *order* kecil atau hunian. Selain itu, berdasarkan wawancara kepada pemilik perusahaan, konsumen serta pegawai dan kuesioner yang diberikan kepada konsumen dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah yang berkaitan dengan kualitas jasa pada PT Trimitra Bandung Mandiri yang mempengaruhi penurunan *order* serta penggunaan jasa dan pendapatan perusahaan. Perbaikan kualitas jasa akan dilakukan pada proses penerimaan *order*, proses desain, proses pengiriman barang ke konsumen, proses pemasangan barang ke konsumen serta proses *aftersales*.

Setelah melakukan identifikasi masalah maka dapat ditentukan metode yang tepat untuk menyelesaikan masalah kualitas jasa pada PT Trimitra Bandung Mandiri. Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan pada kualitas jasa. Metode SERVQUAL dan SERVPERF adalah metode yang dapat digunakan untuk menentukan atribut yang perlu diperbaiki pada perusahaan, metode ini dapat digunakan hanya untuk menentukan atribut saja. Metode LODGSERV adalah metode yang digunakan untuk menentukan atribut pada bidang perhotelan, metode ini tidak dapat digunakan karena penelitian dilakukan bukan pada perhotelan. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan metode yang menggunakan *gap analysis* namun pada perkembangannya terdapat kekurangan pada metode tersebut pada *excitement attribute* dan *basic attribute*, oleh karena itu metode IPA tidak dapat digunakan karena masih memiliki kesalahan dalam penentuan atribut yang harus diperbaiki. Metode lain yang dapat digunakan adalah metode KANO. Metode ini telah mengatasi kelemahan yang terdapat pada IPA dan metode ini dapat memunculkan atribut yang seharusnya ada pada perusahaan. Namun, hal tersebut tidak sesuai dengan permintaan perusahaan yang hanya ingin meningkatkan kualitas jasa pada perusahaannya berdasarkan jasa yang diberikan oleh perusahaan saat ini. Metode lain adalah metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) yang merupakan pengembangan dari metode IPA dan telah mempertimbangkan metode yang terdapat pada KANO pada perkembangannya. Sehingga, metode yang akan digunakan adalah metode *Improvement Gap Analysis* (IGA). Terdapat beberapa hal yang mendasari pemilihan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) untuk

menyelesaikan masalah pada PT Trimitra Bandung Mandiri yang akan dijelaskan berdasarkan literatur serta penelitian-penelitian yang telah dilakukan.

Menurut Tontini & Picolo (2010), perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa akan sangat dipengaruhi oleh pemenuhan kebutuhan konsumen, hal tersebut penting karena ketika konsumen merasa puas dengan jasa yang diberikan oleh perusahaan maka konsumen akan kembali menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Selain itu, pada PT Trimitra Bandung Mandiri konsumen telah merasakan jasa yang diberikan oleh perusahaan pada proses pemasangan produk. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Picolo, Tontini, dan Dockhom (2016), penelitian tersebut membahas mengenai kualitas layanan jasa pada *furniture manufacturer* dimana konsumen telah menerima dan produk telah dipasang pada rumah konsumen yang menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* pada penyelesaiannya. Sehingga, jasa yang diberikan bukan hanya berupa layanan saja, namun pemberian jasa tersebut juga berkaitan dengan produk yang dipasang.

Penelitian kedua yang mendukung pemilihan penggunaan metode *Improvement Gap Analysis* pada penelitian pada PT Trimitra Bandung Mandiri adalah penelitian yang dilakukan oleh Tontini & Solberg (2014), Penelitian ini hendak meneliti bagaimana *Improvement Gap Analysis* (IGA) dapat memberikan sugesti inovasi *incremental* mana yang harus diberikan kepada produk dan yang tidak harus diberikan. Produk yang dimaksud adalah *mosquito repellent device* dan *universal AC power socket* yang sudah dipasang pada konsumen dan konsumen telah menggunakannya. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengevaluasi dampak-dampak yang mungkin terjadi dari *incremental innovations* pada kepuasan pelanggan. Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian tersebut adalah metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) dapat mengindikasikan atribut yang harus dan tidak harus ditingkatkan atau atribut yang seharusnya diberikan kepada produk

Hal tersebut sesuai dengan jenis jasa yang ditawarkan oleh PT Trimitra Bandung Mandiri. Perbaikan kualitas jasa dilakukan melalui konsumen yang telah memakai serta memasang produk dari perusahaan di rumah konsumen. Sehingga, metode yang akan digunakan untuk melakukan penyelesaian masalah pada kualitas jasa di PT Trimitra Bandung Mandiri adalah dengan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA).

Penelitian ketiga yang menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) adalah penelitian yang dilakukan oleh Sitorus, H.M., Fransiscus, H., dan Martin (2013), yang berjudul *Improvement Gap Analysis* pada Rumah Makan X. Penelitian ini menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) pada penyelesaiannya. Pada penyelesaian masalah pada rumah dengan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) didapatkan peluang perbaikan yang dapat dilakukan terkait dengan mutu layanan Rumah Makan X. Hal ini sesuai dengan keinginan perusahaan yang ingin mengetahui peluang-peluang perbaikan yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan mutu layanan pada PT Trimitra Bandung Mandiri.

Selain itu, menurut Tontini & Picolo (2010), metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) merupakan metode yang menilai kepuasan konsumen berdasarkan jasa yang telah dilakukan. Hal tersebut sesuai dengan tujuan pemilik perusahaan yang ingin mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang saat ini perusahaan lakukan dan atribut yang harus ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) juga merupakan metode yang mengidentifikasi hubungan antara performansi atribut dengan kepuasan konsumen sehingga sangat sesuai dengan kondisi permasalahan yang dihadapi oleh PT Trimitra Bandung Mandiri untuk meningkatkan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen yang telah menggunakan serta memakai jasa perusahaan. .

Tidak hanya menilai atribut yang kurang, metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) juga dapat mengevaluasi dampak perbaikan terhadap atribut yang sudah memiliki performansi yang baik. Metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) juga tidak membutuhkan data kompetitor untuk melakukan evaluasi perbaikan (Tontini & Picolo, 2010). Hal ini didukung dengan sulitnya mendapatkan data dari kompetitor, karena produk yang ditawarkan merupakan produk yang banyak digunakan oleh masyarakat dengan penghasilan menengah ke atas dan perusahaan besar, sehingga perusahaan kompetitor tidak mau memberikan informasi mengenai konsumen dengan mudah.

Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi dan pemilihan metode yang telah dilakukan, didapatkan masalah-masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa saja atribut yang digunakan untuk menganalisis permasalahan mengenai kepuasan konsumen yang termasuk jenis *order* kecil atau hunian yang menggunakan jasa PT Trimitra Bandung Mandiri ?
2. Bagaimana kondisi kepuasan konsumen yang termasuk jenis *order* kecil atau hunian yang menggunakan jasa PT Trimitra Bandung Mandiri saat ini?
3. Apa saja usulan dan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh PT Trimitra Bandung Mandiri untuk meningkatkan kualitas jasa dan kepuasan konsumen yang termasuk jenis *order* kecil atau hunian dengan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) ?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan terdapat beberapa batasan masalah yang digunakan, sehingga ruang lingkup permasalahan yang diteliti lebih sederhana. Pada penelitian ini terdapat pembatasan masalah yaitu penelitian dilakukan untuk meningkatkan kualitas jasa yang dimiliki oleh perusahaan saat ini hingga tahap pemberian usulan kepada perusahaan. Namun, usulan yang diberikan belum sampai pada tahap implementasi hanya pada tahap pemberian usulan saja.

Selain terdapat pembatasan masalah, terdapat asumsi penelitian yang menjadi dasar dari dilakukannya penelitian. Asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah kondisi perusahaan PT Trimitra Bandung Mandiri tidak berubah secara drastis selama masa penelitian.

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian didapatkan berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya. Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui atribut yang digunakan untuk menganalisis permasalahan mengenai kepuasan konsumen yang termasuk jenis *order* kecil atau hunian yang menggunakan jasa PT Trimitra Bandung Mandiri.
2. Mengetahui kondisi kepuasan konsumen yang termasuk jenis *order* kecil atau hunian yang menggunakan jasa PT Trimitra Bandung Mandiri saat ini.

3. Memberikan usulan dan menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh PT Trimitra Bandung Mandiri untuk meningkatkan kualitas jasa dan kepuasan konsumen yang termasuk jenis *order* kecil atau hunian dengan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA).

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan tentu memberikan manfaat baik bagi peneliti, perusahaan yang diteliti yaitu PT Trimitra Bandung Mandiri, dan pembaca penelitian. Manfaat penelitian untuk peneliti adalah sebagai berikut :

1. Membuat peneliti mengetahui penyelesaian masalah bagi perusahaan yang memiliki masalah pada kualitas jasanya.
2. Membuat peneliti dapat menerapkan ilmu yang telah diberikan pada masa perkuliahan dengan memberikan penyelesaian pada suatu masalah, dalam penelitian ini adalah masalah kualitas jasa yang dihadapi oleh PT Trimitra Bandung Mandiri.
3. Menambah wawasan peneliti terhadap dunia kerja yang bergerak pada perusahaan jasa.

Selain manfaat untuk peneliti, terdapat manfaat untuk perusahaan melalui penelitian yang dilakukan. PT Trimitra Bandung Mandiri diharapkan dapat menjadikan penelitian yang telah dilakukan sebagai acuan atau dasar untuk menyelesaikan masalah perusahaan dalam kualitas jasa yang dikeluhkan oleh perusahaan. Selain untuk perusahaan terdapat manfaat yang diberikan oleh penelitian untuk pembaca yaitu menjadi referensi bagi penelitian lain yang memiliki topik serupa.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan proses atau cara ilmiah yang dilakukan untuk mendapatkan data yang akan digunakan dalam penelitian. Metodologi penelitian akan direpresentasikan dalam bentuk diagram alir (*flow chart diagram*) yang dapat dilihat pada Gambar I.6. Metodologi penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Penelitian awal

Pada penelitian awal, dilakukan wawancara awal kepada 15 responden yang telah menggunakan jasa pada PT Trimitra Bandung Mandiri. Selain kepada konsumen, dilakukan juga wawancara kepada pegawai dan pemilik dari PT Trimitra Bandung Mandiri. Penelitian awal ini bertujuan untuk menentukan masalah utama yang terdapat pada PT Trimitra Bandung Mandiri.

2. Studi literatur

Studi literatur bertujuan untuk memahami teori-teori yang mendasari penentuan masalah, pengolahan data serta analisis yang dibutuhkan pada penelitian. Studi literatur dapat diperoleh dari jurnal, buku referensi, penelitian terdahulu ataupun situs internet yang resmi.

3. Identifikasi dan perumusan masalah

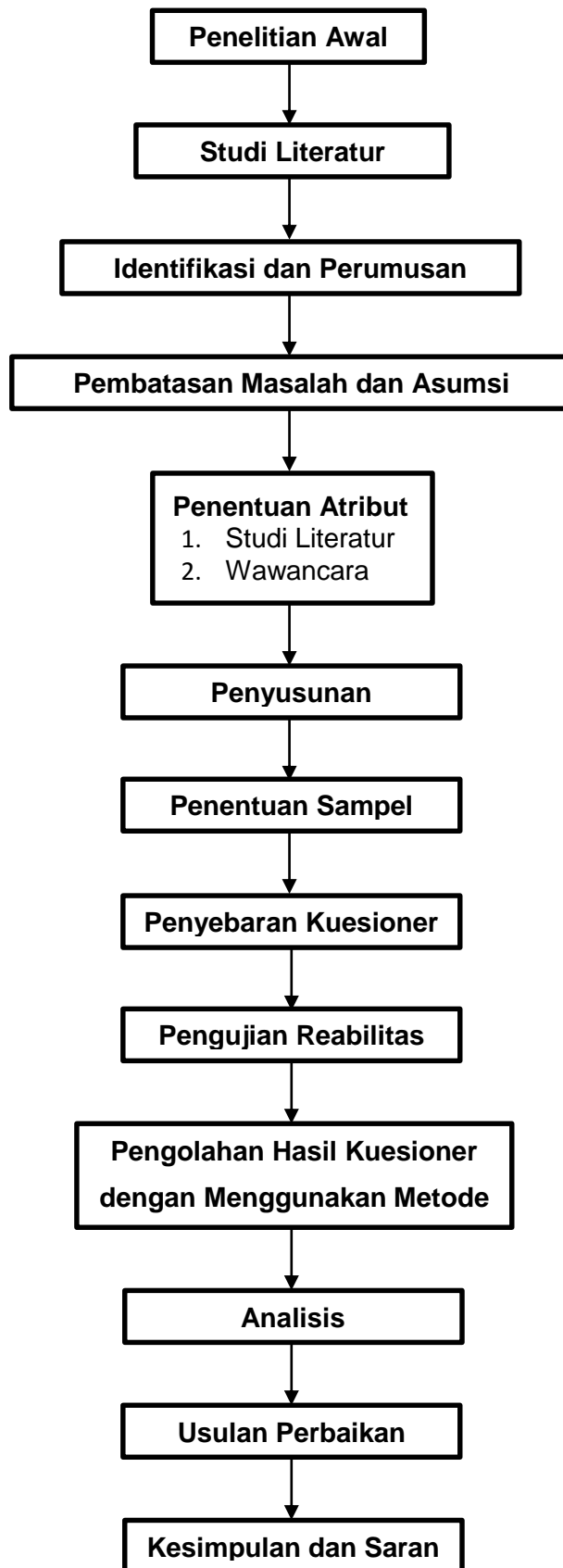
Identifikasi masalah dapat dilakukan berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibuat sebelumnya. Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, masalah akan dirumuskan ke dalam beberapa poin. Rumusan masalah dapat menuntun langkah-langkah penelitian yang harus dilakukan berikutnya. Dengan adanya rumusan masalah, tujuan penelitian adalah memberi jawaban terhadap permasalahan yang ada.

4. Pembatasan masalah dan asumsi penelitian

Pembatasan masalah bertujuan untuk membatasi penelitian yang dilakukan agar tidak terlalu luas. Di samping itu, penelitian harus diasumsikan agar terdapat hal yang dapat dijadikan sebagai pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian.

5. Penentuan atribut

Penentuan atribut dilakukan dengan melakukan wawancara dengan menggunakan metode CIT dan studi literatur. Studi literatur yang digunakan merupakan jurnal yang meneliti permasalahan yang memiliki kondisi yang hampir sama.



Gambar I.6 Metodologi Penelitian

6. Penyusunan kuesioner

Setelah memperoleh atribut apa saja yang berpengaruh, kuesioner dirancang. Penyusunan kuesioner bertujuan untuk mengetahui keinginan konsumen secara umum mengenai suatu jasa pemasangan, kepuasan konsumen pada keadaan fungsional atau disfungsionalnya suatu atribut, dan tingkat kepuasan konsumen pada pelayanan jasa yang diberikan PT Trimitra Bandung Mandiri.

7. Penentuan sampel

Penentuan sampel bertujuan untuk mengetahui berapa jumlah responden yang dapat mewakili atau menggambarkan keadaan kondisi kualitas jasa pada PT Trimitra Bandung Mandiri yang sebenarnya.

8. Penyebaran kuesioner

Kuesioner yang telah disusun, disebarikan kepada responden yang telah menggunakan jasa pemasangan pada PT Trimitra Bandung Mandiri. Penyebaran dilakukan sebesar atau lebih besar dari jumlah sampel yang dibutuhkan.

9. Uji reliabilitas

Pada tahap ini hasil kuesioner yang telah disebarikan kepada konsumen yang menggunakan jasa pada PT Trimitra Bandung Mandiri, diuji reliabilitasnya. Reliabilitas menyatakan seberapa jauh sebuah alat ukur dapat mengukur sesuatu tanpa bias atau tanpa kesalahan (Sekaran, 2000). Apabila hasil kuesioner tidak *reliable*, maka peneliti perlu menyebarkan kuesioner kembali.

10. Uji validitas

Selanjutnya, validitas semua atribut diuji. Menurut Sekaran (2000), uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat mengukur sesuatu yang ingin diukur. Apabila atribut tidak valid, maka atribut tersebut dibuang.

11. Pengolahan hasil kuesioner dengan menggunakan metode IGA

Apabila hasil kuesioner yang disebarikan sudah *reliable* dan valid, maka data tersebut dapat diolah dengan menggunakan metode IGA. Setelah itu, atribut-atribut dapat dipetakan dalam matriks IGA berdasarkan hasil pengolahan data tersebut.

12. Analisis

Tahap ini berisi analisis terhadap hasil pengolahan data yang telah dilakukan. Analisis yang dilakukan akan digunakan sebagai bahan untuk menentukan usulan perbaikan yang perlu dilakukan terhadap permasalahan yang ada.

13. Usulan perbaikan

Pada tahap ini diberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan jasa pada PT Trimitra Bandung Mandiri. Usulan perbaikan yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pemasangan.

14. Kesimpulan dan saran

Penelitian ini diakhiri oleh penarikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan ini, beberapa saran yang akan diberikan oleh peneliti kepada PT Trimitra Bandung Mandiri untuk meningkatkan kualitas pelayanan di perusahaan tersebut serta kepada peneliti selanjutnya agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan hasil yang lebih baik.

I.7 Sistematika Penulisan

Suatu penelitian yang baik membutuhkan suatu sistematika penulisan laporan yang baik pula agar penelitian dapat dipahami dengan baik. Pada penulisan mengenai penelitian ini digunakan sistematika penulisan seperti berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama ini terdiri dari latar belakang masalah yang menjelaskan mengapa masalah pada penelitian ini diangkat. Setelah itu terdapat identifikasi masalah yang telah didukung dengan data awal dan metode yang digunakan untuk menyelesaikannya, sehingga dapat dirumuskan masalah yang harus diselesaikan pada penelitian. Setelah itu terdapat tujuan dari penelitian yang dilakukan. Selanjutnya dijelaskan manfaat yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan ini. Setelah itu setiap proses dirangkum pada metodologi penelitian dengan menggunakan *flow-chart*. Selanjutnya, ringkasan pada setiap bab ditulis secara sistematis pada sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini terdapat dasar-dasar teori yang menjadi dasar penelitian. Tinjauan pustaka dalam hal ini berperan sebagai literatur yang digunakan oleh peneliti saat melakukan penelitian terkait topik permasalahan yang dipilih. Adapun topik-topik terkait yang menjadi tinjauan pustaka peneliti yaitu mengenai kepuasan pelanggan, kualitas layanan dan aspek-aspek pendukungnya seperti pengukuran statistika serta teori-teori yang terkait dengan usulan perbaikan terhadap akar masalah yang terjadi. Tinjauan pustaka yang digunakan juga dapat berfungsi sebagai dasar-dasar yang menguatkan pengolahan data yang dilakukan.

BAB III PEMETAAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP JASA PEMASANGAN PT TRIMITRA BANDUNG MANDIRI

Pada bab ketiga ini dilakukan penentuan atribut, penyusunan kuesioner , teknik penggunaan sampel yang digunakan, penyebaran kuesioner serta pengolahan data dari hasil kuesioner yang telah disebar. Pengolahan data yang dilakukan berupa uji validitas dan uji reabilitas. Setelah data *valid* maka dilakukan pemetaan kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode IGA.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN PT TRIMITRA BANDUNG MANDIRI

Pada bab keempat ini diberikan analisis mengenai hasil dari pemetaan atribut yang didapatkan dengan menggunakan metode IGA. Setelah itu dilakukan penentuan akar masalah dengan menggunakan *fishbone diagram* untuk menentukan usulan perbaikan yang tepat sehingga masalah yang terdapat pada perusahaan dapat diselesaikan dengan benar.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan diberikan agar dapat mempermudah pembaca saat membaca hasil penelitian secara singkat. Kesimpulan menjawab pertanyaan yang diajukan saat perumusan masalah dilakukan. Sementara saran yang

diberikan adalah saran untuk pihak manajemen perusahaan yang bersifat membangun.