

TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MUTU PELAYANAN RUMAH MAKAN PEMANCINGAN LUMINTU 1001

Popong Nurhayati¹, Ahmad Fahrudin², Dwi Romadhani³

ABSTRACT

Competition in business of fishing restaurant is highly increasing. In this situation, customer have more better bargaining position. This condition give them opportunity to choose the best one fishing restaurant that give them satisfaction. Therefore, satisfied the customer is the best way to be the winner in the fishing restaurant business competition.

This research is aimed to identify attributes of Lumintu 1001 quality of service that influenced the customer satisfaction, to identify the level of customer satisfaction toward attributes of Lumintu 1001 quality of service, to get the information of the priority attributes to improve.

Result of the research showed 16 attributes quality of service in Lumintu 1001 fishing restaurant. There were sanitary kit, waiter appearance, room lay out, room neatness, tasted of food and beverage, atmospheric of fishing restaurant, suitability of food and beverage, fishing facility, quickness of service, waiter response to the problems, convenience toward payment, friendly of service, availability of food and beverage written in the list of menu, security of availability of food and beverage, staff skill and knowledge to explain of menu, waiter availability to communication to the customer.

Customer assessed attributes of quality of service based on the level of importance and satisfaction each attributes. Customer Satisfaction index showed that quality of service in Lumintu 1001 fishing restaurant gave the satisfaction to the customer. The range of satisfaction is between satisfaction enough to satisfaction. Attributes of quality of service that give priority to improve are quickness of service and room neatness.

Key word : Attributes of quality of service, level of customer satisfaction, priority attributes.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Lumintu 1001 adalah salah satu rumah makan pemancingan yang terletak di Desa Janti, Klaten, Jawa Tengah. Di sentra pemancingan Janti terdapat sekitar 75 unit usaha pondok pemancingan. Dalam situasi persaingan yang tinggi, pelanggan lebih mempunyai posisi tawar sehingga akan mudah beralih kepada pesaing apabila tidak dipuaskan. Memuaskan pelanggan adalah pertahanan terbaik untuk melawan pesaing. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli dari perusahaan yang sama. Oleh karena itu Lumintu 1001 harus mengetahui atribut mutu pelayanan apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan, atribut mutu pelayanan apa saja yang mendapat prioritas perbaikan.

1.2 Perumusan Masalah

Rumah makan pemancingan Lumintu 1001 yang terletak di kawasan pondok pemancingan Desa Janti, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah merupakan salah satu tempat rumah makan pemancingan yang besar dan mempunyai banyak pelanggan. Pengunjung tempat ini bukan saja berasal dari Klaten tetapi juga banyak berasal dari luar kota seperti Semarang dan Surabaya. Di kawasan pemancingan Janti kurang lebih ada 75 unit usaha rumah makan pemancingan.

Dengan persaingan yang sangat tinggi pihak pengelola rumah makan Lumintu 1001 harus selalu berbenah untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara mendengarkan suara pelanggannya. Apa yang dibutuhkan dan diharapkan

¹ Staf Pengajar pada Departemen Agribisnis, IPB

² Staf Pengajar pada Departemen Manajemen Sumberdaya Perairan, IPB

³ Alumni Departemen Sosial Ekonomi Perikanan, IPB

pelanggan harus dipenuhi, kalau tidak pelanggan akan berpaling kepada pesaing, penjualan akan menurun yang pada akhirnya akan menurunkan laba bahkan kerugian.

Selama ini pihak pengelola rumah makan lumintu 1001 belum pernah melakukan evaluasi kinerja mutu pelayanannya serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan dengan melakukan survei pengukuran kepuasan pelanggan terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, perusahaan lumintu 1001 perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut mutu pelayanan yang diberikan. Perusahaan juga perlu mengetahui atribut mutu pelayanan apa saja yang sudah atau belum memberikan kepuasan pelanggan, atribut mana saja yang dianggap paling penting oleh pelanggan tetapi pelaksanaannya belum dapat memenuhi harapan pelanggan sehingga mendapat prioritas perbaikan. Semua pertanyaan tersebut pada intinya harus dijawab untuk merumuskan strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

II. TUJUAN

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi atribut mutu pelayanan Lumintu 1001 yang mempengaruhi kepuasan pelanggan,
2. Mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut mutu pelayanan Lumintu 1001,
3. Mendapatkan informasi mengenai atribut mutu pelayanan Lumintu 1001 yang menjadi prioritas perbaikan.

III. TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Kepuasan Pelanggan

Fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan mutu pelayanan adalah pelanggan. Pelanggan memegang peranan yang cukup penting untuk mengukur tingkat kepuasan mutu pelayanan. Menurut kamus manajemen (Marbun 2003) definisi pelanggan adalah orang atau badan usaha atau lembaga yang berulang-ulang mengadakan transaksi bisnis dengan pihak tertentu.

Secara umum pelanggan dibagi dua, yaitu pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Pelanggan internal adalah bagian dari perusahaan atau karyawan perusahaan. Pelanggan eksternal adalah pihak-pihak yang bukan merupakan bagian dari perusahaan tetapi terkena dampak kegiatan perusahaan (Agisty 2003).

Satisfaction adalah kata dari bahasa latin, yaitu *satis* yang berarti *enough* atau dengan cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Jadi produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari konsumen pada tingkat cukup (Irawan 2003).

Menurut Kotler (1997), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerjanya melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Menurut Supranto (2001) pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, pengertian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu barang atau jasa sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa. Setiap transaksi atau pengalaman baru akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian kepuasan

pelanggan mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Siapapun yang terlibat dalam urusan kepuasan pelanggan, ia telah melibatkan diri dalam urusan jangka panjang. Upaya memuaskan pelanggan adalah pengalaman panjang yang tidak mengenal batas akhir (Irawan 2003).

3.2 Mutu Pelayanan/ Kualitas Jasa

Menurut Kotler (1997), mutu/ kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Jadi kita dapat mengatakan seorang penjual telah memberikan kualitas bila produk atau pelayanan penjual memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Mutu akan terkait dengan keuntungan. Produk yang bermutu akan memiliki perputaran yang singkat. Perputaran yang singkat akan membuat volume penjualan akan semakin besar. Margin yang diambil dari volume yang jumlahnya besar akan membuat keuntungan meningkat. Jika keuntungan meningkat maka kesejahteraan karyawan akan meningkat. Jika kesejahteraan meningkat maka mutu produk akan lebih baik lagi karena karyawan termotivasi dalam bekerja (Ma'arif dan Tanjung 2003).

Menurut Rangkuti (2003) Ada lima dimensi mutu jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam konsep ServQual. Ke-5 dimensi mutu tersebut adalah:

1. *Reliability* (Keandalan)
Kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan.
2. *Responsiveness* (Cepat tanggap)
Kemampuan karyawan untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.
3. *Assurance* (Jaminan)
Pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri.
4. *Emphaty* (Empati)
Karyawan harus memberikan perhatian secara individual kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen.
5. *Tangible* (Kasad mata)
Penampilan fisik, peralatan, personil, dan alat-alat komunikasi.

IV. METODOLOGI

4.1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, dengan satuan kasus adalah pelanggan rumah makan pemancingan Lumintu 1001. Objek yang diteliti adalah tingkat kepuasan pelanggan Lumintu 1001. Penelitian dilakukan di Rumah makan pemancingan Lumintu 1001 yang terletak di sentra pemancingan Desa Janti, Klaten, Jawa Tengah.

4.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *text* dan data *image*. Data *text* adalah data yang ditampilkan dalam bentuk *alphabet* maupun *numeric*, sedangkan data *image* adalah data yang ditampilkan dalam bentuk foto diagram dan sejenisnya.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner, observasi lapang dan wawancara. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka, internet dan dari perusahaan Lumintu 1001.

4.3. Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *non probability sampling* (metode tak berpeluang) yaitu menggunakan metode *accidental sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

4.4. Metode Analisis Data

Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur (kuesioner) mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas kuesioner menggunakan rumus korelasi *Product Moment*. Rumus korelasi *Product Moment* adalah:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

X = Skor pernyataan

n = Banyaknya butir pernyataan

Y = Skor total pernyataan

r = Indeks validitas

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Uji reliabilitas diukur dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Rumus koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* adalah :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \alpha_i^2}{\alpha_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

α_i^2 = varian total

$\sum \alpha_b^2$ = jumlah varian butir

Dalam riset dasar (*basic research*) koefisien tingkat reliabilitas harus lebih besar dari 0,8 (Supranto 2001). Pengujian kuesioner dilakukan kepada 30 orang yang sedang mengunjungi rumah makan pemancingan Lumintu 1001. Perhitungan indeks validitas dan reliabilitas menggunakan paket program komputer SPSS 11,0 for windows.

4.5. Importance Performance Analysis

Pada *Importance Performance Analysis* responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut mutu pelayanan rumah makan pemancingan Lumintu 1001 dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut. Untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan digunakan skala *likert* kategori 1-5 sebagai berikut :

Tabel 1. Skala Likert Pengukuran Tingkat Kepentingan dan Pelaksanaan Atribut Mutu Pelayanan Lumintu 1001

Kategori			
Tingkat Kepentingan	Skor	Tingkat Kinerja/pelaksanaan	Skor
Sangat Penting	5	Sangat Puas	5
Penting	4	Puas	4
Cukup Penting	3	Cukup Puas	3
Kurang Penting	2	Kurang Puas	2
Tidak Penting	1	Tidak Puas	1

Indeks tingkat kepentingan digunakan untuk melihat seberapa besar tingkat kepentingan pelanggan terhadap atribut mutu pelayanan Lumintu 1001. Perhitungan indeks kepuasan pelanggan (Rangkuti 2001) adalah sebagai berikut:

$$IKp = [(frek. tpg \times 1) + (frek. kpg \times 2) + (frek. cpk \times 3) + (frek. pg \times 4) + (frek. spg \times 5)] : 5$$

Keterangan : IKp = indeks tingkat kepentingan cpk = cukup penting
tpg = tidak penting pg = penting
kpg = kurang penting spg = sangat penting

Indeks kepuasan pelanggan digunakan untuk melihat sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut mutu pelayanan rumah makan pemancingan Lumintu 1001. Menurut Ranguti (2001), perhitungan indeks kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

$$IKs = [(frek. tps \times 1) + (frek. kps \times 2) + (frek. cps \times 3) + (frek. ps \times 4) + (frek. sps \times 5)] : 5$$

Keterangan : IKs = indeks tingkat kepuasan cps = cukup puas
tps = tidak puas ps = puas
kps = kurang puas sps = sangat puas

Untuk menentukan rentang skala indeks tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan dibuat skala interval dengan rumus sebagai berikut :

$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan : Rs = rentang skala
m = skor tertinggi n = skor terendah
b = jumlah kelas (dalam hal ini ada 5 kategori)

Dengan perhitungan rumus indeks tingkat kepentingan dan kepuasan seperti di atas maka diperoleh besar *range* indeks tingkat kepentingan dan kepuasan sebagai berikut :

$$Rs = \frac{100 - 20}{5} = 16$$

sehingga untuk tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan diperoleh rentang skala indeks sebagai berikut :

Tabel 2. Rentang Skala Indeks Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Atribut Mutu Pelayanan Lumintu 1001

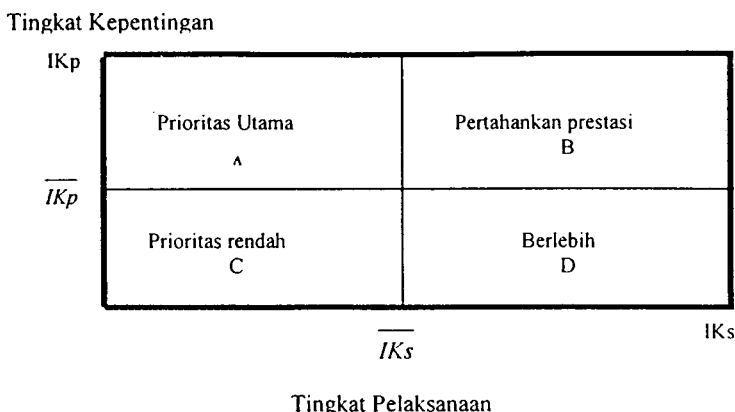
Tingkat Kepentingan	Rentang Skala	Tingkat Kepuasan	Rentang Skala
Tidak Penting	20,0 – 35,9	Tidak Puas	20,0 – 35,9
Kurang Penting	36,0 – 51,9	Kurang Puas	36,0 – 51,9
Cukup Penting	52,0 – 67,9	Cukup Puas	52,0 – 67,9
Penting	68,0 – 83,9	Puas	68,0 – 83,9
Sangat Penting	84,0 – 99,9	Sangat Puas	84,0 – 99,9

Untuk mengetahui kedudukan atribut mutu pelayanan rumah makan pemancingan Lumintu 1001 dalam konsep prioritas digunakan *Matrix Importance Performance*. Pada *matrix* ini ada dua buah garis yang berpotongan saling tegak lurus pada titik-titik ($\overline{IKp}$, $\overline{IKs}$), titik tersebut diperoleh dengan rumus sebagai berikut :

$$\overline{IKp} = \frac{\sum IKp}{k} \qquad \overline{IKs} = \frac{\sum IKs}{k}$$

Keterangan :
 $\overline{IKp}$ = rata-rata indeks tingkat kepentingan
 $\overline{IKs}$ = rata-rata indeks tingkat kepuasan
k = jumlah atribut mutu pelayanan

Selanjutnya indeks tingkat kepuasan dan indeks tingkat kepentingan diplotkan ke dalam *Matrix Importance Performance*, indeks tingkat kepentingan (IKp) menunjukkan posisi atribut pada sumbu vertikal, sedangkan indeks tingkat kepuasan (IKs) menunjukkan posisi atribut pada sumbu horisontal. Gambar *Matrix Importance Performance* yang digunakan sebagai berikut :



Gambar 1. *Matrix Importance Performance*

Keterangan :

- A Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai seperti yang diharapkan. Atribut yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan kinerjanya.
- B Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kepuasannya relatif tinggi. Variabel-variabel yang ada dalam kuadran ini harus dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa unggul dimata pelanggan.
- C Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali karena pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.
- D Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kinerjanya dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang ada dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Atribut Mutu Pelayanan Lumintu 1001

Ada 16 atribut mutu pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan hasil wawancara kepada pihak perusahaan dan tiga orang pelanggan. Atribut mutu tersebut terdiri dari **Dimensi Tangibel** yang meliputi *sanitary kit* (toilet, pencuci tangan, cermin), penampilan fisik pramusaji, *lay out* (tata letak ruangan), kebersihan ruangan; **Dimensi Reliability** meliputi cita rasa makanan dan minuman, suasana rumah makan, kesesuaian harga dan minuman, fasilitas pemancingan; **Dimensi responsiveness** meliputi kecepatan pelayanan, pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul, kemudahan proses pembayaran; **Dimensi Assurance** meliputi keramahan pelayan, tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu, keamanan makanan dan minuman yang disajikan, pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu; **Dimensi Emphaty** meliputi kemudahan pramusaji berkomunikasi dengan pelanggan.

5.2. Hasil Uji Validitas

Tabel 3. Nilai Korelasi Uji Validitas Pernyataan Kuesioner

No	Atribut Mutu	Nilai Korelasi (r)	
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
1	Sanitary kit (toilet, pencuci tangan, cermin)	0.453	0.620
2	Penampilan fisik pramusaji	0.552	0.599
3	Lay out atau tata letak ruangan	0.363	0.595
4	Kebersihan ruangan	0.650	0.509
5	Cita rasa makanan dan minuman	0.576	0.722
6	Suasana rumah makan	0.436	0.58
7	Kesesuaian harga makanan dan minuman	0.772	0.688
8	Fasilitas pemancingan (Alat pancing, ikan, kolam)	0.822	0.570
9	Kecepatan pelayanan	0.494	0.689
10	Pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul	0.587	0.817
11	Kemudahan proses pembayaran	0.651	0.661
12	Pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu	0.794	0.704
13	Keramahan pelayanan	0.624	0.407
14	Tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu	0.641	0.721
15	Keamanan makanan dan minuman yang disajikan	0.532	0.387
16	Kemudahan pramusaji berkomunikasi dengan pelanggan	0.742	0.375

Nilai r tabel (n=30; db=28; $\alpha=0.05$) = 0.361

Pada Tabel 3 dapat kita lihat bahwa secara statistik angka korelasi seluruh pernyataan lebih besar dari angka kritik pada selang kepercayaan 95% yaitu sebesar 0.361. Hasil tersebut membuktikan bahwa seluruh pernyataan 1 sampai 16 dari tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan adalah valid.

5.3. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas kuesioner dengan rumus *Cronbach's Alpha* menghasilkan indeks reliabilitas sebesar 0,885 untuk tingkat kepentingan, sedangkan untuk tingkat kepuasan diperoleh indeks reliabilitas sebesar 0,886. Indeks reliabilitas tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan lebih besar dari 0,8 artinya instrumen penelitian dalam hal ini kuesioner mempunyai tingkat keandalan yang tinggi.

5.4. Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh 60 orang laki-laki (60%) dan 40 orang perempuan (40%). Karakteristik responden berdasarkan tingkat usia diperoleh kelompok usia 15 – 24 tahun sebesar 89 orang (89%), kelompok usia 25 – 34 tahun sebesar 9 orang (9%) dan kelompok usia lebih dari 34 tahun sebesar 2 orang (2%). Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan diperoleh SMP sebesar 5 orang (5%), SMU sebesar 80 orang (80%), Diploma sebesar 7 orang (7%), dan Sarjana/Pasca sarjana sebesar 8 orang (8%). Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan diperoleh mahasiswa atau pelajar yaitu sebesar 74 orang (74%), wiraswasta sebesar 11 orang (11%), pegawai swasta sebesar 10 orang (10%), PNS dan ibu rumah tangga masing-masing sebesar 2 orang (2%).

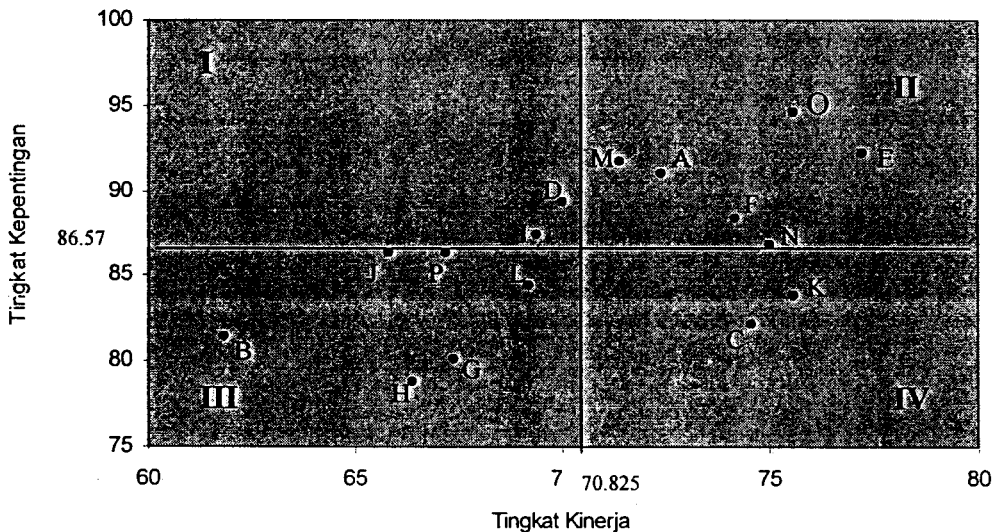
5.5. Importance Performance Analysis

Tabel 4. Indeks Importance Performance Atribut Mutu Pelayanan Lumintu 1001

No	Atribut Mutu Pelayanan Lumintu 1001	Indeks Performance	Indeks Importance
1	Sanitary kit (toilet, pencuci tangan, cermin)	72.4	91
2	Penampilan fisik pramusaji	61.8	81.4
3	Lay out atau tata letak ruangan	74.6	82.2
4	Kebersihan ruangan	70	89.4
5	Cita rasa makanan dan minuman	77.2	92.2
6	Suasana rumah makan	74.2	88.4
7	Kesesuaian harga makanan dan minuman	67.4	80.2
8	Fasilitas pemancingan (Alat pancing, ikan, kolam)	66.4	78.8
9	Kecepatan pelayanan	69.4	87.4
10	Pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul	65.8	86.4
11	Kemudahan proses pembayaran	75.6	83.8
12	Pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu	69.2	84.4
13	Keramahan pelayanan	71.4	91.8
14	Tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu	75	86.8
15	Keamanan makanan dan minuman yang disajikan	75.6	94.6
16	Kemudahan pramusaji berkomunikasi dengan pelanggan	67.2	86.4
Rata-rata Indeks		70,82	86,57

Sumber : Data Primer 2005

Atribut mutu pelayanan yang memberikan tingkat kepuasan tertinggi kepada pelanggan adalah cita rasa makanan dan minuman yaitu sebesar 77,2 sedangkan Atribut mutu pelayanan yang memberikan tingkat kepuasan terendah kepada pelanggan adalah penampilan fisik pramusaji yaitu sebesar 61,8. Nilai indeks *importance performance* kemudian di plotkan ke dalam *matrix importance performance* untuk mengetahui kedudukan atribut mutu pelayanan dalam konsep prioritas.



Gambar 2. Matrix Importance Performance Atribut Mutu Pelayanan Lumintu 1001

Keterangan :

A Sanitary kit (toilet, pencuci tangan, cermin), B Penampilan fisik pramusaji, C Lay out (tata letak ruangan), D Kebersihan ruangan, E Cita rasa makanan dan minuman, F Suasana rumah makan, G Kesesuaian harga makanan dan minuman, H Fasilitas pemancingan, I Kecepatan pelayanan, J Pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul, K Kemudahan proses pembayaran, L Pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu, M Tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu, N Keamanan makanan dan minuman yang disajikan, O Kemudahan pramusaji berkomunikasi dengan pelanggan.

Gambar 2 menunjukkan posisi atribut mutu pelayanan rumah makan pemancingan Lumintu 1001. Atribut yang termasuk dalam prioritas perbaikan (kuadran I) adalah kebersihan ruangan dan kecepatan pelayanan. Atribut yang menjadi kekuatan perusahaan (kuadran II) adalah tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu, *sanitary kit* (toilet, cermin, pencuci tangan), suasana rumah makan, keamanan makanan dan minuman yang disajikan, keramahan pelayanan, cita rasa makanan dan minuman. Atribut yang mendapat prioritas rendah untuk diperbaiki (kuadran III) adalah penampilan fisik pramusaji, pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul, kemudahan pramusaji berkomunikasi dengan pelanggan, pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu, kesesuaian harga makanan dan minuman, fasilitas pemancingan. Atribut yang dirasa berlebihan oleh pelanggan (kuadran IV) adalah *lay out* (tata letak ruangan) dan kemudahan proses pembayaran.

5.6. Strategi Peningkatan Kepuasan Pelanggan Lumintu 1001

Strategi yang dapat dilakukan rumah makan pemancingan Lumintu 1001 terkait dengan posisi atribut mutu pelayanannya dalam *Matrix Importance Performance* adalah sebagai berikut :

Kuadran I (Prioritas Perbaikan)

Kuadran I memuat atribut mutu pelayanan yang dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya mempunyai tingkat kinerja yang rendah atau dibawah rata-rata. Tingkat kepentingan yang tinggi mencerminkan bahwa pelanggan mempunyai harapan yang tinggi. Jadi akan sangat buruk konsekuensinya apabila perusahaan mempunyai *performance* yang buruk untuk hal-hal yang penting di mata pelanggan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah kebersihan ruangan dan kecepatan pelayanan. Kecepatan pelayanan dan kebersihan harus menjadi prioritas utama untuk diperhatikan dan ditingkatkan oleh perusahaan. Perbaikan pada atribut mutu pelayanan ini akan mempunyai dampak yang besar bagi kepuasan pelanggan dan akan mempengaruhi indeks kepuasan pelanggan secara signifikan.

Atribut kecepatan pelayanan menjadi atribut yang sangat penting bagi suatu rumah makan. Kinerja kecepatan pelayanan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya jumlah karyawan dan jumlah pengunjung. Pada hari libur atau hari libur nasional pengunjung rumah makan lumintu 1001 bisa mencapai sekitar 2000-3000 orang, sedangkan karyawan hanya berjumlah 70 orang. Hasil wawancara kepada pihak Lumintu 1001, pada hari libur pengunjung bisa menunggu 1 sampai 1,5 jam untuk bisa menikmati makanan yang dipesan. Terkadang ada pelanggan yang sampai mengeluh kepada pihak perusahaan karena lamanya pelayanan, bahkan sampai ada pelanggan yang tidak jadi memesan dan pindah ke rumah makan pemancingan yang lain. Pelanggan yang tidak puas akan memberikan informasi kepada orang lain tentang kejelekan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kecepatan pelayanan diantaranya adalah dengan menambah jumlah karyawan, memberikan training-training kepada karyawan bagaimana memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat, dan juga diperlukan koordinasi yang baik antara supervisor dengan berbagai karyawan.

Kebersihan ruangan menjadi atribut yang sangat penting bagi rumah makan. Pelanggan akan mempunyai persepsi yang baik tentang mutu hidangan apabila tempat rumah makan tersebut juga bersih. Pengunjung yang datang ke rumah makan pemancingan Lumintu 1001 sangat banyak sehingga pihak perusahaan harus cepat tanggap mengenai kebersihan rumah makan. Setelah tempat selesai dipakai oleh sekelompok pengunjung, maka karyawan harus serta merta dengan cepat membersihkan tempat yang habis dipakai sebelum tempat tersebut digunakan lagi oleh pengunjung yang lain. Tempat duduk lesehan yang ada di rumah makan pemancingan Lumintu 1001 belum dikeramik dan masih diselasar dalam bentuk semen, alas duduk yang digunakan juga masih menggunakan tikar. Hal ini yang membuat pelanggan menilai kebersihan ruangan belum dapat memenuhi harapan pelanggan. Pihak Lumintu

1001 dapat mengganti dengan karpet plastik sehingga terlihat lebih menarik dan tidak terkesan kotor.

Kuadran II (Kekuatan Perusahaan)

Kuadran II memuat faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan apa yang dirasakan sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang ada dalam kuadran ini harus terus dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan pelayanan tersebut unggul dimata pelanggan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu, *sanitary kit* (toilet, cermin, pencuci tangan), suasana rumah makan, keamanan makanan dan minuman yang disajikan, keramahan pelayanan, cita rasa makanan dan minuman.

Atribut pertama yang ada dalam kuadran II adalah tersedianya makanan dan minuman yang ada dalam daftar menu. Pihak pengelola sudah menyediakan daftar menu makanan dan minuman dengan jelas dan letaknya mudah dilihat. Atribut kedua adalah *sanitary kit* (toilet, cermin, pencuci tangan). Toilet yang dimiliki Lumintu 1001 ada 9 unit. Pelanggan dapat menggunakan leluasa dan tidak perlu mengantri. Toilet juga digunakan untuk kamar ganti dan mandi setelah berenang. Kondisi toilet yang bersih membuat atribut ini unggul dimata pelanggan. Setiap ruang makan juga diberi kran air untuk memudahkan pengunjung mencuci tangan.

Atribut ketiga dalam kuadran II adalah suasana rumah makan. Lumintu 1001 mempunyai area yang luas. Dengan tempatnya yang luas, pondok pemancingan ini dilengkapi dengan kolam renang dan panggung untuk hiburan musik. Dihadirkannya grup band menambah suasana lebih meriah dan ramai. Suasana Lumintu 1001 menjadi kekuatan bagi perusahaan. Atribut keempat adalah keamanan makanan dan minuman. Atribut kelima adalah keramahan pelayanan. Dalam evaluasi yang diadakan setiap bulan sekali antara top manajemen dan karyawan, pimpinan Lumintu 1001 selalu menekankan kepada karyawannya agar bersikap ramah.

Atribut selanjutnya adalah cita rasa makanan dan minuman. Seringkali pihak Lumintu 1001 mendapat laporan tentang kepuasan pelanggan terhadap cita rasa ikan bakarnya. Hal ini membuat atribut cita rasa makanan menjadi kekuatan perusahaan.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III memuat faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan mempunyai tingkat kepentingan yang rendah dan pada kenyataannya kinerjanya masih rendah atau dibawah rata-rata kinerja atribut yang lain. Peningkatan atribut mutu pelayanan dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan lagi karena pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan kecil. Yang termasuk dalam kuadran ini adalah penampilan fisik pramusaji, pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul, kemudahan pramusaji berkomunikasi dengan pelanggan, pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu, kesesuaian harga makanan dan minuman, fasilitas pemancingan.

Atribut pertama dalam kuadran ini adalah penampilan fisik pramusaji. Penampilan fisik pramusaji dianggap tidak terlalu penting. Tugas para pramusaji hanya mengantarkan makanan dan minuman kepada pelanggan. Hal ini yang membuat pelanggan menilai atribut ini kurang penting. Atribut kedua adalah pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang ada. Pada hari-hari biasa (senin sampai sabtu) pelanggan yang datang ke Lumintu 1001 tidak terlalu banyak. Masalah-masalah yang timbul seperti kecepatan pelayanan, parkir motor, menu makanan yang kurang jarang terjadi, sehingga pelanggan menganggap atribut pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang ada tidak terlalu penting.

Atribut ketiga adalah kemudahan pramusaji berkomunikasi dengan pelanggan. Pada waktu pengamatan di lapang pelanggan jarang sekali untuk komunikasi dengan pihak karyawan. Pada saat pelanggan datang, mereka langsung memesan menu dan langsung membayar, setelah itu pelanggan mengambil nomor urut dan memilih tempat duduk. Pelayan akan mengantarkan menu makanan dan minuman beberapa waktu kemudian sesuai dengan menu yang dipesan. Setelah selesai makan dan melakukan aktivitas yang lain (renang, memancing) mereka langsung pulang. Menurut pihak

perusahaan komunikasi pelanggan dengan karyawan hanya terjadi apabila terjadi kesalahan jumlah makanan dan minuman yang dipesan. Hal inilah yang membuat pelanggan menilai atribut kemudahan komunikasi dengan pelanggan kurang penting.

Atribut keempat adalah pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu. Menu makanan yang sudah ada dalam daftar menu hanya menginformasikan harga ikan per kilogram misalnya harga ikan lele bakar perkilogram adalah Rp 17.000,00. Hal ini perlu penjelasan lanjutan berapa jumlah ekor perkilogram, dan berapa kilogram yang dibutuhkan untuk sejumlah orang. Atribut ini dianggap pelanggan kurang penting karena menu makanan dan minuman yang disajikan sudah tidak asing lagi di mata pelanggan.

Atribut kelima adalah kesesuaian harga makanan dan minuman. Atribut ini juga mempunyai tingkat kepentingan di bawah rata-rata. Harga makanan dan minuman yang rendah, ditambah dengan kolam renang gratis membuat harga makanan tidak terlalu menjadi pertimbangan. Pelanggan yang datang ke Lumintu 1001 pada umumnya untuk tujuan rekreasi seperti berenang, memancing, atau hanya sekedar bermain dengan teman-temannya sambil menikmati makanan yang disediakan Lumintu 1001. Mereka datang beberapa bulan sekali sehingga harga menjadi faktor yang tidak terlalu penting. Atribut selanjutnya adalah fasilitas pemancingan. Atribut ini juga dinilai pelanggan kurang begitu penting. Berdasarkan observasi lapangan hanya sedikit pelanggan yang melakukan kegiatan pemancingan. Para pelanggan tersebut datang hanya sekedar untuk rekreasi, berkumpul dengan teman-temannya dan untuk berenang. Pada hari libur ada beberapa yang melakukan kegiatan memancing, pada umumnya mereka adalah para keluarga yang membawa anaknya.

Meskipun atribut-atribut dalam kuadran III mempunyai prioritas yang rendah, namun harus tetap diperhatikan oleh perusahaan, karena pelaksanaannya belum sesuai dengan harapan pelanggan. Suatu saat persepsi tentang atribut mutu pelayanan pelanggan bisa berubah seiring dengan perkembangan pengetahuan manusia. Para pesaing juga akan menciptakan harapan-harapan yang lebih tinggi dengan berbagai strategi kepuasan pelanggan yang dibuat untuk menarik minat pelanggan sehingga menyebabkan atribut-atribut tersebut bisa menjadi penting bahkan sangat penting.

Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan namun pelaksanaannya terlalu berlebihan. Atribut yang ada dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya. Yang termasuk dalam kuadran ini adalah *lay out* (tata letak ruangan) dan kemudahan proses pembayaran.

Rumah makan pemancingan Lumintu 1001 sudah merasa puas dengan banyaknya pengunjung yang datang. Banyaknya pengunjung lumintu 1001 lebih disebabkan karena tempat ini mempunyai fasilitas yang menarik salah satunya adanya fasilitas kolam renang gratis. Apabila pesaing juga mempunyai fasilitas yang sama dengan Lumintu 1001, bukan tidak mungkin pelanggan akan mudah beralih.

Harus ada perubahan yang radikal bagi manajemen Lumintu 1001 sebagai *market leader* agar pelanggannya tidak beralih ke pesaing yaitu adanya komitmen dari top level manajemen untuk melaksanakan program peningkatan kepuasan pelanggan. Selama ini manajemen puncak Lumintu 1001 kurang mempunyai aspirasi dalam hal kepuasan pelanggan. Hal ini terbukti dengan tidak adanya proses rekrutmen karyawan yang jelas, standar kinerja pelayanan pelanggan yang baku, program pelatihan dan pendidikan bagi karyawan, pemberian *reward* bagi karyawan yang berprestasi dan program pengukuran kepuasan pelanggan.

Proses rekrutmen karyawan sangat penting, karena terkait dengan *attitude* atau sikap karyawan. Mencari karyawan yang mempunyai *attitude* yang baik tidaklah mudah karena hal ini terkait dengan karakter dan sifat asli seseorang. Orang yang mempunyai sifat tidak murah senyum akan sangat kesulitan apabila diminta untuk bersikap ramah dan murah senyum saat berhadapan dengan pelanggan. Seyogyanya pelayan harus sudah terseleksi dengan baik saat rekrutmen sehingga akan didapatkan pelayan yang

murah senyum, ramah dan sopan. Mutu pelayanan sangat tergantung dari orang yang memberikannya. Jika pelayanan Lumintu 1001 ingin memuaskan pelanggan maka harus mengangkat orang yang baik sejak awal atau proses rekrutmen.

Setelah mengangkat karyawan yang baik, perlu dilakukan program pendidikan dan pelatihan secara intensif untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang prima dan melakukan pekerjaan awal dengan benar. Program edukasi dan pelatihan bagi karyawan sangat penting diberikan kepada karyawan agar mereka memahami standar kinerja mutu dan pelayanan dan harapan pelanggan terhadap mutu pelayanan.

Lumintu 1001 juga belum mempunyai SOP (Standar Operasi Pelayanan) yang jelas. SOP sangat penting bagi keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan. Memang benar bahwa pelayanan sifatnya tak berwujud dan tingkat kepuasan pelanggan sifatnya sangat subjektif, tetapi ada perilaku pelayanan yang bisa diukur seperti kecepatan pelayanan tidak boleh lebih dari sepuluh menit, menangani keluhan tepat pada waktunya, karyawan harus senyum saat berhadapan dengan pelanggan, dan karyawan harus berpakaian seragam.

Pemberian *reward* bagi karyawan yang berprestasi perlu dilakukan Lumintu 1001 untuk memberikan motivasi kepada karyawan agar dapat bekerja lebih baik dengan pelanggan. Pemberian bisa berupa insentif psikologis seperti pemberian stiker ucapan terima kasih, pemberian souvenir yang berbentuk logo perusahaan dan juga insentif finansial seperti pemberian imbalan berupa uang di luar gaji karyawan. Karyawan yang puas terhadap manajemen perusahaan akan memberikan pelayanan kepada pelanggan secara maksimal sehingga akan berdampak positif bagi kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menguntungkan bagi perusahaan Lumintu 1001 sendiri.

Program peningkatan kepuasan pelanggan merupakan program jangka panjang, artinya pengukuran kepuasan pelanggan untuk menghasilkan indeks harus dilakukan secara periodik dan berkelanjutan. Indeks kepuasan pelanggan sangat penting untuk menilai apakah program peningkatan kepuasan pelanggan oleh perusahaan sudah benar dan berhasil dilaksanakan. Hal ini tercermin dari indeks kepuasan pelanggan yang meningkat atau menurun. Apabila indeks kepuasan pelanggan meningkat tajam berarti ada indikasi program peningkatan kepuasan pelanggan berjalan efektif, begitu juga sebaliknya apabila indeks kepuasan tidak meningkat bahkan menurun dapat dikatakan program peningkatan kepuasan pelanggan tidak berhasil dilaksanakan.

Selama ini perusahaan lumintu 1001 belum pernah melakukan pengukuran kepuasan pelanggan terhadap mutu pelayanannya sehingga sampai sekarang perusahaan tidak mempunyai data indeks kepuasan pelanggan. Apabila pihak perusahaan Lumintu 1001 ingin *concern* dalam hal kepuasan pelanggan maka program pengukuran kepuasan pelanggan harus dilakukan secara kontinyu. Hal ini untuk mendapatkan indeks kepuasan dari tahun ke tahun. Nilai indeks yang dihasilkan dalam riset ini dapat dijadikan standar atau acuan untuk menilai apakah program peningkatan kepuasan pelanggan yang diimplementasikan dari sekarang sampai beberapa waktu yang akan datang berhasil atau tidak dilaksanakan. Setelah dilakukan pengukuran kepuasan kembali pada tahun depan, indeks kepuasan yang dihasilkan dapat dibandingkan dengan indeks kepuasan sekarang. Apabila setelah dibandingkan, dan ternyata indeks kepuasan tahun depan meningkat maka dapat dikatakan program peningkatan kepuasan pelanggan yang dilakukan perusahaan Lumintu 1001 sudah tepat.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Terdapat 16 atribut mutu pelayanan rumah makan pemancingan Lumintu 1001 yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Atribut mutu tersebut terdiri dari *Dimensi Tangibel* yang meliputi *sanitary kit* (toilet, pencuci tangan, cermin), penampilan fisik pramusaji, *lay out* (tata letak ruangan), kebersihan ruangan fasilitas pemancingan; *Dimensi Reliability* meliputi cita rasa makanan dan minuman, suasana rumah makan, kesesuaian harga dan minuman; *Dimensi responsiveness* meliputi kecepatan pelayanan, pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul, kemudahan proses pembayaran; *Dimensi Assurance* meliputi keramahan pelayan, tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu, keamanan makanan dan minuman yang disajikan, pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu; *Dimensi Emphaty* meliputi kemudahan pramusaji berkomunikasi dengan pelanggan.
2. Indeks tingkat kepuasan pelanggan terhadap mutu pelayanan rumah makan pemancingan Lumintu 1001 berkisar antara 61,8 sampai 77,2 artinya mutu pelayanan yang diberikan Lumintu 1001 memberikan kepuasan kepada pelanggan pada tingkat cukup puas sampai puas.
3. Hasil dari *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa atribut mutu pelayanan rumah makan pemancingan Lumintu 1001 yang mendapat prioritas perbaikan adalah kecepatan pelayanan dan kebersihan ruangan. Atribut ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi kinerjanya dirasakan kurang memenuhi harapan.

6.2. Saran

1. Pihak perusahaan hendaknya melakukan pengukuran kepuasan pelanggan secara periodik untuk mengetahui apakah indeks kepuasan pelanggan naik atau turun. Apabila indeks meningkat berarti program peningkatan kepuasan pelanggan sudah benar.
2. Pihak perusahaan sebaiknya segera melakukan upaya-upaya perbaikan terutama pada atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pelaksanaannya belum memuaskan yaitu kebersihan ruangan dan kecepatan pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agisti S. 2003. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Mutu Pelayanan Industri Jasa Boga (Studi Kasus di Restoran Rindu Alam I, Puncak Pas-Bogor). Skripsi. Bogor: Fakultas Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Gerson R. F. 2004. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PPM.
<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0406/14/sorotan/1078730.htm>. Selasa, 22 Maret 2005
- Irawan H. 2003. *Indonesian Customer Satisfaction; Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merk Pemenang ICSA*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Irawan H. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Jakarta : Prenhallindo.
- Ma'arif M. S. dan H Tanjung. 2003. *Manajemen Operasi*. Jakarta : Grasindo.
- Marbun B.N. 2003. *Kamus Manajemen*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.

- Nasir M. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Rangkuti F. 2003. *Measuring Customer Satisfaction; Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti F. *Riset Pemasaran*. 2001. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun M dan S. Efendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3S.
- Supranto J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan; Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta : PT RINEKA CIPTA.
- Teguh W. 2004. *Cara Mudah Melakukan Analisa Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.
- Tjiptono F dan G Chandra. 2004. *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.