BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian kajian literatur ini akan dibahas mengenai teori yang digunakan sebagai landasan penelitian yang dilakukan. Teori yang digunakan berupa kajian induktif atau kajian empiris yaitu menggunakan landasan teori dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Teori lainnya yaitu kajian deduktif atau kajian teoritis mengenai beberapa konsep yaitu *Lean Service* dan *Service Performance* di industri jasa.

2.1 Kajian Induktif

Dalam penulisan penelitian ini, penulis mengkaji infomasi dari penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, dengan melihat kekurangan atau kelebihan yang sudah ada. Penelitian mengenai peningkatan kualitas pelayanan dalam industri jasa. Selain itu, peneliti juga mengkaji informasi dari jurnal-jurnal penelitian terdahulu guna mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya yang berkaitan dengan judul penelitian yang digunakan. Beberapa yang dikaji penulis yaitu:

Penelitian tentang *Lean Servperf (Lean Service Dan Service Performance)* di rumah sakit telah dilakukan oleh (Ira, 2013) dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Terhadap Pasien Menggunakan Pendekatan *Lean Servperf (Lean Service Dan Service Performance)* (Studi Kasus Rumah Sakit X). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan Rumah Sakit X serta tribut apa saja yang perlu dilakukan perbaikan. Metode yang digunakan adalah *Lean Servperf (Lean Service Dan Service Performance)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Service Performance* menghasilkan analisis tingkat instrumen kinerja pelayanan. *Lean Service* dapat digunakan untuk menghilangkan *waste* aktivitas yang tidak bernilai tambah. Hasil dari penelitian ini, terdapat 15 atribut pelayanan yang perlu dilakukan perbaikan untuk

meningkatkan kualitas pelayanan di Rumah Sakit X berdasarkan kepuasan pasien, selaku konsumen dengan menggunakan SERVPERF.

Penelitian mengenai Lean Servperf (*Lean Service Dan Service Performance*) pada Fakultas Saintek UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta telah dilakukan oleh Muzakiyah (2011) melakukan penelitian dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Pada Bagian Tata Usaha Berdasarkan Tingkat Kepuasan Mahasiswaa Menggunakan Pendekatan Lean Servperf (Studi Kasus pada Fakultas SAINTEK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). Dalam penelitian menunjukkan bahwa metode yang digunakan dengan menggunakan Pendekatan Lean Servperf *(Lean Service dan Service Performance*). *Service Performance* digunakan untuk menganalisis tingkat 6 instrument kinerja pelayanan bagian Tata Usaha. *Lean Service* digunakan untuk menghilangkan *waste* aktivitas yang tidak untuk meningkatkan kualitas pelayanan di bagian Tata Usaha Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakrta.

Penelitian lainnya mengenai Lean Servperf (*Lean Service Dan Service Performance*) dilakukan oleh (Sari & Sujarwo, 2011) melakukan penelitian dengan judul Analisis Kualitas Jasa Layanan Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Dengan Metode Servperf. dalam Kesiapan Menghadapi Persaingan . Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas jasa pelayanan dimaksudkan untuk menentukan atribut dan tingkat kepuasaan konsumen terhadap kualitas atribut jasa pelayanan tersebut. Metode servperf menentukan kualitas layanan dengan hanya melakukan pengukuran pada kinerja pelayanan. Teknik pengolahan data meliputi identifikasi atribut awal kemudian menentukan keunggulan dan kelemahan layanan dengan analisis kuadran. Berdasarkan hasil perhitungan dalam metode Servperf, atribut keinginan konsumen termasuk kedalam kuadran A (prioritas utama) yang menunjukkan bahwa daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, namun masih menunjukkan kinerja (kepuasan) yang kurang.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan pendekatan l*ean healthcare* untuk meminimasi *waste* di Rumah Sakit Islam Unisma Malang (Adellia, et al., 2014). Penelitian ini menggunakan pendekatan *lean healthcare* untuk mengidentifikasikan *waste* dari proses pelayanan, sehingga dapat mengurangi *waste* dari proses pelayanan sehingga kondisi rumah sakit jauh lebih efektif dan efisien, serta kualitas pelyanan dan kepuasan konsumen meningkat. Berdasarkan hasil penelitian masih terdapat 8 *waste*

healthcare yang terdapat pada unit rawat jalan dan rawat inap. *Waste* kritis pada pelayanan rawat jalan dan rawat inap yakni mencari dokumen rekam medis, pasien mendatangi ruang pemeriksaan yang salah, perpindahan pasien yang berlebih, menunggu obat di farmasi.

Penelitian lainnya tentang metode Servperf (*Service Performance*) dilakukan oleh (Azzahra Handriati, et al., 2015) yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Servperf-Ipa-Csi . Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan gambaran kondisi terminal bus yang ada sehingga dapat melakukan pengembangan dan meningkatkan kualitas pelayanan terminal. Hasilnya adalah penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan publik di terminal bus Jombor Sleman menunjukkan sebagian besar responden merasa kurang puas terhadap pelayanan jasa yang telah diberikan. Hasil dari perhitungan Servperf dan analisis IPA menggunakan diagram kartesius yaitu Atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikan dalam kategori kuadaran I adalah musholla & toilet yang nyaman, ruang tunggu yang nyaman, kondisi bus yang baik dan keamanan di lokasi terminal bus.

Penelitian lainnya mengenai Lean Servperf (*Lean Service Dan Service Performance*) rumah sakit dilakukan oleh (Aprillia Resti & Hudaya, 2011) dengan judul Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Unit Farmasi Rawat Jalan Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Pendekatan Lean Servperf (Studi Kasus di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah. Tujuan dari penelitian ini adalah peningkatan kualitas pelayanan di unit farmasi rawat jalan berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan menggunakan pendekatan Lean Sevrperf . Hasilnya adalah penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 5 atribut pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan kinerja pelayanan rendah, yaitu atribut bukti fisik yaitu toilet yang bersih dan nyaman dan tersedia tempat parkir yang luas dan aman, dan atribut empati kesabaran, kepedulian, dan ketulusan karyawan terhadap konsumen. Berdasarkan metode Lean Service yang digunakan, atribut yang memiliki tingkat kinerja rendah tersebut dapat diperbaiki tingkat kinerjanya dengan cara: memasang penunjuk arah untuk menunjukkan letak toilet, melakukan pembersihan toilet 1 hari 2 kali, menyediakan keset kaki, menyediakan sarana antar jemput karyawan untuk menghemat lahan parkir, memberikan pelatihan pada karyawan tentang cara berkomunikasi yang baik dan prosedur – prosedur yang baik dalam melayani konsumen, serta mengurangi beban kerja

karyawan sehingga nantinya diharapkan dapat menurunkan tingkat stress kerja karyawan.

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No.	**Judul**	**Penulis**	**Tahun**	**Objek Penelitian**	**Hasil *Review***	
					Lean Service	***Service Performance***
1	Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Terhadap Pasien Menggunakan Pendekatan *Lean Servperf (Lean Service Dan Service Performance)* (Studi Kasus Rumah Sakit X)	Ira Setyaningsih	2013	Proses pelayanan Poli Umum Rumah Sakit X	✓	✓
2	Analisis Kualitas Pelayanan Pada Bagian Tata Usaha Berdasarkan Tingkat Kepuasan Mahasiswaa Menggunakan Pendekatan Lean Servperf (Studi Kasus pada Fakultas SAINTEK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)	Muzakiyah	2011	Proses di Fakultas SAINTEK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	✓	✓
3	Analisis Kualitas Jasa Layanan Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Dengan Metode Servperf Dalam Kesiapan Menghadapi Persaingan	Sujarwo dan Afsah Novita Sari	2011	Proses Pelayanan di Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum		✓

4	Analisis Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Servperf-Ipa-Csi	Annisa Azahra, Vembri Noor Helia, Sunaryo		Pelayanan publik di terminal bus		✓
5	Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Unit Farmasi Rawat Jalan Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Pendekatan Lean Servperf (Studi Kasus di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah)	Medina Aprillia Resti	2011	Proses Pelayanan di unit farmasi pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah	✓	✓

2.2 Kajian Deduktif

2.2.1 Industri Jasa

Gummesson (1987) dikutip dari (Santoso, 2006), jasa didefinisikan sebagai "*Something which can we bought and sold but which you cannot drop on your feet*". Definisi ini menekankan bahwa jasa bisa dipertukarkan namun kerap kali sulit dialami atau dirasakan secara fisik.

Philip Kotler (2000) dikutip dari (Santoso, 2006), jasa terjadi jika suatu pihak melakukan penawaran tindakan dan perbuatan kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik dan memiliki hasil yang bukan merupakan kepemilikan sesuatu. Walaupun demikian, produk jasa dapat berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Dalam upaya mendeferensiasikan sebuah perusahaan jasa dengan perusahaan lain adalah dengan memberikan jasa yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan umumnya jasa lebih tinggi dalam kualitas pengalaman dan kepercayaan, oleh sebab itu konsumen lebih banyak resiko dalam pembeliannya Philip Kotler (2000) ini akan membuat konsekuensinya:

1. Pengguna jasa atau konsumen jasa umumnya lebih tergantung pada promo dari mulut ke mulut daripada iklan perusahaan jasa.
2. Para konsumen sangat mengandalkan harga, personel, dan petunjuk fisik untuk menilai kualitas jasa.
3. Jika konsumen merasa puas, mereka sangat setia kepada penyedia jasa.

Dari ketiga hal tersebut perusahaan harus meningkatkan deferensiasi kompetitif mereka, kualitas jasa mereka, serta produktivitas mereka. Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi atau sudut pandang pelanggan, karena pelanggan adalag yang mengkonsumsi dan menikmati jasa tersebut, sehingga merekalah yang akan menentukan kualitas jasa Philip Kotler (2000).

2.2.2 Dimensi Kualitas Jasa

Dimensi kualitas jasa menurut parasuraman dibagi menjadi 5 dimensi kualitas yaitu *reliability, assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness* (Izwaan, 2012). Penjelasan untuk masing-masing dimensi adalah sebagai berikut (Gupta & Srivastava, 2012):

a. *Tangibles*; yaitu wujud kenyataan fisik meliputi fasilitas fisik, peralatan, penampilan pegawai, dan sarana komunikasi atau informasi.
b. *Reability*; kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat, memuaskan dan dependably.
c. *Responsiveness*; keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap, cepat, dan peduli terhadap keluhan pelanggan.
d. *Assurance*; kemampuan untuk memberikan rasa aman dari bahaya dan resiko serta kepastian yang mencakup pengetahuan, rasa hormat, kesopanan, dan percaya diri yang ada dalam diri karyawan.
e. *Empathy*; sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian ke setiap pelanggan.

2.2.3 Kepuasan Pelanggan

Engel,et al (1990) dikutip dari (Santoso, 2006), mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

2.2.4 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

2.2.5 Metode Servperf (*Service Performance)*

Service performance adalah dimana konsumen menerima kinerja dari pelayanan dan menilai kualitas dari pelayanan berdasarkan apa yang konsumen dapat rasakan. (Handriati, et al., n.d.).

Pada tahun 1985, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry membuat suatu model pengukuran kualitas jasa yang memiliki tingkat generalisasi yang tinggi, yaitu SERVQUAL. Akan tetapi, pada penelitian selanjutnya menunjukkan model SERVQUAL tidak sesuai dengan model aktual terhadap beberapa industri jasa yang diteliti (Cronin & Taylor, 1992)). Oleh karena itu ada pemikiran bahwa sebenarnya alat ukur kualitas jasa tidak dapat digeneralisasi.

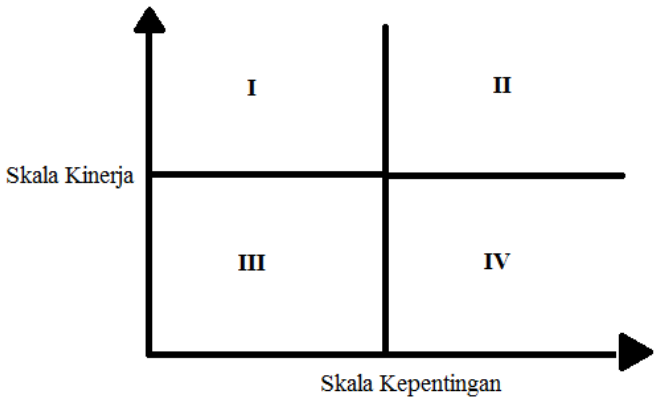
Cronin dan Taylor kemudian membuat sebuah model pengukuran dengan dimensi yang sama dengan SERVQUAL, yaitu SERVPERF. Perbedaan SERVQUAL dan SERVPERF hanyalah terletak pada cara pengukuran. Jika SERVQUAL mengukur kualitas jasa berdasarkan pendekatan diskonfirmasi (perbedaan antara ekspektasi dan persepsi), sedangkan SERVPERF mengukur kualitas jasa berdasarkan persepsi konsumen atau performansi saja. Hal ini didukung dengan penelitian Dabholkar et. al. (2000) dalam K Jain & Gupta (2004) yang menyatakan bahwa persepsi memiliki tingkat predictive yang lebih tinggi dan kekuatan penjelasan yang lebih baik dalam evaluasi dan intensi konsumen. Page dan Spreng (2002) juga mengatakan bahwa performansi merupakan indikator yang jauh lebih kuat dalam kualitas jasa dibandingkan ekspektasi. Bagi praktisi, pengukuran kualitas jasa dengan hanya menggunakan persepsi atau performansi saja lebih sederhana dan efisien dibandingkan pendekatan diskonfirmasi (Dabholkar et. al.).

Menurut Cronin dan Taylor (1994) dalam Ira (2013), *service performance* adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan. Servperf memiliki keunggulan dalam memberikan informasi atribut kualitas dan kepentingan manakah yang lebih penting untuk diperbaiki sehingga anatara keinginan dan kepentingan dapat menjadi lebih tampak dalam analisa atribut kualitas layanan (Remba. Et. al, (2008) dalam Ira (2013). Hal ini diperkuat dengan pernyataan Alford dan Sherrell (1996) dalam

Ira (2013), bahwa *service performance* akan menjadi prediktor yang baik bagi kualitas jasa atau pelayanan.

2.2.6 *Impoortance Performance Analysis*

Analisis ini diperkenalkan oleh Martilla & James dalam Ira 2013 digunakan dalam pemasaran untuk mengidentifikasi target audiens dan laju produk tertentu atau atribut pelayanan, berdasar pada tingkat kepentingan dan dampaknya bagi performance perusahaan secara keseluruhan. Dengan menggunakan matrix ini, managemen dapat memiliki gambaran ke dalam terhadap atribut-atribut yang dikehendaki dan memberikan pempatbahbaikan, dan dapat dibandingkan dengan atribut-atribut yang boros dalam penggunaan sumber daya dan memberi keuntungan minimal bagi kepuasan konsumen. Awalnya IPA hanya memiliki 2 dimensi, x dan y saja. Sumbu X menunjukkan performance (kepuasan konsumen), sedangkan y- menunjukkan tingkat kepentingan. Matriks ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, dimana perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan total. Selain itu, matriks ini juga menunjukkan bidang atau atribut tertentu yang perlu dipertahankan dan aspek-aspek yang perlu dikurangi prioritasnya.



Gambar 2. 1 Peta Kuadran

Keempat kuadran tersebut mengandung pengertian sebagai berikut ini:

a. Kuadran I, menunjukkan daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, namun masih menunjukkan kinerja yang rendah.

b. Kuadran II, menunjukkan daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat

kepentingan yang tinggi dan memiliki kinerja yang tinggi.

c. Kuadran III, menunjukkan daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah, serta masih menunjukkan kinerja yang rendah.

d. Kuadran IV, menunjukkan daftar keinginan konsumen yang memliki tingkat kepentingan yang rendah, dan telah memiliki kinerja yang tinggi.

2.2.7 *Entity Relationship Diagram* (ERD)

Menurut (Sukamto & Salahudin, 2014) "*Entity Relationship Diagram* (ERD) adalah pemodelan awal basis data yang akan dikembangkan berdasarkan teori himpunan dalam bidang matematika untuk pemodelan basis data relasional"

Sukamto dan Shalahuddin (2014), ERD memiliki beberapa aliran notasi seperti notasi Chen (dikembangkan oleh Peter Chen). Barker (dikembangkan oleh Richard Barker, Ian Palmer, Harry Ellis), notasi Crow's Foot, dan beberapa notasi lain. Namun yang banyak digunakan adalah notasi dari Chen. Simbol-simbol yang digunakan pada ERD dengan notasi Chen, sebagaimana dapat dilihat pada gambar 2.2.

Notasi	Keterangan
Entitas	**Entitas**, adalah suatu objek yang dapat diidentifikasi dalam lingkungan pemakai.
Relasi	**Relasi**, menunjukkan adanya hubungan di antara sejumlah entitas yang berbeda.
Atribut	**Atribut**, berfungsi mendeskripsikan karakter entitas (atribut yg berfungsi sebagai key diberi garis bawah)
———————	**Garis**, sebagai penghubung antara relasi dengan entitas, relasi dan entitas dengan atribut.

Gambar 2. 2 Simbol-simbol ERD