



# Penentuan Nilai GAP Kualitas Layanan Software Berdasarkan Penilaian Pelanggan

Ratih Ayuninghemi<sup>#1</sup>, Ika Widiastuti<sup>\*2</sup>

<sup>#</sup> *Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Jember*

<sup>1</sup>ratihayuninghemi@gmail.com

<sup>3</sup>ikajcm10@gmail.com

### Abstract

Metode Service Quality atau biasa disebut SERVQUAL merupakan metode yang digunakan untuk Pengukuran Kualitas Layanan. Layanan yang diukur dihitung berdasarkan pada perbedaan antara persepsi konsumen dan harapan konsumen. Studi kasus yang digunakan dalam makalah ini adalah Sistem Informasi katalog produk yang berbasis komputer. Dari hasil penerapan metode SERVQUAL didapatkan Tingkat kepuasan konsumen yang paling tinggi terhadap kualitas produk berdasarkan kesenjangan antara persepsi yang diterima konsumen dan harapan yang diinginkan konsumen terletak pada variabel *Tampilan form pencarian* dengan nilai gap  $-0.237$  dan variabel Kredibilitas (pengakuan) dan Reputasi dari Perusahaan dengan nilai gap  $-0.258$  yang artinya Konsumen menyatakan bahwa variabel tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen dalam menggunakan layanan jasa SI katalog produk tersebut.

*Keywords*— Pilih maksimum lima kata kunci atau frase yang diurutkan menurut abjad, dan dipisahkan dengan koma.

## I. PENDAHULUAN

Saat ini banyak perusahaan dagang menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan layanannya kepada konsumen. Dari segi promosi, pemasaran maupun penjualan perusahaan dagang saat ini sudah mulai memanfaatkan Teknologi Informasi. Tidak hanya itu pemanfaatan teknologi informasi juga banyak ditekankan dalam perbaikan fasilitas yang di berikan oleh perusahaan dagang untuk memberikan kemudahan pada konsumennya. Salah satunya adalah pemanfaatan Software Katalog Produk. Data menunjukkan  $\pm 10$  sampai 15 orang/hari yang menggunakan katalog produk disalah satu perusahaan dagang terkemuka. Dari beberapa konsumen tersebut banyak yang merasa terbantu dengan adanya katalog tersebut. Tetapi tidak sedikit juga dari mereka yang merasa tidak terbantu bahkan kesulitan untuk mengoperasikannya.

Banyak perusahaan dagang yang belum tahu apakah sistem informasi katalog produk yang berbasis komputer tersebut sudah memuaskan dan menunjang layanannya

terhadap konsumen atau kah tidak. Banyak faktor penyebab belum dirasa nyamannya suatu layanan mengharuskan perusahaan dagang harus lebih ekstra menganalisa dan mengukur faktor manakah yang lebih harus segera diberikan perbaikan untuk meningkatkan layanan. Kondisi diatas membutuhkan pengukuran untuk mengetahui seberapa jauh kualitas penerapan sistem informasi katalog produk dalam melayani konsumen. Metode yang digunakan dalam pengukuran ini adalah Metode *Service Quality* atau biasa disebut SERVQUAL. Pengukuran kualitas dalam metode ini dihitung berdasarkan pada perbedaan antara persepsi konsumen dan harapan konsumen yang menggunakan sistem informasi katalog produk yang berbasis komputer tersebut. Perhitungan bobot setiap variabel yang mempengaruhi kualitas software dilakukan dengan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Pada makalah ini studi kasus diambil dari salah satu perusahaan dagang yang menjual buku dengan pansa pasar semua kalangan, baik pelajar, karyawan ataupun wirausahawan.

## II. SERVICE QUALITY ATAU KUALITAS JASA

Kualitas jasa adalah segala sesuatu yang menitikberatkan pada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikan sehingga tercipta kesesuaian yang seimbang dengan harapan konsumen (Wibowo, 2001)

Terdapat 2 faktor yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu : jasa yang diharapkan dan yang diterima. Sehingga kualitas jasa dapat dibedakan menjadi 3 macam, yaitu :

- Kualitas jasa yang memuaskan, bila kualitas jasa yang diterima sesuai dengan kualitas jasa yang diharapkan.
- Kualitas jasa yang buruk, bila kualitas jasa yang diterima lebih rendah dibandingkan dengan kualitas jasa yang diharapkan
- Kualitas jasa yang ideal, bila kualitas jasa yang diterima lebih tinggi dibandingkan dengan kualitas jasa yang diharapkan

Terdapat 5 dimensi yang menjadi acuan pengukuran yang dilakukan customer terhadap pelayanan yaitu :

- Tangibles** : aspek yang terlihat secara fisik misalnya peralatan dan personel petugas
- Reliability** : kemampuan untuk memiliki performa yang bisa diandalkan dan akurat
- Responsiveness** : kemampuan untuk merespon keinginan atau kebutuhan akan bantuan dari pelanggan serta pelayanan yang cepat.
- Assurance** kemampuan para personel untuk menimbulkan rasa percaya dan aman kepada pelanggan
- Empathy** : kemampuan personel untuk peduli dan memperhatikan para setiap pelanggan

Kualitas pelayanan diukur dari masing-masing dimensi diatas dengan menghitung variabel G yang menggambarkan selisih atau gap antara persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan dengan harapan konsumen.

## II. ANALITYCAL HIERARCY PROCESS

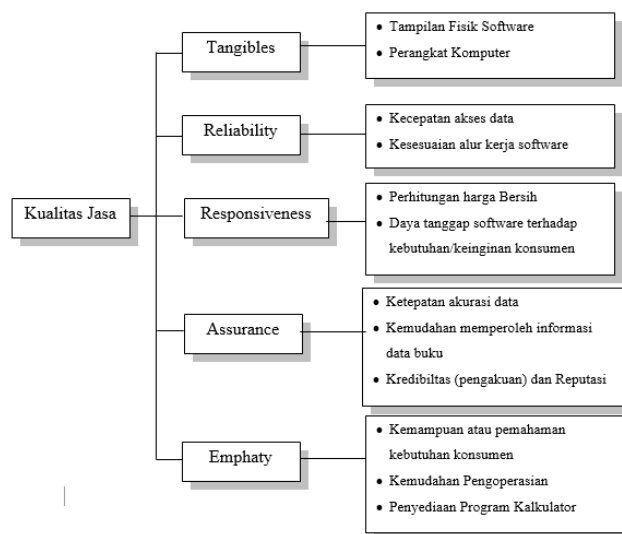
Pengembangan suatu metode analisis untuk struktur sebuah masalah dan pengambilan keputusan atas struktur sebuah masalah dan pengambilan keputusan atas suatu alternatif. Dinamakan AHP (Analitical Hierarchy Process) karena metode ini menyusun suatu masalah menjadi sebuah hirarki yang terstruktur dan dapat dengan mudah dipahamkan dianalisis.

AHP dikembangkan oleh thomas saaty pada tahun 1970an. AHP merupakan sistem pembuat keputusan dengan menggunakan model matematis. AHP membantu dalam menentukan prioritas dari masing-masing kriteria. AHP merupakan salah satu metode yang sangat populer digunakan dalam perencanaan suatu sistem. Salah satu kendala AHP adalah dapat melakukan analisis secara simultan dan terintegrasi antara parameter-parameter yang kualitatif atau bahkan yang intangible dan yang kuantitatif.

## III. IDENTIFIKASI VARIABEL KUALITAS JASA SI KATALOG BUKU

Identifikasi variabel penelitian dilakukan untuk menentukan variable- variable apa saja yang disertakan dalam penelitian. Penentuan variable dilakukan dengan mengamati kondisi sebenarnya dari obyek penelitian. Faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi kualitas software katalog buku digunakan untuk menentukan variable penelitian.

Faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi kualitas jasa SI katalog buku di Toko Buku TOGAMAS Jember digunakan untuk menentukan variabel-variabel penelitian. Adapun variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini disusun secara hirarki, yaitu kualitas jasa, dimensi utama kualitas jasa (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*), dan variabel dari tiap dimensi yang ditunjukkan pada gambar.3 berikut :



Gambar 1. Struktur Hirarki Kualitas Jasa SI Katalog Produk

Dari hasil perhitungan nilai kualitas jasa, maka urutan prioritas peningkatan kualitas jasa dari SI Katalog produk adalah sebagai berikut:

TABEL 1. URUTAN VARIABEL KUALITAS JASA

No.	Variabel	Nilai Servqual Terbobot
1	Kecepatan akses data	-1.100
2	Daya tanggap software terhadap kebutuhan/keinginan konsumen	-1.000
3	Kemudahan memperoleh informasi data buku	-0.900
4	Tingkat kemudahan pengoperasian software katalog	-0.851
5	Adanya perhitungan harga bersih buku	-0.683
6	Kenyamanan letak perangkat komputer	-0.554
7	Keakuratan dalam memberikan informasi data	-0.440

8	Tampilan menu utama katalog	-0.412
9	Alur kerja software	-0.383
10	Kemampuan dan keterampilan software katalog menangani keinginan konsumen	-0.323
11	Kondisi Perangkat Komputer	-0.306
12	Adanya program kalkulator pada software	-0.277
13	Kredibilitas (pengakuan) dan Reputasi	-0.258
14	Tampilan form pencarian	-0.237
<b>Rata-rata Gap</b>		<b>-0.552</b>

Sedangkan urutan dari lima dimensi utama kualitas jasa yang perlu ditingkatkan adalah :

TABEL 2. URUTAN DIMENSI UTAMA KUALITAS JASA

No.	Dimensi	Nilai Servqual Berbobot
1	Responsivness	-1.683
2	Assurance	-1.598
3	Tangibles	-1.508
4	Reliability	-1.483
5	Emphaty	-1.452

Berdasarkan hasil tabel 1 dan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa semua variabel kualitas jasa memiliki nilai servqual negatif yang berarti tingkat harapan konsumen terhadap kualitas jasa yang akan diterimanya lebih tinggi apabila dibandingkan dengan tingkat persepsi konsumen terhadap kualitas jasa yang telah diterimanya.

Dari hasil pengurutan variabel dan dimensi utama kualitas jasa tersebut diatas, maka variabel dan dimensi kualitas jasa yang harus segera diperbaiki adalah variabel dan dimensi yang memiliki nilai gap yang lebih besar dari nilai gap rata-ratanya antara lain dimensi *responsivness* meliputi perhitungan harga bersih dan daya tanggap software, dimensi *assurance* meliputi kemudahan dalam memperoleh informasi data buku, dimensi *assurance* yang meliputi akurasi data, kredibilitas dan kemudahan untuk memperoleh data buku, dimensi *tangibles* meliputi tampilan menu software dan kondisi perangkat computer, dimensi *reliability* yang meliputi alur data dan kecepatan pengakesesan data, dan terakhir pada dimensi *emphaty* yang meliputi tingkat kemudahan, kemampuan software memenuhi keinginan konsumen dan penyediaan program kalkulator pada software tersebut.

Dengan demikian dalam upaya peningkatan kualitas jasa teknologi informasi SI Katalog Produk sebaiknya lebih memperhatikan kriteria-kriteria variabel-variabel yang telah disebutkan diatas. Namun dalam hal ini, pihak Perusahaan juga harus tetap memperhatikan dan tanpa mengabaikan kualitas variabel atau kriteria jasa yang lainnya.

#### IV. KESIMPULAN

- Tingkat kepuasan konsumen yang paling tinggi terhadap kualitas produk berdasarkan kesenjangan antara persepsi yang diterima konsumen dan harapan yang diinginkan konsumen terletak pada variabel *Tampilan form pencarian* dengan nilai gap -0.237 dan variabel Kredibilitas (pengakuan) dan Reputasi dari Perusahaan dengan nilai gap -0.258 . Konsumen merasa variabel tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen dalam menggunakan layanan jasa SI katalog produk tersebut.
- Berdasarkan pembahasan dari penelitian ini semua variabel dipertahankan bahkan harus diperbaiki. Hal tersebut dikarenakan dari hasil kuesioner yang telah disebarkan responden yang merupakan konsumen Perusahaan yang merasa membutuhkan SI katalog produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ayuninghemi, Ratih. 2009. "Aplikasi Pengukuran Kualitas Jasa SI dengan Logika Fuzzy". Tugas Akhir , Jurusan Teknologi Informasi Politeknik Elektronika Negeri Surabaya.
- Bimasakti, Kresna, 2005, *Pengukuran Kualitas Layanan Dengan Metode Servqual Pada Jasa Pengiriman Barang Dengan Memperhatikan Gap Internal-(1,2,3,4) Guna Meningkatkan kualitas layanan (Studi Kasus PT. Titipan Kilat Cabang Palembang)*, Tugas Akhir, Jurusan Teknik Industri, FTI ITS, Surabaya
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy, dan A. Diana. 1996. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Murdick, Robert G dan Ros, Joel E. 1997. *Sistem Informasi untuk Manajemen Modern edisi ketiga*. Jakarta : Erlangga.
- Santoso, Singgih. 2006. *Menggunakan SPSS Dan Excel Untuk Mengukur Sikap Dan Kepuasan Konsumen*. Jakarta : Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Wibowo, Nugroho Setyo. 2001. *Peningkatan Kualitas Jasa Transportasi Dengan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus : Bus Malam Cepat Eksekutif Lorena Jurusan Jember – Jakarta)*, Tesis, Jurusan Teknik Industri, FTI ITS, Surabaya