

USULAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN UMKM DI WILAYAH JABOTABEK

Johnson Saragih¹⁾, Rina Fitriana²⁾, Ayu Rizky³⁾

^{1,2,3)}Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Trisakti
Corresponding Author : Johnson_saragih@trisakti.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kualitas pelayanan UMKM wilayah Jabotabek, kemudian memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanan terkait masalah yang dihadapi. Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan pengambilan sampel sebanyak 60 responden /pelanggan yang mewakili UMKM yang memproduksi bir pletok peci merah di wilayah Jakarta Timur terhadap para pelanggan, kemudian melakukan penyebaran kuesioner penelitian dan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan valid dan reliabel, maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas, dimana alat ukur dikatakan valid apabila r hitung lebih besar r tabel, sedangkan apakah alat ukur tersebut bersifat handal dilakukan uji kehandalan dengan kriteria Cronbach alpha lebih besar dari 0.06.berikutnya dilakukan perhitungan gap antara tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen, lalu di posisikan pada system koordinat *Important Perormance Analysis (IPA)*.Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh untuk identitas responden adalah, laki laki sebanyak 64 % dan perempuan sejumlah 36 %, usia responden yang berumur diantara 17 s/d 25 tahun adalah sebanyak 33 %, usia diantara 26 s/d 35 tahun adalah sebanyak 18 %, usia diantara 36 s/d 45 tahun sebanyak 27 % dan lebih dari 45 tahun sebanyak 22 %, tingkat pendidikan responden SLTP sebanyak 4 %,SLTA 38% dan Sarjana 58 %.Sedangkan jenis pekerjaan responden adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 27 %, karyawan 35 % dan wirausaha sebanyak 20%.kualitas pelayanan yang perlu dipertahankan Harga minuman Bir Pletok Peci Merah yang terjangkau (x_3), Harga Bir Pletok Peci Merah yang tercantum sudah sesuai dengan harga yang dibayarkan di kasir (x_6), ketanggapan customer service menyediakan/memberikan sample minuman tradisional Bir Pletok Peci Merah (x_8), Ketanggapan customer service memberikan pelayanan (x_7), usulan perbaikan kualitas layanan yang perlu dilakukan adalah menentukan setting optimal terhadap komposisi kandungan campuran bir pletok peci merah dengan menggunakan mixture experiment.

Kata Kunci: . umkm, bir pletok peci merah, importance performance analysis,mixture experiment.

I. PENDAHULUAN

Sejak dicanangkannya kebijakan Industri Nasional melalui peraturan Presiden No.28/2008,bahwa Indonesia akan menjadi sebuah Negara Industri Tangguh di dunia pada tahun 2025. Adapun yang menjadi focus pengembangan Industri yang diprioritaskan adalah :

- Industri padat karya
- Industri prioritas khusus
- Industri pertumbuhan tinggi

Industri berbasis sumber daya manusia

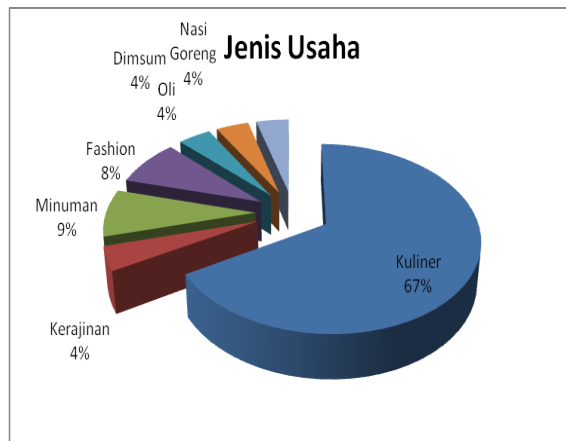
Industri padat modal

Dan salah satu yang menjadi tulang punggung perkembangan di Indonesia adalah Industri Kecil dan Menengah, dimana produk yang dihasilkan adalah dari IKM yang dipasarkan melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (*UMKM*), bahwa pelaku usaha masyarakat terdiri dari Usaha Besar dengan omzet/tahun lebih dari Rp 50 milyar dan aset lebih dari Rp 10 milyar/tahun, Usaha Menengah ber-omzet Rp 2.5 milyar/tahun sampai dengan Rp 50 milyar/tahun dengan aset Rp 500 juta sampai dengan Rp 10 milyar/tahun, Usaha Kecil beromzet Rp 300 juta/tahun sampai dengan 2.5 milyar/tahun dengan aset Rp 50 juta sampai dengan Rp 500 juta dan Usaha Mikro beromzet sampai dengan Rp 300 juta dan aset sampai dengan 50 juta. Dari total 56.539.560 unit usaha ternyata untuk UMKM mencapai 55.586.197 unit atau sekitar 98.79 %. Oleh karena itu unit UMKM ini perlu dilakukan evaluasi kualitas pelayanannya, salah satu keberhasilan suatu perusahaan /UMKM adalah ditinjau dari tingkat kualitas pelayanannya, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanannya, diharapkan semakin tinggi tingkat penjualannya dengan demikian unit usaha tersebut semakin mampu bersaing di tingkat local. UMKM mencapai 55.586.197 unit atau sekitar 98.79 %. Oleh karena itu unit UMKM ini perlu dilakukan evaluasi kualitas pelayanannya, salah satu keberhasilan suatu perusahaan /UMKM adalah ditinjau dari tingkat kualitas pelayanannya, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanannya, diharapkan semakin tinggi tingkat penjualannya dengan demikian unit usaha tersebut semakin mampu bersaing di tingkat lokal maupun global. Pelayanan adalah suatu proses interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan (Fandy Tjiptono, 2008), sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai perbedaan antara apa yang diharapkan dan kenyataan yang diterima konsumen.

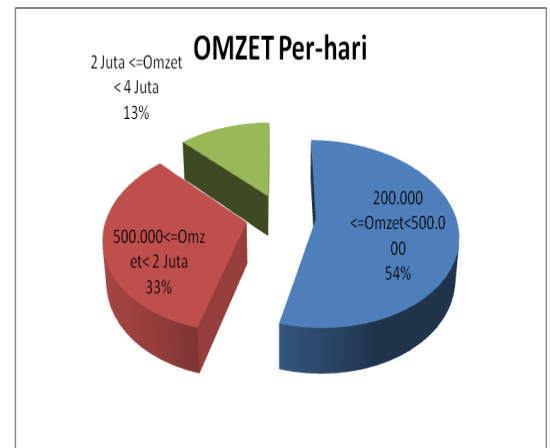
1.1 PROFIL UMKM WILAYAH JABOTABEK

1.1.1 Wilayah Depok

Sebagai gambaran keberadaan UMKM di wilayah Jabotabek, penulis melakukan surevey di Depok, pada tanggal 25 Juli 2019, terhadap 24 orang pelaku usaha UMKM (Johnson Saragih dkk, 2019). Adapun hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut, ternyata jenis usaha yang bergerak dibidang usaha kuliner adalah sebanyak 67%, minuman 9%, fashion 8%, dimsum 4%, nasi goreng 4% dan oli 4% (Gambar 1) Omzet perhari untuk kriteria Rp 200.000,- sampai dengan Rp 500.000,- adalah sebanyak 54%, kriteria lebih dari Rp 500.000,- sampai dengan Rp 2.000.000,- adalah sebesar 33 % dan kriteria Rp 2.000.000,- sampai dengan Rp 4.000.000,- (Gambar 2)



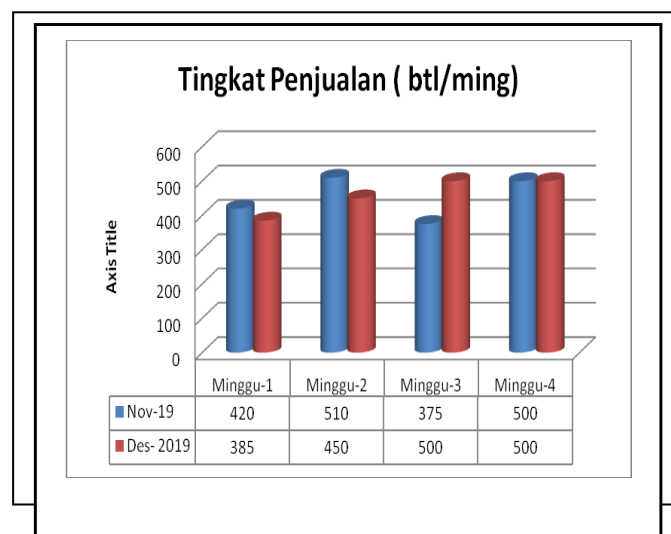
Gambar 1: Jenis Usaha UMKM Depok



Gambar 2: Omzet/hari UMKM Depok

1.1.2 Wilayah Jakarta Timur

Untuk wilayah Jakarta Timur, pada penelitian ini dilakukan pada UMKM di bidang minuman tradisional Betawi, yaitu Bir Pletok Peci Merah, produk ini dikemas dan dipromosikan sesuai dengan perkembangan zaman, serta berpotensi besar bagi perkembangan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, dengan jumlah pekerja enam orang dan memproduksi bir pletok berdasarkan permintaan rata-rata 455 botol/minggu, masih tidak sesuai target yang diinginkan yakni sebesar 500 botol/minggu, (Gambar 3)



Gambar 3: Tingkat penjualan bir pletok

Jika diperhatikan omzet penjualan di kota Depok (Gambar 2) dan tingkat penjualan Bir pletok peci merah (Gambar 3), masih jauh dari target yang telah ditentukan. Dengan demikian pada penelitian ini perlu dilakukan evaluasi kualitas pelayanan yang diberikan UMKM terhadap pelanggan apakah sesuai dengan indikator yang telah ditentukan

1.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian pada peneitian ini adalah :

1. Mengetahui sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelayanan UMKM Wilayah Jabotabek
2. Memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanan

II. STUDI PUSTAKA

2.1 *Service Quality*

Service Quality atau biasanya disingkat menjadi SerQual adalah suatu upaya yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk melihat sampai sejauh mana perbedaan antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang diterima para pelanggan terhadap kinerja suatu perusahaan. Atau menurut (Fandy Tjiptono,2008) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam membangun bisnisnya, tidak luput dari peran pelayanan yang baik dan memuaskan pelangganya. Menurut (Bilson Simamora,2008) ada beberapa criteria yang dapat bermanfaat bagi perusahaan atas pelayanan yang diberikan.

1. Pelayanan yang istimewa yaitu suatu pelayanan yang diterima konsumen melampaui harapannya.
2. Menciptakan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan yang berdampak kepada pemesanan kembali akan produk yang ditawarkan, dengan demikian akan meningkatkan penjualan dan profit perusahaan.

Memberikan effect domino bagi para pelanggan yang artinya pelanggan adalah sebagai sumber informasi bagi perusahaan dalam hal intelejen

2.2 Dimensi Service Quality

Seperti yang kita ketahui menurut (Montgomery,2005) kualitas berbanding terbalik dengan variasinya, semakin kecil variasinya maka kualitasnya semakin meningkat atau sebaliknya semakin besar variasinya semakin rendah kualitasnya. Pada Service Quality dimensi pengukuran adalah bersifat kualitatif, sehingga perlu ditransformasikan ke bentuk skala pengukuran yang bersifat kuantitatif dengan menggunakan skala likert. Adapun dimensi kualitas pada service quality adalah sebagai beriku

1. **Tangibels**, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal .Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas phisik, misalnya gedung perusahaan atau penampilan para karyawannya
2. **Reliability**, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat, pelayanan yang tepat waktu
3. **Responsive**, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan dan tepat kepada pelanggan dengan memberikan informasi yang jelas.

4. **Assurance**, atau jaminan dan kepastian pengetahuan kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan perusahaan .Adapun dimensi Assurance dapat dibagi menjadi empat bagian yaitu :
- a. **Competence** (kompetensi) yaitu keahlian atau ketrampilan yang harus dimiliki penyedia jasa dalam memberikan jasanya kepada pelanggan.
 - b. **Credibility** (kredibilitas) yaitu kejujuran dan tanggung jawabihak penyedia jasa.
 - c. **Courtesy** (kesopanan), kesopanan atau rasa hormat dan keramahan yang diberikan penyedia jasa
 - d. **Security** (keamanan/keselamatan) yaitu rasa aman atau bebas dari rasa takut atau keragu-raguan yang diberikan pada penyedia jasa.
5. **Empathy**, yaitu yang memberikan perhatian dengan tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Adapun Empathy dapat dibagi menjadi empat bagian yaitu :
- a. **Acces**,yang berarti tingkat kemudahan untuk dihubungi dan ditemuinya pihak penyedia jasa kepada pelanggan.
 - b. **Communcation**, yang berarti kemampuan pihak penyedia jasa untuk selalu menginformasikan sesuatu dalam bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan dan pihak penyedia jasa selalu mau mendengarkan apa yang disampaikan oleh pelanggan.
 - c. **Understanding customer**, dapat diartikan sebagai tingkat usaha pihak penyedia jasa untuk mengetahui dan mengenali pelanggan serta kebutuhannya.

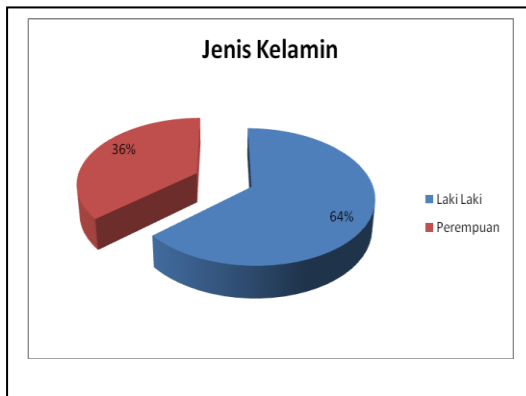
III. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan cara pengambilan sampel untuk mewakili populasi yang ada di daerah Jakarta Timur.adapun pelanggan yang mewakili sampel sebanyak 66 responden. Kuesioner penelitian disebar sejumlah 66 responden , kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas , uji validitas yaitu untuk mengetahui apakah alat ukur yang diinginkan valid untuk mengukur apa yang ingin diukur, sedangkan uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat kehandalan alat ukur yang digunakan .Adapun yang diukur adalah atribut/variabel tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen yang dikategorikan dengan skala likert. Lalu dilakukan perhitungan gap antara tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan.Untuk mempoisikannya pada sistem koordinat **Importance System Analysis (IPA)** kemudiandilakukan perbaikan kualitas pelayanan

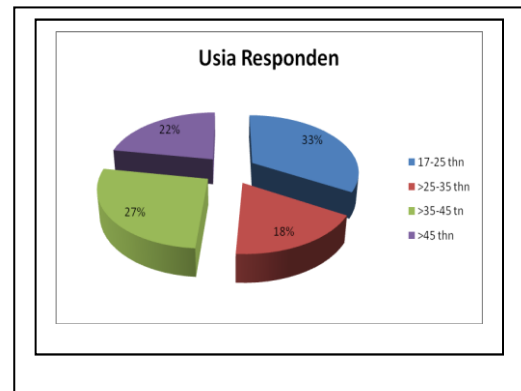
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada pelanggan sebanyak 66 responden/pelanggan dan dari screening responden yang dilakukan ternyata yang layak untuk di evaluasi adalah sebanyak 55 responden.Adapun profil /identitas responden adalah sebagai berikut :

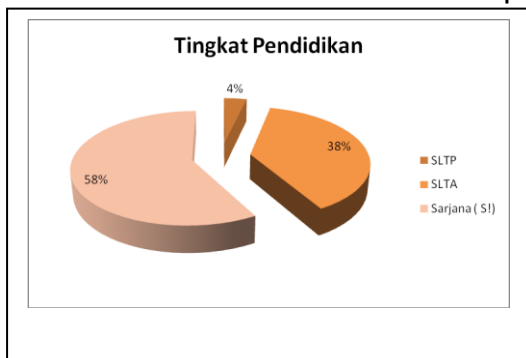
Untuk jenis kelamin responden, laki laki adalah sebanyak (64%) dan perempuan sebanyak (36%) , (gambar :4), usia responden yang berumur diantara 17 s/d 25 tahun sebanyak (33 %), lebih dari 25 tahun s/d 35 tahun sebanyak(18 %), lebih dari 35 tahun s/d 45 tahun sebanyak (27%) dan lebih dari 45 tahun sebanyak (22%),(Gambar :5).untuk tingkat pendidikan, yang berpendidikan SLTP sebanyak (4%),SLTA (38%), dan sarjana (58%), (gambar :6).Pekerjaan pelanggan pelajar/mahasiswa (27%),karyawan (35%),wirausaha (20%) dan karyawan lainnya (18%), (Gambar:7).



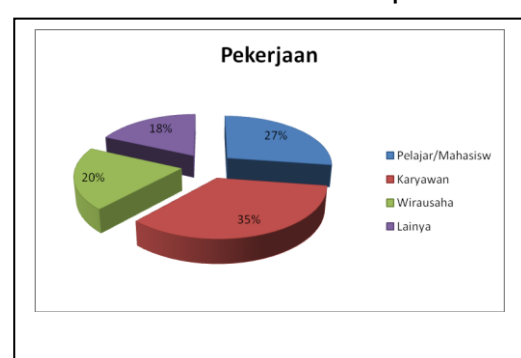
Gambar 4: Jenis kelamin responden



Gambar 5: Usia Responen



Gambar 6: Tingkat pendidikan responden



Gambar 7: Pekerjaan

Dimensi kualitas pelayanan yang menjadi pengukuran pada penelitian ini adalah

Tangibles atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal, yang terdiri dari :

1. Kondisi toko Bir Pletok Peci Merah yang bersih (x_1)
2. Jumlah tenaga kerja/pegawai yang mencukupi (x_2)
3. Harga minuman minuman Bir Pletok Peci Merah yang terjangkau (x_3)

Reliability, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat, pelayanan yang tepat waktu

1. Rasa minuman Bir Pletok Peci Merah yang sehat dan enak (x_4)
2. Tersedianya label halal dan kadaluarsa pada kemasan Bir Pletok Peci Merah (x_5)

3. Harga Bir Pletok Peci Merah yang tercantum sesuai dengan harga yang dibayarkan di kasir (x_6)

Responsive, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan (responsive) dan tepat kepada pelanggan dengan memberikan informasi yang jelas.

1. Ketanggapan customer service memberikan pelayanan (x_7)
2. Ketanggapan customer service menyediakan/memberikan sample minuman tradisional Bir Pletok Peci Merah (x_8)
3. Kejelasan keterangan yang diberikan customer service akan komposisi kandungan zat tradisional Bir Pletok Peci Merah (x_9)

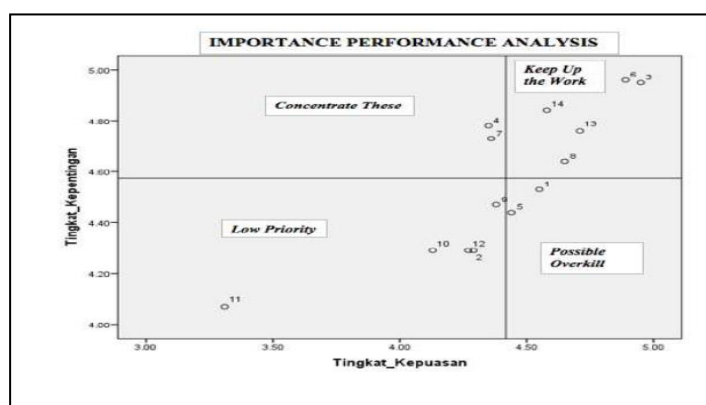
Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan perusahaan.

1. Reputasi Bir Pletok Peci Merah sebagai pelopor minuman tradisional khas daerah Betawi (x_{10})
2. Lokasi Bir Pletok Peci Merah yang strategis dan tersedia fasilitas sarana parkir (x_{11})
3. Kenyamanan saat berbelanja, dengan disediakan meja dan kursi untuk minum langsung di tempat (x_{12})

Empathy, kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi untuk memahami kebutuhan konsumen :

1. Kemudahan penyampaian keluhan yang disampaikan pelanggan (x_{13})
2. Keramahan customer service (x_{14})

Seperti yang telah dijelaskan pada metodologi penelitian, digunakan skala likert untuk alat ukur tingkat kepentingan dengan kriteria (1): menyatakan sangat tidak penting,(2) :tidak penting,(3): cukup penting(4) penting, (5): sangat penting , sedangkan untuk tingkat kepuasan dengan kriteria (1): sangat tidak puas, (2): tidak puas, (3): cukup puas,(4) puas dan (5) : sangat puas .Uji validitas dilakukan dengan uji spearson dengan kriteria jika r hitung $>$ r tabel maka dikatakan valid. Dan untuk realibilitas kriteria cornbach alpha $>$ 0.06. Kemudian dilakukan perhitingan gap antara tingkat kepentingan dan kepuasan, yang di posisikan pada system koordinat IPA, diperoleh hasil sebagai berikut :



Gambar 8: Importance Performance Analysis

Kuadran A (Concentrate These). Pada kuadran ini menunjukkan tingkat kepentingan/harapan pelanggan terhadap pelayanan UMKM untuk produk Bir

Pletok Peci Merah sangat tinggi tetapi kenyataan tidak sebanding tingkat kepuasan / kenyataannya . Pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikani. Informasi kebutuhan pelanggan dalam kuadran ini harus ditingkatkan kinerjanya. Berikut atribut yang termasuk dalam kuadran Concentrate These:

Rasa minuman tradisional Bir Pletok Peci Merah yang sehat dan enak (x_4)
Kejelasan keterangan yang diberikan customer service akan komposisi kandungan zat tradisional Bir Pletok Peci Merah (x_9)

Kuadran B (Keep Up the Work) Dalam kuadran ini harapan pelanggan terhadap pelayanan pada Bir Pletok Peci Merah sangat tinggi dan pada kenyataannya pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Informasi kebutuhan pelanggan pada kuadran ini tergolong sudah baik kinerjanya dan perlu untuk dipertahankan agar tidak mengurangi kepuasan pelanggan. Berikut beberapa atribut yang tergolong dalam kuadran Keep Up the Work:

Harga Bir Pletok Peci Merah yang tercantum sudah sesuai dengan harga
Harga minuman Bir Pletok Peci Merah yang terjangkau (x_3)
yang dibayarkan di kasir (x_6)
Ketanggapan customer service menyediakan/memberikan sample minuman tradisional Bir Pletok Peci Merah (x_8)
Ketanggapan customer service memberikan pelayanan (x_7)
Ketanggapan customer service memberikan pelayanan (x_7)

Kuadran C (Low Priority) Pada kuadran ini harapan pelanggan terhadap pelayanan Bir Pletok Peci Merah cukup rendah dan kenyataannya kinerja pada atribut ini tidak terlalu istimewa. Atribut dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena manfaatnya tidak terlalu dirasakan oleh pelanggan.

Jumlah tenaga kerja/pegawai yang mencukupi (x_2)
Reputasi Bir Pletok Peci Merah sebagai pelopor minuman tradisional khas daerah Betawi (x_{10})
Lokasi Bir Pletok Peci Merah yang strategis dan tersedia fasilitas sarana parkir (x_{11})
Kenyamanan saat berbelanja, dengan disediakan meja dan kursi untuk minum langsung di tempat (x_{12})

Kuadran D (Possible Overkill) Dalam kuadran ini harapan pelanggan terhadap pelayanan Bir Pletok Peci Merah cukup rendah tetapi kinerjanya dianggap cukup memuaskan oleh para pelanggan. Pelayanan tersebut bisa dianggap sebagai nilai tambahan yang dirasakan bagi pelanggan. UMKM produk Bir Pletok Peci Merah juga tidak perlu memberikan perhatian khusus terhadap informasi ini. Berikut atribut yang tergolong dalam kuadran Possible Overkill:

Kondisi toko Bir Pletok Peci Merah yang bersih (x_1)
Tersedianya label halal dan kadaluarsa pada kemasan Bir Pletok Peci Merah (x_5)

Usulan Perbaikan

Berdasarkan indikator **Importance Permormance Analysis (IPA)**, informasi yang perlu diperbaiki pada UMKM untuk Bir Pletok Peci Merah adalah :

Rasa minuman tradisional Bir Pletok Peci Merah yang sehat dan enak (x_4)

Kejelasan keterangan yang diberikan customer service akan komposisi kandungan zat tradisional Bir Pletok Peci Merah (x_9)

Untuk masaah rasa yang kurang kurang enak yang dirasakan oleh pelanggan perlu dikaji ulang akan komposisi campuran minuman tradisional Bir Peltok Peci Merah dengan pendekatan metoda **Mixture Experiment**, dimana yang menjadi variabel respon adalah rasa, sedangkan faktor yang mempengaruhi adalah komposisi cmpuran , secara matematis formulasi umum dapat dimodelkan dengan $y = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_p)$, dimana y : rasa yang dapat diukur dengan skala 1-10, oleh para konsuen, sedangkan $x_1, x_2, x_3, \dots, x_p$ adalah komposisi campuran dengan $x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_p = 1$. kemudian dilakukan secara random sehingga diperoleh komposisi campuran yang optimal. Sedangkan untuk meningkatkan penjelesan akan kandungan zat pada produk tersebut, perlu dilakukan pelatihan yang scara intensif terhadap customer service yang terlibat.

V. KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan yang diperoleh pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan

Dari pendapat 55 pelanggan/responden yang menjawab pertanyaan, diperoleh sebagai berikut:

1. Untuk Jenis kelamin responden, laki laki adalah sebanyak (64 %) dan perempuan Sebanyak 36 % , Usia responden yang berumur antara 17 sampai dengan 25 tahun sebanyak 33 %, lebih dari 25 sampai dengan 35 tahun sebanyak 18%, lebih dari 35 sampai dengan 45 tahun sebanyak 27 % dan lebih dari 45 tahun sebanyak 22 %, Tingkat pendidikan, yang berpendidikan SLTP sebanyak 4 %, SLTA ,38 % dan Sarjana 58% .Pekerjaan respondem Pelajar/Mahasisw sebanyak 27%, karyawan 35 %, wirausaha 20% dan lainya sebesar 18 %
2. Kualitas pelayanan yang perlu dipertahankan adalah, harga minuman Bir Pletok Peci Merah yang terjangkau (x_3), harga Bir Pletok Peci Merah yang tercantum sudah sesuai dengan harga yang dibayarkan di kasir (x_6), ketanggapan customer service meyediakan/memberikan sample minuman tradisional Bir Pletok Peci Merah (x_8), ketanggapan customer service memberikan pelayanan (x_7)
3. Usulan perbaikan yang perlu dilakukan pada kualitas pelayanan, dengan merancang percobaan dengan indikator rasa yang optimal dengan metoda mixture experiment, dan memberikan pelatihan yang intensif terhadap customer service

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono, 2008, Strategi Pemasaran Edisi III, Yogyakarta: Andi Offset.
Montgomery D.C, 2005, Introduction to Statistical Quality Control, 5th edition, New York: John Wiley
Simamora Bilson, 2008, Panduan Riset Prilaku Konsumen , Jakarta : PT Gramedia

Wei-Nien Liao, Tseng-Chung Tang, Li-Chiau-Chi. A study of Applying Quality Function Deployment & Service A Quality Model In Service Quality of Credit Department of Far- Mers' Association a Case Study in Taiwan. International Research Journal of Applied Finance, Vol VII, Issue-2 February,2007