

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Distributor Pupuk Dengan Metode *Service Quality* dan *Improvement Gap Analysis*

Ahmad Tirta Alamsyah¹, Said Salim Dahda²

^{1,2} Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Gresik
Jl. Sumatera No.101, Gn. Malang, Randuagung, Kec. Kebomas, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121,
Indonesia

Email: tirtaalamsyah39@gmail.com, Said_salim@umg.ac.id

ABSTRAK

Salah satu cara yang efektif untuk lebih unggul dari perusahaan pesaing dalam bidang pelayanan khususnya kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan analisis *service quality*. Pelanggan yang merasa puas dapat meningkatkan loyalitas dan semakin percaya pada suatu perusahaan, sehingga terus melakukan transaksi dengan afiliasi terkait. Studi ini menggunakan metode *Service quality* untuk mengukur kesenjangan atau gap antara harapan pelanggan dan kepuasan yang dirasakan. Penelitian ini juga menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) guna menentukan kategori prioritas perbaikan dari setiap atribut serta mengetahui jenis atribut yang harus ditingkatkan sesuai keinginan pelanggan. Melalui analisis *Service quality* dapat menentukan nilai kesenjangan atau gap antara harapan dan kepuasan pelanggan dari setiap atribut. Melalui analisis IGA, diketahui distributor pupuk PT. XYZ memiliki sembilan atribut pelayanan yang termasuk dalam kategori *critical to improvement* yaitu ruang tunggu sopir yang layak, pelayanan petugas delivery order, kesiapan penjual dalam membimbing mitra ataupun pemeli, pengetahuan dan ketrampilan petugas, layanan konsultasi bagi pembeli, kualitas produk setelah ditempat tujuan, kemudahan proses pembayaran, volume pupuk tepat sampai ditempat tujuan, kecepatan waktu dalam pengiriman.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Improvement Gap Analysis*, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

One effective way to be superior to competing companies in the field of service, especially customer satisfaction, can be done by analyzing service quality. Satisfied customers can increase loyalty and trust more in a company, so they continue to make transactions with related affiliates. This study uses the service quality method to measure the gap between customer expectations and perceived satisfaction. This study also uses the Improvement Gap Analysis (IGA) method to determine the priority categories for improvement of each attribute and to determine the types of attributes that must be improved according to customer wishes. Through service quality analysis can determine the value of the gap or gap between expectations and customer satisfaction of each attribute. Through IGA analysis, it is known that the puput distributor of PT. XYZ has nine service attributes that are included in the critical to improvement category, namely a decent driver waiting room, service delivery order officers, seller readiness in guiding partners or buyers, knowledge and skills of officers, consulting services for buyers, product quality after being at the destination, ease of processing payment, the volume of fertilizer right up to the destination, the speed of time in delivery.

Keywords : *Service Quality, Improvement Gap Analysis, customer satisfaction*

Pendahuluan

Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan jumlah penduduk sebesar 38.23 juta jiwa yang sebagian besar bergerak dibidang pertanian [1]. Dalam suatu pembangunan Negara, salah satu sektor yang memiliki peran penting adalah sektor pertanian, khususnya untuk Negara berkembang seperti Indonesia, dalam sektor pertanian ini mampu memberikan keberlangsungan hidup untuk masyarakat sekitar dan dapat menyipatakan lapangan kerja guna menyuplai kebutuhan pangan dalam negeri [2]. Data dari Badan Pusat Statistik

(BPS) menginformasikan bahwasanya Negara Indonesia mempunyai tanah untuk bercocok tanam seluas 7.400.000 hektar, oleh karena itu *demand* pupuk di Indonesia pun semakin menjulang, khususnya pada pupuk bersubsidi yang kebutuhannya mencapai hingga 13.000.000 ton pada tahun 2020. Di Indonesia juga terdapat beberapa sub-sektor komoditas yang ditanam yaitu sektor pangan, hortikultura, dan perkebunan [3]. Oleh karena itu setiap petani membutuhkan jenis pupuk yang berbeda.

PT. XYZ ialah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi pupuk. Sebagai perusahaan

distributor, PT XYZ berkewajiban mendistribusikan pupuk subsidi sesuai penugasan pemerintah. Jenis pupuk bersubsidi tersebut antara lain pupuk urea, pupuk SP-36, Pupuk ZA, pupuk phonska, pupuk petroganik, pupuk phonska oca, dan pupuk NPK Formula Khusus. Kementerian pertanian mencatat kebutuhan pupuk urea sebanyak 4,16 juta ton, SP-36 sebanyak 500 ribu ton, ZA sebanyak 720 juta ton, Phonska sebanyak 2,72 juta ton, pupuk petroganik sebanyak 649 ribu ton, pupuk phonska oca sebanyak 500 liter, dan pupuk NPK formula khusus sebesar 17.000 ton. Pemerintah akan mulai mengurangi kuota pupuk bersubsidi dari 9,55 juta ton menjadi 8,87 juta ton pada tahun 2019, dan akan terus diturunkan menjadi menjadi 7,94 juta ton pada tahun 2020, sedangkan pada tahun 2021 alokasi pupuk subsidi sebesar 9.1 juta ton dan terus meningkat hingga ditahun 2022 alokasi pupuk subsidi sebesar 10.9 juta ton. Hal tersebut merupakan tantangan bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan pupuk bersubsidi, berikut merupakan data penjualan pupuk selama 2017 hingga 2021 :

Tabel 1. Data Penjualan Pupuk Subsidi

Tahun	Total penjualan pupuk subsidi (ton)
2017	4.965.528
2018	5.218.481
2019	5.192.362
2020	4.626.074
2021	4.340.190

Sumber : Laporan tahunan PT. XYZ

Tabel 1 menjelaskan bahwa banyaknya penjualan pupuk bersubsidi PT XYZ cenderung mengalami penurunan dari tahun ketahun. Tidak hanya data penjualan yang menunjukkan tren penurunan pada pupuk subsidi, namun data pengaduan yang diterima perusahaan terus meningkat tiap tahunnya, tabel 2 merupakan jumlah pengaduan yang diterima perusahaan selama 2017 hingga 2021 :

Tabel 2. Total Suara Pelanggan

Tahun	Total Suara Pelanggan
2017	1.693
2018	1.359
2019	2.004
2020	3.903
2021	4.709

Sumber : Laporan tahunan PT. XYZ

Pada tabel 2 diketahui bahwa total suara pelanggan yang diterima perusahaan pada tahun

2017 sebanyak 1.693 suara dan mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi sebesar 1.359. Namun pada tahun selanjutnya pada 2019 hingga 2021 terus mengalami kenaikan secara berturut-turut sebesar 2.004, 3.403, hingga pada tahun 2021 menjadi 4.709.

Selain kualitas produk yang menjadi tolak ukur bahwa pupuk yang didistribusi perusahaan tersebut baik dan sesuai spesifikasi, kualitas pelayanan pun perlu dilakukan pengukuran agar tingkat loyalitas pelanggan tetap terjaga. Untuk itu perlu dilakukan pemeriksaan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Selain itu, dapat menentukan langkah-langkah yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga perusahaan dapat lebih kompetitif dengan pesaing sejenis tidak hanya mengenai kualitas produk, tetapi juga terhadap kualitas pelayanannya.

Demi keberlangsungan perusahaan, Peerlunya melakukan pengukuran terkait kepuasan pelanggan guna mengetahui taraf kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap pelanggannya. Beberapa diantaranya menggunakan dengan metode *Servqual* dan IGA.

Servqual memiliki keunggulan atau dibandingkan metode lainnya, antara lain dapat mengetahui besarnya nilai gap yang diterima pelanggan berdasarkan tingkat kepuasan dan keinginan yang dirasakan selama berinteraksi dengan perusahaan terkait yang nantinya dapat diketahui atribut yang menjadi fokus perbaikan selanjutnya, metode *servqual* telah menjadi standar penilaian atas berbagai aspek maupun bidang dalam kualitas pelayanan, berbagai penelitian menginformasikan bahwa metode *service quality* layak digunakan untuk berbagai konteks layanan [4].

Adapun pada metode *Improvement Gap Analysis* yaitu model analisis kuadran pada kualitas jasa. *Improvement Gap Analysis* (IGA) menggabungkan dengan berbagai konsep untuk mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelebihan dari metode ini yaitu perusahaan pesaing tidak diperlukan untuk melakukan penilaian kualitas pelayanan. Pada metode IGA juga dapat mengukur tanggapan responden apabila atribut dalam penilaian kualitas pelayanan ada yang dilakukan perbaikan atau *improvement* [5]. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai rentang antara realitas dan expektasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya [6].

Tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk memberikan suatu cara melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan pada perusahaan berdasarkan dengan metode *Servqual* dan IGA. Setelah itu, dari hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi landasan perbaikan dan penyempurnaan

kualitas layanan untuk waktu yang akan datang guna terjadinya peningkatan kepuasan mitra perusahaan.

Metode Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah distributor yang tersebar diseluruh wilayah Jawa Timur untuk tiap Kabupaten/Kota diambil 1 responden terkecuali untuk wilayah Gresik diambil 3 responden dengan total responden sebanyak 30 orang. Masing-masing responden diminta untuk mengisi form yang berisikan penilaian tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan untuk keperluan data *servqual*, serta mengisi kuesioner terkait *customers satisfaction*, Fungsional, dan disfungsional untuk keperluan data *Improvement Gap Analysis*.

Berdasarkan hasil kuesioner tersebut, Uji validitas dan reliabilitas perlu dilakukan untuk mengetahui bahwa kualitas data diperoleh telah memenuhi standar. Uji Validitas mengacu pada derajat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dengan data yang sebenarnya didalam sumber data. Apabila instrumen pengumpulan data valid maka data valid yang diperoleh tersebut layak untuk dilanjutkan pada proses pengolahan data [7]. Teknik pengujian *pearson* digunakan pada uji validitas di penelitian ini dengan taraf kepercayaan sebesar 0.95 dengan tingkat ketelitian sebesar 0.05. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan korelasi *Product Moment Pearson* yang dibantu *software SPSS*.

Uji reliabilitas dilakukan setelah pengujian validitas. Uji reliabilitas adalah instrument ukur yang mengacu pada derajat konsistensi dan kestabilan data yang diperoleh dari pengumpulan data [7]. Pengujian kehandalan atau reliabilitas ini pada umumnya digunakan untuk menguji stabilitas instrumen serta konsistensi instrumen. *Cronbach's Alpha* merupakan metode yang digunakan pada uji reliabilitas dipenelitian ini. Apabila data yang diperoleh berupa rentangan atau skala seperti yang terstandar dengan skala likert, maka metode *Cronbach's Alpha* ini cocok digunakan untuk menentukan tingkat kehandalan suatu data. Apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0.60 variabel tersebut dapat dikatakan reliabel, semakin tinggi nilai *Cronbach Alpha* maka data semakin terpercaya [8]. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dibantu dengan program SPSS.

Kualitas pelayanan disusun dengan menggunakan pendekatan *servqual* berdasarkan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam *servqual* ini terdapat lima dimensi pengukuran yaitu *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *Assurance* yang mana tiap dimensi memiliki variabel pertanyaan berbeda-beda sesuai dengan lingkup dimensi tersebut [9].

Penjelasan dari tiap variabel menurut adalah [10] :

- a. *Tangibles* adalah bukti fisik yang dirasakan pelanggan seperti fasilitas yang tersedia dan kondisi personel perusahaan.
- b. *Reliability* adalah kemampuan performa perusahaan yang bisa andalkan.
- c. *Responsiveness* yaitu kesediaan untuk membantu partisipan dan memberikan perhatian yang tepat.
- d. *Assurance* yaitu kemampuan untuk menyiptakan rasa amandan percaya kepada *customers*.
- e. *Empathy* adalah kemampuan untuk medulikan serta memerhatikan secara individual kepada pelanggan.

Objek pada penelitian ini ialah kepuasan pelanggan perusahaan menggunakan lima dimensi *servqual* melalui 26 indikator. Dimensi *tangible* merujuk pada penelitian [11], dimensi *Reliabilitas* merujuk pada penelitian [12], dimensi *Responsiveness* merujuk pada penelitian [12], dimensi *assurance* merujuk pada penelitian [12], dan dimensi *Empathy* merujuk pada penelitian [11]. Dalam penyusunan kuesioner ini dilakukan dengan persetujuan oleh pihak perusahaan, berikut kelima indikator kuesioner disajikan dalam tabel 2 :

Tabel 2. Kuesioner Penelitian

No.	Kode	Dimensi	Atirbut pernyataan <i>servqual</i>	Sum ber
1.)	(A1.)	<i>Tan gible</i>	Fasilitas permesinan, kantor, dan penunjang pelayanan	[11]
2.)	(A2.)		Ruang tunggu sopir yang layak	[11]
3.)	(A3.)		Pegawai berseragam sopan dan rapi	[11]
4.)	(B1.)	<i>Reli ability</i>	Pelayanan petugas <i>Delivery Order</i>	[12]
5.)	(B2.)		Kesiapan penjual dalam membimbing mitra atau pembeli	[12]
6.)	(B3.)		<i>Customers service</i> tanggap dan sigap	[12]
7.)	(B4.)		Pengetahuan dan ketrampilan petugas	[12]
8.)	(B5.)		Layanan konsultasi bagi pembeli	[12]
9.)	(B6.)		Pemberian rekening Koran dan kessuaiannya	[12]
10.)	(C1.)		Kecepatan dalam menanggapi keluhan atau komplek dari <i>pembeli</i>	[12]
11.)	(C2.)	<i>Res pon sive ness</i>	Kemampuan memberikan solusi terhadap permasalahan yang dialami <i>pembeli</i>	[12]

12.)	(C3.)		Komunikasi antar petugas (Admin, Marketing, salesman, CS)	[12]
13.)	(C4.)		Kemampuan memberikan informasi yang jelas kepada pembeli	[12]
14.)	(C5.)		Kelancaran pengiriman	[12]
15.)	(C6.)		Kelengkapan dokumen pengiriman	[12]
16.)	(D1.)		Volume pupuk tepat sampai ditempat tujuan	[12]
17.)	(D2.)		Kecepatan waktu dalam pengiriman	[12]
18.)	(D3.)	Assurance	Kesesuaian dengan standing order	[12]
19.)	(D4.)		Kualitas produk sesuai setelah ditempat tujuan	[12]
20.)	(D5.)		Kemudahan proses pembayaran	[12]
21.)	(D6.)		Jaminan ketersediaan pupuk	[12]
22.)	(E1.)		Memberikan pelayanan secara perorangan kepada pelanggan langsung	[11]
23.)	(E2.)	Empathy	Memberikan perhatian secara pribadi terkait produk terhadap kepentingan pelanggan	[11]
24.)	(E3.)		Memberikan masukan/pengertian tentang masalah yang dihadapi pelanggan.	[11]
25.)	(E4.)		Memahami kebutuhan/keinginan pelanggan	[11]
26.)	(E5.)		Mengutamakan kepentingan pelanggan	[11]

$$AESDQ = \frac{\sum_{i=1}^n ESDQ}{n} \quad (2)$$

$$ACS = \frac{\sum_{i=1}^n CS}{n} \quad (3)$$

Keterangan :

n = Jumlah kuesioner

AESFQ = Nilai atribut fungsional

AESDQ = Nilai atribut disfungsional

AESFQ = Nilai average atribut kuesioner fungsional

AESDQ = Nilai average atribut kuesioner disfungsional

ACS = Nilai average kepuasan terhadap atribut saat ini

CS = Customers Satisfaction

I = Atribut ke-I

Improvement Gap (IG) untuk setiap atribut (k) dapat dihitung sebagai berikut :

$$IG = AESFQ_k - ACS_k \quad (4)$$

Matriks Improvement Gap Analysis (IGA) dapat digolongkan berdasarkan nilai IG_k dan AESDQ_k yang telah ternormalisasi oleh sumbu X dan sumbu Y. Nilai tersebut dapat ditentukan dengan persamaan sebagai berikut :

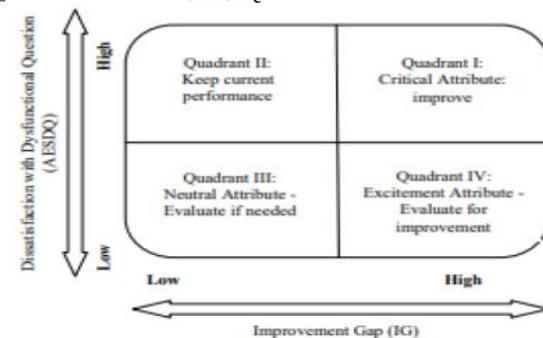
$$IG_k = \frac{IG - \bar{IG}}{\sigma_{IG}} \quad (5)$$

$$AESDQ_k = \frac{AESDQ_k - \bar{AESDQ}}{\sigma_{AESDQ}} \quad (6)$$

Metode *Servqual* dipergunakan buat menentukan kesenjangan antara kepuasan yang diterima dengan keinginan yang didambakan. Jika kesenjangan atau gap bernilai positif (kepuasan > keinginan), maka dapat dikatakan bahwa bersifat "surprise" atau memuaskan. Jika kesenjangan atau gap bernilai nol (kepuasan = keinginan), maka layanan dapat dikatakan memuaskan, namun apabila kesenjangan atau gap bernilai negatif (kepuasan < keinginan) hal tersebut berarti kualitas layanan tidak memuaskan dan tidak berkualitas [13].

Data yang sudah terbukti *reliable* dan valid selanjutnya diolah dengan menggunakan perhitungan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA). Dihitung hasil rata-rata dari harapan kepuasan pertanyaan *Average with fungsional Question* (AESFQ), hasil rata-rata dari harapan ketidakpuasan pertanyaan *Average with Disfungsional Question* (AESDQ), serta hasil rata-rata dari kepuasan saat ini (ACS) untuk tiap atribut [14].

$$AESFQ = \frac{\sum_{i=1}^n ESFQ}{n} \quad (1)$$



Gambar 2. Diagram kartesius

Berikut merupakan penjelasan pada diagram kartesius [15] :

1. Kuadran I : Skor *Improvement Gap* (IG) tinggi dan skor ketidakpuasan tinggi pada pertanyaan *Average Expectation with Disfungsional Question* (AESDQ), dianggap penting untuk dilakukan perbaikan.
2. Kuadran II : Skor *Average Expectation with Disfungsional Question* (AESDQ) tinggi dan nilai *Improvement Gap* (IG) rendah. menjelaskan bahwa atribut ini tidak perlu

- dilakukan perbaikan lebih lanjut, tetapi perusahaan harus berhati-hati untuk tidak menurunkan kinerjanya, jika tidak maka akan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan.
3. Kuadran III : Skor *Improvement Gap* (IG) rendah dan rendahnya ketidakpuasan dengan pertanyaan *Average Expectation with Disfungsional Question* (AESDQ) dianggap sebagai sifat netral. Menyatakan bahwa ada atau tidaknya atribut ini tidak memengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan konsumen.
 4. Kuadran IV : Skor *Improvement Gap* (IG) tinggi dan skor ketidakpuasan rendah dengan pertanyaan *Average Expectation with Disfungsional Question* (AESDQ) dianggap sebagai atribut rangsang. Tidak adanya atribut tersebut tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen, tetapi nilai yang tinggi meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil dan Pembahasan

1. Pengumpulan data

Untuk mendapatkan data, kuesioner disebarkan kepada 30 responden. Penelitian ini dilakukan menggunakan lima dimensi *servqual* (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*). Skala yang digunakan untuk menentukan taraf kepuasan pelanggan dikelompokkan menjadi lima kategori (Sangat Tidak Puas, Tidak Puas, Netral, Puas, Sangat Puas) [12]. Begitupun dengan skala yang digunakan untuk menentukan taraf kepentingan pelanggan dikelompokkan menjadi lima kategori (Sangat Tidak Penting, Tidak Penting, Netral, Penting, Sangat

Penting). Petunjuk pengisian kuesioner untuk IGA *customers satisfaction*, IGA fungsional, dan IGA disfungsional disediakan skala -3 hingga 3 [5]. Untuk kuesioner *Customer Satisfaction* dikategorikan menjadi Sangat tidak puas, tidak puas, sedikit tidak puas, netral, sedikit puas, puas, sangat puas. Skala yang digunakan untuk menentukan taraf pada kuesioner *Improvement Gap Analysis* (IGA) fungsional dan disfungsional dimulai dari sangat tidak penting, tidak penting, sedikit tidak penting, netral, sedikit penting, penting, sangat penting.

2. Uji Validitas

Penelitian yang dilakukan dengan pembupulan data menggunakan kuesioner berdasarkan skalalikt, maka perlu dilakukan uji validitas untuk mengukur ketepatan data. Uji validitas dapat dikatakan valid apabila hasil uji lebih besar dari nilai standar ketentuan [16]. Sebanyak 30 kuesioner disebarkan ke distributor yang tersebar di wilayah Jawa Timur. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner, dilakukannya uji validitas dengan membandingkan antara r_{tabel} dengan r_{hitung} . Nilai r_{tabel} didapatkan dari tabel *r product moment* dengan signifikansi sebesar 0.05. Dengan jumlah responden sebanyak 30, maka nilai r_{tabel} dapat ditentukan dengan $df = 28$ ($df = n - 2$) adalah 0.3610 [17]. Jika r_{hitung} lebih dari r_{tabel} dapat diartikan bahwa item pernyataan dari kuesioner tersebut valid. Apabila sebaliknya, maka perlu dilakukan penyebaran kuesioner ulang hingga didapatkan data yang valid. Tabel 3 merupakan hasil uji validitas untuk setiap atribut kuesioner *servqual* maupun IGA dibantu dengan *software SPSS*.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas kuesioner *servqual* dan IGA

No.	Kode	r_{hitung} Kuesioner Servqual		r_{hitung} Kuesioner IGA			r_{tabel}
		Tingkat Kepuasan	Tingkat Kepentingan	<i>Customers Satisfaction</i>	AESFQ (Fungsional)	AESDQ (Disfungsional)	
1.)	(A1.)	0.3921	0.4999	0.5497	0.4309	0.4533	0.3610
2.)	(A2.)	0.4498	0.3639	0.4421	0.4622	0.6376	0.3610
3.)	(A3.)	0.5995	0.4563	0.5588	0.6318	0.7352	0.3610
4.)	(B1.)	0.4412	0.4542	0.4570	0.5097	0.3808	0.3610
5.)	(B2.)	0.5287	0.5350	0.7169	0.4066	0.4209	0.3610
6.)	(B3.)	0.6079	0.3856	0.6552	0.4401	0.3762	0.3610
7.)	(B4.)	0.4162	0.5817	0.4861	0.4144	0.3916	0.3610
8.)	(B5.)	0.4184	0.4564	0.4120	0.4427	0.4940	0.3610
9.)	(B6.)	0.4004	0.5586	0.4879	0.3899	0.5886	0.3610
10.)	(C1.)	0.4239	0.3755	0.4303	0.5966	0.6783	0.3610

11.)	(C2.)	0.7199	0.4586	0.7185	0.3793	0.3696	0.3610
12.)	(C3.)	0.3679	0.3763	0.4707	0.3997	0.5029	0.3610
13.)	(C4.)	0.4790	0.4165	0.3927	0.5825	0.7698	0.3610
14.)	(C5.)	0.4873	0.5407	0.3875	0.4573	0.3913	0.3610
15.)	(C6.)	0.4003	0.4928	0.6137	0.4622	0.4337	0.3610
16.)	(D1.)	0.3898	0.4433	0.3756	0.6318	0.4727	0.3610
17.)	(D2.)	0.3809	0.3848	0.5374	0.6073	0.5408	0.3610
18.)	(D3.)	0.4012	0.3969	0.4417	0.4461	0.3622	0.3610
19.)	(D4.)	0.4273	0.5485	0.4949	0.6634	0.4805	0.3610
20.)	(D5.)	0.4775	0.5199	0.4156	0.3754	0.5021	0.3610
21.)	(D6.)	0.4648	0.3799	0.5260	0.3793	0.5408	0.3610
22.)	(E1.)	0.4606	0.4850	0.3961	0.4831	0.5792	0.3610
23.)	(E2.)	0.3927	0.3843	0.5431	0.4192	0.7448	0.3610
24.)	(E3.)	0.4636	0.5358	0.5001	0.4820	0.4189	0.3610
25.)	(E4.)	0.3986	0.6207	0.4134	0.6128	0.7911	0.3610
26.)	(E5.)	0.3956	0.5973	0.6310	0.5822	0.5677	0.3610

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa semua data kuesioner *service quality* maupun *Improvement Gap Analysis* dapat dikatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu data yang diperoleh dapat digunakan untuk tahap selanjutnya.

3. Uji Reliabilitas

Perlunya dilakukan uji reliabilitas guna mengetahui bahwa data yang didapat menunjukkan kekonsistensinya dan kestabilannya, hal tersebut menandakan bahwa data terlepas dari variansi kesalahan *random* [18]. Uji reliabilitas untuk

penelitian ini menggunakan koefisien *Cronbach* . Dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*, suatu perangkat dikatakan reliabel jika faktor reliabilitasnya antara 0,8 dan 1,00. Hal ini menandakan tingkat hubungan yang sangat kuat. Faktor kepercayaan 0,60 hingga 0,799 menandakan tingkat relasi yang kuat. Dengan koefisien 0,40 hingga 0,599 ini menandakan tingkat relasi yang moderat. Koefisien kepercayaan 0,2 hingga 0,399 menunjukkan relasi yang rendah, dan nilai di bawah 0,22 menandakan relasi yang sangat rendah [19].Tabel 4 merupakan hasil uji reliabilitas untuk setiap atribut kuesioner *servqual* maupun IGA dibantu dengan *software* SPSS.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas kuesioner *servqual* dan IGA

<i>Cronbach alpha</i> Kuesioner <i>Servqual</i>		<i>Cronbach alpha</i> Kuesioner IGA			Ket.
Tingkat Kepuasan	Tingkat Kepentingan	<i>Customers Satisfaction</i>	AESFQ (Fungsional)	AESDQ (Disfungsional)	
0.843	0.858	0.879	0.872	0.890	Reliabel

Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai dari setiap atribut pelayanan baik pada kuesioner *servqual* maupun kuesioner IGA menunjukkan seluruh item memiliki nilai *cronbach alpha* diatas

0,60 yang berarti bahwa setiap atribut pertanyaan bisa dikatakan reliabel.

4. Pengukuran *Service Quality*

Servquals diukur dengan pembobotan nilai dikalikan dengan respon yang dihitung untuk setiap atribut kuesioner yang mewakili keinginan dan kepuasan responden. Hasil perhitungan nilai rata-rata kepuasan dan kepentingan masing-masing atribut. Tabel 5 menunjukkan hasil perhitungan nilai *gap* pada setiap atribut pelayanan.

Tabel 5. Perhitungan nilai *gap*

No.	Kode	Nilai Mean		Gap <i>Servqual</i>
		Mean Tingkat kepuasan	Mean Tingkat Kepentingan	
1.)	(A1.)	3.53	4.57	-1.03
2.)	(A2.)	3.63	4.37	-0.73
3.)	(A3.)	3.60	4.10	-0.50
4.)	(B1.)	3.37	4.57	-1.20
5.)	(B2.)	3.43	4.23	-0.80
6.)	(B3.)	3.33	4.20	-0.87
7.)	(B4.)	3.30	3.93	-0.63
8.)	(B5.)	3.03	4.10	-1.07
9.)	(B6.)	3.03	4.10	-1.07
10.)	(C1.)	3.07	4.23	-1.17
11.)	(C2.)	3.47	4.17	-0.70
12.)	(C3.)	4.27	4.37	-0.10
13.)	(C4.)	3.97	4.20	-0.23
14.)	(C5.)	3.27	4.07	-0.80

15.)	(C6.)	2.83	4.23	-1.40
16.)	(D1.)	3.13	4.07	-0.93
17.)	(D2.)	3.27	4.30	-1.03
18.)	(D3.)	3.77	4.60	-0.83
19.)	(D4.)	3.33	4.20	-0.87
20.)	(D5.)	3.43	4.10	-0.67
21.)	(D6.)	3.53	3.80	-0.27
22.)	(E1.)	3.03	4.00	-0.97
23.)	(E2.)	3.57	4.23	-0.67
24.)	(E3.)	3.30	4.07	-0.77
25.)	(E4.)	3.03	4.03	-1.00
26.)	(E5.)	3.00	4.30	-1.30

Dari perhitungan *gap servqual* pada tabel lima menjelaskan bahwa nilai semua atribut negatif yang artinya terdapat selisih antara tingkat kepentingan *customers* dengan tingkat kepuasan yang diterimanya, oleh sebab itu *servqual* dari distributor pupuk mitra dari perusahaan XYZ yang tersebar di Jawa Timur perlu dilakukan peningkatan dengan cara menganalisis atribut berdasarkan metode *Improvement Gap Analysis* guna mengetahui prioritas tindak perbaikan.

5. Pengukuran *Improvement Gap Analysis*

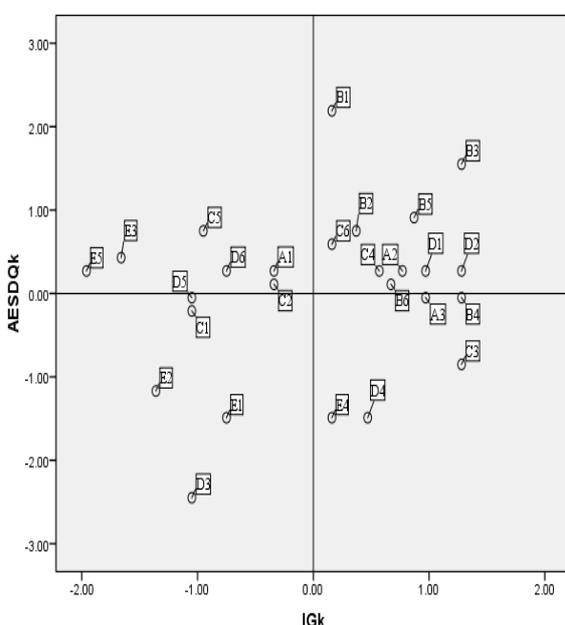
Berikut merupakan hasil perhitungan data pada metode *Improvement Gap analysis* (IGA) :

Tabel 6. Hasil perhitungan *Improvement Gap Analysis*

No.	Kode	Dimensi	ACS	AESFQ	AESDQ	IG	IG _K	AESDQ _K
1.)	(A1.)	<i>Tangible</i>	1.30	1.47	1.30	0.17	-0.34	0.27
2.)	(A2.)		1.03	1.57	1.30	0.53	0.77	0.27
3.)	(A3.)		1.03	1.63	1.37	0.60	0.97	-0.05
4.)	(B1.)		1.23	1.57	0.90	0.33	0.16	2.19
5.)	(B2.)		1.07	1.47	1.20	0.40	0.37	0.75
6.)	(B3.)		1.30	2.00	1.03	0.70	1.28	1.55
7.)	(B4.)	<i>Reliability</i>	1.07	1.77	1.37	0.70	1.28	-0.05
8.)	(B5.)		1.37	1.93	1.17	0.57	0.87	0.91
9.)	(B6.)		1.00	1.50	1.33	0.50	0.67	0.11
10.)	(C1.)		1.67	1.60	1.40	-0.07	-1.05	-0.21
11.)	(C2.)		1.37	1.53	1.33	0.17	-0.34	0.11
12.)	(C3.)		<i>Responsiveness</i>	1.03	1.73	1.53	0.70	1.28
13.)	(C4.)	1.00		1.47	1.30	0.47	0.57	0.27
14.)	(C5.)	1.47		1.43	1.20	-0.03	-0.95	0.75
15.)	(C6.)	1.23		1.57	1.23	0.33	0.16	0.59
16.)	(D1.)	1.03		1.63	1.30	0.60	0.97	0.27
17.)	(D2.)	1.30		2.00	1.30	0.70	1.28	0.27
18.)	(D3.)	<i>Assurance</i>	1.67	1.60	1.87	-0.07	-1.05	-2.45
19.)	(D4.)		1.37	1.80	1.67	0.43	0.47	-1.49
20.)	(D5.)		1.53	1.47	1.37	-0.07	-1.05	-0.05

21.)	(D6.)		1.50	1.53	1.30	0.03	-0.75	0.27
22.)	(E1.)		1.67	1.70	1.67	0.03	-0.75	-1.49
23.)	(E2.)		1.60	1.43	1.60	-0.17	-1.36	-1.17
24.)	(E3.)	<i>Empathy</i>	1.67	1.40	1.27	-0.27	-1.66	0.43
25.)	(E4.)		1.53	1.87	1.67	0.33	0.16	-1.49
26.)	(E5.)		1.83	1.47	1.30	-0.37	-1.96	0.27

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 8, kemudian nilai *Average Expectation with Disfungsional Question* (AESDQk) yang ternormalisasi dan nilai *Improvement Gap* yang ternormalisasi (IGk) ditampilkan dalam matriks IGA. nilai *Improvement Gap* yang ternormalisasi (IGk) merupakan sumbu x dan nilai *Average with Disfungsional Question* (AESDQ) merupakan sumbu y [20].



Gambar 2. Matriks *Improvement Gap Analysis*

Berdasarkan pemetaan kuadran yang digambarkan pada gambar 2, terdapat beberapa atribut yang termasuk pada kuadran 1 dengan artian perlu segera dilakukan *improvement*, berikut merupakan interpretasi kuadran tiap atribut :

1. Kuadran I

Faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah ruang tunggu sopir yang layak (A2), pelayanan petugas delivery order (B1), kesiapan penjual dalam membimbing mitra atau pembeli (B2), pengetahuan dan ketrampilan petugas (B4), layanan konsultasi bagi pembeli (B5), kualitas produk setelah ditempat tujuan (C4), kemudahan proses pembayaran (C6), volume pupuk tepat sampai ditempat tujuan (D1), kecepatan waktu dalam pengiriman (D2).

2. Kuadran II

Faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah fasilitas permesinan, kantor, dan penunjang pelayanan (A1), kecepatan waktu dalam pengiriman (C2), Jaminan ketersediaan pupuk (C5), Kemudahan proses pembayaran (D6), memberikan masukan/pengertian tentang masalah yang dihadapi pelanggan (E3), mengutamakan kepentingan pelanggan (E5).

3. Kuadran III

Faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah volume pupuk sampai ditempat tujuan (C1), kesesuaian dengan *standing order* (D3), kemudahan proses pembayaran (D5), memberikan pelayanan secara perorangan kepada pelanggan langsung (E1), memberikan perhatian secara pribadi terkait produk terhadap kepentingan pelanggan (E2)

4. Kuadran IV

Faktor termasuk dalam kuadran ini adalah pegawai berseragam sopan dan rapi (A3), pengetahuan dan ketrampilan petugas (B4), kesesuaian dengan *standing order* (C3), kualitas produk sesuai setelah ditempat tujuan (D4), mengutamakan kepentingan pelanggan (E4).

Kesimpulan

Pada penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa atribut-atribut yang perlu ditingkatkan dan tergolong pada kategori *critical atribut improvement* adalah ruang tunggu sopir yang layak, pelayanan petugas delivery order, kesiapan penjual dalam membimbing mitra atau pembeli, pengetahuan dan ketrampilan petugas, layanan konsultasi bagi pembeli, kualitas produk setelah ditempat tujuan, kemudahan proses pembayaran, volume pupuk tepat sampai ditempat tujuan, kecepatan waktu dalam pengiriman

Daftar Pustaka

- [1] F. Setiadi, "Subjective Well-Being Pada Petani Muda," *Univ. Katolik soegijapranata*, no. July, pp. 1–23, 2017.
- [2] R. J. Sahri *et al.*, "Tanaman Pangan Sebagai Sumber Pendapatan Petani Di Kabupaten Karo," *J. Inf. Penelit.*, vol. 2, no. 10, pp. 3223–3230, 2022.
- [3] A. H. Widyadhini, B. M. Wibawa, and D. S. Ardiantoro, "Implementasi Market Basket Analysis terhadap Strategi Pemasaran Produk: Studi Kasus PT. Petrokimia Gresik," *J. Sains dan Seni ITS*, vol. 10, no. 1, 2021, doi: 10.12962/j23373520.v10i1.60024.
- [4] D. 1985 Zethaml, "ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN (SERVQUAL Model dan," *J. Media Ekon.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–20, 2007, [Online]. Available: <http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=9606>
- [5] G. Tontini, "Identifying opportunities for improvement in online shopping sites," *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 31, no. July, pp. 228–238, 2016, doi: 10.1016/j.jretconser.2016.02.012.
- [6] H. Kesumajayansyah and M. A. B. Yuwono, "Analisa Kepuasan Pelanggan Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Di SF Digital Photo Service," *Sinergi*, vol. 18, no. 1, pp. 39–46, 2014.
- [7] B. A. B. Iii, O. Dan, and M. Penelitian, "Qori Rahmitiara, 2014 33 Pengaruh Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu," no. X, pp. 33–56, 2008.
- [8] A. Gunawan and H. Sunardi, "Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Gesit Nusa Tangguh," *J. Ilm. Manaj. Bisnis Ukrida*, vol. 16, no. 1, p. 98066, 2016.
- [9] Suhendra and R. R. S. Nurdianti, "Indonesian Journal of Primary Education Penggunaan Metode Servqual dalam Pengukuran Kualitas Layanan Pendidikan," *Indones. J. Prim. Educ.*, vol. 2, no. 2, pp. 71–75, 2018.
- [10] B. Kerinci, "PENERAPAN METODE SERVICE QUALITY (SERQUAL) UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN NASABAH," vol. 2, no. 2, 2020.
- [11] B. Harto, D. Jurusan, S. Informasi, S. Quality, and F. Servqual, "FUZZY SERVQUAL DALAM UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN (Studi Kasus Di Bengkel Resmi BAJAJ Padang) Abstrak," vol. 3, no. 1, 2015.
- [12] K. Hadidjija, Lukmandono, M. Servqual, and R. Pabowo, "Analisis kualitas pelayanan distribusi pupuk," no. 1, pp. 114–123, 2018.
- [13] E. I. Yulistyari, C. Umam, and M. R. Fachrozy, "Analisis kualitas pelayanan bus pariwisata dengan metode service quality dan importance performance analysis," *Oper. Excell. J. Appl. Ind. Eng.*, vol. 11, no. 2, p. 144, 2019, doi: 10.22441/oe.v11.2.2019.024.
- [14] H. M. Sitorus and H. Fransiscus, "Improvement Gap Analysis pada Rumah Makan X".
- [15] A. Kurniawan, S. S. Dahda, and M. Jufriyanto, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan My Rise Dengan Metode Service Quality Dan Improvement Gap Analysis," *JUSTI (Jurnal Sist. dan Tek. Ind.)*, vol. 2, no. 2, p. 253, 2022, doi: 10.30587/justicb.v2i2.3666.
- [16] T. Wijaya, "Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis, Teori dan Praktik," 2013.
- [17] Junaidi, "Tingkat Signifikansi Untuk Uji Satu Arah Tingkat Signifikansi Untuk Uji Satu Arah," *Http://Junaidichaniago.Wordpress.Com*, pp. 1–5, 2010.
- [18] F. R. Wilujeng, G. D. Rembulan, D. Andreas, and H. Tannady, "Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Dua Bisnis E-Commerce Terbesar di Indonesia dengan Menggunakan Analisis Servqual dan IPA," *Pros. Semin. Nas. Sains dan Teknol.*, pp. 1–9, 2019.
- [19] W. Setyawan, A. Sutoni, and N. Z. Erfasa, "ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN

- MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (Studi Kasus di Kantor PDAM Kabupaten Cianjur),” *J. Ind. Serv.*, vol. Vol. 3, no. 1, pp. 80–86, 2017.
- [20] A. Fanani *et al.*, “ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN DI METODE SERVQUAL TERINTEGRASI DENGAN IGA Jejak Artikel E -ISSN : 2746-0835 Volume 2 No 2 Perguruan tinggi adalah kelanjutan pend,” vol. 2, no. 2, pp. 175–185, 2021.