

Upaya Perbaikan Kualitas Layanan terhadap Pelanggan Menggunakan Integrasi *Service Quality* (Servqual) dan *Analytical Hierarchy Process*

Dian Farida Asfan, Sudjito Soeparman, Achmad As'ad Sonif, Nasir Widha Setyanto

Program Magister Teknik dan Manajemen Industri, Pascasarjana Universitas Brawijaya.

E-mail: dian_farida@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di PT. Telkom Bangkalan untuk peningkatan kualitas layanan dengan menggunakan metode *servqual* dan AHP (*Analytical Hierarchy Process*). *Servqual* digunakan untuk mengetahui persepsi dan harapan pelanggan berdasarkan dimensi kualitas jasa, dan AHP digunakan untuk mengetahui nilai pembobotan dari setiap variabel pelayanan. Selisih antara persepsi dan harapan pelanggan akan dikalikan dengan hasil pembobotan AHP sehingga dihasilkan nilai *servqual* terbobot. Hasil perhitungan dengan menggunakan metode *servqual* menghasilkan nilai *mean* untuk harapan pelanggan sebesar 4,778 dan nilai *mean* persepsi pelanggan sebesar 3,381. Kesenjangan (*gap*) antara persepsi dan harapan pelanggan ada 15 kriteria. Berdasarkan nilai perhitungan *servqual* terbobot, terdapat 10 kriteria kualitas pelayanan yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki dan ditingkatkan. Kriteria-kriteria yang menjadi prioritas tersebut antara lain tarif promo *speedy* sangat menguntungkan, paket yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan, *customer service* mampu menangani keluhan/masalah dan mampu menjawab pertanyaan pelanggan, *download* dapat dilakukan dengan cepat, tarif bulanan *speedy* yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas internet yang pelanggan inginkan, *browsing* dan *chatting* cepat dan mudah, pelayanan cepat/tidak perlu menunggu, kecukupan informasi mengenai produk/program baru, *customer service* mampu menjelaskan produk dan fasilitas *speedy* dengan baik, pelayanan yang diberikan cepat dan akurat.

Kata kunci: *servqual*, persepsi, harapan, *gap*, AHP.

Abstract

This research was conducted at Telkom Bangkalan in order to increase the service quality by using *servqual* method and AHP (*Analytical Hierarchy Process*). *Servqual* used to determine the perceptions and expectations of the customer based on the dimensions of service quality, and the AHP is used to determine the weighting of each variable service. The difference between perceptions and expectations of customers will be multiplied by weighting the results generated AHP to get *servqual* value weighted. The results of calculations using the method *servqual* generate mean values of 4.778 to customer expectations and customer perceptions of the mean value of 3.381. Gap (*gap*) between the perceptions and expectations of customers there are 15 criteria. Based on the calculation of weighted *servqual*, there are 10 criteria for quality of care a top priority for improved and enhanced. Criteria-criteria which are priorities include *speedy* promo fare is very profitable, the packages offered vary according to customer needs, customer service is able to handle complaints/problems and be able to answer customer questions, downloads can be done quickly, monthly rates are competitive *speedy* and appropriate with the quality of the Internet that customers want, browsing and chatting is quick and easy, quick service / no waiting, the adequacy of information about the products/new programs, customer service is able to explain the product and *speedy* with good facilities, service provided quickly and accurately.

Key words: *servqual*, perception, expectation, *gap*, AHP.

Pendahuluan

PT. Telkom Bangkalan adalah salah satu perusahaan sektor publik yang bergerak dalam penyedia layanan telepon seluler maupun telepon kabel. PT. Telkom saat ini menyediakan layanan baru dengan teknologi terkini yaitu *speedy*. *Speedy* dibentuk oleh PT. Telkom untuk meningkatkan layanan di mana penggunaan telepon kabel saat ini semakin menurun. Oleh karena itu, untuk

tetap bertahan dalam persaingan, fungsi telepon kabel ditambah dengan adanya layanan internet. Jumlah pengguna layanan *speedy* di kota Bangkalan selama 2 tahun terakhir sejak diluncurkannya *speedy* masih belum memenuhi target. Target pelanggan *speedy* ini belum terpenuhi karena masyarakat Bangkalan merasa tarif *speedy* masih relatif mahal dibandingkan dengan layanan internet lainnya. Oleh karena itu, layanan *speedy* harus lebih ditingkatkan agar masyarakat paham

bahwa dengan tarif yang ditawarkan akan memperoleh kualitas yang lebih baik dan memuaskan.

Keluhan yang disampaikan oleh pelanggan *speedy* terhadap *customer service speedy* masih cukup banyak. Keluhan pelanggan tersebut diantaranya mengenai cara *setting speedy* sulit, tarif *speedy* yang relatif mahal, migrasi paket *speedy*, kecepatan *speedy* dan lain sebagainya.

Sejauh ini PT. Telkom Bangkalan sudah menjalankan beberapa tarif promo untuk meningkatkan jumlah pelanggan *speedy*. Tarif promo *speedy* dilakukan untuk menarik minat masyarakat untuk menggunakan *speedy*. Beberapa promo yang dilakukan oleh PT. Telkom Bangkalan ditunjukkan dalam Tabel 1.

Tarif promo *speedy* yang diberikan oleh PT. Telkom Bangkalan dirasa masih terlalu mahal. Oleh karena itu, selain dari layanan tarif, dari segi kualitas pelayanan purna jual *speedy* juga harus mendapatkan perhatian. Upaya dalam memberikan pelayanan purna jual yang terbaik dan berkualitas kepada pelanggan khususnya pelanggan *speedy*, maka PT. Telkom Bangkalan harus memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan dan memberikan pelayanan dengan baik dan memuaskan. Karena dari hasil survei mengenai keluhan-keluhan pelanggan, masih banyak pelanggan *speedy* yang tidak mengerti penggunaan dan berbagai fasilitas-fasilitas *speedy* yang ditawarkan. Pelanggan yang terpuaskan dapat menjadi loyal bagi perusahaan, dimana hal ini menjadi nilai tambah bagi PT. Telkom Bangkalan.

Upaya untuk meningkatkan jumlah pelanggan *speedy* dan menjaga loyalitas pelanggan yaitu bergantung kepada kualitas layanan purna jualnya [1]. Oleh karena itu akan dilakukan penilaian mengenai kualitas layanan internet *speedy* PT. Telkom Bangkalan sehingga dapat menjadi tolak ukur atas pelayanan yang telah diberikan selama ini kepada para pelanggan *speedy*. Dalam menilai kualitas pelayanan terhadap pelanggan *speedy*, akan digunakan metode

servqual dan AHP (*Analytical Hierarchy Process*), untuk mengetahui persepsi dan harapan pelanggan serta untuk mengetahui nilai pembobotan dari setiap variabel.

Selama ini masih belum ada yang melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap pengguna internet *speedy* di PT. Telkom Bangkalan. Dengan penerapan metode *servqual* dan AHP diharapkan mampu memberikan solusi yang baik bagi PT. Telkom Bangkalan guna mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pengguna internet *speedy*, sehingga pelanggan dapat merasa puas. Kepuasan pelanggan dapat menjadi tolak ukur keberhasilan PT. Telkom untuk bertahan dan menghadapi persaingan dalam bidang telekomunikasi.

Selanjutnya permasalahan yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini ada tiga. Pertama, kriteria – kriteria kualitas pelayanan apa saja yang memiliki kesenjangan terbesar antara persepsi dan harapan pelanggan *speedy* terhadap kualitas layanan di PT. Telkom Bangkalan. Kedua, kriteria-kriteria apa saja yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki dan ditingkatkan pelayanan kualitas pelayanannya. Ketiga, rekomendasi perbaikan apa saja yang dapat diberikan sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan di PT. Telkom Bangkalan.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Telkom Bangkalan, yang berlokasi di Jalan Trunojoyo, Bangkalan – Madura, pada bulan Oktober 2010 hingga bulan Februari 2011. Populasi yang di survei adalah pelanggan *speedy* di PT. Telkom Bangkalan dan pihak manajemen PT. Telkom Bangkalan. Alat ukur yang digunakan adalah kuesioner dengan skala pengukuran skala *likert* dan skala relatif untuk nilai perbandingan berpasangan [2], yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Promo *speedy*

No	Paket	Speed	Kuota	Harga (Rp)	Harga Promo (Rp)	Lama Benefit
1	Socialia	384 kbps	Semi Unlimited	195.000	99.000	3 bulan sejak langganan
2	Load	512 kbps	Semi Unlimited	295.000	125.000	3 bulan sejak langganan
3	Familia	1 Mbps	Unlimited	645.000	295.000	3 bulan sejak langganan

Tabel 2. Nilai intensitas kepentingan

Intensitas Kepentingan	Keterangan
1	A sama pentingnya dengan B
3	A sedikit lebih penting dari B
5	A secara signifikan lebih penting dari B
7	A jauh lebih penting dari B
9	A secara absolut lebih penting dari B

Kuesioner yang digunakan ada dua macam, yaitu yang pertama adalah kuesioner untuk pelanggan dan yang kedua adalah kuesioner untuk pihak manajemen PT. Telkom Bangkalan. Kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan untuk mengidentifikasi penilaian persepsi dan harapan pelanggan *speedy*. Jumlah kuesioner yang akan disebarakan sesuai dengan jumlah sampelnya, yaitu dihitung dengan rumus [3]:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

Sedangkan kuesioner yang disebarakan kepada pihak manajemen PT. Telkom Bangkalan untuk mengetahui nilai bobot dari kriteria-kriteria yang akan mempengaruhi kualitas pelayanan.

Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan pengukuran *servqual* dan AHP. Pada pengukuran *servqual*, dilakukan uji validitas dan reliabilitas data hasil penyebaran kuesioner. Apabila data valid dan reliabel, dilakukan perhitungan *mean* persepsi dan harapan untuk setiap kriteria. Setelah diketahui nilai *mean*-nya, kemudian ditentukan *gap* tiap kriteria.

Langkah selanjutnya adalah melakukan pembobotan AHP, dimana data hasil penyebaran kuesioner AHP dinormalisasi terlebih dahulu, kemudian diuji konsistensinya. Apabila data yang diperoleh konsisten, dilakukan perhitungan bobot setiap kriteria.

Tahap terakhir yaitu melakukan perhitungan *servqual* terbobot dengan cara mengalikan antara nilai *gap servqual* dengan nilai bobot pada perhitungan AHP. Dari hasil perhitungan akan muncul kriteria-kriteria yang diprioritaskan untuk dapat ditingkatkan kualitas pelayanannya.

Hasil dan Pembahasan

Data Sampel

Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 responden. Jadi, penyebaran kuesioner mengenai persepsi dan harapan pelanggan akan disebarakan kepada 98 pelanggan *speedy* di kota Bangkalan.

Penyebaran kuesioner kepada pihak manajemen PT. Telkom Bangkalan untuk mengetahui nilai bobot variabel kualitas pelayanan diberikan kepada seorang pakar yang mengerti dan memahami mengenai produk dan pelayanan *speedy* di Telkom Bangkalan. Kuesioner tersebut diberikan kepada manajer PT. Telkom Bangkalan.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS vs 17. Data hasil pengolahan dapat dikatakan valid jika nilai *Corrected Item Total Correlation* dari masing-masing butir pertanyaan yang diperoleh > nilai kritis (r_{tabel}). Pada data pre – sampling, data kuesioner yang digunakan sebanyak 30, maka nilai r tabelnya adalah 0,361. Dari perhitungan uji validitas, nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari 0,361, maka semua data dapat dikatakan valid. Sedangkan pada data sampling, kuesioner disebarakan kepada 98 responden. Nilai r tabelnya adalah 0,199. Dari perhitungan uji validitas sebanyak 98 data, diperoleh nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari 0,199. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan program, SPSS vs 17. Data hasil pengolahan dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's alpha* > 0,7[4].

Nilai uji reliabilitas untuk data *pre-sampling* dan data *sampling* yang diperoleh lebih besar dari 0,7. Maka dapat disimpulkan bahwa skala pengukuran data persepsi dan harapan *sampling* mempunyai reliabilitas yang baik.

Perhitungan Menggunakan Metode *Servqual*

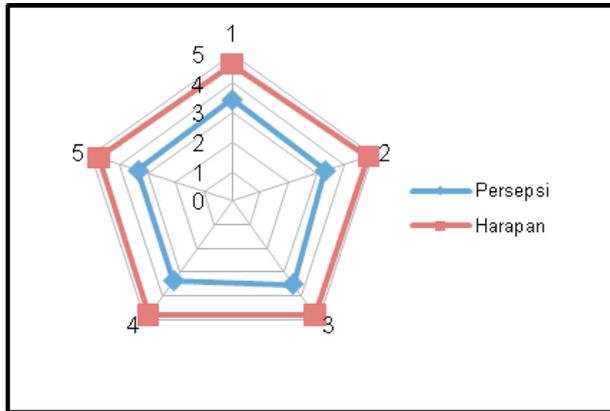
Adapun korelasi dimensi kualitas menurut Parasuraman [4] dengan atribut pelayanan internet *speedy* PT. Telkom Bangkalan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Korelasi dimensi *servqual* dengan atribut pelayanan speedy

Dimensi Kualitas	Atribut Pelayanan Internet Speedy
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	<ul style="list-style-type: none"> - Cukup kursi di ruang tunggu (X24) - Desain interior menarik (X26) - Tempat parkir mudah dan memadai (X27) - Memiliki staf yang berpenampilan rapi dan menarik (X31) - Pelanggan dapat memperoleh wacana pendidikan melalui konten Pesona edu (X51) - Pelanggan dapat memainkan game secara <i>online</i> dalam konten game (X52) - Pelanggan dapat mendengarkan dan <i>download</i> lagu-lagu terbaru dalam konten musik (X53)
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	<ul style="list-style-type: none"> - Koneksi internet sangat cepat (X11) - <i>Download</i> dapat dilakukan dengan cepat (X12) - <i>Browsing</i> dan <i>chatting</i> cepat dan mudah (X13) - Jarang terjadi gangguan internet (X14) - Layanan telepon, fax dapat dilakukan selama koneksi internet dilakukan (X15) - Koneksi internet tidak terpengaruh lokasi, cuaca dan jam-jam sibuk (X16) - Harga modem <i>speedy</i> relatif lebih murah (X41) - Tarif bulanan <i>speedy</i> yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas internet yang pelanggan inginkan (X42) - Tarif <i>speedy</i> sangat menguntungkan (X43) - Paket yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan (X54) - Menepati janji yang sudah dikomunikasikan di masyarakat (X63)
<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi strategis dan mudah dijangkau (X21) - <i>Customer service</i> mampu menjelaskan produk dan fasilitas <i>speedy</i> dengan baik (X33) - Perbaikan tidak dikenakan biaya (X44)
<i>Empathy</i> (Empati)	<ul style="list-style-type: none"> - Ada saran informasi produk dan tarif (X25) - Tenggang waktu pembayaran lama (X28) - <i>Customer service</i> mampu menangani keluhan/masalah dan mampu menjawab pertanyaan pelanggan (X34) - Pelayanannya ramah, sopan dan penuh perhatian (X36) - Kecukupan informasi mengenai produk / program baru (X61) - Kecukupan informasi mengenai tarif (X62)
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	<ul style="list-style-type: none"> - Layanan pembayaran buka tepat waktu (X22) - Pelayanan cepat / tidak perlu menunggu (X23) - Memiliki <i>customer service</i> yang cukup untuk melayani pelanggan (X32) - Pelayanan yang diberikan cepat dan akurat (X35)

Tabel 4. Perhitungan nilai persepsi dan harapan tiap dimensi

Dimensi	Persepsi	Harapan
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	3,449	4,648
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	3,324	4,847
<i>Assurance</i> (Jaminan)	3,514	4,782
<i>Empathy</i> (Empati)	3,366	4,803
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	3,339	4,743



Gambar 2. Diagram radar nilai persepsi dan harapan pelanggan

Nilai Mean Tiap Dimensi

Berdasarkan Tabel 4 dan Gambar 2 terlihat bahwa nilai rata-rata persepsi pelanggan *speedy* di PT. Telkom Bangkalan terhadap pelayanan yang diberikan masih terletak di bawah nilai rata-rata harapan pelanggan *speedy* di PT. Telkom Bangkalan. Hal ini menunjukkan bahwa apa yang diinginkan atau diharapkan oleh pelanggan *speedy* terhadap pelayanan PT. Telkom Bangkalan masih belum sesuai dengan apa yang dirasakan.

Perhitungan Nilai Gap Kualitas Pelayanan

Nilai *gap* kualitas pelayanan merupakan nilai selisih antara apa yang dipersepsikan oleh pelanggan *speedy* mengenai kualitas pelayanan yang diterimanya dengan apa yang menjadi harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang ada. Dalam hal ini, nilai *gap* positif menunjukkan bahwa PT. Telkom Bangkalan sebagai pihak penyedia jasa sudah mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan mengenai internet *speedy*. Sedangkan nilai *gap* negatif menandakan bahwa PT. Telkom Bangkalan masih belum mampu memberikan kualitas pelayanan seperti yang diharapkan pelanggan *speedy*. Nilai *gap* atau nilai kualitas Pelayanan (*Servqual*) diperoleh dengan menggunakan selisih nilai persepsi dengan nilai harapan. Hasil perhitungan *gap* tercantum pada Tabel 5.

Pembobotan AHP

Metode pembobotan AHP dilakukan untuk menilai tingkat kepentingan dari variabel kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Telkom Bangkalan terhadap pelanggan *speedy*. Penilaian diberikan oleh pihak manajemen PT.

Tabel 5. Nilai gap kualitas pelayanan *speedy*

No	Variabel	Persepsi	Harapan	GAP
1	X11	3,561	4,939	-1,378
2	X12	3,337	4,918	-1,582
3	X13	3,439	4,827	-1,388
4	X14	3,031	4,816	-1,786
5	X15	3,704	4,745	-1,041
6	X16	3,337	4,837	-1,500
7	X21	3,551	4,735	-1,184
8	X22	3,469	4,786	-1,316
9	X23	3,357	4,755	-1,398
10	X24	3,337	4,724	-1,388
11	X25	3,551	4,837	-1,286
12	X26	3,255	4,469	-1,214
13	X27	3,367	4,582	-1,214
14	X28	3,408	4,776	-1,367
15	X31	3,378	4,663	-1,286
16	X32	3,316	4,724	-1,408
17	X33	3,357	4,796	-1,439
18	X34	3,194	4,816	-1,622
19	X35	3,214	4,827	-1,612
20	X36	3,347	4,745	-1,398
21	X41	2,959	4,837	-1,878
22	X42	3,296	4,878	-1,582
23	X43	3,255	4,847	-1,592
24	X44	3,633	4,816	-1,184
25	X51	3,571	4,704	-1,133
26	X52	3,571	4,694	-1,122
27	X53	3,663	4,704	-1,041
28	X54	3,602	4,755	-1,153
29	X61	3,276	4,786	-1,510
30	X62	3,418	4,857	-1,439
31	X63	3,041	4,918	-1,878
Rata-rata		3,381	4,778	-1,397

Tabel 6. Bobot kriteria pelayanan

No	Kriteria Pelayanan	Bobot
1	Kualitas Speedy	0,375
2	Layanan Pembayaran Speedy	0,061
3	Customer Service	0,095
4	Tarif / Harga	0,291
5	Paket dan Konten	0,061
6	Kecukupan Informasi	0,116

Telkom Bangkalan yang mengerti dan memahami produk *speedy*. Pembobotan AHP ini dilakukan dengan

Tabel 7. Bobot sub kriteria pelayanan

No	Variabel	Bobot	No	Variabel	Bobot
1	X11	0,143	17	X33	0,262
2	X12	0,411	18	X34	0,401
3	X13	0,316	19	X35	0,181
4	X14	0,071	20	X36	0,079
5	X15	0,032	21	X41	0,145
6	X16	0,026	22	X42	0,355
7	X21	0,204	23	X43	0,449
8	X22	0,153	24	X44	0,051
9	X23	0,300	25	X51	0,065
10	X24	0,056	26	X52	0,241
11	X25	0,124	27	X53	0,124
12	X26	0,031	28	X54	0,571
13	X27	0,041	29	X61	0,258
14	X28	0,092	30	X62	0,105
15	X31	0,029	31	X63	0,637
16	X32	0,048	Rata-Rata	0,196	

Tabel 8. Nilai *servqual* terbobot

No	Variabel	Servqual Terbobot	No	Variabel	Servqual Terbobot
1	X11	-0,1971	17	X33	-0,3770
2	X12	-0,6502	18	X34	-0,6504
3	X13	-0,4386	19	X35	-0,2918
4	X14	-0,1268	20	X36	-0,1104
5	X15	-0,0333	21	X41	-0,2723
6	X16	-0,0390	22	X42	-0,5616
7	X21	-0,2415	23	X43	-0,7148
8	X22	-0,2013	24	X44	-0,0604
9	X23	-0,4194	25	X51	-0,0736
10	X24	-0,0777	26	X52	-0,2704
11	X25	-0,1595	27	X53	-0,1291
12	X26	-0,0376	28	X54	-0,6584
13	X27	-0,0498	29	X61	-0,3896
14	X28	-0,1258	30	X62	-0,1511
15	X31	-0,0373	31	X63	-1,1963
16	X32	-0,0676	Rata – Rata	-0,2842	

pembobotan berpasangan [5]. Pembobotan dilakukan dengan bantuan program *Expert Choice*. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel 6.

Nilai *Servqual* Terbobot

Pada tahap ini akan dilakukan perhitungan nilai *servqual* terbobot, dimana nilai *Service Quality*

adalah nilai yang diperoleh dari selisih persepsi responden terhadap kualitas layanan yang diterima dengan harapan responden terhadap kualitas layanan yang diberikan. Jika suatu kriteria memiliki selisih positif, hal ini menunjukkan bahwa pihak penyedia jasa telah mampu memberikan jasa sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Sedangkan apabila suatu kriteria memiliki selisih negatif berarti bahwa pihak penyedia jasa belum mampu memenuhi harapan pelanggan terhadap kriteria kualitas layanan tersebut. Selanjutnya nilai *servqual* terbobot dapat diperoleh dengan mengalikan nilai *Servqual* tanpa bobot terhadap bobot kriteria. Pada Tabel 8 ditampilkan hasil nilai *servqual* terbobot yang diperoleh.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Nilai *Gap* Kualitas Pelayanan

Nilai *gap* kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Telkom Bangkalan terhadap pelanggan *speedy* diketahui bahwa variabel pelayanan memiliki nilai negatif, yang berarti bahwa pihak penyedia jasa belum mampu memenuhi harapan pelanggan terhadap kriteria kualitas layanan tersebut. Terdapat lima belas variabel yang memiliki nilai *gap* negatif lebih tinggi dari nilai rata-rata seperti yang tercantum pada Tabel 9.

Tabel 9. Variabel dengan *gap* Tinggi

No	Variabel	Mean		<i>Gap</i>
		Persepsi	Harapan	
1	X41	2,959	4,837	-1,878
2	X63	3,041	4,918	-1,878
3	X14	3,031	4,816	-1,786
4	X34	3,194	4,816	-1,622
5	X35	3,214	4,827	-1,612
6	X43	3,255	4,847	-1,592
7	X12	3,337	4,918	-1,582
8	X42	3,296	4,878	-1,582
9	X61	3,276	4,786	-1,510
10	X16	3,337	4,837	-1,500
11	X33	3,357	4,796	-1,439
12	X62	3,418	4,857	-1,439
13	X32	3,316	4,724	-1,408
14	X23	3,357	4,755	-1,398
15	X36	3,347	4,745	-1,398
Rata-Rata				-1,397

Tabel 10. Urutan prioritas kriteria-kriteria yang mendesak untuk diperbaiki

No	Variabel	Kriteria Pelayanan	Nilai <i>Servqual</i> Terbobot
1	X43	Tarif promo <i>speedy</i> sangat menguntungkan	-0,7148
2	X54	Paket yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan	-0,6584
3	X34	<i>Customer service</i> mampu menangani keluhan/masalah dan mampu menjawab pertanyaan pelanggan	-0,6504
4	X12	<i>Download</i> dapat dilakukan dengan cepat	-0,6502
5	X42	Tarif bulanan <i>speedy</i> yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas internet yang saya inginkan	-0,5616
6	X13	<i>Browsing</i> dan <i>chatting</i> cepat dan mudah	-0,4386
7	X23	Pelayanan cepat/tidak perlu menunggu	-0,4194
8	X61	Kecukupan informasi mengenai produk/program baru	-0,3896
9	X33	<i>Customer service</i> mampu menjelaskan produk dan fasilitas <i>speedy</i> dengan baik	-0,3770
10	X35	Pelayanan yang diberikan cepat dan akurat	-0,2918

Analisis Service Quality Terbobot

Kriteria-kriteria kualitas layanan yang segera harus diperbaiki adalah kriteria yang mempunyai *gap* terbobot lebih besar dari nilai *gap* rata-rata, seperti terlihat pada Tabel 10. Pada Tabel 10 terlihat bahwa terdapat 10 kriteria yang memiliki nilai *servqual* terbobot lebih tinggi dibandingkan dengan nilai rata-ratanya. Oleh karena itu, ke sepuluh kriteria tersebut harus segera mendapatkan perhatian dan solusi yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan PT. Telkom Bangkalan terhadap pelanggan *speedy*.

Rekomendasi Perbaikan

Tarif promo dan bulanan *speedy* sangat menguntungkan dan kompetitif sesuai dengan keinginan pelanggan.

1. Memberikan tarif promo yang bisa di jangkau oleh kalangan masyarakat, dan dengan ketentuan yang jelas sehingga pelanggan tidak merasa kecewa apabila terjadi permasalahan dengan tarif promo yang diberikan. Seperti halnya dalam promo, untuk biaya pendaftaran dan modem diberikan secara gratis. Gratis di sini perlu diberikan penjelasan secara rinci kepada pelanggan.
2. Selalu melakukan survei terhadap produk pesaing mengenai harga dan kualitas yang diberikan.
3. Sering diadakan tarif promo sehingga pelanggan lebih memilih menggunakan *speedy* dibandingkan dengan produk internet lainnya.
4. Menurunkan sedikit tarif bulanan *speedy* sesuai dengan keinginan pelanggan dengan tidak mengurangi kualitas internet.

Paket yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Memberikan variasi paket pilihan yang dapat digunakan oleh pelanggan dari segala macam kebutuhan. Paket yang ditawarkan oleh PT. Telkom Bangkalan ada 5 paket, yaitu *socialia*, *load*, *familia*, *executive* dan *biz*. Di mana paket *socialia* dan *load* hanya menggunakan modem standar. Oleh karena itu perlu ditambahkan paket *socialia* dan *load* dengan modem *wireless*. Sehingga pelanggan dapat menggunakan fasilitas *wireless* dengan kecepatan yang sesuai kebutuhan dan biaya yang relatif lebih murah.

Customer service mampu menangani keluhan / masalah, menjawab pertanyaan pelanggan dan mampu menjelaskan produk dan fasilitas *speedy* dengan baik

1. PT. Telkom Bangkalan memberikan aturan-aturan tentang pelayanan *customer service* ketika menghadapi pelanggan yang mungkin bermasalah, sehingga pelanggan dapat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan *customer service*.
2. Memberikan pelatihan atau *training* setiap bulannya kepada para *customer service* dengan tujuan meningkatkan *skill* dan pengetahuan mengenai *speedy* sehingga segala macam keluhan dan pertanyaan pelanggan mampu di atasi.

Download, *browsing* dan *chatting* dapat dilakukan dengan cepat dan mudah

1. Memberikan pilihan kecepatan internet yang lebih tinggi, yaitu maksimal 3 Mbps agar *download* dapat dilakukan dengan mudah.
2. Menambah jaringan internet dan mengadakan pengawasan secara rutin pada jaringan telkom *speedy* yang sedang bermasalah dengan sesegera mungkin dan menghindari adanya gangguan atau kerusakan internet.

Pelayanan cepat/tidak perlu menunggu dan akurat.

1. Mengadakan pelatihan dan pengawasan kinerja *customer service* dalam melayani pelanggan dengan cepat
2. Menambah jumlah *customer service* yang layak dalam pelayanan sesuai dengan tugas masing-masing
3. Memberikan peringatan kepada *customer service* yang bekerja dengan lambat.

Kecukupan informasi mengenai produk/program baru

1. Adanya fasilitas yang cukup mengenai informasi produk atau program baru, seperti brosur, papan pengumuman dan lain-lain.
2. Mewajibkan *customer service* untuk memberikan informasi produk atau program baru kepada pelanggan yang mengunjungi Telkom.
3. Mengadakan pemberitahuan informasi kepada pelanggan *speedy* melalui via telepon.

Simpulan

Simpulan

1. Kriteria-kriteria kualitas pelayanan yang memiliki kesenjangan (*gap*) terbesar terhadap pelayanan PT. Telkom Bangkalan adalah sebanyak 15 kriteria. Semua nilai *gap* kualitas pelayanan mempunyai nilai negatif, yang berarti bahwa tingkat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat persepsi yang diterimanya. Hal ini berarti bahwa pihak manajemen PT. Telkom Bangkalan masih belum dapat memenuhi permintaan yang diinginkan oleh pelanggan *speedy*.
2. Kriteria kualitas pelayanan yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki dan ditingkatkan pelayanannya berdasarkan nilai *servqual* terbobot adalah sebanyak 10 kriteria. PT. Telkom Bangkalan perlu untuk sesegera mungkin melakukan perbaikan terhadap kriteria – kriteria pelayanan yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki dengan tidak mengesampingkan kriteria pelayanan yang lain dan memperhatikan urutan kriteria yang menjadi prioritas.

3. Rekomendasi perbaikan yang dapat diberikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di PT. Telkom Bangkalan berdasarkan atas 10 kriteria yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Rekomendasi yang diberikan disesuaikan dengan kondisi perusahaan.

Saran

1. Mengadakan evaluasi sistem pengukuran kinerja karyawan terutama berkaitan dengan pencapaian standar yang telah ditentukan dan penetapan target dalam hal meningkatkan jumlah pelanggan *speedy*.
2. Memperhatikan agar program-program promosi yang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana, terkoordinasi dengan baik dan sesuai dengan yang dikomunikasikan kepada pelanggan agar pelanggan tidak merasa kecewa.
3. Melakukan pengawasan secara rutin terhadap jaringan internet agar ketika terjadi gangguan dapat segera diatasi.

Daftar Pustaka

- [1] Rasyidin A., 2006. "*Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Customer Service PT. Excelcomindo Pratama Tbk (XL)*", Tesis, Universitas Indonesia.
- [2] Pujawan, I.N., 2005. "*Supply Chain Management*", edisi pertama. Guna Widya.
- [3] Arikunto S., 2002. "*Prosedur Penelitian suatu Pendekatan dan Praktik*", Rineka Cipta.
- [4] Parasuraman A., Zeithaml V.A., and Berry L.L., 1985. "*A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*", Journal of Marketing. Vol 49 No. 4 hal 41–50.
- [5] Uyanto S.S., 2006. "*Pedoman Analisa Data dengan SPSS*". Graha Ilmu.
- [6] Saaty T., 2007. "*Fundamental of Decision Making and Priority Theory with The Analytical Hierarchy Process*", second edition, Pittsburgh: RWS Publications.