

ANALISIS PELAYANAN TELKOMSEL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Darmansyah¹, Hanif Badi'ah², Rahmat Gunawan³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Rosma
(Program Studi Teknik Informatika Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Rosma)
(Jl. Parahiyangan Adiarsa Barat Karawang Barat, Karawang, telp. 081211445529)
e-mail: 1darmansyah@rosma.ac.id, 2hanif.badi'ah@alumni.rosma.ac.id, 3rahmat@rosma.ac.id

Abstrak

Penyedia layanan komunikasi pada masyarakat saling berlomba untuk menyediakan layanan yang lebih baik untuk masyarakat. Telkomsel merupakan salah satu provider yang banyak dipakai oleh masyarakat, berusaha untuk menjangkau masyarakat yang berada di daerah perbukitan. Kecamatan Sine, Ngawi yang berada di lereng gunung dan dikelilingi oleh perbukitan, terkadang kualitas jaringan telekomunikasi cenderung tidak stabil. Selain itu pada saat musim penghujan, terjadi penurunan kualitas jaringan bahkan tidak tersedianya layanan telekomunikasi. Penelitian dilakukan untuk mengetahui permasalahan pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan pada daerah tersebut. Metode yang digunakan adalah metode IPA (Importance Performance Analysis) dan SERVQUAL (Service Quality). Data yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari penyebaran kuesioner melalui media sosial. Data diolah dan berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan diketahui bahwa terdapat pengaruh positif pada setiap variabel Servqual yang digunakan. Sedangkan berdasarkan analisis IPA, terdapat beberapa atribut yang memerlukan adanya perbaikan dalam memenuhi harapan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan akan tercapai.

Kata kunci: *Pelayanan, Pelanggan, Servqual, IPA*

Abstract

Communication service providers in the community compete with each other to provide better services to the community. Telkomsel is one of the providers that is widely used by the public, trying to reach people in hilly areas. Sine District, Ngawi, which is located on a mountainside and surrounded by hills, sometimes the quality of the telecommunication network tends to be unstable. In addition, during the rainy season, there is a decrease in network quality and even the unavailability of telecommunication services. This research was conducted to find out what service problems need to be improved in that area. The method used is the IPA (Importance Performance Analysis) and SERVQUAL (Service Quality) methods. The data used in this study were obtained from distributing questionnaires through social media. The data is processed and based on the hypothesis testing conducted, it is known that there is a positive effect on each Servqual variable used. Meanwhile, based on IPA analysis, there are several attributes that require improvement in meeting customer expectations so that customer satisfaction will be achieved.

Keywords: *Service, Customer, Servqual, IPA*

1. PENDAHULUAN

Pelayanan dapat dikatakan sebagai salah satu aspek penting dalam suatu perusahaan, karena berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Semakin baik layanan yang diberikan, pelanggan akan cenderung merasa puas. Jika sampai terjadi penurunan tingkat kepuasan pelanggan, maka akan berakibat pada loyalitas pengguna terhadap perusahaan tersebut.

Dibeberapa daerah dengan keadaan geografis tertentu, pelayanan akan kualitas jaringan telekomunikasi seharusnya mendapat perhatian lebih, karena daerahnya yang cenderung sulit terjangkau oleh sinyal telekomunikasi. Di Kecamatan Sine, Kabupaten Ngawi misalnya, daerah ini merupakan daerah lereng gunung dan dikelilingi oleh beberapa perbukitan, sehingga terkadang kualitas jaringan telekomunikasi cenderung tidak stabil. Salah satu contohnya ketika terjadinya pandemi,

dimana aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara langsung terpaksa harus dilakukan secara virtual. Terkait dengan kualitas pelayanan jaringan telekomunikasi, hal tersebut akan menyebabkan adanya kendala bagi setiap penggunaannya. Selain itu pada saat musim hujan, terjadi penurunan kualitas jaringan bahkan tidak tersedianya layanan telekomunikasi pada daerah tersebut.

Kendala-kendala tersebut akan mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan dalam suatu penelitian untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan antara harapan dan kenyataan sebenarnya pada suatu pelayanan, diantaranya adalah dengan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan SERVQUAL (*Service Quality*). Dimana metode IPA digunakan untuk mengukur sejauh mana kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan dan perbaikan apa saja yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi kepuasan pelanggan. Sedangkan metode servqual merupakan instrumen untuk mengukur kualitas suatu jasa. Dalam metode SERVQUAL terdapat lima dimensi karakteristik yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut diantaranya: bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) [1].

2. METODE PENELITIAN

2.1. Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui media sosial seperti Facebook, Instagram dan Whatsapp dengan target respondennya adalah masyarakat di Kecamatan Sine, Ngawi yang sedang atau pernah menggunakan pelayanan dari provider Telkomsel. Minimum sampel yang harus dikumpulkan sebanyak 100 responden yang mengacu pada rumus Lemeshow karena populasinya yang tidak diketahui.

Data yang diperoleh sebanyak 115, namun terdapat data yang tidak dapat diolah sebanyak 9 hal ini dikarenakan responden bukan termasuk masyarakat di Kecamatan Sine, Ngawi yang sedang atau pernah menggunakan pelayanan dari provider Telkomsel. Sedangkan kuesioner yang dapat diolah adalah sebanyak 106 dimana sudah mencukupi dari batas minimum sampel yang dibutuhkan.

2.2. Importance Performance Analysis (IPA)

Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) pertama kali diperkenalkan oleh Martila dan James pada tahun 1977 [2]. Metode IPA dimaksudkan sebagai kerangka kerja dalam memahami kepuasan dari pelanggan yang merupakan fungsi dari *expectation* (*importance* atau tingkat kepentingan) yang berkaitan dengan suatu atribut, selain itu digunakan sebagai penilaian pelanggan terkait dengan kinerja suatu organisasi (*performance*) yang dilihat dari atribut tertentu [3].

Dari metode ini, pengelola industri jasa akan mendapatkan informasi-informasi penting yang berupa kepuasan pelanggan maupun informasi mengenai alokasi sumberdaya yang efisien, dan keduanya dalam format yang mudah diterapkan.

2.3. Servqual (Service Quality)

Servqual (*Service Quality*) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan suatu jasa dengan membandingkan antara harapan/ekspektasi (*expectation*) yang menjadi harapan seorang pelanggan dengan performansi/kinerja (*perceived*) dari suatu layanan jasa [4].

Dengan menggunakan servqual, peneliti dapat menghitung celah/kesenjangan (*gap*) yang berada diantara harapan pelanggan dengan kinerja suatu layanan jasa (kenyataan yang ada) [1]. Didalam metode ini terdapat premis yang menyatakan bahwa pelanggan akan dianggap puas ketika kinerja dari suatu layanan jasa melebihi harapan dari pelanggan itu sendiri.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Deskripsi Responden

Deskripsi responden dapat membantu menjelaskan data pribadi responden secara singkat untuk menggambarkan kondisi atau keadaan responden sebagai informasi tambahan dalam memahami hasil dari penelitian [5]. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	23	21,61 %
Perempuan	83	78,39 %

Berdasarkan Tabel 1, jumlah untuk responden laki-laki adalah 23 orang dengan presentase 21,61% sedangkan untuk responden perempuan berjumlah 83 dengan presentase 78,39%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah perempuan.

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
< 20 tahun	43	40,57 %
20-30 tahun	42	39,62 %
> 30 tahun	21	19,81%

Berdasarkan tabel 2, jumlah responden dengan usia < 20 tahun adalah 43 orang dengan presentase 40,57%, jumlah responden dengan usia 20-30 tahun adalah 42 orang dengan presentase 39,62% sedangkan responden dengan usia > 30 tahun berjumlah 21 orang dengan presentase 19,81%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah usia < 20 tahun.

3.2. Analisis Instrumen Penelitian

A. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut [6]. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan r tabel. Jika nilai r hitung lebih besar daripada r tabel dan bernilai positif, maka instrument tersebut dikatakan valid. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *Pearson Correlation*, yaitu skor tiap item dikaitkan dengan skor total dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 28.0.

Pengujian dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 106, maka ditemukan r tabel sebesar 0,191 dengan taraf signifikan 5%. Hasil uji validitas untuk tingkat Importance dan Performance disajikan pada tabel 3, 4, 5, dan 6.

1. Uji Validitas Variabel X

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Tingkat Importance (Kepentingan/Harapan)

Item	Pearson Correlation (R Hitung)	R Tabel	Keterangan
X.I1	0,676	0,191	Valid
X.I2	0,830	0,191	Valid
X.I3	0,772	0,191	Valid
X.I4	0,761	0,191	Valid
X.I5	0,692	0,191	Valid
X.I6	0,810	0,191	Valid
X.I7	0,864	0,191	Valid
X.I8	0,863	0,191	Valid
X.I9	0,798	0,191	Valid
X.I10	0,881	0,191	Valid
X.I11	0,861	0,191	Valid

Item	Pearson Correlation (R Hitung)	R Tabel	Keterangan
X.I12	0,801	0,191	Valid
X.I13	0,855	0,191	Valid
X.I14	0,857	0,191	Valid
X.I15	0,804	0,191	Valid
X.I16	0,775	0,191	Valid
X.I17	0,797	0,191	Valid

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Tingkat Performance (Kinerja/Kenyataan)

Item	Pearson Correlation (R Hitung)	R Tabel	Keterangan
X.P1	0,635	0,191	Valid
X.P2	0,742	0,191	Valid
X.P3	0,726	0,191	Valid
X.P4	0,667	0,191	Valid
X.P5	0,677	0,191	Valid
X.P6	0,731	0,191	Valid
X.P7	0,778	0,191	Valid
X.P8	0,677	0,191	Valid
X.P9	0,796	0,191	Valid
X.P10	0,786	0,191	Valid
X.P11	0,767	0,191	Valid
X.P12	0,762	0,191	Valid
X.P13	0,800	0,191	Valid
X.P14	0,775	0,191	Valid
X.P15	0,703	0,191	Valid
X.P16	0,692	0,191	Valid
X.P17	0,818	0,191	Valid

Pada tabel 3 dan tabel 4 menunjukkan bahwa berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja untuk variabel X dapat dikatakan valid untuk seluruh atribut. Hal ini karena seluruh atribut layanan yang dijadikan indikator dalam penyusunan kuesioner memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan r table.

2. Uji Validitas Variabel Y

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Tingkat Importance (Kepentingan/Harapan)

Item	Pearson Correlation (R Hitung)	R Tabel	Keterangan
Y.I1	0,884	0,191	Valid
Y.I2	0,873	0,191	Valid
Y.I3	0,836	0,191	Valid

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Tingkat Performance (Kinerja/Kenyataan)

Item	Pearson Correlation (R Hitung)	R Tabel	Keterangan
Y.P1	0,798	0,191	Valid
Y.P2	0,798	0,191	Valid
Y.P3	0,787	0,191	Valid

Pada tabel 5 dan tabel 6 menunjukkan bahwa berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja untuk variabel Y dapat dikatakan valid untuk seluruh atribut. Hal ini karena seluruh atribut layanan yang dijadikan indikator dalam penyusunan kuesioner memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan r table.

B. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian keabsahan data, langkah selanjutnya adalah menguji reliabilitas data. Suatu kuesioner dapat dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu [7]. Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 28.0 dengan melakukan uji statistik koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha*. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka item kuesioner dianggap reliabel.

Berikut hasil uji reliabilitas pada variabel X dan Y untuk tingkat kepentingan dan tingkat kinerja.

1. Uji Reliabilitas Variabel X

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Data	Cronbach's Alpha	Keterangan
Importance (Kepentingan/Harapan)	0,966	Reliabel
Performance (Kinerja/Kenyataan)	0,946	Reliabel

2. Uji Reliabilitas Variabel Y

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Data	Cronbach's Alpha	Keterangan
Importance (Kepentingan/Harapan)	0,831	Reliabel
Performance (Kinerja/Kenyataan)	0,692	Reliabel

Pada tabel 4.7 dan 4.8 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas memiliki nilai koefisien Cronbach Alpha yang lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa atribut yang dijadikan indikator dalam penyusunan kuesioner tersebut reliabel.

3.3. Pengukuran Kualitas Pelayanan Menggunakan *Servqual* (Service Quality)

A. Perhitungan nilai Ekspektasi terhadap kualitas pelayanan Telkomsel.

Pada bagian ini akan diperlihatkan cara perhitungan ekspektasi (*Importance*) responden terhadap kualitas pelayanan dari provider Telkomsel terhadap semua atribut maupun dimensi dari pelayanan Telkomsel. Nilai dari perhitungan ini didapatkan dengan cara menghitung rata-rata bobot penilaian responden [8]. Rumus perhitungan nilai ekspektasi responden untuk setiap atribut adalah sebagai berikut:

$$TE_i = \frac{(E1*1)+(E2*2)+(E3*3)+(E4*4)+(E5*5)}{N} \quad (1)$$

Dimana:

TE_i = Nilai ekspektasi total responden terhadap atribut pelayanan i

- E1 = Jumlah responden dengan jawaban “Sangat Tidak Penting”
- E2 = Jumlah responden dengan jawaban “Tidak Penting”
- E3 = Jumlah responden dengan jawaban “Netral”
- E4 = Jumlah responden dengan jawaban “Penting”
- E5 = Jumlah responden dengan jawaban “Sangat Penting”
- N = Total responden

Hasil perhitungan nilai ekspektasi setiap responden terhadap seluruh atribut pelayanan dari provider Telkomsel dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 9. Nilai Ekspektasi Setiap Atribut

No	Pernyataan	Nilai Ekspektasi
1	Telkomsel menyediakan <i>service center</i> yang mudah dijangkau	4.25
2	Telkomsel menyediakan <i>call center</i> yang beroperasi 24 jam	4.12
3	Telkomsel menyediakan aplikasi yang mempermudah pengaksesan layanan	4.30
4	Telkomsel menyediakan produk yang beragam sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan	4.21
5	Kemampuan jaringan internet/telepon yang cepat dan stabil	4.46
6	Ketersediaan sinyal yang stabil dan memadai dalam kondisi-kondisi tertentu	4.45
7	Telkomsel sering memberikan potongan harga/diskon menarik	4.34
8	Telkomsel memiliki kemampuan untuk menghindari kebocoran pulsa saat kuota internet habis	4.42
9	Telkomsel memberikan kemudahan dalam proses pelayanan	4.25
10	Keluhan terkait masalah pelayanan terselesaikan dengan tuntas	4.18
11	Langkah-langkah pembelian setiap produk tergolong mudah bagi semua orang	4.21
12	Adanya pengembalian dana apabila terjadi kegagalan transaksi saat pembelian produk	4.37
13	Pelanggan dengan mudah menyampaikan keluhan jika terjadi suatu masalah	4.24
14	Produk yang diterima sesuai dengan deskripsi yang diberikan	4.28
15	Durasi waktu penerimaan produk yang dibeli tergolong cepat	4.25
16	Pelanggan mendapatkan informasi melalui SMS dan lainnya apabila terdapat penawaran/produk terbaru	4.14
17	Kesediaan/kepedulian <i>Customer Service</i> dalam melayani keluhan dari pelanggan	4.25

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai ekspektasi untuk masing-masing atribut. Selanjutnya dilakukan perhitungan terhadap masing-masing dimensi kualitas pelayanan dengan rumus berikut ini:

$$E_{ij} = \frac{\sum_{i=1}^{n_j} TE_{ij}}{n_j} \quad (2)$$

Dimana:

E_{ij} = Nilai ekspektasi responden pada dimensi j

TE_{ij} = Nilai ekspektasi responden terhadap atribut pelayanan i

n_j = Jumlah atribut dalam dimensi j

Hasil perhitungan nilai ekspektasi responden terhadap seluruh dimensi kualitas pelayanan dari provider Telkomsel adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Nilai Ekspektasi Setiap Atribut

No	Dimensi	Nilai Ekspektasi
1	<i>Tangible</i>	4.22
2	<i>Reliability</i>	4.42
3	<i>Responsiveness</i>	4.21
4	<i>Assurance</i>	4.28
5	<i>Emphaty</i>	4.19

B. Perhitungan nilai Persepsi (*Performance*) terhadap kualitas pelayanan Telkomsel

Pada bagian ini akan diperlihatkan cara perhitungan persepsi (*Performance*) responden terhadap kualitas pelayanan dari provider Telkomsel terhadap semua atribut maupun dimensi dari pelayanan Telkomsel. Nilai dari perhitungan ini didapatkan dengan cara menghitung rata-rata bobot penilaian responden [8]. Rumus perhitungan nilai persepsi responden untuk setiap atribut adalah sebagai berikut:

$$TP_i = \frac{(P1*1)+(P2*2)+(EP*3)+(P4*4)(P5*5)}{N} \quad (3)$$

Dimana:

TP_i = Nilai persepsi total responden terhadap atribut pelayanan i

$P1$ = Jumlah responden dengan jawaban “Sangat Tidak Setuju”

$P2$ = Jumlah responden dengan jawaban “Tidak Setuju”

$P3$ = Jumlah responden dengan jawaban “Netral”

$P4$ = Jumlah responden dengan jawaban “Setuju”

$P5$ = Jumlah responden dengan jawaban “Sangat Setuju”

N = Total responden

Hasil perhitungan nilai persepsi setiap responden terhadap seluruh atribut pelayanan dari provider Telkomsel dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 11. Nilai Persepsi Setiap Atribut

No	Pernyataan	Nilai Persepsi
1	Telkomsel menyediakan <i>service center</i> yang mudah dijangkau	2.89
2	Telkomsel menyediakan <i>call center</i> yang beroperasi 24 jam	3.39
3	Telkomsel menyediakan aplikasi yang mempermudah pengaksesan layanan	3.59
4	Telkomsel menyediakan produk yang beragam sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan	3.38
5	Kemampuan jaringan internet/telepon yang cepat dan stabil	2.89
6	Ketersediaan sinyal yang stabil dan memadai dalam kondisi-kondisi tertentu	3.00
7	Telkomsel sering memberikan potongan harga/diskon menarik	2.95
8	Telkomsel memiliki kemampuan untuk menghindari kebocoran pulsa saat kuota internet habis	2.69
9	Telkomsel memberikan kemudahan dalam proses pelayanan	3.29

No	Pernyataan	Nilai Persepsi
10	Keluhan terkait masalah pelayanan terselesaikan dengan tuntas	3.14
11	Langkah-langkah pembelian setiap produk tergolong mudah bagi semua orang	3.38
12	Adanya pengembalian dana apabila terjadi kegagalan transaksi saat pembelian produk	3.14
13	Pelanggan dengan mudah menyampaikan keluhan jika terjadi suatu masalah	3.15
14	Produk yang diterima sesuai dengan deskripsi yang diberikan	3.43
15	Durasi waktu penerimaan produk yang dibeli tergolong cepat	3.47
16	Pelanggan mendapatkan informasi melalui SMS dan lainnya apabila terdapat penawaran/produk terbaru	3.51
17	Kesediaan/kepedulian <i>Customer Service</i> dalam melayani keluhan dari pelanggan	3.34

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai persepsi untuk masing-masing atribut. Selanjutnya akan dilakukan perhitungan terhadap masing-masing dimensi kualitas pelayanan dengan rumus berikut ini:

$$P_{ij} = \frac{\sum_{i=1}^{n_j} TP_{ij}}{n_j} \quad (4)$$

Dimana:

P_{ij} = Nilai persepsi responden pada dimensi j

TP_{ij} = Nilai persepsi responden terhadap atribut pelayanan i

n_j = Jumlah atribut dalam dimensi j

Hasil perhitungan nilai persepsi responden terhadap seluruh dimensi kualitas pelayanan dari provider Telkomsel adalah sebagai berikut:

Tabel 12. Nilai Persepsi Setiap Atribut

No	Dimensi	Nilai Persepsi
1	Tangible	3.31
2	Reliability	2.88
3	Responsiveness	3.27
4	Assurance	3.30
5	Emphaty	3.42

C. Analisis Gap (*Servqual score*)

Analisis Gap (*Servqual Score*) merupakan salah satu cara untuk menghitung nilai kualitas dari suatu pelayanan [9]. Perhitungan terhadap kualitas pelayanan dilakukan untuk melihat tingkat kepuasan terhadap seluruh atribut maupun dari kelima dimensi, dan menentukan prioritas perbaikan pelayanan dari provider Telkomsel. Penilaian ini didapatkan berdasarkan selisih antara nilai persepsi dan ekspektasi dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$Servqual\ Score = Skor\ Persepsi - Skor\ Ekspektasi \quad (5)$$

Dengan rumus tersebut didapatkan hasil seperti berikut:

1. Analisis Gap untuk masing-masing atribut.

Tabel 13. Nilai Kesenjangan (Gap Score) Setiap Atribut

No	Pernyataan	Persepsi	Ekspektasi	Gap
1	Telkomsel menyediakan service center yang mudah dijangkau	2.89	4.25	-1.36
2	Telkomsel menyediakan call center yang beroperasi 24 jam	3.39	4.12	-0.74
3	Telkomsel menyediakan aplikasi yang mempermudah pengaksesan layanan	3.59	4.30	-0.71
4	Telkomsel menyediakan produk yang beragam sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan	3.38	4.21	-0.83
5	Kemampuan jaringan internet/telepon yang cepat dan stabil	2.89	4.46	-1.58
6	Ketersediaan sinyal yang stabil dan memadai dalam kondisi-kondisi tertentu	3.00	4.45	-1.45
7	Telkomsel sering memberikan potongan harga/diskon menarik	2.95	4.34	-1.39
8	Telkomsel memiliki kemampuan untuk menghindari kebocoran pulsa saat kuota internet habis	2.69	4.42	-1.74
9	Telkomsel memberikan kemudahan dalam proses pelayanan	3.29	4.25	-0.96
10	Keluhan terkait masalah pelayanan terselesaikan dengan tuntas	3.14	4.18	-1.04
11	Langkah-langkah pembelian setiap produk tergolong mudah bagi semua orang	3.38	4.21	-0.83
12	Adanya pengembalian dana apabila terjadi kegagalan transaksi saat pembelian produk	3.14	4.37	-1.23
13	Pelanggan dengan mudah menyampaikan keluhan jika terjadi suatu masalah	3.15	4.24	-1.08
14	Produk yang diterima sesuai dengan deskripsi yang diberikan	3.43	4.28	-0.85
15	Durasi waktu penerimaan produk yang dibeli tergolong cepat	3.47	4.25	-0.77
16	Pelanggan mendapatkan informasi melalui SMS dan lainnya apabila terdapat penawaran/produk terbaru	3.51	4.14	-0.63
17	Kesediaan/kepedulian Customer Service dalam melayani keluhan dari pelanggan	3.34	4.25	-0.91

2. Analisis Gap untuk setiap dimensi

Dalam metode *SERVQUAL* kualitas suatu pelayanan didapatkan dari *gap* yang terjadi antara ekspektasi dan persepsi. Kualitas pelayanan dikatakan telah memenuhi keinginan pelanggan apabila nilai nilai persepsi lebih besar daripada nilai ekspektasi [10]. Sehingga menghasilkan nilai yang positif, hal ini berarti kualitas pelayanan dapat dikatakan baik dan handal karena telah melebihi ekspektasi dari pelanggan, meskipun dalam beberapa hal melebihi ekspektasi pelanggan tidak selalu memberikan efek positif bagi pelanggan.

Apabila nilai persepsi lebih kecil dari pada nilai ekspektasi dan menghasilkan nilai gap negative, berarti kualitas suatu pelayanan dapat dikatakan kurang baik dan belum memenuhi ekspektasi pelanggannya [11].

Rata-rata gap untuk masing-masing dimensi dihitung dengan menjumlahkan nilai gap pada masing-masing dimensi dan dibagi dengan jumlah atribut pada masing-masing dimensi tersebut. Nilai gap rata-rata setiap dimensi pada metode servqual dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 14. Nilai Gap (Gap Score) Setiap Dimensi

No	Dimensi	Persepsi	Ekspektasi	Gap
1	Tangible	3.31	4.22	-0.91
2	Reliability	2.88	4.42	-1.54
3	Responsiveness	3.27	4.21	-0.94
4	Assurance	3.30	4.28	-0.98
5	Emphaty	3.42	4.19	-0.77

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan provider Telkomsel belum memenuhi keinginan pelanggan. Dimana hasil dari rata-rata gap masih menunjukkan nilai negatif. Maka dari itu perlu dilakukan perbaikan kualitas pelayanan berdasarkan atribut-atribut pada dimensi-dimensi *servqual*. Pada tabel 13 menunjukkan bahwa gap terbesar ada pada dimensi *reliability* dengan nilai gap sebesar -1.54. Artinya dimensi *reliability* memiliki kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi paling besar dibandingkan dengan dimensi-dimensi yang lainnya. Dimensi untuk gap terbesar kedua adalah dimensi *assurance* dengan nilai gap sebesar -0.98, sedangkan untuk dimensi *responsiveness* memiliki nilai gap sebesar -0.94 dimana dimensi ini termasuk kedalam dimensi dengan nilai gap terbesar ketiga, dimensi untuk gap terbesar keempat adalah dimensi *tangible* dengan nilai gap sebesar -0.91, dan dimensi dengan nilai gap terbesar kelima adalah dimensi *emphaty* dengan nilai gap -0.77.

3.4. Analisis IPA (Importance Performance Analysis)

A. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan dari skor yang di persepsikan dengan skor yang diharapkan. Tingkat konsistensi akan menentukan urutan prioritas untuk meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan [12]. Semakin tinggi prioritas menandakan bahwa kualitas produk lebih sesuai dengan harapan dan minat konsumen, dan sebaliknya semakin rendah prioritas maka menunjukkan bahwa kualitas produk tidak sesuai dengan harapan dan minat konsumen.

Tabel 15. Tingkat Kepuasan

No	Presentase Kesesuaian	Tingkat Kepuasan
1	20-40	Kepuasan Rendah
2	41-79	Kepuasan Sedang
3	80-100	Kepuasan Tinggi

Berikut adalah hasil perhitungan nilai tingkat kesesuaian setiap responden terhadap seluruh atribut pelayanan dari provider Telkomsel dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 16. Analisis Tingkat Kesesuaian

No	Dimensi	Atribut	Tingkat Persepsi (Xi)	Tingkat Ekspektasi (Yi)	Tingkat Kesesuaian (Tki) %
1	<i>Tangible</i>	PR1	2.89	4.25	68.00
		PR2	3.39	4.12	82.15
		PR3	3.59	4.30	83.55

No	Dimensi	Atribut	Tingkat Persepsi (Xi)	Tingkat Ekspektasi (Yi)	Tingkat Kesesuaian (Tki) %
2	Reliability	PR4	3.38	4.21	80.27
		PR5	2.89	4.46	64.69
		PR6	3.00	4.45	67.37
		PR7	2.95	4.34	68.04
		PR8	2.69	4.42	60.77
3	Responsiveness	PR9	3.29	4.25	77.38
		PR10	3.14	4.18	75.17
		PR11	3.38	4.21	80.27
4	Assurance	PR12	3.14	4.37	71.92
		PR13	3.15	4.24	74.39
		PR14	3.43	4.28	80.18
		PR15	3.47	4.25	81.78
5	Emphaty	PR16	3.51	4.14	84.74
		PR17	3.34	4.25	78.67

Pada tabel 16 terdapat 10 atribut dengan tingkat kepuasan sedang, dimana presentase untuk tingkat kesesuaiannya berkisar antara 60.77 hingga 78.67. Dan terdapat atribut dengan tingkat kepuasan tinggi sebanyak 7 dengan presentase tingkat kesesuaiannya yang berkisar antara 80.18 hingga 84.74. Sehingga berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan diperoleh rata-rata kesesuaian sebesar 75.26% yang berarti bahwa kualitas pelayanan berdasarkan tingkat kesesuaiannya menghasilkan tingkat kepuasan sedang.

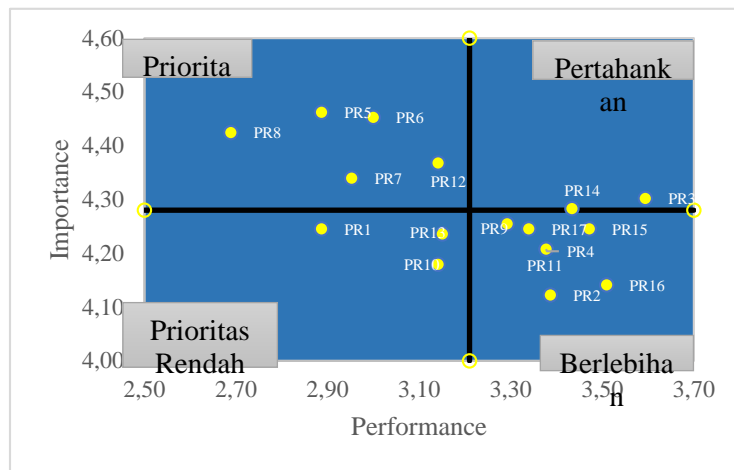
B. Rata-rata Tingkat Persepsi dan Tingkat Harapan

Rata-rata tingkat persepsi dan tingkat harapan menjadi dasar untuk menentukan kinerja dari provider Telkomsel, yaitu dengan membandingkan nilai rata-rata dari tingkat persepsi (X) dengan nilai rata-rata dari tingkat ekspektasi (Y). Dan berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3.21 untuk tingkat persepsi (X) dan 4.28 untuk tingkat ekspektasi (Y). Hasil dari perhitungan tersebut akan menjadi titik perantara dalam menentukan apakah setiap atribut memiliki kualitas yang baik dan penting menurut konsumen.

C. Analisis Diagram Kartesius

Analisis diagram kartesius bertujuan untuk mengetahui dan mengurutkan atribut-atribut mana saja yang memiliki kualitas tinggi atau rendah dan penting atau tidak penting secara detail berdasarkan ke lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* yang digambarkan kedalam sebuah diagram kartesius, sehingga menghasilkan kesimpulan yang berkaitan dengan atribut-atribut mana saja yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan agar diperoleh kepuasan dari pelanggan [13].

Setelah diketahui nilai rata-rata dari setiap atribut, selanjutnya akan dilakukan penjabaran berupa pemetaan terhadap diagram kartesius. Diagram ini akan menggambarkan posisi masing-masing dari setiap atribut berdasarkan empat kuadran yaitu kuadran I (prioritas utama), kuadran II (pertahankan), kuadran III (prioritas rendah), dan kuadran IV (berlebihan). Dari keempat kuadran tersebut akan menggambarkan kondisi yang berbeda-beda satu sama lainnya dan dibatasi oleh skor rata-rata dari tingkat persepsi sebesar 3.21 untuk sumbu X dan skor rata-rata dari tingkat ekspektasi sebesar 4.28 untuk sumbu Y.



Gambar 1. Diagram Kartesius

3.5. Pembahasan

Pada penelitian ini, pemeringkatan prioritas didasarkan pada nilai tingkat persepsi pada masing-masing atribut dengan membandingkan rata-rata dari nilai persepsi yaitu sebesar 3.21. Semakin kecil nilai persepsi maka semakin tinggi prioritas atribut tersebut untuk dilakukan perbaikan. Nilai ini didasarkan pada tingkat persepsi daripada tingkat ekspektasi karena persepsi merupakan penilaian pelanggan terhadap kualitas suatu produk barang maupun jasa. Semakin kecil nilainya, semakin rendah tingkat kepuasannya, dan sebaliknya semakin tinggi nilainya maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya.

Pada penelitian terdahulu, metode servqual digunakan oleh Zuraidah Eva untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia Cabang Belitang terhadap tingkat kepuasan pelanggan[14]. Metode yang sama juga dilakukan oleh Setiyo Wibowo dan Nur Muflihah Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual Di Sanjaya Fitness Jombang[15]. Perbedaan isi pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah data yang menjadi acuannya tidak tertuju kepada pelayanan administrasi suatu badan usaha melainkan penelitian ini lebih kepada kinerja dari suatu pelayanan salah satu provider terbesar yang ada di Indonesia, dimana hampir semua orang di Indonesia telah mempunyai Handphone dan menggunakan provider tertentu.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa kesenjangan (*gap*) menunjukkan tingkat kualitas pelayanan dari provider Telkomsel di kecamatan Sine, Ngawi bernilai negatif (-). Dimana hasil rata-rata dari uji kesenjangan (*gap*) antara persepsi dan ekspektasi dari pelanggan memiliki nilai -1,065, hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh provider Telkomsel belum sepenuhnya memenuhi harapan dari pelanggan. Nilai negatif (-) tidak hanya terjadi pada rata-rata secara keseluruhan, akan tetapi juga untuk semua dimensi, yaitu -0,91 untuk dimensi *tangible*, -1,54 untuk dimensi *reliability*, -0,94 untuk dimensi *responsiveness*, -0,98 untuk dimensi *assurance*, dan -0,77 untuk dimensi *emphaty*.

Pada analisis tingkat kesesuaian menunjukkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh provider Telkomsel memiliki nilai rata-rata sebesar 75,26% yang berarti bahwa kualitas pelayanan berdasarkan tingkat kesesuaiannya menghasilkan tingkat kepuasan sedang.

Sedangkan berdasarkan analisis diagram kartesius terdapat beberapa atribut yang masuk kedalam kuadran I, dimana atribut-atribut yang masuk pada kuadran ini menjadi prioritas utama untuk dilakukan suatu perbaikan. Atribut yang masuk dalam kuadran I adalah atribut dari pernyataan ke 5,6,7,8 dan 12.

Daftar Pustaka

- [1] J. Sembiring and B. Sinaga, "Penerapan Metode Servqual Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pengurusan Surat Izin Usaha Mikro Dan Kecil Pada Kantor Camat Dolat Rayat Kabupaten Karo," *J. Nas. Komputasi dan Teknol. Inf.*, vol. 4, no. 2, 2021, doi: 10.32672/jnkti.v4i2.2933.
- [2] H. Syahputra, A. Ramadhanu, and R. Bayuputra, "PENERAPAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) UNTUK MENGUKUR KUALITAS SISTEM

- INFORMASI ULANGAN HARIAN,” *J. Ekon. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 1, no. 4, 2020, doi: 10.31933/jemsi.v1i4.172.
- [3] N. Irawati, S. E. Priyanto, and Y. P. Kristiutami, “Analisis Destination Branding Kawasan Wisata Taman Sari melalui Metode Importance Performance Analysis,” *Media Wisata*, vol. 17, no. 2, 2021, doi: 10.36276/mws.v17i2.157.
- [4] A. F. Hadining, “ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN ABC LAUNDRY DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY, IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI),” *J@ti Undip J. Tek. Ind.*, vol. 15, no. 1, 2020, doi: 10.14710/jati.15.1.1-10.
- [5] M. F. Sulthon and D. Samanhuji, “ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MERANCANG STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN SWOT DI CAFE,” *JUMINTEN*, vol. 1, no. 1, 2020, doi: 10.33005/juminten.v1i1.88.
- [6] E. Rosita, W. Hidayat, and W. Yuliani, “UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER PERILAKU PROSOSIAL,” *FOKUS (Kajian Bimbing. Konseling dalam Pendidikan)*, vol. 4, no. 4, 2021, doi: 10.22460/fokus.v4i4.7413.
- [7] R. Subhan and R. A. Noor, “Pelatihan Pengolahan Data Statistik Menggunakan SPSS Bagi Mahasiswa Fisip UNISKA MAB Banjarmasin,” *IJCD Indones. J. Community Dedication*, vol. 1, no. 1, 2023, doi: 10.61214/ijcd.v1i1.19.
- [8] A. D. Andriana and R. Handi, “PRIORITAS PERBAIKAN PELAYANAN TRANSPORTASI MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL,” *Maj. Ilm. UNIKOM*, vol. 18, no. 2, 2020, doi: 10.34010/miu.v18i2.3940.
- [9] C. Pasaribu, O. J. Harmaja, M. Br Perangin-angin, and Y. B. Lahagu, “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Perkreditan Rakyat Menggunakan Metode Service Quality dan Index Potential Gain Customer Value,” *J. Sist. Inf. dan Ilmu Komput. Prima (JUSIKOM PRIMA)*, vol. 5, no. 1, 2021, doi: 10.34012/jurnalsisteminformasidanilmukomputer.v5i1.1903.
- [10] E. Saputri, “EVALUASI KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN APLIKASI MOBILE MYINDIHOME BERDASARKAN KOMBINASI METODE SERVQUAL DAN METODE WEBQUAL,” *J. Tekno Kompak*, vol. 14, no. 1, 2020, doi: 10.33365/jtk.v14i1.525.
- [11] A. Gunawan, N. Wahyuni, and A. S. Utami, “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pasien Rawat Jalan Di Krakatau Medika Hospital,” *J. Integr. Syst.*, vol. 3, no. 1, 2020, doi: 10.28932/jis.v3i1.2490.
- [12] M. Mazza Basya and B. Utami Silfia Ayu, “Analisis SWOT dengan Model Importance Performance Analysis (IPA) Pada Layanan Fintech Bank Syariah di Indonesia,” *El-Qist J. Islam. Econ. Bus.*, vol. 10, no. 2, 2020, doi: 10.15642/elqist.2020.10.2.179-191.
- [13] A. Yuliana and U. Rinaldi, “IKM DAN DIAGRAM KARTESIUS : KUALITAS PELAYANAN PDAM KOTA PONTIANAK PADA MASA PANDEMI COVID-19,” *J. Ekon. Integr.*, vol. 11, no. 2, 2021, doi: 10.51195/iga.v11i2.163.
- [14] E. Zuraidah, “Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan PT Pos Indonesia Cabang Belitang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual,” *PROSISKO J. Pengemb. Ris. dan Obs. Sist. Komput.*, vol. 8, no. 2, 2021, doi: 10.30656/prosisko.v8i2.3702.
- [15] S. Wibowo and N. Muflihah, “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual Di Sanjaya Fitnes Jombang,” *J. Penelit. Bid. Inov. Pengelolaan Ind.*, vol. 1, no. 2, 2022, doi: 10.33752/invantri.v1i2.2324.

