

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis *Importance and Performance Analysis* (IPA)

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan metode *Importance and Performance Analysis* (IPA), dapat diketahui bahwa atribut yang memiliki nilai rata-rata kepentingan tertinggi yaitu atribut nomor 14 pada dimensi *assurance* (jaminan) sebesar 4,33 dengan atribut kecepatan akses layanan internet hingga 100 Mbps. Hal ini disebabkan karena responden menilai bahwa atribut tersebut merupakan faktor kepentingan yang harus diutamakan oleh penyedia jasa layanan internet untuk mendukung kualitas dan kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa layanan internet @wifi.id.

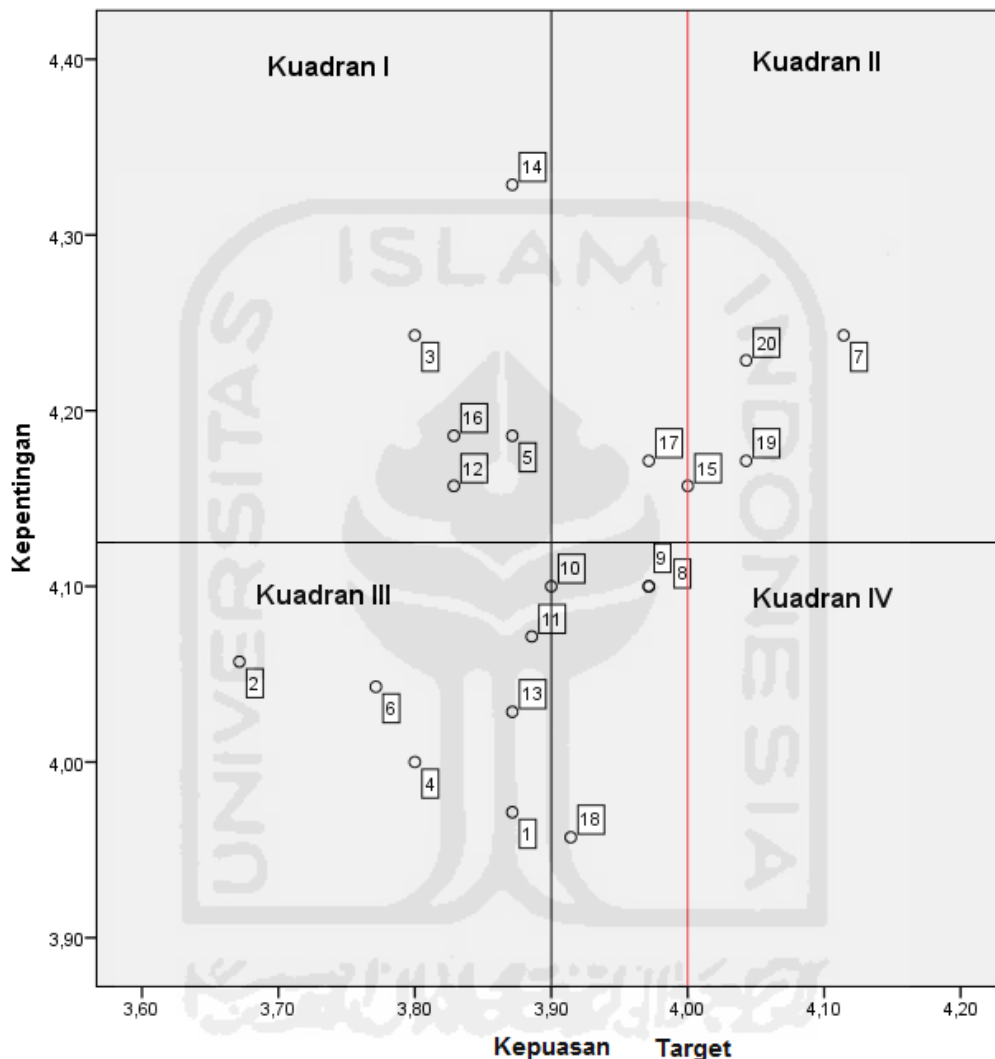
Sedangkan atribut yang memiliki nilai rata-rata kepentingan terendah yaitu atribut nomor 1 pada dimensi *tangible* (bukti fisik) sebesar 3,97 dengan atribut memiliki jaringan internet yang baik dan tersebar luas hampir di seluruh Indonesia. Hal ini disebabkan karena responden menilai bahwa atribut tersebut bukan merupakan faktor kepentingan yang harus diutamakan, karena tidak semua pengguna di seluruh Indonesia mengetahui lebih dalam tentang jaringan internet apa yang sedang digunakan, yang mereka ketahui hanyalah seberapa baik kualitas dan kepuasan jasa layanan internet yang didapatkan oleh pengguna jasa layanan internet.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada tingkat kepuasan, dapat diketahui bahwa atribut yang memiliki nilai rata-rata kepuasan tertinggi yaitu atribut nomor 7 pada dimensi *tangible* (bukti fisik) sebesar 4,11 dengan atribut memiliki karyawan yang rapi, sopan dan baik. Hal ini disebabkan karena responden menilai bahwa atribut tersebut merupakan keutamaan sebuah perusahaan dimana pelanggan menginginkan pelayanan yang baik dan sopan dari karyawan.

Sedangkan atribut yang memiliki nilai rata-rata kepuasan terendah yaitu atribut nomor 2 pada dimensi *tangible* (bukti fisik) sebesar 3,67 dengan atribut desain ruangan di lokasi *wifi corner* bagus dan menarik. Hal ini disebabkan karena responden menilai bahwa desain atap pada ruangan di lokasi *wifi corner* kurang bagus, karena atap pada

ruangan tersebut kurang lebar, sehingga ketika siang hari, ruangan *wifi corner* terasa panas, dan ketika hujan datang, percikan air tidak dapat dihindari.

5.2 Analisis Diagram Kartesius



Gambar 5.1 Diagram Kartesius

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa terdapat target perusahaan sebesar 4 (puas) yang artinya perusahaan menargetkan kepuasan perusahaan ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan dalam kategori puas. Oleh karena itu garis tengah pada variabel kepuasan bergeser menjadi garis tengah pada variabel target perusahaan, sehingga didapatkan pemetaan atribut pada masing-masing kuadran berdasarkan target perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Kuadran I

Kuadran I merupakan daerah prioritas utama yang harus dibenahi oleh perusahaan, karena atribut yang berada pada kuadran ini memiliki kepentingan tinggi, sedangkan kepuasannya rendah. Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa terdapat 6 atribut yang harus dibenahi oleh perusahaan dengan urutan atribut yang diprioritaskan terlebih dahulu berdasarkan GAP yang paling besar pada tabel 4.12 :

- a. Atribut nomor 14 pada dimensi *assurance* (jaminan) dengan atribut kecepatan akses layanan internet hingga 100 Mbps. Atribut ini menjadi prioritas pertama untuk diperbaiki karena memiliki nilai GAP yang paling besar yaitu sebesar -0,46.

Keadaan yang ada :

Pelanggan menilai kecepatan akses layanan internet @*wifi.id* tidak sepenuhnya mencapai hingga 100 Mbps. Berdasarkan hasil wawancara dengan petugas @*wifi.id*, kecepatan akses layanan internet yang diberikan kepada pelanggan bisa mencapai hingga 100 Mbps dengan ketentuan :

- Jumlah pengguna tidak banyak dan tidak melebihi kuota *access point* yang telah diatur oleh pihak @*wifi.id* sebanyak maksimal 30 pelanggan, karena kecepatan 100 Mbps tersebut akan dibagi sesuai dengan jumlah pengguna yang ada, dan apabila pengguna melebihi kuota *access point*, maka pengguna ke-31 tidak dapat melakukan akses @*wifi.id*.
- Jenis frekuensi *wifi* pada *gadget* yang digunakan oleh pengguna adalah 5 Ghz, karena semakin besar frekuensi *wifi* pada *gadget* yang digunakan, maka sinyal yang ditangkap menjadi lebih cepat, sehingga dapat mempengaruhi kecepatan internet yang didapat oleh pengguna.
- Jarak pengguna dengan *access point* berdekatan, karena apabila pengguna terlalu jauh dengan *access point* dimana radius sinyal dari *access point* hanya bisa mencapai kurang lebih hingga 25 meter, maka sinyal yang diperoleh menjadi sedikit dan kecepatan internet menjadi berkurang.

Hal-hal tersebut yang masih belum diketahui oleh para pengguna @*wifi.id*.

Oleh karena itu perbaikan yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu :

- Perusahaan dapat memberikan sosialisasi mengenai ketentuan untuk mendapatkan kecepatan yang akan diperoleh secara terbuka, sehingga pengguna lebih paham terhadap ketentuan untuk mendapatkan kecepatan internet yang baik dan cepat sesuai dengan apa yang telah dijanjikan oleh perusahaan.
- Perusahaan dapat memasang *access point* di lokasi yang lapang dan tidak terhambat oleh dinding atau bangunan, sehingga sinyal yang dipancarkan tidak terhambat.

- b. Atribut nomor 3 pada dimensi *tangible* (bukti fisik) dengan atribut desain ruangan layanan *service center* bagus, nyaman dan menarik. Atribut ini menjadi prioritas kedua untuk diperbaiki karena memiliki nilai GAP terbesar kedua yaitu sebesar -0,44.

Keadaan yang ada :

Pelanggan menilai kursi tunggu pada ruangan layanan *service center* kurang nyaman, karena ada beberapa kursi tunggu yang tidak memiliki sandaran sehingga menyebabkan pelanggan tidak bisa bersantai ketika menunggu di ruangan layanan *service center*.

Oleh karena itu perbaikan yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu :

- Perusahaan dapat meninjau kembali kursi tunggu yang akan digunakan di ruangan layanan *service center* untuk disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan dengan melihat anggaran yang dimiliki oleh perusahaan.

- c. Atribut nomor 16 pada dimensi *assurance* (jaminan) dengan atribut keamanan pengunjung terjamin dalam melakukan aktivitas (memarkir kendaraan, transaksi, mengakses internet). Atribut ini menjadi prioritas ketiga untuk diperbaiki karena memiliki nilai GAP terbesar ketiga yaitu sebesar -0,36.

Keadaan yang ada :

Pelanggan masih merasa ragu terhadap keamanan kendaraan yang diparkirkan di tempat parkir yang telah disediakan oleh perusahaan, pelanggan menilai pihak keamanan hanya memantau dari jauh dan tidak mengecek kembali kendaraan yang diparkirkan ketika pelanggan meninggalkan kendaraannya.

Oleh karena itu perbaikan yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu :

- Perusahaan dapat memberikan himbauan kepada pelanggan yang akan memarkirkan kendaraannya untuk selalu waspada dengan mengunci kendaraannya, tidak meninggalkan barang berharga di dalam kendaraan, parkir dengan rapi dan tidak sembarangan dengan memasang papan himbauan tersebut di setiap tempat parkir, sehingga pelanggan paham akan keamanan kendaraannya sendiri dan pengamanan bersama antara perusahaan dengan pelanggan dapat terjalin.

- d. Atribut nomor 12 pada dimensi *responsiveness* (daya tanggap) dengan atribut kecepatan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan. Atribut ini menjadi prioritas keempat untuk diperbaiki karena memiliki nilai GAP terbesar keempat yaitu sebesar -0,33.

Keadaan yang ada :

Pelanggan menilai karyawan kurang cepat dalam menangani keluhan yang berkaitan dengan terganggunya jaringan internet @*wifi.id* yang mengakibatkan pelanggan tidak dapat melakukan akses internet. Berdasarkan hasil wawancara dengan petugas @*wifi.id*, dalam menangani gangguan jaringan internet yang terjadi, petugas harus melihat jenis gangguan terlebih dahulu untuk dapat mencari solusi dan melakukan perbaikan, sehingga membutuhkan waktu untuk menangani gangguan internet yang terjadi. Hal tersebut yang tidak diketahui oleh pelanggan dan membuat pelanggan memutuskan bahwa karyawan kurang cepat dalam menangani keluhan pelanggan.

Oleh karena itu perbaikan yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu :

- Perusahaan dapat memberikan lembar keluhan pelanggan khususnya yang berkaitan dengan gangguan jaringan internet @*wifi.id* untuk diisi identitas, nomor/e-mail yang bisa dihubungi dan keluhan pelanggan, sehingga ketika petugas sudah memiliki jawaban dari keluhan pelanggan, petugas dapat memberikan jawaban tersebut melalui nomor/e-mail yang ada dan disertai dengan alasan kenapa membutuhkan waktu yang panjang untuk menangani keluhan yang terjadi.

- e. Atribut nomor 5 pada dimensi *tangible* (bukti fisik) dengan atribut memiliki sarana tempat parkir yang luas, bersih dan aman. Atribut ini menjadi prioritas kelima untuk diperbaiki karena memiliki nilai GAP terbesar kelima yaitu sebesar -0,31.

Keadaan yang ada :

Pelanggan menilai tempat parkir kendaraan roda dua kurang rapi, sehingga terlihat sesak dan membuat pelanggan yang ingin memarkirkan kendaraan menjadi sulit.

Oleh karena itu perbaikan yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu :

- Perusahaan dapat memberikan himbauan kepada pelanggan yang akan memarkirkan kendaraannya untuk selalu waspada dengan mengunci kendaraannya, tidak meninggalkan barang berharga di dalam kendaraan, parkir dengan rapi dan tidak sembarangan dengan memasang papan himbauan tersebut di setiap tempat parkir, sehingga pelanggan paham akan keamanan dan kerapian kendaraannya sendiri dan pengamanan bersama antara perusahaan dengan pelanggan dapat terjalin.
- Perusahaan dapat menambah kapasitas area parkir kendaraan roda dua dengan cara mengurangi kapasitas area parkir kendaraan roda empat, sehingga area parkir kendaraan roda dua menjadi tidak sesak.

- f. Atribut nomor 17 pada dimensi *assurance* (jaminan) dengan atribut kemudahan dalam memperoleh voucher. Atribut ini menjadi prioritas keenam untuk diperbaiki karena memiliki nilai GAP terbesar keenam yaitu sebesar -0,20.

Keadaan yang ada :

Pelanggan masih kesulitan dalam memperoleh voucher khususnya melalui *counter* pulsa dengan alasan *counter* tidak menyediakan voucher. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak @wifi.id perusahaan sudah memberikan kemudahan dalam proses memperoleh voucher melalui plaza Telkom, online, kafe dan *counter* pulsa yang memiliki logo/banner @wifi.id (sudah bekerja sama). Namun faktanya voucher masih sulit didapatkan di beberapa *counter* pulsa yang sudah bekerja sama dengan @wifi.id.

Oleh karena itu perbaikan yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu :

- Perusahaan dapat memberikan arahan kepada pihak *counter* pulsa untuk memberi laporan kepada perusahaan ketika stok voucher sudah sedikit, sehingga voucher dapat disuplai kembali.
- Perusahaan dapat mengecek secara berkala keadaan di *counter* pulsa akan keberadaan voucher @*wifi.id*, sehingga perusahaan dapat mengerti keadaan apa yang ada di *counter* pulsa tersebut.

2. Kuadran II

Kuadran II merupakan daerah yang harus dipertahankan oleh perusahaan, karena atribut yang berada pada kuadran ini memiliki kepentingan yang tinggi dan kepuasan yang juga tinggi. Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa terdapat 4 atribut yang kepuasannya harus dipertahankan oleh perusahaan dengan urutan atribut yang diprioritaskan terlebih dahulu berdasarkan GAP yang paling kecil pada tabel 4.12 :

- a. Atribut nomor 7 pada dimensi *tangible* (bukti fisik) dengan atribut memiliki karyawan yang rapi, sopan dan baik. Atribut ini menjadi prioritas utama untuk dipertahankan karena memiliki nilai GAP yang paling kecil pertama yaitu sebesar -0,13.

Keadaan yang ada :

Pelanggan menilai, karyawan sudah memiliki kerapian dan kesopanan yang baik dalam melayani pelanggan.

Oleh karena itu cara mempertahankan kepuasan yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu :

- Perusahaan dapat memberikan penghargaan dan mempertimbangkan karyawan yang memiliki kerapian dan kesopanan yang baik dalam melayani pelanggan untuk diberikan bonus penghasilan sesuai dengan anggaran yang dimiliki perusahaan, sehingga karyawan dapat termotivasi dan kepuasannya dalam melayani pelanggan dapat terus meningkat.
- b. Atribut nomor 19 pada dimensi *empathy* (empati) dengan atribut keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan. Atribut ini menjadi

prioritas kedua untuk dipertahankan karena memiliki nilai GAP yang paling kecil yaitu sebesar -0,13.

Keadaan yang ada :

Pelanggan menilai, karyawan sudah memiliki keramahan dan kesopanan yang baik dalam melayani pelanggan.

Oleh karena itu cara mempertahankan kepuasan yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu :

- Perusahaan dapat memberikan penghargaan dan mempertimbangkan karyawan yang memiliki keramahan dan kesopanan yang baik dalam melayani pelanggan untuk diberikan bonus penghasilan sesuai dengan anggaran yang dimiliki perusahaan, sehingga karyawan dapat termotivasi dan kepuasannya dalam melayani pelanggan dapat terus meningkat.

- c. Atribut nomor 15 pada dimensi *assurance* (jaminan) dengan atribut kestabilan akses layanan internet. Atribut ini menjadi prioritas ketiga untuk dipertahankan karena memiliki nilai GAP yang paling kecil ketiga yaitu sebesar -0,13.

Keadaan yang ada :

Pelanggan menilai, akses layanan internet @wifi.id sudah memiliki kestabilan yang baik ketika digunakan (tidak putus nyambung).

Oleh karena itu cara mempertahankan kepuasan yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu :

- Perusahaan dapat menjaga dan memantau kestabilan layanan internet tersebut melalui form keluhan pelanggan yang diisi oleh pelanggan, sehingga ketika ada masalah yang menghambat akan kestabilan internet tersebut dapat langsung ditangani dengan tanggap.

- d. Atribut nomor 20 pada dimensi *empathy* (empati) dengan atribut kesabaran karyawan dalam menanggapi setiap permintaan pelanggan. Atribut ini menjadi prioritas keempat untuk dipertahankan karena memiliki nilai GAP yang paling kecil keempat yaitu sebesar -0,19.

Keadaan yang ada :

Pelanggan menilai, karyawan sudah memiliki kesabaran yang cukup dalam menanggapi setiap permintaan pelanggan.

Oleh karena itu cara mempertahankan kepuasan yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu :

- Perusahaan dapat memberikan penghargaan dan mempertimbangkan karyawan yang memiliki kesabaran yang baik dalam melayani pelanggan untuk diberikan bonus penghasilan sesuai dengan anggaran yang dimiliki perusahaan, sehingga karyawan dapat termotivasi dan kepuasannya dalam melayani pelanggan dapat terus meningkat..

5.3 Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), dapat diketahui bahwa atribut yang memiliki nilai indeks kepuasan pelanggan tertinggi yaitu atribut nomor 7 pada dimensi *tangible* (bukti fisik) sebesar 0,042 dengan atribut memiliki karyawan yang rapi, sopan dan baik. Hal ini disebabkan karena responden menilai bahwa atribut tersebut merupakan keutamaan sebuah perusahaan dimana pelanggan menginginkan pelayanan yang baik dan sopan dari karyawan.

Sedangkan atribut yang memiliki nilai indeks kepuasan pelanggan terendah yaitu atribut nomor 2 pada dimensi *tangible* (bukti fisik) sebesar 0,036 dengan atribut desain ruangan di lokasi *wifi corner* bagus dan menarik. Hal ini disebabkan karena responden menilai bahwa desain atap pada ruangan di lokasi *wifi corner* kurang bagus, karena atap pada ruangan tersebut kurang lebar, sehingga ketika siang hari, ruangan *wifi corner* terasa panas, dan ketika hujan datang, percikan air tidak dapat dihindari.

Kemudian nilai indeks kepuasan pelanggan secara keseluruhan dari 20 atribut yaitu sebesar 0,78 dimana nilai tersebut termasuk dalam kategori kepuasan pelanggan yang puas. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengguna jasa layanan internet @*wifi.id* yang berada di *wifi corner* area PT. Telkom Kotabaru milik PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Witel Yogyakarta secara keseluruhan merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Namun alangkah baiknya pihak PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) tidak menjadikan hal ini berpuas diri dikarenakan persaingan di bidang jasa layanan internet semakin ketat. PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) sebagai pengelola jasa layanan internet @*wifi.id* harus selalu melakukan perbaikan dan inovasi terhadap beberapa atribut dalam memberikan pelayanan maupun sarana dan

prasarana pendukung agar loyalitas pengguna jasa milik PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) dapat meningkat dan tetap terjaga.

5.4 Implikasi

1. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), terdapat lebih dari 5 atribut yang harus diperbaiki oleh perusahaan. Hasil perhitungan dalam penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arini Intan Nurdin (2014) dan Duwi Budianto (2013). Implikasi praktisnya dalam penelitian ini adalah Perusahaan perlu memperbaiki atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki.
2. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan analisis GAP, terdapat kesenjangan antara harapan/kepentingan pelanggan dengan kepuasan pelanggan. Hasil perhitungan dalam penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Johan Oscar Ong & Jati Pambudi (2014). Implikasi praktisnya dalam penelitian ini adalah Perusahaan perlu memberikan layanan yang lebih baik agar dapat memenuhi kepentingan pelanggan.
3. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), secara keseluruhan pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Hasil perhitungan dalam penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arini Intan Nurdin (2014) dan Lohafri Tanan (2013). Implikasi praktisnya dalam penelitian ini adalah Perusahaan perlu melakukan upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan atas kualitas layanan yang diberikan dengan memenuhi kepentingan pelanggan dan memperbaiki atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki.