IMPLEMENTASI METODE *FUZZY SERVQUAL* UNTUK MENILAI PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN di PT. TELKOM

Frieyadie[1]; Dewi Alramuri[2]

[1] Program Studi Sistem Informasi
STMIK Nusa Mandiri Jakarta
http://stmik.nusamandiri.ac.id
frieyadie@nusamandiri.ac.id

[2] Program Studi Sistem Informasi
STMIK Nusa Mandiri Jakarta
http://stmik.nusamandiri.ac.id
dewialra1808@nusamandiri.ac.id

ABSTRACT—PT. Telkom as one of the largest telecommunication companies in Indonesia, should improve the quality of service to customers who are loyal to it. Quality has a close relationship with customer satisfaction. Cases or problems that often occur so that customers complain to customer service or customer care such as services less quickly, less friendly and less to give satisfaction to customers, and too rushed to serve customers. The method of analysis used is Fuzzy Servqual Analysis (Service quality), to see how far the difference between expectations or expectations and performance or customer perceptions of the service they feel at PT. Telkom. The purpose of this study to improve service, so as to provide service satisfaction to customers and provide excellent service so that customers do not feel served like a king.

Keywords: Customer Service, Customer Satisfaction, Fuzzy Servqual

INTISARI—PT. Telkom sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, haruslah meningkatkan kualitas layanan terhadap pelanggan yang setia terhadapnya. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kasus atau masalah yang sering terjadi sehingga pelanggan komplain kepada *customer service* atau *customer care* diantaranya seperti pelayanan kurang cepat, kurang ramah serta kurang memberikan kepuasan pada pelanggan, dan terlalu terburu-buru melayani pelanggan. Metode analisis yang digunakan yaitu Analisis *Fuzzy Servqual (Service quality)*, untuk melihat seberapa jauh perbedaan antara harapan atau ekspektasi dan kinerja atau persepsi pelanggan atas pelayanan yang mereka rasakan di PT. Telkom. Tujuan penelitian ini meningkatkan pelayanan, sehingga memberikan kepuasan layanan kepada pelanggan dan memberikan pelayanan yang prima sehingga pelanggan tidak merasa dilayani seperti raja.

Kata kunci: Layanan Kostumer, Kepuasan Pelanggan, Fuzzy Servqual

PENDAHULUAN

Intensitas persaingan yang meningkat, ditambah dengan pesaing yang semakin meningkat jumlahnya, sehingga perusahaan tertantang selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, memenuhi harapan kebutuhan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing, dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan (Yuliarmi & Riyasa, 2007). Kasus atau masalah yang sering terjadi sehingga pelanggan komplain kepada *customer service* atau *customer care* diantaranya seperti pelayanan kurang cepat (Hadiati & Ruci, 2004; Sari & Hermawan, 2013; Nasution & Muthalib, 2017), kurang ramah (Sutanto, 2011)serta kurang memberikan kepuasan pada pelanggan (Limantoro, Surjani, & Hadiyat, 2013), dan terlalu terburu-buru melayani pelanggan (Hermawan, Hakim & Hutagaol, 2016). Metode analisis yang digunakan yaitu Analisis *Fuzzy Servqual* (Ginting & Halim, 2012) *(Service quality)*, untuk melihat seberapa jauh perbedaan antara harapan atau ekspektasi dan kinerja atau persepsi pelanggan atas pelayanan yang mereka rasakan di PT. Telkom. Tujuan penelitian ini meningkatkan pelayanan, sehingga memberikan kepuasan layanan kepada pelanggan dan memberikan pelayanan yang

prima sehingga pelanggan tidak merasa dilayani seperti raja.

BAHAN DAN METODE

A. Variabel Penelitian

Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan di PT. Telkom terhadap kualitas pelayanan customer service berdasarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert diatas maka akan diketahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada PT. Telkom saat ini.

Berikut ini indikator dari variabel-variabel penelitian yang digunakan sebagai pertanyaan kuesioner.

Tabel 1 Kisi-kisi Variabel Penelitian

Variabel Pertanyaan Kualitas Pelayanan	Jumlah Item	Variabel Indikator
Tangible		
Gedung bangunan dan ruangan yang ditempati nyaman	1	V1
Fasilitas yang memenuhi kebutuhan	1	V2
Karyawan berpakaian rapih dan bersih	1	V3
Lokasi yang strategis	1	V4
Customer Service membantu keperluan pelanggan	1	V5
Reliability		
Kemampuan karyawan terhadap layanan	1	V6
Memberikan kenyamanan terhadap pelayanan	1	V7
Memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat waktu	1	V8
Sikap karyawan memberikan kepercayaan terhadap pelanggan	1	V9
Karyawan melayani keinginan pelanggan	1	V10
Responsiveness		
Melayani sesuai yang diingkan pelanggan	1	V11
Mendapatkan waktu yang cukup dalam pelayanan	1	V12
Memberikan Informasi yang akurat	1	V13
Selalu memberikan bantuan keluhan pada pelayanan	1	V14
Bersedia menanggapi permintaan pelanggan	1	V15
Assurance		
Memberikan kepuasan dalam pelayanan	1	V16
Ketelitian pada saat melayani	1	V17
Memiliki pengetahuan yang baik tentang pelayanan	1	V18
Memiliki kemampuan untuk menjawab pertanyaan	1	V19
Mengerti akan masalah yang terjadi	1	V20
Empathy		
Memiliki rasa kekeluargaan terhadap pelanggan	1	V21
Bertutur sapa dan bertutur kata dengan baik	1	V22
Memberikan pengertian terhadap masalah kepada pelanggan	1	V23
Mengutamakan kepentingan pelanggan dalam melayani	1	V24
Menegur pelanggan secara baik jika melakukan kesalahan	1	V25

Sumber: Frieyadie & Alramuri (2017)

B. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan yaitu Analisis *Fuzzy Servqual (Service quality)*, untuk melihat seberapa jauh perbedaan antara harapan atau ekspektasi dan kinerja atau persepsi pelanggan atas pelayanan yang mereka rasakan di PT. Telkom. Pengukuran kualitas pelayanan pada PT. Telkom dalam model *servqual (Service Quality)* didasarkan pada skala *multi-item* yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan ada lima dimensi utama dan untuk mengukur harapan dan persepsi masyarakat yang berkunjung ke PT. Telkom, serta gap diantara keduanya pada lima dimensi utama *servqual (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy)*. Kelima dimensi utama tersebut dijabarkan kedalam masing-masing pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan yang disusun dalam pertanyaan-pertanyaan berdasarkan skala likert dari 1 sampai dengan 5.

C. Populasi Penelitian

Populasi yang digunakan untuk memenuhi penelitian ini yaitu pelanggan yang berkunjung di PT. Telkom. Pelanggan tersebut dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini. *Survey* yang telah dilakukan demi pengumpulan data penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden. Berdasarkan populasi yang sekian banyak jumlah pelanggan PT. Telkom, penulis membatasi samplenya sebanyak 50 responden yang berkunjung di PT. Telkom. Sebelumnya membahas lebih jauh mengenal hasil penelitian ini terlebih dahulu akan dibahas mengenai gambaran dari responden yang berisi nama, usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan akhir, pekerjaan, berapa kali melakukan pelayanan dalam penelitian ini. Semua informasi mengenai hasil penelitian dan informasi responden tersebut diperoleh dari hasil distribusi kuesioner yang diperoleh kembali. Kuesioner yang telah terisi oleh responden didapat data identitas responden.

Hasil nilai bobot dan nilai rata-rata jawaban responden terhadap variabel harapan dan persepsi terhadap pelayanan customer service adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Nilai Bobot dan Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan Ekspektasi

Frekuensi jawaban kuesioner tingkat harapan atau ekspektasi pelayanan								
Variabel pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	Total	Sxi	$\bar{A}$
X1	16	34				50	216	4.32
X2	29	21				50	229	4.58
X3	35	15				50	235	4.7
X4	41	9				50	241	4.82
X5	36	14				50	236	4.72
X6	29	21				50	229	4.58
X7	25	25				50	225	4.5
X8	27	23				50	227	4.54
X9	24	26				50	224	4.48
X10	26	24				50	226	4.52
X11	27	23				50	227	4.54
X12	25	25				50	225	4.5
X13	27	23				50	227	4.54
X14	31	19				50	231	4.62
X15	27	23				50	227	4.54
X16	31	19				50	231	4.62
X17	28	22				50	228	4.56
X18	29	21				50	229	4.58
X19	28	22				50	228	4.56
X20	28	22				50	228	4.56
X21	23	27				50	223	4.46
X22	29	21				50	229	4.58
X23	32	18				50	232	4.64
X24	30	20				50	230	4.6
X25	29	21				50	229	4.58

Sumber: Frieyadie & Alramuri (2017)

Tabel 3 Nilai Bobot dan Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan Persepsi

Frekuensi jawaban kuesioner tingkat kinerja atau persepsi pelayanan								
Variabel Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	Total	Sxi	$\bar{A}$
Y1	29	21				50	229	4.58
Y2	39	10	1			50	238	4.76
Y3	36	14				50	236	4.72
Y4	25	24	1			50	224	4.48
Y5	30	20				50	230	4.6
Y6	33	17				50	233	4.66
Y7	33	17				50	233	4.66
Y8	26	24				50	226	4.52
Y9	32	17	1			50	231	4.62
Y10	32	18				50	232	4.64
Y11	27	23				50	227	4.54
Y12	27	23				50	227	4.54
Y13	29	20	1			50	228	4.56
Y14	31	18	1			50	230	4.6
Y15	25	25				50	225	4.5
Y16	32	18				50	232	4.64
Y17	28	22				50	228	4.56
Y18	27	23				50	227	4.54
Y19	28	21	1			50	227	4.54
Y20	27	22	1			50	226	4.52
Y21	32	18				50	232	4.64
Y22	34	16				50	234	4.68
Y23	33	17				50	233	4.66
Y24	30	20				50	230	4.6
Y25	31	19				50	231	4.62

Sumber : Frieyadie & Alramuri (2017)

Perhitungan Nilai *Servqual (Service Quality)* Per Dimensi

Salah satu perhitungan yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah metode *servqual*. Metode ini termasuk salah satu cara dimana responden diminta untuk menilai tingkat harapan mereka terhadap atribut tertentu. Pada metode *servqual* dibutuhkan skor ekspektasi dan persepsi, perbedaan antara kedua skor ini memiliki sasaran penilaian untuk mengetahui kualitas jasa yang diterima pelanggan dengan menggunakan metode penilaian. Berikut ini adalah hasil perhitungan rata-rata per dimensi dapat dilihat di tabel 3:

Tabel 4 Nilai rata-rata per dimensi Jawaban Responden Kepuasan Pelayanan (*gap*)

Variabel Pertanyaan Ekspektasi	Nilai Rata-rata	Variabel Pertanyaan Persepsi	Nilai rata-rata
X1	216	Y1	229
X2	229	Y2	238
X3	235	Y3	236
X4	241	Y4	224

X5	236	Y5	230
$\bar{X}$ Tangible	231	$\bar{X}$ Tangible	231
X6	229	Y6	233
X7	225	Y7	233
X8	227	Y8	226
X9	224	Y9	231
X10	226	Y10	232
$\bar{X}$ Reliability	226	$\bar{X}$ Reliability	231
X11	227	Y11	227
X12	225	Y12	227
X13	227	Y13	228
X14	231	Y14	230
X15	227	Y15	225
$\bar{X}$ Responsiveness	227	$\bar{X}$ Responsiveness	227
X16	231	Y16	232
X17	228	Y17	228
X18	229	Y18	227
X19	228	Y19	227
X20	228	Y20	226
$\bar{X}$ Assurance	229	$\bar{X}$ Assurance	228
X21	223	Y21	232
X22	229	Y22	234
X23	232	Y23	233
X24	230	Y24	230
X25	229	Y25	231
$\bar{X}$ Empathy	229	$\bar{X}$ Empathy	232

Sumber : Frieyadie & Alramuri (2017)

Menentukan *Servqual Score* Untuk Setiap Variabel

Hasil dari *Servqual Score* berdasarkan lima dimensi *Servqual* dapat dilihat di tabel 4 dibawah ini:

Tabel 5 Hasil *Servqual Score* berdasarkan Lima Dimensi

Dimensi Servqual	Ekspektasi terhadap layanan	Persepsi terhadap layanan	Nilai Gap	Ranking
Tangible	2.31	2.31	0.00	5
Reliability	2.26	2.31	0.05	2
Responsiveness	2.27	2.27	0.00	4
Assurance	2.29	2.28	-0.01	1
Empathy	2.29	2.32	0.03	3

Sumber : Frieyadie & Alramuri (2017)

Tingkat kesesuaian inilah yang akan menjadikan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, didapat bahwa H1 artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan, seperti dalam dimensi *Tangible* (0,00*), Reliability* (0,05), *Responsiveness* (0,00), *Empathy* (0,03) terhadap kepuasan pelayanan di PT. Telkom, dan untuk dimensi *Assurance* tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dikarenakan hasilnya: -0,01 maka hasil tersebut belum mampu memuaskan keinginan pelanggan dan perlunya perbaikan kualitas terhadap pelayanan customer service di PT. Telkom.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan pengolahan data yang dilakukan oleh penulis, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu 1Dalam hal ini terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dalam dimensi *Tangible* (0,00*), Reliability* (0,05), *Responsiveness* (0,00), *Empathy* (0,03) terhadap kepuasan pelayanan di PT. Telkom. 2) Dimensi *Assurance* tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dikarenakan hasilnya: -0,01 maka hasil tersebut belum mampu memuaskan keinginan pelanggan dan perlu adanya perbaikan kualitas terhadap pelayanan customer service di PT. Telkom.

Adapun saran yang terkait dalam penelitian ini adalah agar responden selanjutnya mempunyai penilaian sendiri dalam proses penilaian ini agar dapat memberikan penilaian yang bersifat konsisten dan tidak mengikuti responden yang lain serta untuk pengembangan selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan perbaikan untuk dimensi Assurance (Jaminan).

REFERENSI

Ginting, M., & Halim, D. I. (2012). Usaha peningkatan kualitas pelayanan perpustakaan ukrida dengan metode servqual dan quality function deployment (QFD). *Teknik dan Ilmu Komputer*, *1*(2), 195-182.

Hadiati, S., & Ruci, S. (2004). Analisis kinerja kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Telkomsel Malang Area. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, *1*(1), pp-56.

Nasution, F. R., & Muthalib, A. (2017). Evaluasi Kinerja Pegawai Dalam Pelayanan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor di Kantor Samsat UPT Pangkalan Brandan. *Publikauma: Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, *3*(1), 1-7.

Hermawan, W., Hakim, D. B., & Hutagaol, M. P. (2016). Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Pendaftaran Tanah Pertama Kali Pada Kantor Pertanahan Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, *9*(1), 65-75.

Harto, B. (2015). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Fuzzy Servqual dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Di Bengkel Resmi BAJAJ Padang). *Jurnal TeknoIf ISSN 2338-2724*, *3*(1).

Limantoro, S. E., Surjani, R. M., & Hadiyat, M. A. (2013). Perbaikan Kualitas Layanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dengan Metode Servqual Dan Structural Equation Modeling (Sem) Di Mirota, Surabaya. *CALYPTRA*, *2*(1), 1-19.

Sari, D. P., & Harmawan, A. (2013). Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Instalasi Rawat Jalan dengan Metode SERVQUAL dan TRIZ (Studi Kasus di RS Muhammadiyah Roemani). *J@ TI UNDIP: JURNAL TEKNIK INDUSTRI*, *7*(2), 95-104.

Sutanto, A. (2011). Pengukuran Kualitas Jasa Bengkel Sepeda Motor SM di Kota Padang dengan Metode Servqual. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, *10*(2), 154-159.

Yuliarmi, N. N., & Riyasa, P. (2007). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*, *12*(1), 9-28.