

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka merupakan bab yang menjelaskan penelitian yang sudah dilakukan terdahulu serta berkaitan tentang penelitian yang akan dilakukan sekarang dan dasar teori yang akan dibahas dalam penelitian yang berkaitan dengan kualitas.

2.1.1. Penelitian Terdahulu

Hananningsih dan Usman (2017) melakukan sebuah penelitian tentang peningkatan kualitas pada restoran Ocean Garden yang berlokasi di Malang dengan menggunakan *Service Quality (SERVQUAL)* dan metode *TRIZ*. Kasus yang dihadapi oleh restoran Ocean Garden ini adalah dari segi kenyamanan pelayanan yang diterima konsumen. Dengan menggunakan *SERVQUAL* maka dapat ditemukan nilai dari tingkat prioritas dari suatu atribut yang diprioritaskan untuk ditingkatkan kualitasnya. Kemudian dengan menggunakan metode *TRIZ* dengan mengurutkan atribut sesuai dengan nilai frekuensi tertinggi hingga terendah dari atribut yang diprioritaskan maka terdapat usulan perbaikan yang diberikan seperti perencanaan penyimpanan bahan baku serta pengadaan peralatan masak yang dikelompokkan sesuai dengan jenis masakan yang akan dibuat, mempersiapkan kebersihan restoran sebelum restoran tersebut buka, mempersiapkan kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen, dan dapat meningkatkan sarana untuk membuat konsumen dapat lebih nyaman dalam pelayanan yang diberikan oleh restoran.

Arif dan Lukmandono (2020) melakukan sebuah penelitian tentang peningkatan kualitas layanan pendidikan pada SMK Negeri 3 Balikpapan dengan menggunakan metode *CSI* dan *SERVQUAL*. Kasus yang dihadapi yaitu guna meningkatkan kualitas yang ada di Sekolah tersebut dengan menjadikan siswa sebagai responden yang kemudian terdapat 4 atribut pelayanan pendidikan yang harus diperbaiki dari 20 atribut pelayan yang ada. Penggunaan metode *SERVQUAL* digunakan untuk mendapatkan atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki dan dengan mengurutkan dari tingkatan terendah hingga tertinggi untuk mendapatkan atribut apa saja yang perlu dibenahi dalam sekolah tersebut. Setelah dilakukan perhitungan dengan metode tersebut maka diperoleh usulan perbaikan

di bidang kebersihan yaitu toilet siswa yang memerlukan petugas tambahan untuk membersihkannya. Dengan pengukuran persentase kepuasan pelanggan yang dilakukan di SMA Negeri 3 Balikpapan memiliki tingkat kepuasan sangat puas dengan persentase 83,4%

Heru dan Absor (2017) melakukan sebuah penelitian tentang analisis kualitas pelayanan pada PT. Media Purna Engineering dengan menggunakan metode *Service Quality (SERVQUAL)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Kasus yang dihadapi oleh PT. Media Purna Engineering yaitu pada layanan yang diberikan kepada konsumen kurang memuaskan sehingga perlu perbaikan pada beberapa atribut. Penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL dan IPA yang digunakan dalam mencari faktor apa saja yang dapat membuat atribut tersebut masih kurang baik dalam layanan kualitas perusahaan. Hasil dari metode penelitian yaitu pada dimensi *tangibles* dan dimensi *responsive* pada metode SERVQUAL dan *Responsiveness* pada metode IPA dalam beberapa atribut yang memiliki nilai GAP yang perlu diperbaiki karena sangat berpengaruh dalam layanan kualitas dalam suatu perusahaan untuk mencapai kepuasan konsumen yang berkaitan dengan kualitas produk yang ada. Sehingga usulan perbaikan yang diberikan seperti dalam merekrut pekerja sebelumnya diberikan pengarahan dan pengenalan serta selalu dibina dalam melakukan pengerjaan layanan serta menjalin komunikasi yang baik kepada atasan sehingga jika terdapat masalah dapat langsung diselesaikan. Penelitian dengan menggunakan metode *Service Quality (SERVQUAL)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* juga dilakukan oleh Faris dkk. (2019) dalam melakukan analisis pada pelayanan kepada pasien yang ada di klinik pratama dengan kasus pelayanan yang ada di klinik tersebut sudah sesuai dengan mutu layanan yang ada dan untuk membuat desain strategi yang akan digunakan untuk meningkatkan kualitas yang ada. Penelitian ini menggunakan 25 atribut yang digunakan sebagai perhitungan kualitas layanan yang ada pada klinik Pratama dengan menggunakan metode SERVQUAL dan hasil yang didapatkan yaitu pada layanan yang diberikan belum memenuhi keinginan dari konsumen. Latar belakang masalah ini yaitu pada peningkatan komplain dari pelanggan dan dikarenakan keterbatasan penelitian ini sehingga tidak dapat memberikan analisis dampak yang diterapkan sehingga dibutuhkan analisis lanjutan seperti *Quality Function Deployment (QFD)* untuk dapat memberikan perbaikan layanan di klinik Pratama

Dalam melakukan sebuah penelitian guna meningkatkan pelayanan yang ada pada suatu bengkel yang terletak di Manado, Johan dkk.(2022) dengan menggunakan metode *Service Quality* dan TRIZ dalam penelitian yang memiliki permasalahan pada banyaknya jumlah bengkel yang ada di Manado. Permasalahan ini diangkat karena populasi kendaraan roda empat mulai banyak di Manado sehingga banyak yang berlomba lomba dalam membuat bengkel yang ada di daerah tersebut tetapi belum membuat konsumen yang datang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner dalam memperoleh data langsung dari konsumen yang datang ke bengkel tersebut dan kemudian menggunakan metode *SERVQUAL* dalam menentukan tingkat gap yang belum merasa puas dan metode TRIZ digunakan untuk menentukan perbaikan yang akan dilakukan. Usulan perbaikan yang diberikan kepada bengkel yaitu pada perbaikan dari sektor pemberian garansi terhadap barang yang dibeli oleh konsumen dan perbaikan pada pekerja yang sigap dalam menangani masalah yang ada di kendaraan konsumen.

Mutiara Lusiana (2021) melakukan sebuah penelitian tentang peningkatan kualitas pelayanan pada Online store Shopee dengan menggunakan metode SWOT. Permasalahan yang dialami yaitu pada pelayanan yang belum memuaskan kepada konsumen dan analisis dari kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dapat terjadi jika pelayanan yang diberikan kurang baik dan dengan menggunakan metode SWOT. Dengan metode SWOT dapat melihat faktor apa saja yang akan digunakan untuk mencari suatu kekuatan atau kelemahan yang ada sesuai dengan kondisi terkini dan untuk perbaikan yang diberikan belum ada dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh shopee sudah baik dan hanya perlu dipertahankan dan dikembangkan dalam peluang yang lemah sehingga dapat bersaing lebih lagi dengan online store lainnya.

Penelitian dalam meningkatkan kualitas layanan di perusahaan daerah air minum yang terletak di kota batu yang dilakukan oleh Titis dkk.(2019) memiliki permasalahan pada perusahaan yang mendapatkan banyak komplain atau keluhan dari pelanggan secara langsung dan membuat kualitas layanan pada perusahaan tersebut menurun. Pada penelitian ini menggunakan metode *Service Quality (SERVQUAL)* dan metode SWOT. Penelitian menggunakan diagram pareto dan *Fishbone* diagram dalam menemukan permasalahan apa saja yang membuat pelayanan yang ada menjadi kurang baik. Metode *SERVQUAL* yang digunakan untuk mengetahui faktor yang membuat para konsumen kurang puas

dengan layanan yang diberikan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah penulis memberikan atribut yang kurang memuaskan kepada pihak perusahaan dan memberikan strategi yang dibuat oleh penulis kepada perusahaan dengan menggunakan metode SWOT sehingga dapat membuat kualitas pada perusahaan air minum tersebut meningkat. Metode *Service Quality* dan metode SWOT juga digunakan pada penelitian Adhimas dan Budi (2021) yang menganalisis kualitas pelayanan dari King Boba yang memiliki permasalahan dari maraknya penjualan minuman boba drink sehingga daya saing antar penjual termasuk tinggi dan terdapat beberapa merk boba drink serupa sehingga dengan hal tersebut omset penjualan yang diperoleh oleh king boba menjadi menurun yang mungkin disebabkan oleh kurangnya pelayanan yang diberikan oleh king boba kepada konsumen. dengan metode *SERVQUAL* mendapatkan atribut yang digunakan dalam menilai kualitas pelayanan yang ada di king boba. Setelah mendapatkan hasil yang diperoleh dalam metode tersebut didapatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan king boba sudah baik dikarenakan nilai persepsi sudah melampaui jauh dari nilai harapan yang sudah ditentukan sehingga pelayanan yang diberikan sudah sangat baik dengan begitu hasil dari metode SWOT memberikan strategi yang dapat digunakan perusahaan king boba dalam persaingan yang ada, contoh strategi yang diberikan seperti menurunkan harga minuman hingga pemasangan iklan produk. Dalam penelitian Rahmad dan Meri (2021) juga melakukan penelitian dalam meningkatkan kualitas yang di AUTO 2000 dalam hal melakukan perawatan pada kendaraan konsumen dengan metode *Service Quality (SERVQUAL)* dengan kasus menjaga kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang sudah ada dan ingin meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen agar menjadi lebih baik lagi. Pada penelitian ini dilakukan dengan *SERVQUAL* yang dibantu dengan persentase NPS (*Net Promoting Service*) yang emmintaan konsumen untuk menilai dari interval angka yang sudah ditetapkan. Setelah dilakukan penelitian maka didapatkan kesimpulan bahwa pelayanan yang diberikan oleh AUTO 2000 belum memuaskan pelanggan yang berkunjung sehingga diperlukan perbaikan kualitas layanan yang ada di AUTO 2000 dan rancangan yang dibuat yaitu pemberian SOP kepada setiap pekerja dalam mengerjakan kendaraan milik konsumen dan setelah dilakukan penerapan tersebut maka diperoleh hasil yang baik yaitu pada penilaian dari konsumen setelah diberlakukan SOP menjadi lebih baik dan membuat layanan kepada konsumen menjadi lebih baik

Pada penelitian Febriyo dan didi (2020) dalam melakukan analisis kepuasan pelanggan yang berada di kedai XYZ surabaya ini dengan menggunakan metode *Service Quality (SERVQUAL)* dan dengan menggunakan metode SWOT dalam menentukan strategi yang akan dibuat untuk meningkatkan kualitas dari kedai tersebut. kasus yang ada pada kedai tersebut yaitu pada minat pembeli yang menurun sehingga tidak dapat memenuhi target yang sudah ditentukan,. Penelitian yang sudah dilakukan didapatkan beberapa atribut yang menjadi faktor signifikan dalam metode *SERVQUAL* tetapi nilai yang dihasilkan sudah melampaui nilai dari nilai harapan sehingga penilaian kualitas layanan yang ada di kedai XYZ sudah baik dan dengan menggunakan metode SWOT mendapatkan beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh pihak kedai XYZ seperti mempertahankan harga produk dikarenakan harga dari kedai XYZ lebih baik dari pada kedai pesaing lainnya sehingga meningkatkan promosi pada sekitar daerah tersebut sehingga dapat unggul dari pesaing kedai lainnya.

Penelitian yang dilakukan Meryana dkk.(2017) dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang ada restoran Dahlia yang berada di daerah pasuruan dengan menggunakan metode *Service Quality (SERVQUAL)* dan metode *SIX SIGMA*. Kasus yang ada pada penelitian ini yaitu pada restoran belum memberikan pelayanan yang baik dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang datang ke restoran tersebut. pada penelitian ini menggunakan *SERVQUAL* dalam menentukan atribut yang akan diprioritaskan untuk diperbaiki dalam restoran tersebut dan metode *SIX SIGMA* dalam menentukan strategi yang digunakan dalam memperbaiki kualitas yang ada. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa restoran Dahlia belum memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan dengan menggunakan *SIX SIGMA* menghasilkan strategi untuk melakukan prioritas pada kualitas produk yang ada dikarenakan nilai yang pada kualitas produk masih negatif. Setelah mela

Penelitian yang dilakukan Maria dkk. (2022) pada peningkatan kualitas pelayanan kesehatan dengan menggunakan metode *Service Quality (SERVQUAL)* dan metode Lean Health. Kasus yang ada pada penelitian ini yaitu banyaknya keluhan yang diterima oleh layanan Kesehatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *SERVQUAL* yang digunakan dalam menemukan atribut yang diprioritaskan dalam menemukan masalah yang ada sehingga dapat memberikan usulan perbaikan dengan memaksimalkan visual management pada rak yang ada dengan memberikan label warna dan memberikan display tata letak untuk

mempermudah penjelasan alur proses rawat jalan pada saat pasien atau keluarga pasien melakukan registrasi

Penelitian kepuasan pelanggan yang dipengaruhi kualitas pelayanan yang ada pada bengkel MR. Mekanik citayam juga menggunakan kuesioner seperti penelitian milik Abdur (2017). kuesioner digunakan untuk menentukan faktor apa saja yang berpengaruh untuk kepuasan pelanggan dengan menggunakan pernyataan yang sebelumnya sudah dibuat. Dari hasil kuesioner yang sudah dilakukan maka pengaruh kualitas dari jasa atau barang yang diberikan dari bengkel merupakan faktor terpenting dalam menjamin kepuasan pelanggan yang datang ke bengkel sehingga harus ditingkatkan selalu serta dipertahankan dengan sebaik mungkin. Seperti pada penelitian Ella dkk, (2022) yang melakukan penelitian tentang kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas dari suatu layanan dan citra dari perusahaan pada bengkel resmi Honda Surabaya yang menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan data dari responden yang datang ke bengkel tersebut dan dengan begitu dapat menyimpulkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh bengkel dapat berpengaruh dalam membuat pelanggan puas dengan hasil yang diberikan sehingga dapat meningkatkan kualitas dari suatu layanan dan fasilitas yang diberikan di bengkel tersebut dapat membuat nyaman pelanggan sehingga retensi dari suatu citra yang dipancarkan oleh suatu perusahaan untuk memperhatikan kualitas dan fasilitas yang diberikan.

Peningkatan kualitas dari suatu perusahaan untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain memerlukan kualitas yang baik seperti pada penelitian Hendri (2018) yang membahas peningkatan kualitas dengan menggunakan metode survey yang digunakan untuk menentukan strategi perbaikan yang akan digunakan. Kasus yang dihadapi yaitu untuk mencari strategi yang cocok dalam meningkatkan kualitas pada suatu perusahaan dan kualitas merupakan salah satu faktor yang signifikan dalam persaingan antar perusahaan yang ada. Survei yang digunakan menggunakan kuesioner kepada para pelanggan PT. Putra Usaha Mandiri. Kemudian dilakukan beberapa uji yang dilakukan untuk membuat data tersebut dapat digunakan untuk menentukan faktor permasalahan dan mendapatkan kesimpulan bahwa dalam persaingan antar perusahaan dengan kualitas yang diberikan oleh perusahaan terhadap pelanggan yang datang dan merupakan salah satu faktor yang signifikan dalam keunggulan dalam persaingan hingga

,memberikan dampak sebesar 36.1% dalam persaingan antar perusahaan yang berada pada industri yang sama.

Peningkatan kualitas pada suatu bengkel dapat menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFS)* seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Prayoga dkk. (2020). Penelitian ini memiliki permasalahan yaitu pada pelanggan yang kurang puas dengan layanan yang diberikan oleh bengkel custom automobile sehingga dengan adanya penelitian ini digunakan untuk meningkatkan kualitas dari bengkel tersebut. penelitian ini menggunakan kuesioner yang kemudian melakukan perhitungan GAP yang ada pada setiap atribut dengan menggunakan metode SERVQUAL yang digunakan untuk menentukan atribut yang memiliki kesenjangan yang tinggi. Usulan perbaikan yang diberikan penulis terhadap bengkel yaitu pada perbaikan fasilitas yang ada pada bengkel tersebut dan waktu pengerjaan dari suatu produk dapat lebih cepat guna meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen dan dapat bersaing dengan bengkel lainnya.

2.1.2. Pemilihan Solusi

Usulan solusi perbaikan yang akan diberikan sesuai dengan masalah yang ada di bengkel XYZ yaitu dari pelayanan yang diberikan oleh dalam perbaikan sepeda motor. Faktor yang membuat pelayanan menjadi lama dan tidak teratur adalah peletakan alat-alat yang digunakan dalam memperbaiki sepeda motor sehingga kesulitan jika ingin menggunakan salah satu alat yang akan digunakan. Berdasarkan penelitian terdahulu maka akan menentukan faktor apa saja yang dapat membuat pelayanan tersebut dapat menjadi kurang memuaskan dan dengan begitu dapat mengusulkan perbaikan guna meningkatkan kualitas yang ada di bengkel XYZ. Solusi yang diberikan yaitu memberikan tempat khusus yang sudah disusun dengan rapi dan diberi nama dengan jelas untuk memudahkan para pekerja untuk menemukan alat yang akan digunakan serta mempercepat kinerja dalam memperbaiki sepeda motor dan tidak terhambat dalam mencari alat yang akan digunakan. Usulan yang diberikan juga dapat melihat kondisi dari alat-alat yang akan digunakan dalam melakukan perbaikan apakah masih layak untuk digunakan atau sudah waktunya untuk melakukan penggantian alat

2.1.3. Pemilihan Metode

Solusi yang diberikan juga memerlukan metode yang akan digunakan dalam proses penelitian. Berdasarkan penelitian yang terdahulu tentang peningkatan

kualitas. Untuk dapat mengetahui faktor apa saja yang akan mempengaruhi pelayanan yang ada akan menggunakan *Service Quality (SERVQUAL)*. Metode *Service Quality (SERVQUAL)* dipilih dikarenakan metode ini dapat menunjukkan gap atau jarak antara faktor faktor apa saja yang berpengaruh dalam kualitas layanan yang sudah ada dan akan menghasilkan hasil yang dapat disusun secara urut dari nilai yang terkecil hingga nilai terbesar sehingga dapat dengan mudah mengetahui faktor yang sangat berpengaruh dalam kualitas yang ada. Penelitian terdahulu biasanya menggunakan lebih dari 1 metode untuk meningkatkan suatu layanan atau menganalisis layanan yang sudah ada sehingga penulis akan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) yang dapat menentukan aspek apa saja yang paling penting untuk dilakukan perbaikan guna memperbaiki pelayanan yang ada di bengkel XYZ

2.2. Dasar Teori

Pada bagian dasar teori berisi teori teori yang berkaitan dan digunakan dalam penelitian ini dan dibagi dalam beberapa sub bab sebagai berikut

2.2.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kegiatan guna usaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang berasal dari konsumen serta ketepatan yang disalurkan melakukan penyampaian dalam memenuhi harapan dari konsumen (Tjiptono,2014).

Menurut subagyo (2013) menyebutkan kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang kompleks dan terdapat lima indikator yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu;

a. Wujud (*Tangibles*)

Perwujudan suatu barang secara fisik atau layanan jasa yang akan diterima oleh konsumen sehingga perusahaan harus memberikan yang terbaik dalam kualitas pelayanan yang akan diberikan

b. Keahlian (*Reliability*)

Keahlian dalam memberikan pelayanan yang baik dan dapat diandalkan serta akurat dalam kualitas pelayanan yang diberikan

c. Daya Tanggap (*Responsive*)

Daya tanggap dalam kesadaran dan memiliki keinginan untuk membantu konsumen dalam memberikan pelayanan jasa terhadap konsumen sehingga

dapat sesuai dengan keinginan dari konsumen dalam memenuhi kepuasan pelanggan

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan yang diberikan kepada konsumen dalam menjamin dari pelayanan dapat memenuhi sopan santun yang ada dan kemampuan dalam membuat konsumen menjadi yakin dan kepercayaan terhadap layanan yang ada sehingga meliputi beberapa aspek seperti pengetahuan yang dimiliki karyawan dan perilaku dari karyawan tersebut terhadap konsumen

e. Empati (*Empathy*)

Empati yang dimiliki setiap karyawan dalam memberikan perhatian kepada konsumen secara pribadi dengan hal tersebut konsumen akan merasa diberikan pelayanan yang spesial sehingga dapat membuat konsumen merasa puas

2.2.2. Service Quality (SERVQUAL)

Service Quality atau yang biasa disebut sebagai *SERVQUAL* merupakan suatu metode yang digunakan untuk memenuhi suatu kebutuhan, hingga harapan seorang pelanggan atau pelanggan yang harus dilakukan secara konsisten untuk dapat memberikan pelayanan yang memuaskan (Kartajaya, 2005) *Service Quality* juga merupakan salah satu model yang digunakan untuk memperbaiki atau menyempurnakan layanan yang ada dan diberikan dalam suatu pelayanan dengan menggunakan analisis penyebab masalah layanan yang ada dan sesuai dengan harapan dari pelanggan akan pelayanan tersebut dan sangat dipengaruhi dari kondisi eksternal seperti dalam terdapat beberapa gap yang dapat membuat kualitas dari suatu layanan dapat dirasakan yaitu dengan beberapa gap yang ada di *Service Quality* yaitu, sebagai berikut:

a. Gap 1

Gap 1 merupakan ekspektasi yang ada pada konsumen dengan persepsi dari manajemen yang disebabkan dari pihak manajemen tidak mengetahui keinginan konsumen akan layanan yang diberikan. Gap ini juga memberikan persepsi antara konsumen dan manajemen tentang seberapa penting konsumen bagi perusahaan dan dengan hal tersebut perusahaan dapat mendengarkan harapan yang diberikan oleh konsumen

b. Gap 2

Gap 2 merupakan perbedaan persepsi antara manajemen dan spesifikasi layanan yang diberikan oleh manajemen kepada konsumen yang sudah mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen tetapi pihak manajemen belum dapat memenuhi

keinginan konsumen yang dapat disebabkan kurangnya sumber daya yang dimiliki, tingkat komitmen manajemen terhadap layanan yang diberikan kepada konsumen dan sasaran kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen

c. Gap 3

Gap 3 merupakan kesenjangan yang ada pada spesifikasi kualitas pelayanan dengan penyampaian jasa kepada konsumen yang biasanya disebabkan oleh pekerja yang buruk yaitu pada kurang keterampilan, pengetahuan serta kemampuan dalam bidang tersebut dan keinginan dari pekerja untuk memberikan layanan yang baik kepada konsumen dan biasanya untuk menutup gap ini dapat dilakukan dengan cara membuat tim yang memberikan pelayanan sehingga dapat membuat suatu komitmen yang efektif dalam memberikan pelayanan.

d. Gap 4

Gap ini merupakan kesenjangan antara pemberian pelayanan terhadap komunikasi eksternal terhadap pelanggan sehingga kesenjangan ini dapat terjadi karena perusahaan gagal dalam untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga dapat terjadi karena informasi yang diberikan kepada pelanggan tidak akurat dan merugikan konsumen dan tidak sesuai dengan harapan yang diberikan sebelumnya kepada pelanggan

e. Gap 5

Gap ini merupakan kesenjangan antara layanan yang diharapkan dan pelayanan yang dapat dirasakan oleh konsumen. kesenjangan ini ada disebabkan oleh konsumen yang salah dalam menilai layanan yang diberikan oleh perusahaan dan hal tersebut maka perusahaan juga harus menyadari pentingnya seorang pelanggan sehingga perusahaan dapat memberikan pelayanan secara baik dengan mendengarkan keinginan dari konsumen untuk membuat konsumen puas terhadap layanan yang sudah diberikan

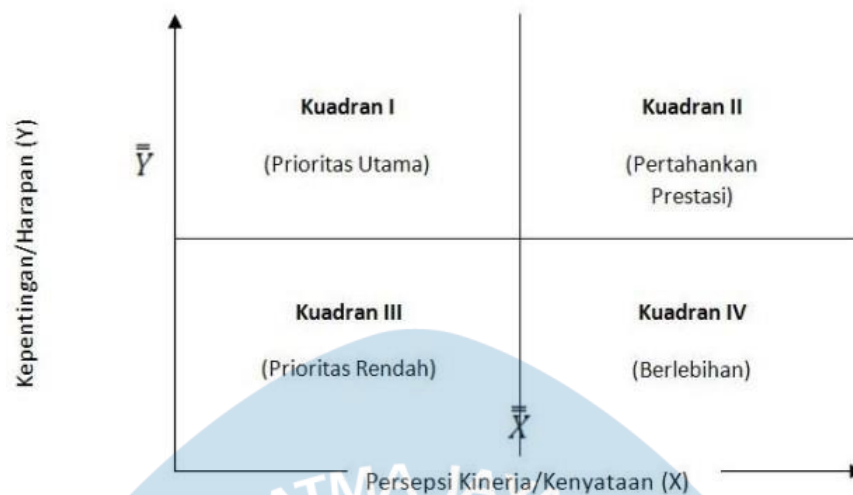
2.2.3. Metode IPA (*Importance Performance Analysis*)

Menurut Supranto (2001) metode *Importance Performance Analysis (IPA)* atau suatu analisis dari kepentingan dan kinerja yang diberikan kepada pelanggan dan merupakan metode yang digunakan untuk melakukan tingkat analisis dari tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan suatu produk barang atau jasa. Metode IPA ini diperkenalkan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 yang memiliki tujuan penggunaan sebagai analisis pengukuran terhadap hubungan antara persepsi yang dimiliki oleh pelanggan dan prioritas dari peningkatan

kualitas produk atau jasa. Metode IPA atau *Importance Performance Analysis* merupakan salah satu metode yang digunakan untuk melakukan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan pada suatu objek penelitian dengan cara melakukan pengukuran terhadap suatu atribut dengan menggunakan tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan dari suatu atribut dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan merupakan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja yang sudah dilakukan oleh suatu perusahaan dan untuk tingkat kepentingan merupakan pentingnya suatu atribut dalam pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan.

Fungsi utama dari metode IPA ini yaitu untuk menampilkan informasi yang berkaitan dengan faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan dari pelanggan dan memberikan informasi terhadap atribut apa saja yang memerlukan perbaikan sesuai dengan atribut yang belum memuaskan

Pada metode IPA nilai yang digunakan untuk melakukan perhitungan yaitu menggunakan GAP pada setiap atributnya, Gap terdiri dari Gap positif (+) dan Gap negatif(-). Gap positif (+) diperoleh jika skor dari persepsi memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan nilai dari harapan. Sedangkan untuk gap negatif (-) diperoleh jika skor dari harapan memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan nilai dari persepsi yang dimiliki. Jika suatu atribut memiliki gap positif (+) maka atribut pelayanan yang diberikan suatu perusahaan sudah dianggap sangat puas tetapi jika pelanggan merasa kurang atau tidak puas terhadap suatu atribut pelayanan tersebut memiliki gap negatif (-). Atribut yang memiliki gap negatif yang semakin kecil menandakan semakin baik dan jika suatu perusahaan memiliki gap yang semakin kecil dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut sudah memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Diagram IPA dapat dilihat pada gambar 2.1



Gambar 2.1 Diagram IPA (Importance Performance Analysis)

Diagram IPA memiliki empat kuadran yang masing – masing memiliki tingkat prioritasnya, kuadran tersebut meliputi sebagai berikut.

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Pada kuadran ini terdapat atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi belum sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan sehingga nilai dari tingkat kepentingan dari atribut lebih rendah dari tingkat harapan dari para pelanggan terhadap atribut tersebut. Dengan hal tersebut maka atribut yang berada pada kuadran I dapat dilakukan perbaikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran ini terdapat atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi belum sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan sehingga nilai dari tingkat kepentingan dari atribut lebih rendah dari tingkat harapan dari para pelanggan terhadap atribut tersebut. Dengan hal tersebut maka atribut yang berada pada kuadran I dapat dilakukan perbaikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada kuadran ini terdapat atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang kurang dari pelanggan dan untuk tingkat harapan tidak terlalu tinggi atau dapat dikatakan biasa saja. Atribut yang ada merupakan atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah tetapi tingkat harapan yang kinerjanya kurang baik. Dengan hal tersebut maka diperlukan perbaikan terhadap atribut yang memiliki pengaruh

untuk meningkatkan pelayanan dari suatu perusahaan yang dapat dirasakan oleh pelanggan sehingga atribut tersebut tidak menurun

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Pada kuadran ini terdapat atribut yang memiliki dan tingkat kepentingan yang rendah menurut pelanggan dan tingkat harapan yang sudah baik, dengan hal tersebut maka atribut yang berada pada kuadran ini memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang berlebihan dalam pelaksanaannya tetapi tidak terlalu penting dalam layanan yang diberikan sudah baik.

2.2.4. Kuesioner

Kuesioner atau biasanya disebut dengan angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data atau informasi dengan menggunakan formulir yang memiliki pernyataan yang dapat ditunjukkan kepada seseorang atau suatu kelompok yang digunakan untuk mendapatkan tanggapan atau jawaban yang kemudian dapat dilakukan analisis oleh pihak tertentu yang memberikan formulir tersebut. Kuesioner yang dibagikan dapat memberikan hasil timbal balik yang diberikan oleh para responden dan dapat melakukan pengukuran terhadap hal yang dapat ditemukan pada proses pengisian kuesioner. (Wijaya,2016)

2.2.5. SNI ISO 9001:2015

SNI ISO 9001:2015 adalah standar manajemen mutu internasional yang diumumkan oleh Organisasi Internasional untuk Standardisasi (ISO). Standar ini merupakan versi terbaru dari seri SNI ISO 9001, menggantikan SNI ISO 9001:2008 dan diterbitkan pada tahun 2015. SNI ISO 9001:2015 mengidentifikasi prinsip-prinsip dasar yang harus diterapkan organisasi untuk mencapai dan mempertahankan sistem manajemen mutu yang efektif. Ini adalah standar yang paling banyak digunakan di berbagai industri. SNI ISO 9001:2015 lebih menekankan pada pemahaman dan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Organisasi harus secara proaktif mengidentifikasi harapan pelanggan dan berusaha untuk memenuhinya. Pendekatan berbasis risiko. Standar ini menggabungkan pendekatan manajemen mutu berbasis risiko. Organisasi harus mengidentifikasi, menilai dan mengelola risiko yang mungkin mempengaruhi pencapaian sasaran mutu mereka. Kepemimpinan yang kuat: Keterlibatan dan komitmen pimpinan organisasi sangat ditekankan dalam standar SNI ISO 9001:2015. Manajer harus memberi contoh dengan memimpin sistem manajemen mutu. Perbaikan terus-menerus. Organisasi harus fokus pada perbaikan

berkelanjutan dengan menggunakan pendekatan berbasis data dan bukti. Evaluasi kinerja dan tindakan perbaikan merupakan bagian integral dari proses ini. Pendekatan proses. SNI ISO 9001:2015 melihat organisasi sebagai serangkaian proses yang saling bergantung. Pendekatan ini membantu organisasi memahami bagaimana aktivitas mereka saling bergantung dan berkontribusi terhadap pencapaian tujuan kualitas.

Pengendalian catatan dan dokumen: Standar ini mengharuskan organisasi untuk memiliki sistem dokumentasi yang efektif dan pengendalian dokumen mereka untuk memastikan konsistensi dan kepatuhan terhadap persyaratan. Ukur dan pantau kinerja: SNI ISO 9001:2015 mendorong pengukuran dan pemantauan berkala terhadap kinerja produk dan proses serta penggunaan data ini untuk membuat keputusan yang lebih baik. SNI ISO 9001:2015 dirancang untuk membantu organisasi meningkatkan efisiensi, kepuasan pelanggan, dan keandalan produk atau layanan mereka. Standar-standar ini juga memungkinkan organisasi untuk merespons perubahan dalam lingkungan bisnis mereka dengan lebih cepat. Untuk menerapkan SNI ISO 9001:2015, organisasi harus menjalani penilaian eksternal oleh badan independen untuk mendapatkan sertifikasi.

2.2.6. Dedicated Storage

Metode penyimpanan *Dedicated Storage* ini digunakan dalam perancangan usulan perbaikan penulis. *Dedicated storage* adalah istilah yang merujuk kepada penyediaan penyimpanan data yang diperuntukkan khusus atau eksklusif untuk tujuan tertentu atau pelanggan tertentu. Dalam konteks teknologi informasi dan layanan cloud computing, *Dedicated storage* mengacu pada alokasi sumber daya penyimpanan yang terpisah dan tidak dibagi dengan pengguna lain atau aplikasi lain. Ini berbeda dari model penyimpanan bersama di mana beberapa pelanggan atau aplikasi dapat menggunakan sumber daya penyimpanan yang sama.

Beberapa karakteristik *Dedicated storage* meliputi:

- a. Eksklusivitas: Sumber daya penyimpanan didedikasikan sepenuhnya untuk pengguna atau aplikasi tertentu. Ini berarti pengguna memiliki kontrol penuh atas penyimpanan tersebut dan tidak perlu berbagi dengan orang lain.
- b. Kontrol Lebih Tinggi: Pengguna memiliki kontrol yang lebih besar atas konfigurasi dan manajemen penyimpanan mereka. Mereka dapat menentukan bagaimana penyimpanan tersebut digunakan, termasuk tingkat keamanan dan redundansi yang diterapkan.

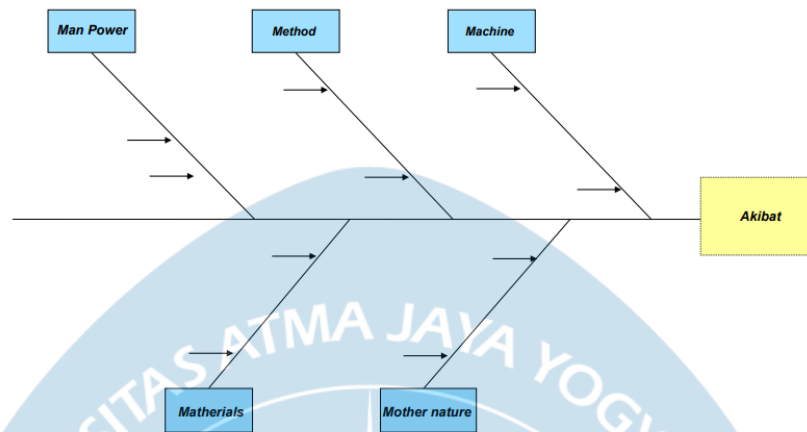
- c. Kinerja yang Terjamin: Dengan *dedicated storage*, pengguna dapat memastikan tingkat kinerja yang konsisten karena sumber daya tersebut tidak terbagi dengan orang lain. Ini penting dalam aplikasi yang memerlukan akses cepat dan dapat diandalkan ke data.
- d. Keamanan yang Ditingkatkan: Dalam beberapa kasus, *Dedicated storage* dapat memberikan tingkat keamanan yang lebih tinggi karena hanya pengguna atau aplikasi yang diizinkan yang memiliki akses ke penyimpanan tersebut.
- e. Biaya yang Lebih Tinggi: Sumber daya penyimpanan yang didedikasikan biasanya lebih mahal daripada opsi penyimpanan bersama karena pengguna harus membayar untuk alokasi eksklusif.

Dedicated storage dapat digunakan dalam berbagai konteks, termasuk dalam infrastruktur IT perusahaan, hosting web, penyimpanan data yang sangat penting, dan sebagainya. Ini adalah pilihan yang berguna ketika organisasi atau individu memiliki kebutuhan khusus untuk keamanan, kinerja, dan kontrol atas data mereka.

2.2.7. Fishbone Diagram

Fishbone diagram atau biasanya disebut dengan *the cause and effect diagram*. *Fishbone* merupakan suatu diagram atau ilustrasi yang digunakan untuk mengembangkan atau mengeksplorasi penyebab potensial atau penyebab nyata dari suatu permasalahan kualitas yang penyebab tersebut memiliki sebab akibat yang menunjukkan suatu keterkaitan antara masalah ada. Diagram *Fishbone* merupakan alat analisis untuk mengidentifikasi atau menganalisis berbagai penyebab yang dapat menghasilkan suatu hasil atau masalah, dan kemudian menganalisis masalah tersebut melalui fase brainstorming. Herringbone umumnya digunakan dalam pengendalian kualitas di industri manufaktur tetapi tidak mengecualikan penggunaannya dalam manajemen pemasaran, yang tujuannya adalah untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan penyebab masalah kualitas. Secara bertahap, metode ini juga digunakan untuk mengelompokkan penyebab jenis masalah lain yang dihadapi organisasi ke dalam kategori. Hal ini menjadikan diagram *Fishbone* sebagai alat yang sangat berguna dalam tahap identifikasi risiko (Masoud Hekmatpanah, 2011). Diagram *Fishbone* juga sering digunakan untuk menganalisis suatu peristiwa atau suatu proses dengan tujuan mengumpulkan atau menemukan faktor-faktor yang mungkin menjadi penyebab suatu hal. Kelebihan diagram *Fishbone* adalah dapat menemukan kemungkinan penyebab permasalahan yang muncul dan fokus pada sesuatu yang sesuai

dengan situasi, sekaligus dapat mengupdate setiap permasalahan yang muncul. *Fishbone* diagram dapat dilihat pada gambar 2.2.



Gambar 2.2. Fishbone Diagram

2.2.8. Peta Aliran Proses

Peta aliran proses merupakan peta yang menggambarkan aktivitas yang produktif seperti operasi dan inspeksi maupun aktivitas yang tidak produktif seperti transportasi dan menyimpan barang tersebut yang kemudian kegiatan tersebut diuraikan secara detail dari proses awal hingga proses akhir dan dengan begitu akan membuat memperoleh keuntungan. Dalam membuat peta aliran proses memiliki simbol-simbol yang standar untuk membuatnya dan dalam hal tersebut digunakan *American Society of Mechanical engineers* (ASME). Simbol dari ASME dapat dilihat pada Gambar 2.3.

Lambang	Keterangan
○	Operasi
➔	Transportasi
□	Inspeksi
◐	Menunggu
▽	Penyimpanan
◻	Aktivitas ganda

Gambar 2.3. Simbol American Society of Mechanical engineers (ASME)

Terdapat beberapa jenis peta aliran proses yaitu, peta aliran proses bahan peta aliran proses tipe orang dan peta aliran proses tipe mesin peta yang digunakan. Contoh dari peta aliran proses dapat dilihat pada gambar 2.4.

PETA ALIRAN PROSES						
Kegiatan	Sekarang		Pekerjaan No Peta	Pembuat	@	Ring Bed
	Jumlah	Waktu/detik				
○ Operasi	4	264	Dipetakan Oleh : Kelompok			
□ Inspeksi	5	1980	Tanggal dipetakan: 08 Desember 2015			
➔ Transportasi	17	2016	Stasiun : Pemotongan			
◐ Delay						
▽ Penyimpanan						
Total	26	4260				

Uraian Kegiatan	Lambang					Jumlah	Waktu
	○	□	➔	◐	▽		
Ambil bahan baku						250	1235
Siapkan alat-alat yang akan digunakan						0	251
Ambil meteran dan pensil						150	5
Ambil part-01						50	113
Ukur part-01						0	322
Ambil part-01-A						50	89
Ukur part-01-A						0	911
Ambil part-01-B						50	51
Ukur part-01-B						0	83
Ambil part-01-C						50	17
Ukur part-01-C						0	33
Letakkan meteran						50	47
Ambil penggi						50	26
Ambil part-01						50	29
Potong part-01						0	45
Letakkan part-01						50	67
Ambil part-01-A						50	24
Potong part-01-A						0	53
Letakkan part-01-A						50	6
Ambil part-01-B						50	31
Potong part-01-B						0	48
Letakkan part-01-B						50	61
Ambil part-01-C						50	3
Potong part-01-C						0	27
Letakkan part-01-C						50	231
Letakkan penggi yang telah digunakan						50	268

Gambar 2.4. Peta Aliran Proses