

**PENILAIAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* (SERVICE
QUALITY) DAN *SIX SIGMA* (STUDI KASUS PADA “RESTORAN
DAHLIA” PASURUAN)**

***ASSESSMENT OF CONSUMER SATISFACTION SERVICE
QUALITY USING *SERVQUAL* METHOD (SERVICE QUALITY) AND
SIX SIGMA (CASE STUDY IN "DAHLIA RESTAURANT "
PASURUAN)***

Meryana Santya Paramita¹⁾, Wike Agustin Prima Dania²⁾, Dhita Morita Ikasari²⁾

¹⁾ Alumni Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fak. Teknologi Pertanian Univ. Brawijaya

²⁾ Staf pengajar Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fak. Teknologi Pertanian Univ. Brawijaya
Email korespondensi: paramita_smile@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan penilaian tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan serta menentukan atribut yang menjadi prioritas dalam perbaikan kualitas pelayanan Restoran Dahlia, di area wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *servqual* (*Service quality*) dan *six sigma*. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan pada restoran belum memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan analisis *six sigma* menunjukkan bahwa tingkat sigma yang dicapai masih jauh dari target 6 sigma sehingga perlu dilakukan perbaikan. Atribut yang menjadi prioritas perbaikan adalah atribut A3 (kesesuaian kualitas produk dan jasa terhadap harga yang ditetapkan). Berdasarkan penilaian, atribut tersebut memiliki nilai gap negatif terbesar serta memiliki nilai sigma sangat kecil sehingga perlu diperbaiki dari sisi manusia, material, metode, mesin serta modal/uang.

Kata kunci : Kepuasan, *Servqual*, *Six sigma*

ABSTRACT

*The purpose of this study is to assess the level of customer satisfaction on service quality and determine the attributes that become a priority in improving the quality of restaurant service Dahlia, in the tourist area of Bromo Tengger Semeru National Park. The method used in this research is *servqual* (Service quality) and *six sigma*. From the research results can be seen that the quality of service at the restaurant has not meet the needs and desires of consumers. Based on the *six sigma* analysis shows that the sigma level achieved is still far from the target of 6 sigma so it needs to be improved. The attribute of improvement priority is attribute A3 (conformity of product and service quality to set price). Based on the assessment, the attribute has the greatest negative gap value and has very small sigma value so it needs to be improved from human side, material, method, machine and capital / money.*

*Keywords: Satisfaction, *Servqual*, *Six sigma**

PENDAHULUAN

Persaingan dalam industri jasa di Indonesia semakin ketat. Salah satu penyedia jasa pelayanan untuk makan dan minum adalah Restoran Dahlia yang berada di area wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, usaha jasa boga merupakan salah satu jenis usaha pariwisata yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman, sesuai dengan Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan berbasis masyarakat, berkewajiban memiliki standar usaha maupun standar kompetensi yang tujuannya adalah untuk meningkatkan pelayanan yang prima dan menjamin konsumen, baik faktor keselamatan, keamanan, kebersihan dan kesehatan makanan dan minuman. Oleh karena itu perusahaan jasa layanan restoran harus segera berbenah diri untuk bisa bersaing khususnya dalam hal kualitas pelayanan terhadap para pelanggannya.

Kualitas layanan menjadi isu yang dipandang sangat penting dalam memasarkan produk saat ini supaya produk dapat diterima dengan baik di pasar. Perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima atau dirasakan pelanggan sesuai dengan atau melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan pelanggan dibanding harapannya, pelanggan tentu akan semakin puas (Istijanto, 2005).

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dengan kinerja

yang diharapkan (*expected performance*) (Santoso, 2006). Oleh karenanya evaluasi maupun perbaikan kualitas produk jasa menjadi sangat penting dilakukan jika perusahaan ingin tetap eksis dimata pelanggannya.

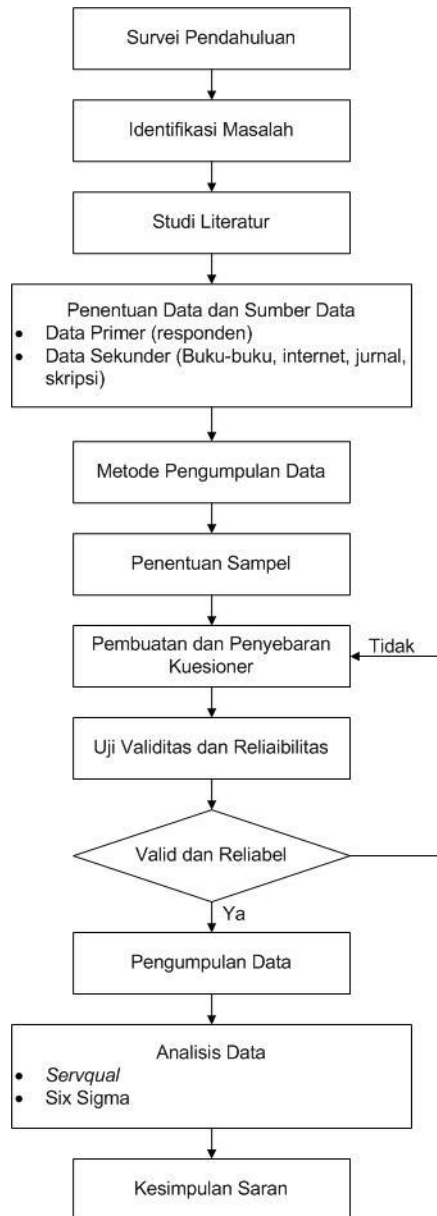
Penelitian ini menggunakan Metode integrasi *servqual-six sigma* bertujuan agar hasil pengukuran *Servqual* yang dianalisis dengan *Importance Performance Matrix* untuk mengetahui variabel-variabel kritis, dilanjutkan dengan perhitungan DPMO dan nilai sigma variabel-variabel kritis tersebut sehingga dapat diketahui variabel-variabel yang menjadi prioritas perbaikan pelayanan di Restoran Dahlia. Tujuan pada penelitian adalah untuk mendapatkan penilaian tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan “Restoran Dahlia”. Tujuan kedua adalah untuk mendapatkan atribut yang menjadi prioritas dalam perbaikan kualitas pelayanan “Restoran Dahlia”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Dahlia yang terletak di Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan. Pengolahan data dilakukan di Laboratorium Manajemen Agroindustri, Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang. Penelitian dan pengolahan data dilakukan mulai bulan Desember 2013 sampai dengan selesai. Diagram alir penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, meliputi reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*).



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

2. Responden penelitian adalah konsumen yang pernah atau sedang mengkonsumsi makanan dan minuman di Restoran Dahlia minimal satu kali, baik laki-laki maupun perempuan, yang dinilai mampu memberikan penilaian terhadap variabel-variabel kualitas pelayanan.
3. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam 2 bahasa yakni bahasa inggris untuk konsumen luar negeri dan bahasa indonesia untuk konsumen indonesia.

4. Pada konsep *Six sigma* hanya akan dibahas tingkat sigma meliputi tingkat DPMO (*defect per million opportunity*).
5. Analisa *Servqual* untuk mengetahui masalah kualitas yang ada yaitu tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan.
6. Penelitian pada tahap *Control* proses DMAIC dari *Six sigma* tidak dilakukan.

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah penyebaran kuesioner kepada responden, melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait dan dokumentasi untuk memperoleh data sekunder. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Restoran Dahlia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yakni pemilihan konsumen yang membeli makanan dan minuman di Restoran Dahlia. Selanjutnya pengambilan sampel dari kelompok responden tersebut dilakukan dengan *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertemuan antara responden dengan peneliti pada saat responden membeli makanan dan minuman di Restoran Dahlia. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode Slovin. Berdasarkan perhitungan diperoleh sampel sebanyak 240 responden. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan skala Likert. Kuesioner dilakukan uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut:

Uji validitas menggunakan rumus Bivariate Pearson (*Korelasi Pearson Product Moment*). Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah subyek yang diteliti

ΣX = Jumlah X (skor item)

ΣY = Jumlah Y (skor total)

X^2 = Jumlah kuadrat X

Y^2 = Jumlah kuadrat Y

ΣXY = Jumlah kuadrat antara X dan Y

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah Jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid) (Priyatno, 2010).

Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah metode *Cronbach's Alpha*. Metode *Cronbach's Alpha* sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala atau skor rentangan. Pengujian reliabilitas biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Pengujian Reliabilitas menggunakan alat ukur berupa teknik *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut (Priyatno, 2010):

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \alpha_i^2}{\alpha_1^2} \right\}$$

Dimana:

r_{11} = Koefisien reliabilitas

k = Banyaknya item dan tes

$\sum \alpha_i^2$ = Varians skor tes

α_1^2 = Varian total

Analisis Data

Metode Servqual

Menentukan data masukan

Data yang diolah berasal dari kuesioner yang telah disebar, tentang persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas jasa di Restoran Dahlia.

Pengolahan data

Menjumlahkan nilai harapan (Y) dan persepsi (X) dari setiap atribut selu-

ruh responden, kemudian dihitung rata-ratanya (Y) dan (X).

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (3) \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad (4)$$

Keterangan:

X = nilai rata-rata tingkat persepsi

Y = nilai rata-rata tingkat harapan

n = jumlah responden

Menghitung gap/kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan.

$$NS_i = \bar{X}_i - \bar{Y}_i \quad (5)$$

Keterangan :

NS_i = nilai *servqual* (gap) tiap atribut

Menghitung rata-rata dari seluruh kesenjangan (gap) seluruh atribut tiap dimensi:

$$\overline{NS}_{ij} = \frac{\sum NS_i}{A} \quad (6)$$

Keterangan:

$\overline{NS}_{ij}$ = nilai rata-rata *servqual*/gap per atribut tiap dimensi

A = banyaknya atribut tiap dimensi

Menjumlahkan hasil perhitungan nilai kepuasan tiap dimensi lalu disimpulkan dengan ketentuan, nilai kepuasan negatif (<0) menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen, sebaliknya bila nilai kepuasan positif (>0) menunjukkan kualitas pelayanan telah melebihi tingkat kepuasan konsumen. Bila nilai kepuasan sama dengan nol ($=0$) menunjukkan kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan konsumen.

Penyusunan Diagram Kartesius

Menjumlahkan nilai harapan (Y) dan persepsi (X) setiap atribut dari seluruh responden, hitung rata-rata tiap responden (Y) dan (X)

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (7) \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad (8)$$

Menghitung rata-rata dari rata-rata harapan (Y) dan persepsi (X)

$$\bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{A} \quad (9) \quad \bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{A} \quad (10)$$

Keterangan:

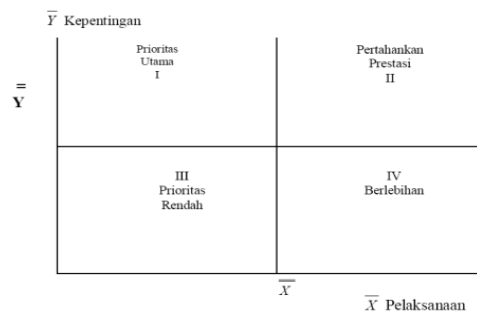
$\bar{X}$ = Nilai rata-rata seluruh faktor tingkat persepsi/kinerja pelayanan

$\bar{Y}$ = Nilai rata-rata seluruh faktor harapan/kepentingan konsumen

A = Jumlah atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen

n = Jumlah responden

Membuat diagram kartesius dan memasukkan hasil rata-rata tiap atribut pada diagram.



Gambar 2. Substansial Gambar Diagram Kartesius (Wardhani, 2006)

Metode Six sigma

Menurut Firdian (2012), langkah pengukuran dari proses perbaikan kualitas pelayanan yang dilakukan dalam menggunakan analisa *six sigma* adalah sebagai berikut:

Tahap Definisi (Define Phase)

Tahap ini menentukan harapan dari usaha perbaikan dan menjaga agar tetap fokus pada persyaratan pelanggan. Atribut dan dimensi yang digunakan didefinisikan sebagai parameter dalam penilaian kualitas pelayanan. Pada tahap definisi dilakukan pernyataan masalah dan tujuan dari proyek *six sigma*.

Tahap Pengukuran (Measure Phase)

Tahap pengukuran dimulai dengan cara menghitung rata-rata kinerja, rata-

rata kepentingan, gap, target kepuasan, tingkat kepuasan, DPMO (*Defect Per Million Opportunity*) dan tingkat sigma. Pada penelitian ini target kepuasan yang ingin dicapai adalah skor 4 yaitu puas dari *range* jawaban kepuasan 1-5. Persamaan yang digunakan sebagai berikut:

- Pengukuran tingkat kepuasan dimensi ataupun atribut:
(Kepuasan / Target Kepuasan) x 100%
- Pengukuran DPMO (*Defect Per Million Opportunity*):
DPMO = [1 – (Kepuasan / Target Kepuasan)] x 1.000.000
- Pengukuran nilai *six sigma*:
Nilai *Six sigma* = normsinv [1- (DPMO/1.000.000)] + 1,5

Tahap Analisis (Analyze Phase)

Pada tahap *analyze* manajemen berupaya memahami mengapa terjadi penyimpangan dan mencari alasan-alasan yang mengakibatkannya. Mencari variabel utama penyebab terjadinya kecacatan atau ketidakpuasan yang terjadi saat ini untuk segera dapat dilakukan perbaikan. Analisis dapat dilakukan dengan diagram pareto ataupun diagram sebab akibat.

Tahap Perbaikan (Improve Phase)

Tahap ini adalah membuat rancangan solusi dalam melakukan perbaikan, dan peningkatan kualitas *six sigma* pada proses-proses yang memerlukan perbaikan. Rancangan berupa usulan perbaikan kualitas bagi setiap atribut potensial, sehingga diharapkan dapat meningkatkan peformansi kualitas yang dihasilkan oleh proses. Pada tahap ini dilakukan beberapa langkah untuk menurunkan *defect* pada atribut yang memiliki *defect* maksimal

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Singkat Restoran Dahlia

Restoran Dahlia merupakan salah satu restoran yang menjadi fasilitas dari salah satu hotel di Bromo. Perusahaan ini beralamat di Desa Tosari Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan. Hotel tersebut berdiri sejak 3 Maret 1991, dilengkapi dengan beberapa fasilitas seperti jenis kamar, ruang *meeting*, restoran, cafe, toilet, mushola dan *drug store*.

Departemen *Food & Beverage* terbagi menjadi *Service* dan *Product*. Jumlah tenaga kerja di perusahaan ini adalah sebanyak 68 orang. Rata-rata tenaga kerja lulusan SMP dan SMA yang berasal dari beberapa daerah sekitar perusahaan. Penelitian ini fokus hanya pada departemen *Food and Beverage* atau lebih tepatnya pada bagian restoran. Restoran tersebut dikenal dengan nama Restoran Dahlia. Restoran diberi nama Dahlia karena disekitar restoran tumbuh subur bunga dahlia sehingga menghiasi restoran tersebut.

Restoran Dahlia buka pada pukul 07.00 WIB – 22.00 WIB. Restoran berkapasitas 160 orang dilengkapi dengan fasilitas prasmanan (*buffet*), *mini bar* dan panggung hiburan. Restoran terdiri dari 6 meja untuk 10 orang, 6 meja untuk 6 orang, 11 meja untuk 4 orang dan 10 meja untuk 2 orang. Menu yang tersedia di Restoran Dahlia antara lain *fresh fruit/ juice, morning favorite, bakery, appetizer, soup, main courses, snack, dessert*, serta *beverage* yang terdiri dari *non alcoholic, long drink, cocktail, alcoholic, wine* dan *cognac*.

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang atau pernah mengkonsumsi makanan dan

minuman di Restoran Dahlia minimal satu kali, baik laki-laki maupun perempuan, yang dinilai mampu memberikan penilaian terhadap variabel-variabel kualitas pelayanan. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 240 responden. Karakteristik responden lebih banyak berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 142 responden (59,17%). Mayoritas usia responden adalah antara 36-45 tahun sebanyak 69 responden (28,75%). Sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai pengusaha atau wiraswasta dengan jumlah responden sebesar 99 responden (41,25%). Sebagian besar responden berpendapatan diatas Rp3.000.000,00 per bulan dengan jumlah responden sebanyak 192 responden (80%). Menurut Wasino (2008), daya beli dipengaruhi oleh pendapatan. Apabila pendapatan yang besar maka daya beli akan tinggi. Sejumlah 137 responden (57,08%) sudah makan dan minum di Restoran Dahlia sebanyak 2 kali.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Kuesioner yang telah disebar kemudian diuji tingkat validitas dan reliabilitas dengan menggunakan *software* SPSS. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Alat ukur yang reliabel menghasilkan data yang dapat dipercaya. Jika koefisien lebih dari 0,6 maka instrumen dinyatakan reliabel. Keseluruhan hasil menunjukkan bahwa semua variabel telah valid dan reliabel.

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Metode *Service quality*

Salah satu pendekatan kualitas pemasaran adalah model *service quality* yang dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya di

harapkan atau diinginkan (*expected service*) (Wardhani, 2006). Pada penelitian ini dilakukan dua analisis yakni analisis tingkat kepuasan dan analisis diagram kartesius. Analisis tingkat kepuasan pelanggan dilakukan

Tabel 1. Tingkat Kinerja/Persepsi, Tingkat Kepentingan/Harapan dan Gap Setiap Atribut

No	Atribut	Tingkat Persepsi (X)	Tingkat Harapan (Y)	Rata-rata Persepsi	Rata-rata Harapan	Gap
1	Ketersediaan fasilitas pendukung (toilet, area parkir) (T1)	943	1022	3,93	4,26	-0,33
2	Kerapian Interior Ruangan (T2)	940	1026	3,92	4,28	-0,36
3	Penataan hidangan yang baik (T3)	876	1031	3,65	4,30	-0,65
4	Kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan (T4)	950	1065	3,96	4,44	-0,48
5	Kerapian Karyawan (T5)	852	990	3,55	4,13	-0,58
6	Keragaman menu (T6)	916	1005	3,82	4,19	-0,37
7	Kecepatan karyawan dalam memberikan daftar pilihan menu (REL1)	869	1013	3,62	4,22	-0,60
8	Kecepatan karyawan dalam penyajian (REL2)	851	1027	3,55	4,28	-0,73
9	Kesesuaian menu yang disajikan dengan pesanan (REL3)	933	1059	3,89	4,41	-0,52
10	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan (RES1)	896	1000	3,73	4,17	-0,43
11	Ketanggapan karyawan dalam membantu pelanggan (RES2)	898	1008	3,74	4,20	-0,46
12	Ketanggapan karyawan untuk meminta maaf apabila terjadi kesalahan (RES3)	912	1009	3,80	4,20	-0,40
13	Pengetahuan karyawan tentang menu yang tersedia (A1)	902	973	3,76	4,05	-0,30
14	Kebersihan makanan dan minuman (A2)	953	1099	3,97	4,58	-0,61
15	Kesesuaian kualitas produk dan jasa terhadap harga yang ditetapkan (A3)	769	1099	3,20	4,58	-1,38
16	Kehalalan makanan (A4)	926	998	3,86	4,16	-0,30
17	Kualitas rasa makanan dan minuman baik (A5)	940	1113	3,92	4,64	-0,72
18	Kesopanan dan keramahan karyawan (E1)	920	995	3,83	4,15	-0,31
19	Bahasa yang digunakan karyawan dapat dipahami oleh konsumen (E2)	880	994	3,67	4,14	-0,48
20	Intonasi dan emosi karyawan yang baik dalam berkomunikasi (E3)	905	983	3,77	4,10	-0,33
Rata-rata		901,55	1025,45	3,76	4,27	-0,52

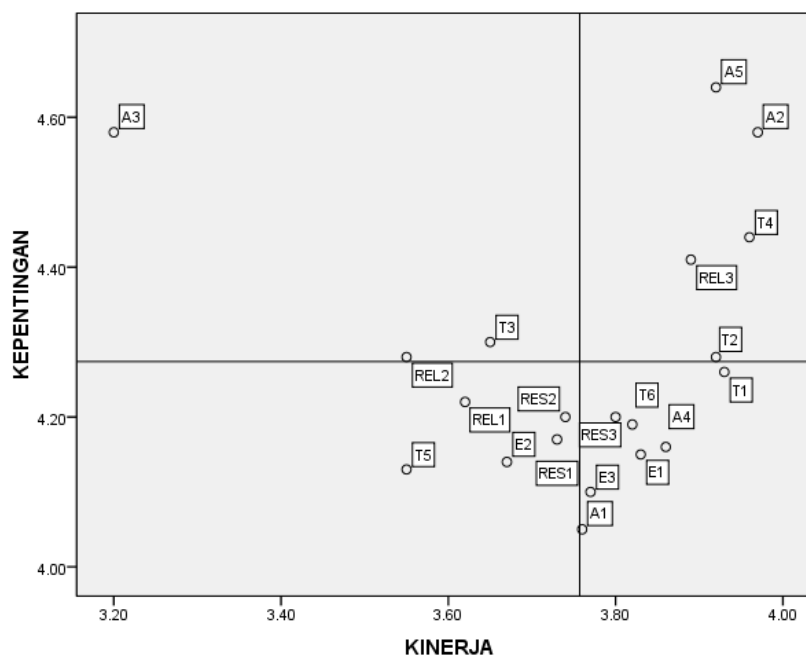
Sumber : Data Diolah (2014)

dengan cara menghitung gap kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan. Setelah gap/ kesenjangan diketahui maka tahap selanjutnya adalah menyimpulkan. Menurut Mustinaroh (2010), nilai kepuasan negatif (<0) menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen, sebaliknya bila nilai kepuasan positif (>0) menunjukkan kualitas pelayanan telah melebihi tingkat kepuasan konsumen. Bila nilai kepuasan sama dengan nol ($=0$) menunjukkan kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan konsumen. Nilai Gap dapat dilihat pada tabel 1.

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa gap bernilai kurang dari nol (<0) maka menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen. Konsumen masih merasa belum puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Restoran Dahlia. Ketidakpuasan ini disebabkan oleh persepsi konsumen saat menikmati pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Selanjutnya adalah analisis atribut menggunakan diagram kartesius. Analisis diagram kartesius atribut pada tingkat kepentingan dan tingkat persepsi dapat digunakan untuk mengetahui secara rinci atribut-atribut yang paling penting. Gambar diagram kartesius dapat dilihat pada Gambar 3.

Menurut Firdian (2012), kuadran I menunjukkan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk atribut-atribut jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum mampu melaksanakan sesuai keinginan pelanggan sehingga mengecewakan atau tidak puas. Kuadran II menunjukkan atribut jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan dan atribut-atribut tersebut dianggap penting dan sangat memuaskan. Kuadran III menunjukkan atribut-atribut yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja karena dianggap kurang penting dan kurang



Gambar 3. Diagram Kartesius Tiap Atribut Kualitas Pelayanan

memuaskan. Kuadran IV menunjukkan atribut-atribut yang memiliki pengaruh kurang penting bagi pelanggan, tetapi pelaksanaan berlebih atau sangat memuaskan.

Kuadran I

Atribut yang berada pada kuadran I adalah atribut A3 (kesesuaian kualitas produk dan jasa terhadap harga yang ditetapkan) yang merupakan atribut dari dimensi *assurance* (jaminan). Menurut Amanah (2010), harga merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan. Selain harga, kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan serta kemajuan suatu usaha bisnis.

Atribut T3 (penataan hidangan yang baik) yang merupakan atribut dari dimensi *tangible* (bukti fisik) tergolong pada kuadran I karena nilai persepsi yang dibawah rata-rata dan tingkat kepentingan yang diatas rata-rata. Menurut Firdian (2012), pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli banyak, kurang peka terhadap perubahan harga, akan melakukan pembelian ulang dan memberitahu orang lain mengenai pengalaman baiknya dengan produk tersebut. Atribut REL2 (kecepatan karyawan dalam penyajian) atribut dari dimensi *reliability* (kehandalan) yang juga tergolong pada kuadran I. Atribut REL2 nilai persepsinya dibawah rata-rata namun tingkat kepentingan berada diatas rata-rata.

Kuadran II

Atribut-atribut yang tergolong pada kuadran II adalah atribut dari dimensi *assurance*, *tangible* dan *reliability*. Atribut dari dimensi *assurance* yang tergolong pada kuadran II adalah kualitas rasa makanan dan minuman yang baik

(A5) dan kebersihan makan dan minuman (A2). Menurut Sari (2012), pelanggan lebih mengutamakan cita rasa dan kualitasnya. Atribut dari dimensi *tangible* yang tergolong pada kuadran II adalah kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan (T4) dan kerapian interior ruangan (T2).

Menurut Mustaniroh (2010), kenyamanan dan kebersihan ruangan sangat penting dalam memberikan suasana yang nyaman bagi konsumen saat menikmati makanan. Atribut dari dimensi *reliability* yang tergolong pada kuadran II adalah kesesuaian menu yang disajikan dengan pesanan (REL3). Menurut Suryaningtyas (2013), variabel kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kuadran III

Atribut-atribut yang tergolong pada kuadran III adalah atribut dari dimensi *tangible*, *reliability*, *empathy* dan *responsibility*. Atribut dari dimensi *tangible* yang tergolong pada kuadran III adalah kerapian karyawan (T5). Menurut Zafrialdi (2006), hal yang perlu diperhatikan adalah seragam, selain untuk kerapian seragam untuk membedakan antara karyawan dan tamu.

Atribut dari dimensi *reliability* yang tergolong pada kuadran III adalah kecepatan karyawan dalam memberikan daftar pilihan menu (REL1). Menurut Wiwoho (2008), dengan mengikuti prosedur kerja yang baik disertai rasa memiliki dan rasa betapa pentingnya menggunakan prosedur kerja yang tepat dan sesuai dengan ketepatan yang telah dibakukan, akan menjadikan petugas restoran lebih bersikap profesional.

Atribut dari dimensi *responsibility* yang tergolong pada kuadran III adalah

ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan (RES1) dan ketanggapan karyawan dalam membantu pelanggan (RES2). Menurut Wardhani (2006), ketanggapan merupakan salah satu faktor penentu kepuasan pelanggan. *Responsiveness* (ketanggapan) adalah memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Atribut dari dimensi *empathy* yang tergolong pada kuadran III adalah bahasa yang digunakan karyawan dapat dipahami oleh konsumen (E2).

Kuadran IV

Atribut-atribut yang tergolong pada kuadran IV adalah atribut dari dimensi *tangible*, *assurance*, *empathy* dan *responsibility*. Atribut dari dimensi *tangible* yang tergolong pada kuadran IV adalah ketersediaan fasilitas pendukung (toilet, area parkir) (T1) dan keragaman menu (T6). Menurut Sutomo (2012), dimensi kepuasan pelanggan terdiri dari tiga dimensi yakni *physical support*, *contact person*, dan *equipment*. *Physical support* merupakan fasilitas pendukung pelayanan yang berkaitan dengan fasilitas fisik penunjang jasa restoran yang ditawarkan.

Atribut dari dimensi *assurance* yang tergolong pada kuadran IV adalah pengetahuan karyawan tentang menu yang tersedia (A1) dan kehalalan makanan (A4). Menurut Assauri (2003), pengetahuan mengenai produk perusahaan berupa barang dan jasa harus dimiliki karyawan. Atribut dari dimensi *empathy* yang tergolong pada kuadran IV adalah kesopanan dan keramahan karyawan (E1) dan intonasi dan emosi karyawan yang baik dalam berkomunikasi (E3). Menurut Gaspers (2006), atribut yang perlu diperhatikan dalam peningkatan kualitas jasa adalah ketepatan waktu pelayanan,

akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan pelayanan, tanggung jawab, kelengkapan, kemudahan mendapat pelayanan, kenyamanan serta atribut pendukung lainnya.

Metode Six sigma

Six sigma merupakan suatu disiplin pendekatan melalui data dan suatu metodologi untuk mengurangi atau meniadakan kesalahan (*defect*) dalam semua proses pelayanan. Dalam tingkatan sigma perusahaan dapat mengetahui kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan salah satunya dapat menggunakan metode *Define, Measure, Analyze, Improvement, Control* (DMAIC) dari *Six sigma*, sebagai *problem solving* dalam melakukan perbaikan secara terus menerus (Wisnubroto, 2012).

Tahap Define

Pada tahap perhitungan *servqual* sudah dilakukan pendefinisian atribut dan dimensi yang menjadi parameter dalam penilaian kualitas pelayanan. Pada hasil perhitungan terlihat sekali yang memiliki kesenjangan paling besar adalah pada atribut A3 yakni kesesuaian kualitas produk dan jasa terhadap harga yang ditetapkan. Namun agar lebih pasti maka harus dilakukan tahap *six sigma* selanjutnya untuk melihat masalah kritis lainnya. Perhitungan *six sigma* bertujuan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas dengan memperbaiki variabel/atribut-atribut yang menyebabkan pelanggan kurang puas dalam merasakan pelayanan dan fasilitas yang diberikan Restoran Dahlia.

Tahap Measure

Tahap *measure* adalah mengukur tingkat kepentingan saat ini yang diperoleh dari pengukuran kesenjangan antara kepentingan dan kepuasan pelanggan

pada analisis servqual dan tingkat sigma. Tahap pengukuran dimulai dengan cara menghitung rata-rata tingkat kinerja, rata-rata tingkat kepentingan, gap, target kepuasan, tingkat kepuasan, DPMO dan tingkat sigma.

Pada tahap *six sigma* hanya akan menghitung tingkat kepuasan, DPMO dan tingkat sigma. Dalam penelitian ini target kepuasan yang ingin dicapai adalah skor 4 yaitu puas berasal dari jawaban skala likert kepuasan dari angka 1 yaitu tidak puas sampai angka 5 yakni sangat puas. Adapun hasil perhitungan nilai DPMO dan level sigma dilihat pada Tabel 2.

Tahap Analyze

Pada tahap *analyze* yang dilakukan adalah menganalisa akar penyebab dari permasalahan dalam pelayanan restoran.

Dalam tahap ini ditentukan atribut dengan nilai sigma dibawah rata-rata. Pada penelitian ini rata-rata tingkat kepuasan adalah sebesar 94% dengan nilai rata-rata DPMO sebesar 60885,42 sehingga rata-rata nilai sigma adalah sebesar 3,16. Terdapat sebelas atribut pelayanan yang berada dibawah rata-rata dan dapat dilihat pada Tabel 3.

Langkah selanjutnya adalah melakukan pemecahan masalah yang dihadapi Restoran Dahlia menggunakan diagram pareto dan diagram sebab akibat. Diagram pareto dapat dilihat pada Gambar 4. A3 (kesesuaian kualitas produk dan jasa terhadap harga yang ditetapkan) harus diidentifikasi penyebab kegagalan atau kecacatan untuk proses perbaikan melalui diagram tulang ikan. Gambar diagram tulang ikan dapat dilihat pada Gambar 5.

Tabel 2. Hasil Pengukuran Nilai *Six sigma* Setiap Atribut

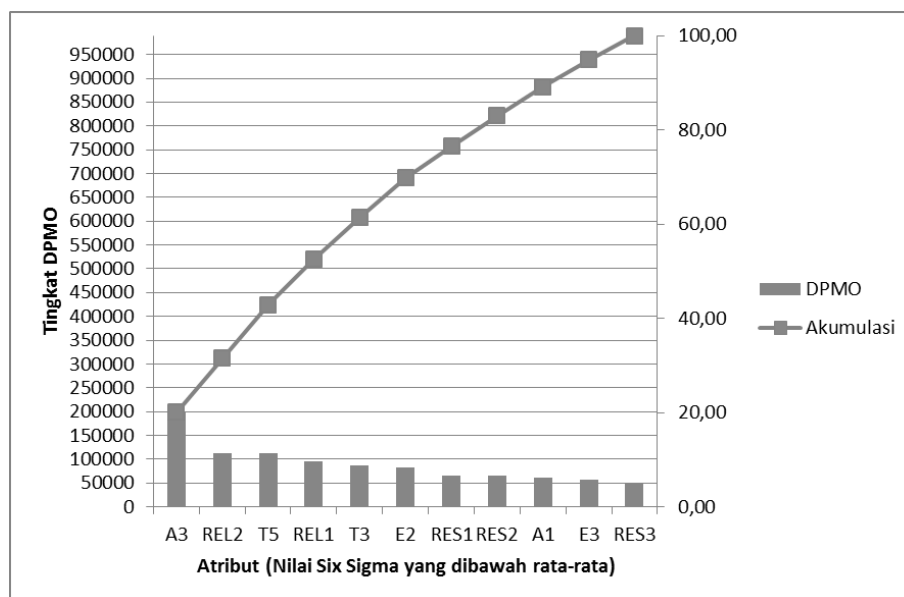
Atribut	Rata-rata Tingkat Persepsi	Rata-rata Tingkat Kepentingan	GAP	Target Kepuasan	Tingkat Kepuasan	DPMO	Nilai Sigma
T1	3,93	4,26	-0,33	4	98%	17708	3,60
T2	3,92	4,28	-0,36	4	98%	20833	3,54
T3	3,65	4,30	-0,65	4	91%	87500	2,86
T4	3,96	4,44	-0,48	4	99%	10417	3,81
T5	3,55	4,13	-0,58	4	89%	112500	2,71
T6	3,82	4,19	-0,37	4	95%	45833	3,19
REL1	3,62	4,22	-0,60	4	91%	94792	2,81
REL2	3,55	4,28	-0,73	4	89%	113542	2,71
REL3	3,89	4,41	-0,52	4	97%	28125	3,41
RES1	3,73	4,17	-0,43	4	93%	66667	3,00
RES2	3,74	4,20	-0,46	4	94%	64583	3,02
RES3	3,80	4,20	-0,40	4	95%	50000	3,14
A1	3,76	4,05	-0,30	4	94%	60417	3,05
A2	3,97	4,58	-0,61	4	99%	7292	3,94
A3	3,20	4,58	-1,38	4	80%	198958	2,35
A4	3,86	4,16	-0,30	4	96%	35417	3,31
A5	3,92	4,64	-0,72	4	98%	20833	3,54
E1	3,83	4,15	-0,31	4	96%	41667	3,23
E2	3,67	4,14	-0,48	4	92%	83333	2,88
E3	3,77	4,10	-0,33	4	94%	57292	3,08
Rata-rata	3,76	4,27	-0,52	4,00	94%	60885,42	3,16

Sumber : Data Diolah (2014)

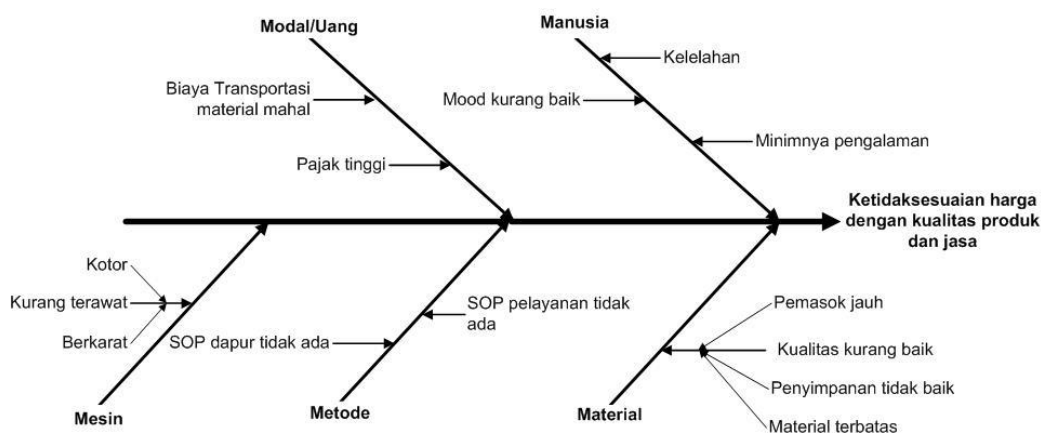
Tabel 3. Penentuan Atribut yang harus Dianalisis

Atribut	DPMO	Nilai Sigma
Kesesuaian kualitas produk dan jasa terhadap harga yang ditetapkan (A3)	198958	2,35
Kecepatan karyawan dalam penyajian (REL2)	113542	2,71
Kerapian Karyawan (T5)	112500	2,71
Kecepatan karyawan dalam memberikan daftar pilihan menu (REL1)	94792	2,81
Penataan hidangan yang baik (T3)	87500	2,86
Bahasa yang digunakan karyawan dapat dipahami oleh konsumen (E2)	83333	2,88
Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan (RES1)	66667	3,00
Ketanggapan karyawan dalam membantu pelanggan (RES2)	64583	3,02
Pengetahuan karyawan tentang menu yang tersedia (A1)	60417	3,05
Intonasi dan emosi karyawan yang baik dalam berkomunikasi (E3)	57292	3,08
Ketanggapan karyawan untuk meminta maaf apabila terjadi kesalahan (RES3)	50000	3,14

Sumber: Data diolah (2014)



Gambar 4. Diagram Pareto Tingkat DPMO



Gambar 5. Diagram Tulang Ikan

Tahap Improvement

Pada tahap *improvement* merupakan tahap perbaikan dengan membuat rancangan solusi dalam melakukan perbaikan, dan peningkatan kualitas *six sigma* pada proses-proses yang memerlukan perbaikan.

Manusia

Usulan untuk mengatasi kelelahan adalah Istirahat dengan cukup sebelum bekerja di restoran. Usulan untuk mengatasi *mood* yang kurang baik adalah karyawan harus bekerja secara profesional sesuai dengan SOP serta manajemen memberikan teguran kepada karyawan yang tidak ramah dan tidak sopan. Memberikan pelatihan tambahan untuk menambah pengalaman.

Material

Usulan untuk mengatasi kualitas material yang tidak baik adalah mencari informasi untuk mendapatkan material yang baik. Lebih memperhatikan penanganan kualitas ketika pengiriman Proses penyimpanan perlu dilakukan perbaikan. Kerja sama dengan pemasok lebih dipererat sehingga material akan selalu terpenuhi.

Metode

Usulan untuk mengatasi tidak adanya standar adalah dengan membuat SOP (*Standar Operating Procedure*) serta perlu ada komitmen dari pegawai dan manajemen untuk menerapkan SOP.

Modal

Usulan untuk mengatasi masalah biaya, khususnya biaya transportasi adalah dengan tidak melakukan pengiriman bahan sedikit demi sedikit sehingga dapat dihemat. Usulan untuk mengatasi harga jual yang mahal adalah menyesuaikan pajak dengan tidak menentukan pajak terlalu tinggi yakni kurang dari 10%.

Mesin

Usulan untuk mengatasi perawatan mesin adalah dengan lebih memperhatikan perawatan mesin dan jika perlu harus dilakukan penggantian mesin-mesin yang tidak layak. Menurut Sukardi (2011), hasil produk dapat dipengaruhi oleh kinerja mesin.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian penilaian kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan adalah kualitas pelayanan pada Restoran Dahlia Pasuruan belum memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Atribut yang menjadi prioritas perbaikan adalah atribut A3 (kesesuaian kualitas produk Berdasarkan penilaian atribut tersebut memiliki nilai gap negatif terbesar serta memiliki nilai sigma sangat kecil sehingga perlu diperbaiki dari sisi manusia, material, metode, mesin serta modal/uang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D. 2010. **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pada Majesty Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan**. Jurnal Keuangan & Bisnis 2(1):71-87.
- Anonim. 2013. **Usaha Jasa Boga Wajib Miliki Standar Kompetensi**. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur.
- Assauri, S. 2003. **Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction**: Jurnal Pemasaran Usahawan 1(1):27-30.
- Firdian, E. Surachman dan Purnomo, B. 2012. **Aplikasi Metode Servqual dan Six sigma Dalam Menganalisis Kualitas Layanan**

- PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan (UPJ) Dinoyo Malang.** Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Rekayasa 13(3):51-60.
- Gaspers, V. 2006. *Continuous Cost Reduction Through Lean Six sigma Approach*. Grafika Mardi Yuana. Bogor. Hal.19-20.
- Istijanto. 2005. **Aplikasi Praktis Riset Pemasaran Plus 36 Topik Riset Pemasaran Siap Terap.** PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Hal. 174.
- Mustaniroh, S. Lestari, E. dan Sari, E. 2010. **Penilaian Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual (Service quality) (Studi Kasus Pada "WAROENG X" Cab. Soekarno Hatta-Malang).** Jurnal Teknologi Pertanian 11(6):152-161.
- Priyatno, D. 2010. **Paham Analisa statistika Data dengan SPSS.** Penerbit MediaKom. Yogyakarta. Hal. 90-97.
- Santoso, H. 2006. **Meningkatkan Kualitas Pelayanan Industri Jasa Melalui Pendekatan Integrasi Metode Servqual-Six sigma atau Servqual-QFD.** Jurnal UNDIP 1(1):85-106.
- Sari, A. 2012. **Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Mutu Pelayanan Rumah Makan (Studi Pada RM. Jawa Deli, RM. Putri Minang dan RM. Tak Bernama di Kampung Susuk Medan.** Jurnal Keuangan dan Bisnis 4(2): 148-159.
- Sukardi, Effendi, U. dan Astuti, D. 2011. **Aplikasi Six sigma Pada Pengujian Kualitas Produk Di Ukm Keripik Apel Tinjauan Dari Aspek Proses.** Jurnal Teknologi Pertanian 12(1):1-7.
- Suryaningtyas, D. Harahap, N. dan Riniwati, H. 2013. **Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Nelayan) di UPTD Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Popoh, Desa Besole Kecamatan Besuki Tulungagung, Jawa Timur.** Jurnal ECSOFIM 1(1):41-51.
- Sutomo, M. 2012. **Kepuasan Pelanggan Menginap Di Hotel Berbintang Di Daerah Istimewa Yogyakarta.** Jurnal Bisnis dan Manajemen 6(1):79-93.
- Wardhani, K. 2006. **Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus Pada jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang-Jakarta).** Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi 3(1):40-63.
- Wasino. 2008. **Kapitalisme Bumi Putra: Perubahan Masyarakat Mangkunegaran.** Lkis. Yogyakarta. Hal. 274.
- Wisnubroto, P. dan Anggoro, T. 2012. **Analisis Kualitas Pelayanan Jasa dengan Metode Six sigma Pada Hotel Malioboro INN Yogyakarta.** Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains dan Teknologi (SNAST) Periode III, Hal.115-128.
- Wiwoho, A. 2008. **Pengetahuan Tata Hidang: Teori & Praktik.** Esensi. Jakarta. Hal. 19.
- Zafrialdi, M. 2006. *English for Hotel Services.* PT. Kawan Pustaka. Jakarta. Hal. 1-2.