

TESIS

**ANALISIS PELAYANAN PASAR TRADISIONAL SEBAGAI UPAYA DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGAN**

(Studi Kasus: Pasar Beringharjo Yogyakarta)



**HANIN FITRIA
18916114**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS MAGISTER TEKNIK INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Demi Allah SWT, Saya akui karya ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika di kemudian dari ternyata terbukti pengakuan saya tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak intelektual maka saya bersedia ijazah yang saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 17 September 2020



n Fitria

NIM: 18916114

Lembar Pengesahan Pembimbing

**ANALISIS PELAYANAN PASAR TRADISIONAL SEBAGAI UPAYA DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGAN**
(Studi Kasus: Pasar Beringharjo Yogyakarta)

TESIS



Disusun Oleh:

NAMA : Hanin Fitria

No. Mhs : 18916114

Yogyakarta, 21 September 2020

Dosen Pembimbing

(Dr. Taufiq Immawan, S.T., M.M.)

Lembar Pengesahan Penguji

**ANALISIS PELAYANAN PASAR TRADISIONAL SEBAGAI UPAYA DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGAN
(Studi Kasus: Pasar Beringharjo Yogyakarta)**

TESIS

Disusun Oleh:

NAMA : Hanin Fitria

No. Mhs : 18916114

Telah dipertahankan di depan Sidang Penguji sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Master Teknik Industri

Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 2 Agustus 2020

Tim Penguji

Dr. Taufiq Immawan, S.T., M.M.

Ketua

Dr. Ir. Elisa Kusriani, M.T.

Anggota I

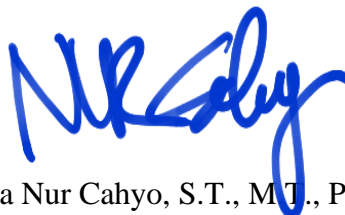
Dr. Dwi Handayani, S.T., M.Sc.

Anggota II

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri

Universitas Islam Indonesia



Winda Nur Cahyo, S.T., M.T., Ph.D

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin.

Kupersembahkan hasil karyaku ini kepada Kedua Orang Tuaku tercinta yaitu Bapak Ibnu Mastur dan Ibu Dyah Wahyuni yang tiada henti selalu memberikan semangat , doa, motivasi, dan pengorbanan yang sangat berarti untukku.

Teruntuk kakakku Rangga Afina, Ramgga Navia, dan Fardan Fariha Yang selalu memotivasiku. terimakasih untuk do'a dan dukungannya.

Teruntuk semua Guru-guruku yang telah memberikanku ilmu-ilmu yang sangat berharga dalam hidupku. ilmumu akan selalu menjadi pahala jariyah bagimu.

Teruntuk semua Dosen-dosenku yang telah memberikanku ilmu-ilmu yang sangat berguna dalam hidupku. ilmumu akan selalu menjadi pahala jariyah bagimu.

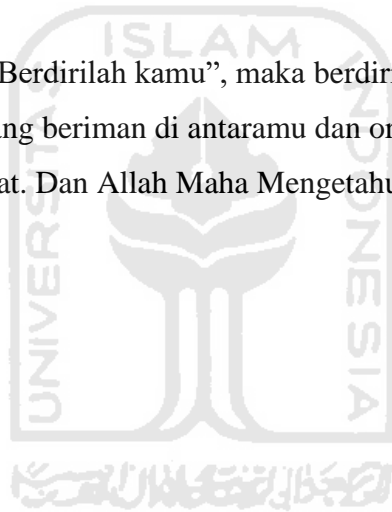
Serta semua Teman dan Sahabatku yang selalu mendukungku.

HALAMAN MOTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ ۗ وَإِذَا
قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا
تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majlis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu.

Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antarmu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayahnya. Shalawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW bersama keluarga dan para sahabat, serta orang-orang yang bertaqwa, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “Pengembangan Pelayanan Pasar Tradisional Sebagai Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pasar Beringharjo Yogyakarta).

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat memperbaiki dari pembaca dengan tujuan untuk menyempurnakan skripsi ini sangat diharapkan dan diterima. Dalam menyelesaikan karya tulis ini, penulis banyak mendapatkan bantuan bersifat bimbingan, petunjuk, ataupun diskusi. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Winda Nur Cahyo, S.T., M.T., Ph.D selaku ketua Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Magister Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Taufiq Immawan, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bantuan dan arahan dalam penyusunan Tesis ini.
4. Bapak Anis Supriyanti, SIP. Selaku Ka. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian yang telah memberikan izin penelitian di Pasar Beringharjo Yogyakarta.
5. Bapak Budi Santoso selaku KaSi Kebersihan yang telah memberikan informasi terkait pengambilan data penelitian.
6. Bapak Dwi Nanto Sujatmiko selaku KaSi Pengembangan yang telah banyak memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan data penelitian.
7. Bapak Ujun Junaidi selaku Ketua Asosiasi Pedagang Pasar yang memberikan suara dari pedagang Pasar Beringharjo sebagai bahan data penelitian.
8. Kedua orang tua saya yaitu Ibu Dyah Wahyuni dan Bapak Ibnu Mastur yang selalu memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang.

9. Semua pihak yang telah memberikan semangat dan memberi segala masukan dalam menjalankan penelitian dan penyusunan laporan tesis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis berharap semoga karya tulis ini dapat berguna bagi semua pihak dalam proses menerapkan ilmu yang penulis dapatkan di bangku kuliah. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan karya tulis ini masih jauh dari sempurna. Untuk menyempurnakan karya tulis ini dimasa mendatang penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak dengan harapan dapat bermanfaat bagi semua yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
Lembar Pengesahan Pembimbing	iii
Lembar Pengesahan Penguji	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penelitian	5
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Induktif	7
2.2 Kajian Deduktif	14
2.2.1 Kualitas Pelayanan	14
2.2.2 <i>Important Performance Analysis</i>	17
2.2.3 <i>Diagram Fishbone</i>	21
2.2.4 <i>Failure Mode and Effect Analysis (FMEA)</i>	21
2.2.5 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	25
2.2.6 Uji Kecukupan Data	28
2.2.7 Uji Validitas	29
2.2.8 Uji Reliabilitas	29
BAB III	32
METODOLOGI PENELITIAN	32

3.1	Fokus Kajian dan Tempat	32
3.2	Alur Penelitian	32
3.3	Pengumpulan Data	35
3.5.1	Data Primer	35
3.5.2	Data Sekunder	36
3.4	Metode Pengumpulan Data	36
3.4.1	Data Primer	36
3.4.2	Data Sekunder	37
3.5	Pengolahan dan Analisa Data	37
3.5.1	Penilaian Pelayanan Pasar Beringharjo.....	38
3.5.2	Pengolahan Diagram Kartesius	38
3.5.3	Perhitungan Nilai <i>Severity</i> , <i>Occurrence</i> , dan <i>Detection</i>	38
3.5.4	Analisa Prioritas Perbaikan Pelayanan.....	38
3.5.5	Penyusunan <i>House of Quality</i> (HOQ).....	38
3.5.6	Analisa Fokus Perbaikan Pelayanan	39
3.5.7	Analisa Usulan Perbaikan	40
3.6	Alat yang Digunakan	40
BAB IV		41
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		41
4.1	Profil Pasar Beringharjo	41
4.2	Lokasi Pasar Beringharjo	41
4.3	Visi dan Misi	42
4.4.1	Visi.....	42
4.4.2	Misi	42
4.4	<i>Voice of Customer</i>	43
4.4.1	Jumlah Responden	43
4.4.3	Data Demografi Responden	47
4.4.4	Uji Validitas Kuesioner.....	48
4.4.5	Uji Reabilitas Kuesioner	50
4.5	Diagram <i>Fishbone</i> Ketidakpuasan Konsumen	59
4.5.1	Tingkat Kebersihan di Pasat Beringharjo.....	59
4.5.2	Penanganan Keluhan Konsumen.....	64
4.5.3	Kejelasan dan Kemudahan Informasi Produk.....	65
4.6	<i>Failure Mode Effect Analysis</i> (FMEA)	67
4.6.1	Penilaian Keparahan <i>Failure Mode</i>	67

4.6.2	Penilaian Frekuensi Kejadian <i>Effect Failure</i>	68
4.6.3	Penilaian Kemungkinan Deteksi <i>Failure cause</i>	69
4.6.4	Perhitungan <i>Risk Priority Number (RPN)</i>	71
4.6.4	Diagram Pareto <i>Failure Mode Effect Analysis (FMEA)</i>	73
4.6.5	Diagram <i>Fishbone Failure Cause FMEA</i>	75
4.7	<i>House of Quality (HOQ)</i>	82
4.7.1	Kebutuhan Konsumen.....	82
4.7.2	<i>Importance Rating</i>	82
4.7.3	Penerjemahan Kebutuhan Konsumen ke Kebutuhan Teknis	83
4.7.4	Hubungan antara Kebutuhan Konsumen dan Kebutuhan Teknis	84
4.7.5	Penentuan Target dan Bobot Kolom	85
4.7.6	Matriks Korelasi.....	87
4.7.7	Penentuan <i>Sales Point</i>	88
4.7.8	Perhitungan <i>Improvement Ratio</i>	88
4.7.9	Penentuan Nilai Bobot Baris.....	89
BAB V	91
HASIL DAN PEMBAHASAN	91
5.1	Analisis Hasil Kuesioner	91
5.1.1	Uji Kecukupan Data.....	91
5.1.2	Uji Validitas	91
5.1.3	Uji Reliabilitas	91
5.2	Analisis <i>Voice of Customer</i>	92
5.2.1	Analisis <i>Importance Performance Analysis</i>	92
5.3	Analisis Perbaikan Pelayanan Pasar	93
5.4	Analisis Diagram <i>Fishbone</i>	94
5.4.1	Atribut Kebersihan Pasar Beringharjo	94
5.4.2	Penanganan Keluhan Konsumen.....	95
5.4.3	Kemudahan dan Kejelasan Informasi Produk	95
5.5	Analisis <i>Failure Mode and Effect Analysis (FMEA)</i>	95
5.5.1	Penilaian Keparahan <i>Failure Mode</i>	96
5.5.2	Penilaian Frekuensi Kejadian <i>Effect Failure</i>	96
5.5.3	Penilaian Kemungkinan Deteksi <i>Failure cause</i>	97
5.5.4	Perhitungan <i>Risk Priority Number (RPN)</i>	97
5.6	Urutan Penyebab Kegagalan Pelayanan	98
5.7	Analisis Diagram <i>Fishbone FMEA</i>	98

5.8	<i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	101
5.7.1	Kebutuhan Konsumen.....	101
5.7.2	<i>Importance Rating</i>	102
5.7.3	Kebutuhan Teknis	102
5.7.4	Hubungan antara Kebutuhan Konsumen dan Kebutuhan Teknis	102
5.7.5	Target dan Bobot Kolom.....	103
5.7.6	Matriks Korelasi.....	103
5.7.7	<i>Sales Point</i>	104
5.7.8	<i>Improvement Ratio</i>	104
5.7.9	Nilai Bobot Baris.....	105
5.9	Analisis Pengembangan Pelayanan	105
BAB VI	108
KESIMPULAN DAN SARAN	108
6.1	Kesimpulan	108
6.2	Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	110



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2. 2. Penilaian Severity	23
Tabel 2. 3. Penilaian Occurence	24
Tabel 2. 4. Penilaian Detection	24
Tabel 2. 5. Kelas Interval Nilai RPN	25
Tabel 4. 1. Atribut Kualitas Pelayanan Pasar Beringharjo	44
Tabel 4. 2. Data Usia Responden.....	47
Tabel 4. 3. Data Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4. 4. Output Uji Validitas Kepuasan	49
Tabel 4. 5. Output Uji Validitas Kepentingan	50
Tabel 4. 6. Output Uji Raliabilitas Kepuasan	51
Tabel 4. 7. Output Uji Raliabilitas Kepentingan	52
Tabel 4. 8. Penilaian Tingkat Kepuasan	53
Tabel 4. 9. Penilaian Tingkat Kepentingan.....	55
Tabel 4. 10. Hasil Perhitungan untuk Diagram Kartesius	57
Tabel 4. 11. Penilaian Keparahan Failure Mode	68
Tabel 4. 12. Penilaian Effect Failure	68
Tabel 4. 13. Penilaian Kemungkinan Deteksi Cause Failure	69
Tabel 4. 14. Perhitungan Risk Priority Number (RPN)	71
Tabel 4. 15. Tabel Diagram Pareto	73
Tabel 4. 16. Persentase Keseluruhan Diagram Fishbone.....	79
Tabel 4. 17. Prioritas Atribut Pelayanan yang Hatus Dipenuhi.....	82
Tabel 4. 18. Nilai Importance Rating setiap Atribut Pelayanan	83
Tabel 4. 19. Penerjemahan Kebutuhan Konsumen ke Kebutuhan Teknis.....	83
Tabel 4. 20. Penentuan Target Kebutuhan Teknis	86
Tabel 4. 21. Sales Point House of Quality (HOQ).....	88
Tabel 4. 22. Perhitungan Improvement Ratio	89
Tabel 4. 23. Nilai Bobot Baru Kebutuhan Konsumen	89
Tabel 5. 1. Persentase Pengembangan Pelayanan 1.....	106
Tabel 5. 2. Persentase Pengembangan Pelayanan 2.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Contoh Aplikasi Importance Performance Analysis (IPA)	18
Gambar 2. 3. Diagram Kartesius	18
Gambar 3. 1. Diagram Alir Penelitian	33
Gambar 4. 1. Lokasi Pasar Beringharjo Yogyakarta	42
Gambar 4. 2. Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> Kuesioner Kepuasan	51
Gambar 4. 3. Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> Kuesioner Kepentingan	52
Gambar 4. 4. Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan Pasar Beringharjo	59
Gambar 4. 5. Tempat Sampah Biru	60
Gambar 4. 6. Tempat Sampah dengan Pemilah	60
Gambar 4. 7. Sampah Tercecer	61
Gambar 4. 8. Peringatan Tidak Resmi	61
Gambar 4. 9. Lokasi Tempat Sampah	62
Gambar 4. 10. Penyalahan Fungsi Tempat Sampah	62
Gambar 4. 11. Tempat Sampah pada Lorong Pasar Basah	62
Gambar 4. 12. Tempat Sampah Hilang	63
Gambar 4. 13. Penumpukan Karung Tidak pada Tempatnya	63
Gambar 4. 14. Diagram Fishbone Tingkat Kebersihan Pasar Beringharjo	64
Gambar 4. 15. Program Asik Pasar	64
Gambar 4. 16. Diagram Fishbone Penanganan Keluhan Konsumen	65
Gambar 4. 17. Diagram Fishbone Kejelasan dan Kemudahan Informasi Produk	67
Gambar 4. 18. Diagram Pareto FMEA	74
Gambar 4. 19. Diagram Fishbone 1	75
Gambar 4. 20. Diagram Fishbone 2	76
Gambar 4. 21. Diagram Fishbone 3	76
Gambar 4. 22. Diagram Fishbone 4	77
Gambar 4. 23. Diagram Fishbone 5	77
Gambar 4. 24. Diagram Fishbone 6	78
Gambar 4. 25. Hubungan antara Kebutuhan Konsumen dan Kebutuhan Teknis (Sumber: Pengolahan data, 2020)	85
Gambar 4. 26. Bobot Kolom Kebutuhan Teknis	87
Gambar 4. 27. Matriks Korelasi Kebutuhan Teknis	88
Gambar 4. 28. House of Quality (HOQ)	90

ABSTRAK

Pasar tradisional menjadi sangat penting karena keberadaannya mampu menjadi penyokong perekonomian di Indonesia. Banyak pertumbuhan kota-kota besar di Indonesia yang terbantu akibat adanya pasar tradisional. Kota Yogyakarta juga menjadi kota yang sering dijuluki sebagai kota wisata tersebut memiliki satu ikon pasar tradisional yang sangat terkenal, yaitu Pasar Beringharjo. Pasar yang menjadi ikon Yogyakarta ini selalu mengalami kenaikan jumlah konsumen. Namun, dalam survei kepuasan masyarakat, Pasar Beringharjo memiliki nilai yang rendah dibanding pasar-pasar lainnya di Yogyakarta, sehingga perlu dilakukan pengembangan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen Pasar Beringharjo. Dalam penelitian ini digunakan tiga metode yaitu IPA, FMEA, dan HOQ untuk merancang usulan pengembangan pelayanan demi meningkatkan kepuasan konsumen. Data penelitian ini didapat melalui *voice of customer* dan pendapat ahli yang akan dilakukan analisis menggunakan tiga metode tersebut. Dari hasil pengukuran yang dilakukan terdapat tiga atribut pelayanan yang perlu dilakukan perbaikan. Selanjutnya didapatkan prioritas enam penyebab utama kegagalan pelayanan di Pasar Beringharjo. Dalam analisis yang dilakukan berdasarkan hasil perhitungan didapatkan dua usulan prioritas pengembangan pelayanan yaitu pembentukan ketua untuk setiap kelompok pedagang dan papan peringatan dan sanksi. Kesimpulan yang didapatkan yaitu tingkat kebersihan pasar, penanganan keluhan yang diajukan konsumen, dan kejelasan dan kemudahan informasi produk. Menjadi atribut pelayanan yang perlu segera dilakukan perbaikan. Penyebab utama perlunya dilakukan perbaikan salah satunya karena masyarakat pasar tidak disiplin dalam membuang sampah. Usulan yang diberikan dapat menyelesaikan 32,21% dari keseluruhan masalah yang ada. Penelitian belum sepenuhnya memberikan usulan yang signifikan, sehingga perlu dilakukan pengembangan lebih lanjut terhadap penyelesaian penyebab permasalahan yang ada. Selain itu manajemen Pasar Beringharjo juga dapat menerapkan usulan yang telah diberikan.

Kata kunci: Pasar Tradisional, Pasar Beringharjo Yogyakarta, Perbaikan Pelayanan, Desain Pelayanan, IPA, HOQ, dan FMEA.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara pembeli dan penjual secara langsung yang transaksinya dilakukan secara tradisional. Transaksi tradisional sendiri merupakan transaksi yang dilakukan dengan adanya proses tawar menawar. Pasar tradisional dibangun oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah, maupun oleh pihak swasta. Menurut Menteri Koperasi dan UKM AAGN Puspayoga pasar tradisional menjadi penyokong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pasalnya pasar tradisional, termasuk pedagang kecil yang terlibat di dalamnya, tidak pernah terkikis oleh keadaan ekonomi (Devi, 2015).

Pertumbuhan kota-kota di pulau Jawa juga tidak dapat dilepas dari narasi mengenai pasar tradisional. Kota di pulau Jawa yang berkembang akibat adanya pasar tradisional adalah Daerah Istimewa Yogyakarta. Kota yang sering dijuluki sebagai kota wisata tersebut memiliki satu ikon pasar tradisional yang sangat terkenal, yaitu Pasar Beringharjo. Pasar yang terletak di sudut Jalan Malioboro itu menjadi pusat kegiatan ekonomi selama ratusan tahun dan memiliki makna filosofis bagi warganya. Pasar Beringharjo merupakan salah satu pilar Catur Tunggal yang terdiri dari Keraton, Alun-Alun Utara, Pasar Beringharjo, dan Masjid Keraton yang melambangkan fungsi ekonomi (Utomo, 2019). Catur Tunggal adalah pola tata kerajaan yang digunakan untuk menjalankan roda kehidupan kerajaan sejak awal keberadaan Keraton (Sapto, 2016).

Berdasarkan Peraturan Wali Kota Yogyakarta Nomor 51 Tahun 2017 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perda Pasar, Pasar Beringharjo termasuk dalam pasar kelas 1. Pasar Beringharjo memiliki luas lahan dasaran sebesar 2000 m². Pasar yang memiliki fasilitas cukup lengkap ini hampir selalu mengalami kenaikan jumlah pengunjung. Pada tahun 2015 jumlah pengunjung Pasar Beringharjo mengalami kenaikan yaitu mencapai 95 ribu pengunjung per hari (Maharani, 2015). Pada tahun 2016 jumlah kenaikan pengunjung Pasar Beringharjo mencapai 200 persen atau 182.670 pengunjung (Rusqiyati, 2016). Pada tahun 2019 jumlah pengunjung Pasar Beringharjo juga kembali mengalami kenaikan yaitu mencapai 50 persen dibanding hari biasa pada bulan Mei (Rusqiyati, 2019). Dari

dua data di atas diketahui jumlah kunjungan Pasar Beringharjo hampir selalu mengalami kenaikan yang sangat pesat. Menurut data kenaikan pengunjung terjadi saat menjelang lebaran (Maharani, 2015; Rusqiyati, 2016; Rusqiyati, 2019).

Kenaikan jumlah kunjungan di Pasar Beringharjo Yogyakarta ternyata tidak diimbangi dengan kepuasan masyarakat pengguna pasar. Sebagai pasar kelas I, Pasar Beringharjo mendapatkan penilaian cukup rendah dibanding dengan pasar kelas II (Pasar Giwangan) pada tahun 2018. Data Bagian Organisasi Kota Yogyakarta Pasar Beringharjo pada Tahun 2018 mendapatkan nilai C dalam Survei Kepuasan Masyarakat, sedangkan Pasar Giwangan mendapatkan nilai B (Bagian Organisasi Yogyakarta, 2018). Pada tahun 2019 Pasar Beringharjo mengalami kenaikan nilai SKM. Menurut data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta, nilai SKM Pasar Beringharjo naik menjadi B. Namun dalam survei lebih lanjut terdapat unsur penilaian terhadap Pasar Beringharjo yang ternyata bernilai kurang memuaskan selama dua tahun berjalan, yaitu unsur kode etik pelayanan pasar. Nilai IKM unsur tersebut pada tahun 2018 yaitu 2,42 yang termasuk kategori tidak memuaskan dan pada tahun 2019 menjadi 1,42% yang termasuk tidak memuaskan (Disperindag, 2018; Disperindag, 2019). Dalam menjawab permasalahan tersebut, maka, dalam tesis ini akan dilakukan penelitian pengembangan pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian mengenai pengembangan pelayanan pernah dilakukan oleh Halim et al., (2013) pada swalayan dengan studi kasus di Swalayan KPRI Universitas Brawijaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Servqual*, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Quality Function Deployment* (QFD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode *Servqual* mampu mengidentifikasi *gap* pada kualitas pelayanan Swalayan KPRI UB dengan hasil *gap* tertinggi pada dimensi *tangible* yaitu pada atribut pencahayaan ruangan swalayan yang terang. Selanjutnya metode IPA berhasil mengidentifikasi delapan atribut kualitas pelayanan yang masuk dalam kategori kritis dan perlu dilakukan perbaikan. Metode QFD mampu menyediakan tiga rekomendasi prioritas perbaikan yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan berdasarkan nilai *normalized raw weight* tertinggi yaitu sebesar 0,1352 atau 13,52%. Selanjutnya Yuniar et al., (2014) melakukan penelitian mengenai kualitas pelayan pengiriman paket pada jasa kurir. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu metode *Servqual*. Hasil penelitian ini menyoroiti bahwa metode *Servqual* dapat mengidentifikasi sepuluh atribut kualitas

pelayanan yang memiliki nilai *gap* lima bernilai negatif. Dalam penelitian ini metode Servqual juga dapat mengidentifikasi akar permasalahan ketidakpuasan konsumen dan acuan menyusun rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan. Sedangkan penelitian menggunakan metode QFD dan FMEA pernah dilakukan oleh Kholil et al., (2014) dengan melakukan penelitian perbaikan desain *mold* pada *body sealpack* di PT. Surya Plastindo. Penelitian ini menggunakan integrasi metode QFD dan DFMEA. Hasil penelitian menunjukkan cacat tertinggi pada produk *body sealpack* adalah jenis cacat dinding tebal tipis. Selanjutnya metode QFD mengidentifikasi bahwa desain *mold* menjadi faktor utama penyebab cacat produk dan sangat penting untuk dilakukan perbaikan. Metode DFMEA mengidentifikasi tiga *part* utama pada *mold* untuk dilakukan perbaikan yaitu *plate stripper*, *plate cavity*, *plate core*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya dalam tesis yang berjudul “Pengembangan Pelayanan Pasar Tradisional Sebagai Peningkatan Kepuasan Pelanggan” akan dilakukan penelitian di Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta. Penelitian akan dilakukan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengidentifikasi prioritas perbaikan pelayanan. Kemudian metode *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) digunakan untuk mengetahui penyebab utama kegagalan pelayanan pada pasar. Selanjutnya metode *House of Quality* (HOQ) digunakan untuk mentransformasikan keinginan dan kebutuhan pelanggan dalam desain sistem pelayanan untuk dilakukan usulan pengembangan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan-permasalahan sehingga menghasilkan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Atribut apa yang paling kritis dan perlu segera dilakukan perbaikan pada pelayanan Pasar Beringharjo?
2. Apa penyebab utama terjadinya kegagalan pelayanan di Pasar Beringharjo?
3. Usulan pengembangan pelayanan apa yang dapat diterapkan di Pasar Beringharjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi apa yang paling kritis dan perlu segera dilakukan perbaikan pada pelayanan Pasar Beringharjo.
2. Untuk mengetahui penyebab utama terjadinya kegagalan pelayanan di Pasar Beringharjo.
3. Untuk mengusulkan pengembangan pelayanan yang dapat diterapkan di Pasar Beringharjo.

1.4 Batasan Masalah

Pada penelitian yang berkualitas, batasan masalah merupakan ruang lingkup kajian, yang akan dilakukan agar terfokus dalam menyelesaikan temuan masalah. Ruang lingkup kajian ini adalah:

1. Pengembangan pelayanan pasar hanya dilakukan dengan menggunakan metode metode *Importance Performance Analysis*, *Failure Mode and Effect Analysis* dan *House of Quality*.
2. Ruang lingkup penelitian ini dilakukan pada pelayanan terhadap pengunjung secara umum di Pasar Beringharjo.
3. Ahli dalam penelitian ini adalah staf/ketua/ karyawan yang memiliki wewenang dalam bidang yang dikuasai.
4. Fokus penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan usulan pengembangan pelayanan di Pasar Beringharjo.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian dan pertanyaan penelitian maka diharapkan hasil yang di peroleh pada penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan manfaat dalam pengembangan pelayanan di Pasar Beringharjo.

2. Memberikan manfaat bagi pimpinan karena dapat mengidentifikasi kualitas pelayanan yang diperkirakan dapat menjadi nilai tambah dalam menjalin hubungan dengan para *stakeholders* Pasar Beringharjo.
3. Memberikan rekomendasi teknik pengembangan pelayanan Pasar Beringharjo yang lebih tepat sasaran dan mempertimbangkan berbagai macam aspek.

1.6 Sistematika Penelitian

Agar penulisan penelitian tesis ini terstruktur, selanjutnya disusun sistematika penulisan yang mampu memberikan kejelasan tentang susunan penelitian ini. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang dalam melakukan penelitian, rumusan masalah yang diangkat, tujuan dilakukannya penelitian, batasan dalam melakukan penelitian, manfaat yang didapat dari penelitian ini, serta penjelasan mengenai sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kajian literatur deduktif sebagai acuan peneliti dalam melakukan penelitian yang merupakan tinjauan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian tesis ini serta kajian literatur induktif yang merupakan uraian tentang hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kerangka dan alur penelitian tesis ini, sehingga penelitian yang dilakukan memiliki alur yang jelas.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai data-data yang dikumpulkan serta pengolahan data-data yang telah dikumpulkan tersebut.

**BAB V
PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai hasil serta pembahasan dari pengolahan data dan kesesuaian dengan tujuan penelitian.

**BAB VI
PENUTUP**

Dalam bab terakhir ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari peneliti tugas akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

GAMBAR DAN TABEL



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Induktif

Pengembangan pelayanan merupakan sebuah cara untuk melakukan inovasi sistem pelayanan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara melakukan pengukuran pelayanan, mengidentifikasi *gap* dan mentransformasikannya menjadi usulan perbaikan. Dalam membuat sebuah penelitian yang layak, data pendukung yang dapat dijadikan acuan yaitu penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah yang akan diangkat. Penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai penguat teori dan acuan kerangka pikir dalam menyelesaikan permasalahan. Halim et al., (2013) melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan pembelian pada swalayan dengan studi kasus di Swalayan KPRI Universitas Brawijaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Servqual*, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Quality Function Deployment* (QFD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode *Servqual* mampu mengidentifikasi *gap* pada kualitas pelayanan Swalayan KPRI UB dengan hasil *gap* tertinggi pada dimensi *tangible* yaitu pada atribut pencahayaan ruangan swalayan yang terang dengan nilai *gap* sebesar -1,6. Selanjutnya metode IPA berhasil mengidentifikasi delapan atribut kualitas pelayanan yang masuk dalam kategori kritis dan perlu dilakukan perbaikan. Terakhir metode QFD mampu menyediakan tiga rekomendasi prioritas perbaikan yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan berdasarkan nilai *normalized raw weight* tertinggi yaitu sebesar 0,1352 atau 13,52%.

Pakizehkar et al., (2016) melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan pelanggan di bank. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu Kano Model, AHP, dan QFD. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gabungan ketiga metode tersebut menciptakan modulasi yang berguna dalam memprediksi keinginan konsumen terhadap pelayanan bank. Prioritas tertinggi yang perlu diperbaiki yaitu meningkatkan komunikasi terhadap pelanggan bank.

Erdil (2019) melakukan penelitian pada ekspektasi pelanggan pada pasar bisnis tekstil. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode QFD. Hasil dari penelitian yaitu metode QFD mampu mengidentifikasi keinginan pelanggan terhadap sistem yang sudah ada dari awal. Penelitian ini menggabungkan metode QFD dan

diagram pareto untuk memperoleh hasil penelitian yang dinilai pada kerangka kualitas, produksi yang kuat, dan berorientasi pada lingkungan.

Yuniar et al., (2014) melakukan penelitian mengenai kualitas pelayan pengiriman paket pada jasa kurir. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu metode Servqual. Hasil penelitian ini menyoroti bahwa metode Servqual dapat mengidentifikasi tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu pelayanan yang dapat dilihat pada analisa *gap* lima. Berdasarkan hasil analisis terdapat sepuluh atribut kualitas pelayanan yang memiliki nilai *gap* lima bernilai negatif sebesar -0.417. Dalam penelitian ini metode Servqual juga dapat mengidentifikasi akar permasalahan ketidakpuasan konsumen dan acuan menyusun rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan.

Kholil et al., (2014) melakukan penelitian perbaikan desain *mold* pada *body sealpack* di PT. Surya Plastindo. Penelitian ini menggunakan integrasi metode QFD dan DFMEA. Hasil penelitian menunjukkan diagram pareto mampu mengidentifikasi cacat tertinggi pada produk *body sealpack* adalah jenis cacat dinding tebal tipis. Selanjutnya metode QFD mengidentifikasi bahwa desain *mold* menjadi faktor utama penyebab cacat produk. Pada analisis lebih lanjut diketahui bahwa perbaikan desain *mold* menjadi sangat penting untuk dilakukan agar produk yang dihasilkan berkualitas. Metode DFMEA mengidentifikasi tiga *part* utama pada *mold* untuk dilakukan perbaikan yaitu *plate stripper*, *plate cavity*, *plate core*.

Maghsoodia et al., (2019) melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan di beberapa galeri seni. Penelitian ini menggunakan metode Artqual dan *Decision Support System* (DSS). Hasil penelitian menunjukkan penggabungan dua metode yaitu Artqual dan DSS mampu memecahkan masalah seleksi dengan mempertimbangkan penilaian dan evaluasi kualitas pelayanan galeri seni. Metode Artqual mengidentifikasi tingkat kepuasan terhadap dimensi yang disusun yaitu didapat manajemen merek memiliki tingkat kepuasan yang rendah. Metode DSS mengidentifikasi galeri seni paling ideal yaitu Galeri Shirin telah memperoleh peringkat tertinggi. Hasil analisa menunjukkan bahwa metodologi tersebut dapat menjadi bantuan dan dukungan bagi para manajer dan direktur yang berurusan dengan lingkungan estetika untuk mengevaluasi kualitas layanan dan memilih skenario terbaik untuk mencapai produktivitas yang ideal untuk organisasi dengan lingkungan estetika seperti galeri seni.

Chang et al., (2019) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan perawatan ventilasi mekanik pada layanan kesehatan. Penelitian ini menggunakan metode Servqual, *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya *gap* pada lima dimensi kualitas yang terbentuk yaitu peralatan RCC yang modern, catatan medis yang bebas kesalahan, pelayanan terbaik yang disediakan RCC, dan pemahaman pegawai RCC akan kebutuhan spesifik pasien dan keluarga. *Gap* yang pertama dapat terjadi akibat semua pasien yang dipindahkan dari ICU, dan sebagian besar dirawat dengan peralatan ICU canggih yang RCC tidak menyediakan. *Gap* kedua dapat dijelaskan melalui persepsi pasien yang menyebutkan kekhawatiran akan lingkungan perawatan yang tidak aman. Hal itu ditunjukkan oleh peralatan pemantauan di samping tempat tidur yang kurang dan pemantauan pasien yang tidak maksimal. *Gap* ketiga banyak dialami oleh pasien berjenis kelamin laki-laki. *Gap* terakhir terjadi akibat kurangnya RCC dalam mengindikasikan keputusan konservatif atau memahami penyakit yang keberhasilan menyapih rendah.



Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Tahun	Objek Penelitian	Metode	Atribut
1	Allan Hardhika Halim, Nasir Widha Setyanto, dan Rahmi Yuniarti	Upaya peningkatan kualitas pelayanan pelanggan dengan integrasi <i>service quality</i> (servqual) dan <i>quality function deployment</i> (qfd)	2013	Kualitas pelayanan pembelian di swalayan	Servqual, IPA, dan QFD	5 atribut: <i>tangibility</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>empathy</i>
2	Sri Suci Yuniar, Sugih Ariyanto, dan Gita Permata Liansari	Usulan perbaikan kualitas pelayanan jasa pengiriman paket berdasarkan hasil pengukuran menggunakan metode <i>service quality</i> (servqual) di PT.x	2014	Kualitas pelayanan pengiriman paket di jasa kurir	Servqual	5 dimensi kualitas: <i>tangibility</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>empathy</i>
3	Angga Dharmawan	Rancangan perbaikan kualitas pelayanan jasa dengan metode <i>servqual</i> , <i>importance performance analysis</i> (ipa), dan <i>quality function deployment</i> (qfd) pada plasa telkom cabang dinoyo surabaya	2014	Kualitas pelayanan pelanggan di perusahaan telekomunikasi	Servqual, IPA, dan QFD	5 atribut: <i>tangibility</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>empathy</i>

No.	Penulis	Judul	Tahun	Objek Penelitian	Metode	Atribut
4	Diana Puspita Sari, dan Andry Harmawan	Usulan perbaikan kualitas pelayanan pada instalasi rawat jalan dengan metode servqual dan triz (studi kasus di rs muhammadiyah roemani)	2012	Kualitas pelayanan instalasi rawat jalan di rumah sakit	Servqual dan TRIZ	5 atribut: <i>tangibility</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>empathy</i>
5	Rosnani Ginting	Perbaikan kualitas jasa pelayanan pustaka dengan menggunakan metode servqual dan metode quality function deployment di perpustakaan usu medan	2005	Kualitas pelayanan pustaka di perpustakaan	Servqual dan QFD	5 dimensi kualitas: <i>empathy</i> , <i>tangibility</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>reliability</i>
6	Muhammad Kholil dan Suryanto	Integrasi metode qfd dan dfmea dalam perbaikan desain <i>mold</i> pada <i>mold body sealpack</i> di perusahaan injection	2014	Desain <i>mold</i> pada <i>mold body sealpack</i> perusahaan injection	QFD dan DFMEA	5 atribut produk <i>mold body sealpack</i>
7	Alex Fabiano Duarte, Vilmar Rodrigues Moreira, Alex Antônio Ferraresi, dan Alcimar Gerhar	<i>Evaluating credit union members' perception of service quality through service innovation</i>	2016	Kualitas pelayanan pelanggan di credit union	Servqual	5 atribut: <i>tangibility</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>empathy</i>

No.	Penulis	Judul	Tahun	Objek Penelitian	Metode	Atribut
8	Stefano, N. Ma, Casarotto Filho, N., & Barichello, R., Sohn, A.P	<i>A fuzzy servqual based method for evaluated of service quality in the hotel industry</i>	2015	Kualitas pelayanan pelanggan di industri hotel	Fuzzy Servqual dan fuzzy AHP	5 atribut: <i>tangibility, reliability, assurance, empathy dan access</i>
9	Abteen Ijadi Maghsoodia, Abbas Saghaei, dan Ashkan Hafezalkoto	<i>Service quality measurement model integrating an extended servqual model and a hybrid decision support system</i>	2019	Kualitas pelayanan di beberapa galeri seni	Artqual dan DSS	3 atribut: <i>management and personalization, core service dan spirituality dan physical characteristics</i>
10	Yan-liang Zhanga, Run-fang Bia, dan min Xiao	<i>Studying on enhancing readers' satisfaction model of electronic service quality in library based on libqual+ and kano</i>	2017	Kualitas pelayanan mutu pada perpustakaan elektronik	LibQUAL+ dan Kano	7 atribut: <i>interactive quality, usability, personality, E-resources, affect of library, traditional service information dan security</i>
11	Bao-Lin Chang, Hsiu-O Kao, Shwu-Jen Lin, Shu-Hui Yang, Yao-Wen Kuo, dan Jih-Shuin Jerng	<i>Quality gaps and priorities for improvement of healthcare service for patients with prolonged mechanical ventilation in the view of family</i>	2019	Kualitas pelayanan pengaturan perawatan ventilasi mekanik di layanan kesehatan	Servqual dan IPA	5 atribut: <i>tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy</i>

No.	Penulis	Judul	Tahun	Objek Penelitian	Metode	Atribut
12	Hosna Pakizehkara, Mohammad Mirmohammadi sadrabadib, Rasool Zare Mehrjardic, dan Amir Ehsan Eshaghiehd	<i>The application of integration of Kano's model, ahp technique and qfd matrix in prioritizing the bank's substructions</i>	2016	Kualitas pelayanan konsumen bank di Iran	Kano, AHP, QFD	4 atribut: <i>basic, operational, motivation dan apathetic</i>
13	Duc Nha Le, Hong Thi Nguyen, dan Phuc Hoang TruongFaculty	<i>Port logistics service quality and customer satisfaction: Empiricalevidence from Vietnam</i>	2019	Kepuasan pelanggan dalam industri logistik di pelabuhan	SEM	5 atribut: <i>responsiveness, assurance, reliability, tangibles dan empathy</i>
14	Aman A. Bolar, Solomon Tesfamariam, dan Rehan Sadiq	<i>Framework for prioritizing infrastructure user expectations using quality function deployment (qfd)</i>	2017	Kepuasan pengguna infrastruktur	Hidden Markov Model dan QFD	7 atribut: <i>economic, social, technological, maintenance efficiency, safety dan environmental</i>
15	Hanin Fitria	Pengembangan pelayanan pasar tradisional sebagai peningkatan kepuasan pelanggan (studi kasus: pasar beringharjo yogyakarta)	2019	Kualitas pelayanan fasilitas disabilitas di pasar tradisional	IPA, FMEA dan HOQ	5 atribut: <i>tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy</i>

Penelitian mengenai evaluasi dan pengembangan pelayanan telah banyak dilakukan oleh peneliti ilmiah. Dalam penilaian atau pengembangan pelayanan akan dilakukan evaluasi serta peningkatan kualitas pelayanan. Maka dalam penelitian ini akan dilakukan pengembangan pelayanan pada Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta dengan menggunakan perpaduan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) dan *Quality Function Deployment* (QFD). Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengidentifikasi prioritas perbaikan pelayanan berdasarkan hasil dari diagram kartesius. *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) untuk mengetahui prioritas penyebab kegagalan pelayanan. Metode FMEA bertujuan untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan yang ada dalam pelayanan pasar yang kemudian dihilangkan untuk memperoleh penyebab utama kegagalan pelayanan. Selanjutnya metode *House of Quality* (HOQ) digunakan untuk mentransformasikan keinginan dan kebutuhan pelanggan dalam desain sistem pelayanan untuk dilakukan usulan pengembangan. Atribut yang digunakan dalam melakukan pengembangan pelayanan ini yaitu lima atribut yang terdiri dari *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

2.2 Kajian Deduktif

2.2.1 Kualitas Pelayanan

A. Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan sebuah kata bagi penyedia jasa yang harus dikerjakan dengan baik (Gazpersz, 2007). Kualitas adalah totalitas dari karakteristik produk atau jasa yang menunjang kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Spesifikasi dari toleransi yang ditetapkan oleh organisasi atau perusahaan pada bagian desain dan pengembangan produk dapat disebut sebagai kualitas desain (*quality design*) yang biasanya berorientasi kepada kebutuhan dan ekspektasi konsumen (pasar).

Kualitas dimulai dari adanya kebutuhan konsumen yang selanjutnya akan berakhir pada persepsi konsumen. Menurut Tjiptono (1996), sebuah produk atau jasa akan memiliki kualitas unggul dan tingkat keunggulan tersebut digunakan oleh organisasi atau perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen. Diukur dari tingkat kualitas produk atau jasa, jika semakin tinggi kualitas produk atau jasa tersebut maka pelayanannya akan semakin baik.

B. Dimensi Kualitas

Konsep kualitas pelayanan yang dihasilkan oleh Parasuraman et al (1988) adalah Servqual. Servqual memiliki 5 dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman et al (1988) yaitu sebagai berikut:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Tangibles merupakan kemampuan suatu perusahaan atau organisasi 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. Ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya. Secara singkat dapat diartikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.

2. *Reliability* (Keandalan)

Reliability merupakan kemampuan suatu perusahaan atau organisasi untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dimensi *reliability* diantaranya meliputi kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Responsiveness merupakan kemauan suatu perusahaan atau organisasi untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. *Assurance* (Jaminan dan Kepastian)

Assurance merupakan pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan atau organisasi untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Dimensi *assurance* terdiri dari empat sub dimensi, yaitu :

- a. *Competence* (Kompetensi) yaitu keahlian dan keterampilan yang harus dimiliki penyedia jasa dalam memberikan jasanya kepada pelanggan.
- b. *Credibility* (Kredibilitas) yaitu kejujuran dan tanggung jawab pihak penyedia jasa sehingga pelanggan dapat mempercayai pihak penyedia jasa.

- c. *Courtesy* (Kesopanan) yaitu etika kesopanan, rasa hormat, dan keramahan pihak penyedia jasa kepada pelanggannya pada saat memberikan jasa pelayanan.
 - d. *Security* (Keamanan/Keselamatan) yaitu rasa aman, perasaan bebas dari rasa takut serta bebas dari keraguan akan jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa kepada pelanggannya.
5. *Empathy*
- Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen di mana suatu perusahaan atau organisasi diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Dimensi *empathy* terdiri dari tiga sub dimensi, yaitu :
- a. *Access* (Akses) yaitu tingkat kemudahan untuk dihubungi dan ditemuinya pihak penyedia jasa kepada pelanggannya.
 - b. *Communication* (Komunikasi) yaitu 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* (Mengerti Pelanggan) yaitu tingkat usaha pihak penyedia jasa untuk mengetahui dan mengenal pelanggan beserta kebutuhan-kebutuhannya.

C. Karakteristik Jasa

Sementara menurut Tjiptono (2006) terdapat empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang, keempat karakteristik tersebut meliputi sebagai berikut:

1. *Intangibility*

Jasa berbeda dibandingkan produk karena bersifat *intangibile* yang artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli. Jika barang menggunakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*) atau usaha.

2. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi oleh perusahaan, kemudian dijual, dan dikonsumsi oleh pelanggan. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan oleh pelanggan.

3. *Variability*

Jasa bersifat sangat atribut karena merupakan *nonstandardized output*, artinya banyak bentuk variasi, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa Tjiptono (2006) yaitu kerja sama atau partisipasi konsumen selama penyampaian jasa, moral/motivasi karyawan dalam melayani konsumen, dan beban kerja perusahaan.

4. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan, dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

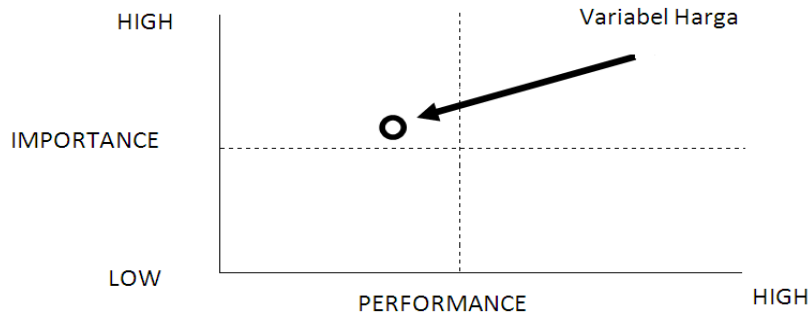
2.2.2 *Important Performance Analysis*

A. *Pengertian Important Performance Analysis*

Rangkuti (2003) mendefinisikan *Importance Performance Analysis* (IPA) sebagai sebuah konsep yang mencari nilai dari hubungan antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kepuasan (*performance*). Dalam hal ini tingkat kepentingan konsumen diukur dalam kaitannya dengan apa yang seharusnya dilakukan oleh sebuah organisasi atau perusahaan dengan tujuan menghasilkan jasa atau produk yang memiliki kualitas. Dalam memperjelas konsep dari metode *Importance Performance Analysis* (IPA) istilah *expectation* diganti dengan *importance* yang berarti tingkat kepentingan menurut persepsi konsumen. Dari berbagai persepsi konsumen, tingkat kepentingan konsumen dapat dirumuskan dengan tingkat kepentingan yang paling dominan.

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) diharapkan manajemen dapat menangkap persepsi konsumen dengan lebih jelas mengenai pentingnya atribut tersebut dari sudut pandang konsumen. Selanjutnya, atribut tersebut dapat dikaitkan dengan melihat fakta atau kenyataan yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk atau jasa

yang diterima. Sebagai contoh, atribut harga, jika harga dipersepsikan oleh konsumen sebagai atribut yang sangat penting, sedangkan konsumen merasakan bahwa harga produk atau jasa terlalu mahal, maka dapat diperoleh hubungan antara tingkat kepentingan tinggi dan kenyataan harga yang diharapkan rendah oleh konsumen dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 2. 1. Contoh Aplikasi Importance Performance Analysis (IPA)

(Sumber: Rangkuti, 2003)

B. Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangunan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (x,y), di mana X merupakan rata-rata dari skor rata-rata pelaksanaan atau kinerja suatu bisnis atau organisasi seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi dan Y merupakan rata-rata dari skor rata-rata kepentingan konsumen seluruh faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Kepentingan (y)

Kuadran I Prioritas Utama	Kuadran II Pertahankan Prestasi	
Kuadran III Prioritas Rendah	Kuadran IV Berlebihan	Kepuasan (x)

Gambar 2. 2. Diagram Kartesius

(Sumber: Ranas, 2013)

Keterangan:

Kuadran I: Faktor-faktor yang terletak dalam kuadran ini dianggap sebagai prioritas utama yang harus dibenahi karena harapan tinggi sedangkan persepsi rendah, merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

Kuadran II: Faktor-faktor yang terdapat di dalam kuadran ini dianggap penting. Pertahankan prestasi, daerah yang harus dipertahankan di mana harapan dan persepsi sama-sama tinggi.

Kuadran III: Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting dan atau terlalu diharapkan oleh konsumen. Kuadran prioritas rendah karena harapan dan persepsi sama-sama rendah.

Kuadran IV: Faktor-faktor yang terdapat pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan. Kuadran yang berlebihan karena tingkat harapan rendah sedangkan persepsi tinggi.

C. Perhitungan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Martilla dan James (1997) menyebutkan bahwa metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk menjawab hingga sejauh mana tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap kinerja organisasi atau perusahaan. Maka dari itu jasa dapat menjadi sesuatu yang memiliki manfaat apabila didasarkan pada kepentingan dan kepuasan pelanggan. Dari penjelasan tersebut dapat diartikan organisasi atau perusahaan seharusnya mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang dianggap penting oleh konsumennya.

Dalam perhitungan metode ini digunakan 4 tingkat skala (*likert*) untuk melakukan penilaian tingkat kepentingan pelanggan, yang terdiri dari:

1. Sangat penting yang diberi bobot lima
2. Penting yang diberi bobot empat
3. Kurang penting yang diberi bobot dua
4. Tidak penting yang diberi bobot satu

Sedangkan untuk kepuasan konsumen yang juga diartikan sebagai kinerja perusahaan diberikan lima tingkat skala (*likert*) dengan bobot sebagai berikut:

1. Sangat puas yang diberi bobot lima yang berarti konsumen sangat puas.
2. Puas, diberi bobot empat yang berarti konsumen puas.
3. Kurang puas, diberi bobot dua yang berarti konsumen kurang puas.
4. Tidak puas, diberi bobot satu yang berarti konsumen tidak puas

Berdasarkan hasil penilaian terhadap tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen maka akan dilihat suatu perhitungan mengenai skor akhir yang menjadi titik prioritas perbaikan. Pada penelitian ini terdapat dua atribut yang diwakili huruf X untuk tingkat kepuasan konsumen dan Y untuk tingkat kepentingan konsumen. Untuk menyederhanakan rumus, maka setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan dan kepentingan pelanggan dirumuskan dengan:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

- \bar{X} : Skor rata-rata tingkat kepuasan/kinerja
 \bar{Y} : Skor rata-rata tingkat kepentingan /ekspektasi
n : jumlah responden

Diagram kartesius merupakan suatu grafik yang terbagi dalam empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang saling berpotongan tegak lurus pada titik-titik dengan simbol $\bar{\bar{X}}$ dan $\bar{\bar{Y}}$. Di mana $\bar{\bar{X}}$ adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepuasan konsumen dari sebuah faktor atribut. Sedangkan $\bar{\bar{Y}}$ adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Seluruhnya ada K faktor. Rumus berikutnya yang digunakan adalah:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{k} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{k}$$

Keterangan :

- $\bar{\bar{X}}$: Rata-rata skor rata-rata kepuasan/kinerja
 $\bar{\bar{Y}}$: Rata-rata skor rata-rata kepentingan /ekspektasi
 \bar{X} : Skor rata-rata tingkat kepuasan/kinerja
 \bar{Y} : Skor rata-rata tingkat kepentingan /ekspektasi

K : Banyaknya faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen

2.2.3 Diagram *Fishbone*

Diagram *fishbone* (tulang ikan) atau yang disebut sebagai *ishikawa diagram* merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi akar masalah (Ilie et al., 2010). Diagram *fishbone* pertama kali diperkenalkan oleh Kaoru Ishikawa pada tahun 1960. Diagram ini dapat digunakan untuk mencari akar penyebab permasalahan baik pada operasi manufaktur maupun pelayanan jasa. Menurut Tanjong (2013) dalam Caesaron et al (2015) diagram *fishbone* berfungsi untuk mengidentifikasi faktor permasalahan yang memberikan pengaruh besar atau signifikan terhadap *output* perusahaan.

Sedangkan menurut Menurut Hargo (2013) dalam Caesaron et al., (2015) diagram *fishbone* merupakan sebuah alat yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi berbagai sebab permasalahan dan akibat yang dapat ditimbulkan. Karena fungsi dari diagram ini mendefinisikan sebab akibat suatu permasalahan maka diagram *fishbone* juga bisa disebut sebagai diagram sebab-akibat. Diagram ini dapat membantu menentukan akar penyebab dari suatu permasalahan atau karakteristik sebuah kualitas dengan menggunakan pendekatan yang terstruktur, mendorong partisipasi dan pengetahuan suatu kelompok, dan mengidentifikasi area tempat di mana data harus dikumpulkan sebagai bahan studi.

2.2.4 *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA)

A. Pengertian *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA)

Menurut Stamatis (1995) *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) adalah sebuah cara teknis yang digunakan untuk mendefinisikan, mengidentifikasi dan menghilangkan potensial kegagalan, masalah, kesalahan dan sebagainya dari suatu sistem, desain, proses dan pelayanan sebelum sampai kepada konsumen. Cara kerja dari metode FMEA yaitu akan mendefinisikan segala sesuatu permasalahan yang ada dan mengapa kerusakan bisa terjadi (*failure modes*) serta mengetahui efek dari setiap kerusakan pada sistem (*failure effect*).

Metode FMEA dapat digunakan untuk *me-review* desain produk, proses, atau sistem dengan mengidentifikasi kelemahan-kelemahan yang ada dan kemudian

menghilangkannya (Chapman & Hall, 1994). Beberapa bagian penting yang ada dalam metode FMEA, sebagai berikut:

- 1 *Failure mode* yaitu bagian yang digunakan untuk mengetahui bagaimana suatu sistem dapat mengalami kerusakan.
- 2 *Failure effect* yaitu bagian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh terjadinya kerusakan pada sistem.
- 3 *Cause of failure* yaitu bagian yang digunakan untuk mengetahui penyebab kerusakan pada sistem.
- 4 *Risk evaluation* yaitu bagian yang digunakan untuk mengetahui masalah terpenting yang harus diperhatikan dan mendapatkan prioritas penyelesaian.

B. Tipe *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA)

Menurut Stamatis (1995) terdapat tipe-tipe *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) berdasarkan penggunaannya, yaitu sebagai berikut:

1. *System FMEA*

System FMEA digunakan untuk menganalisis sistem yang terdiri dari berbagai level, mulai dari level komponen dasar sampai dengan level sistem. Pada level terendah, FMEA akan mengidentifikasi mengapa suatu komponen bisa mengalami kerusakan dan efek apa yang akan terjadi pada sistem.

2. *Design FMEA*

Design FMEA digunakan pada produk atau jasa pada tahap desain sistem. Tujuan *design FMEA* adalah untuk menganalisis suatu desain sistem dan mencari kemungkinan pengaruh kerusakan pada sistem. *Design FMEA* akan dapat memberikan solusi dengan memperbaiki desain atau mengurangi pengaruh kerusakan karena pengaruh kerusakan sudah diantisipasi pada tahap desain sistem.

3. *Process FMEA*

Process FMEA digunakan pada proses manufaktur dengan menampilkan kemungkinan kerusakan, keterbatasan peralatan, perlunya pelatihan bagi operator dan sumber-sumber penyebab kerusakan. Informasi-informasi tersebut kemudian digunakan sebagai dasar untuk melakukan tindakan korektif jika terjadi kerusakan proses.

4. *Functional* FMEA

Functional FMEA difokuskan terhadap fungsi atau penggunaan suatu komponen atau sub sistem dalam suatu sistem. Contoh *functional* FMEA yaitu lebih difokuskan pada identifikasi fungsi kapasitor sebagai pengatur tegangan dan menganalisis efek yang terjadi apabila kapasitor tidak dapat berfungsi untuk mengatur tegangan daripada identifikasi kerusakan kapasitor karena *short*.

C. Proses Pengukuran *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA)

Dalam metode *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) terdapat beberapa atribut utama yang perlu dipahami, yaitu sebagai berikut:

1. *Severity*

Severity merupakan *rating* yang mengacu pada besarnya dampak serius dari suatu *potential failure mode*. *Severity* dapat diklasifikasikan dari satu hingga sepuluh dengan kriteria dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2. 2. Penilaian *Severity*
(Sumber: Gaspersz, 2002)

Rangking	Kriteria
1	<i>Negligible Severity</i> . Pengaruh buruk yang disebabkan dapat diabaikan.
2	<i>Mild Severity</i> . Pengaruh buruk yang timbulkan sangat ringan. Konsumen tidak akan merasakan penurunan kualitas
3	
4	
5	<i>Moderate Severity</i> . Pengaruh buruk bersifat sedang. Konsumen dapat merasakan penurunan kualitas dalam batas toleransi
6	
7	<i>High Severity</i> . Pengaruh buruk tinggi. Konsumen dapat merasakan penurunan kualitas di luar toleransi
8	
9	<i>Potential Severity Problems</i> . Pengaruh yang ditimbulkan sangat berbahaya yang dapat terjadi tanpa ada pemberitahuan atau peringatan.
10	

2. Occurrence

Occurrence dapat didefinisikan sebagai *rating* yang mengacu pada berapa banyak frekuensi *potential failure* terjadi. *Occurrence* dapat dilakukan *ranking* dari skala satu hingga sepuluh yang memiliki arti. Dalam menentukan angka *occurrence* dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2. 3. Penilaian *Occurrence*
(Sumber: Gaspersz, 2002)

Ranking	Possible Failure Rates	Kriteria
1	0,01 per 1000 <i>item</i>	<i>Almost Impossible</i>
2	0,1 per 1000 <i>item</i>	<i>Remote</i>
3	0,5 per 1000 <i>item</i>	<i>Very Slight</i>
4	1 per 1000 <i>item</i>	<i>Slight</i>
5	2 per 1000 <i>item</i>	<i>Low</i>
6	5 per 1000 <i>item</i>	<i>Medium</i>
7	10 per 1000 <i>item</i>	<i>Moderately High</i>
8	20 per 1000 <i>item</i>	<i>High</i>
9	50 per 1000 <i>item</i>	<i>Very High</i>
10	100 per 1000 <i>item</i>	<i>Almost Certain</i>

3. Detection

Detection mengacu pada kemungkinan metode deteksi yang dapat mendeteksi *potential failure mode* sebelum produk tersebut dirilis untuk produksi. Untuk dapat menentukan angka *detection* dapat dilihat tabel sebagai berikut:

Tabel 2. 4. Penilaian *Detection*
(Sumber: Gaspersz, 2002)

Ranking	Possible Failure Rates	Kriteria
1	0,01 per 1000 <i>item</i>	Tidak ada kesempatan penyebab kejadian
2	0,1 per 1000 <i>item</i>	Kemungkinan penyebab kejadian bersifat sangat rendah
3	0,5 per 1000 <i>item</i>	Kemungkinan penyebab kejadian bersifat sedang
4	1 per 1000 <i>item</i>	Kemungkinan penyebab kejadian mungkin terjadi
5	2 per 1000 <i>item</i>	Kemungkinan penyebab kejadian masih tinggi
6	5 per 1000 <i>item</i>	
7	10 per 1000 <i>item</i>	
8	20 per 1000 <i>item</i>	
9	50 per 1000 <i>item</i>	

10 100 per 1000 *item* Kemungkinan penyebab kejadian sangat tinggi

Dalam FMEA kita mengenal apa yang disebut dengan *Risk Priority Number (RPN)* yakni angka yang menggambarkan area mana yang perlu jadi prioritas perhatian kita.

$$RPN = Severity \times Occurrence \times Detection$$

Output yang diperoleh setelah dilakukan perhitungan menggunakan metode FMEA yaitu dapat mengetahui tingkat kepentingan setiap permasalahan yang ada dalam sistem berdasarkan *severity*, *occurrence*, dan *detection*.

Berikut ini ditunjukkan salah satu bentuk metode penggolongan menurut besarnya nilai *Risk Priority Number (RPN)*:

Tabel 2. 5. Kelas Interval Nilai RPN
(Sumber: Sriyanto et al 2016)

Kategori	Kelas Interval Nilai RPN
<i>Very Low (VL)</i>	1-49
<i>Very Low – Low (VL-L)</i>	50-99
<i>Low (L)</i>	100-149
<i>Low-Medium (L-M)</i>	150-249
<i>Medium (M)</i>	250-349
<i>Medium-High (M-H)</i>	350-449
<i>High (H)</i>	450-599
<i>High-Very High (H-VH)</i>	600-799
<i>Very High (VH)</i>	800-1000

2.2.5 *Quality Function Deployment (QFD)*

A. Pengertian *Quality Function Deployment (QFD)*

Quality Function Deployment (QFD) adalah suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, di mana masing-masing area fungsional dan level organisasi dapat mengerti dan bertindak (Nasution, 2001).

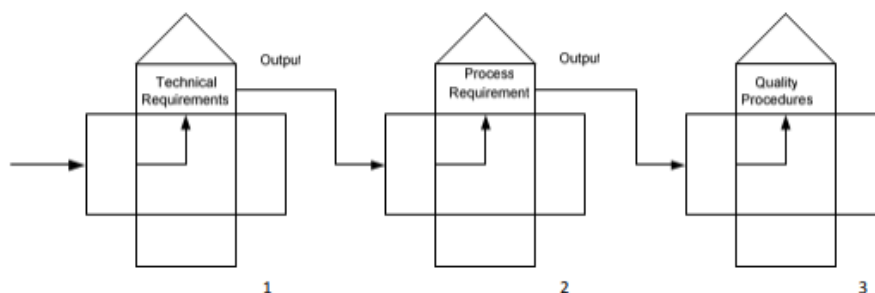
Alat utama dari metode QFD adalah matriks, di mana hasilnya akan dicapai melalui penggunaan tim antar departemen atau fungsional dengan mengumpulkan, menginterpretasikan, mendokumentasikan dan memprioritaskan kebutuhan-kebutuhan pelanggan. Titik awal (*starting point*) QFD adalah keinginan dan kebutuhan pelanggan

atau juga disebut sebagai suara pelanggan (*voice of the customer*). Menurut Gaspersz (2001) Proses QFD dimulai dengan suara pelanggan dan kemudian berlanjut melalui empat aktivitas utama yaitu

1. Perencanaan Produk (*Product Planning*)
Menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan pelanggan ke dalam kebutuhan-kebutuhan teknik (*technical requirements*).
2. Desain Produk (*Product Design*)
Menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan teknik ke dalam karakteristik komponen.
3. Perencanaan Proses (*Process Planning*)
Mengidentifikasi langkah-langkah proses dan parameter-parameter serta menerjemahkan ke dalam karakteristik proses.
4. Perencanaan Pengendalian Proses (*Process Planning Control*)
Menetapkan atau menentukan metode-metode pengendalian untuk mengendalikan karakteristik proses.

B. Matriks *House of Quality* (HOQ)

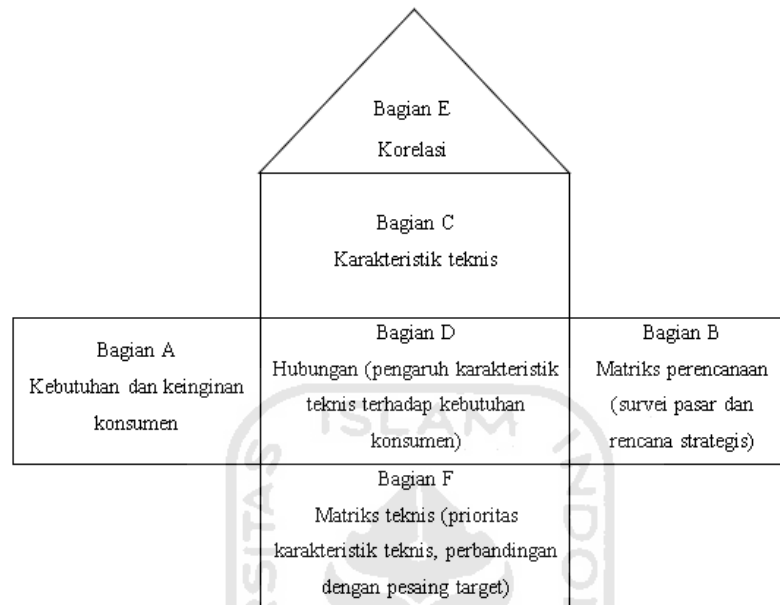
Metode *Quality Function Deployment* (QFD) menggunakan alat yang disebut matriks *House of Quality* (HOQ). Matriks HOQ merupakan matriks yang saling berhubungan dan dikembangkan untuk menetapkan hubungan antara keinginan pelanggan dan parameter teknik dari produk atau jasa. Pada sisi tangan kiri (bagian 1), terdiri dari daftar *input* yang berisi keinginan dari konsumen. Pada sisi atas (bagian 2) diterjemahkan ke dalam *output* yang teknis. *Output* dari matriks 2 menjadi *input* untuk matriks bagian 3, seperti terlihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 2.3 Matriks *House of Quality*

(Sumber: Groover, 2005)

Proses dalam metode QFD dilaksanakan dengan menyusun satu atau lebih matriks yang disebut Rumah Kualitas. Matriks ini menjelaskan apa saja yang menjadi kebutuhan dan harapan pelanggan dan bagaimana memenuhinya. Matriks yang disebut Rumah Kualitas secara umum dapat dilihat pada gambar sebagai berikut



Gambar 2.4 *The House of Quality*

(Sumber: Cohen, 1995)

Tahapan-tahapan implementasi dari *Quality Function Deployment* (QFD) secara umum terdapat tiga fase, yaitu:

1. Fase pertama

Fase pertama dalam metode QFD yaitu mengumpulkan *voice of customer*.

Prosedur umum dalam pengumpulan suara konsumen adalah:

- a. Menentukan atribut kepentingan konsumen dengan cara melakukan wawancara dan observasi terhadap konsumen.
- b. Mengukur tingkat kepentingan dari atribut-atribut dengan berbagai metode.

2. Fase Kedua

Fase kedua dilakukan dengan menyusun *House of Quality*. Langkah-langkah dalam pembuatan rumah kualitas meliputi:

- a. Pembuatan matriks keinginan konsumen
- b. Pembuatan parameter teknik
- c. Menentukan hubungan parameter teknik dengan keinginan konsumen

- d. Korelasi teknis
 - e. *Benchmarking* dan penetapan target
3. Fase Ketiga (Analisis dan Interpretasi)
- Merupakan analisis dari tahapan-tahapan di atas. Selain ketiga tahapan di atas, ada tahapan yang pertama kali dilakukan yaitu tahapan perencanaan dan persiapan. Adapun tahapan ini antara lain:
- a. Menyiapkan dukungan organisasional, meliputi dukungan dari pihak manajemen, dukungan fungsional dan dukungan teknis QFD.
 - b. Menentukan tujuan ataupun keuntungan yang diharapkan dari kegiatan QFD.
 - c. Menentukan siapa pelanggan. Karena dalam proses QFD penilaian banyak dilakukan oleh pelanggan.
 - d. Menentukan cakupan produk. Dalam hal ini harus ditentukan dahulu bagian mana dari produk atau jasa yang termasuk dan tidak termasuk dalam aktivitas QFD.
 - e. Melengkapi fasilitas dan material yang mendukung bagi pelaksanaan QFD.

2.2.6 Uji Kecukupan Data

Sebelum melakukan penyebaran kuesioner terhadap responden perlu dilakukan uji kecukupan data. Uji kecukupan data bertujuan untuk mengetahui berapa jumlah responden yang perlu dikumpulkan selama melakukan penyebaran kuesioner. Jumlah responden tersebut akan mewakili jumlah populasi responden yang ada. Dalam menentukan jumlah data (*sample*) akan digunakan rumus Paul Leedy (Arikunto,1997)

$$= \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right]^2 p (1 - p)$$

Untuk mencari harga ekstrem maka rumus tersebut diderivatif menjadi:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right]^2$$

Keterangan:

$Z_{\alpha/2}$ = Tingkat Kepercayaan

E = Tingkat Ketelitian

2.2.7 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melakukan pengukuran suatu kuesioner sehingga dapat dianggap sah atau valid tidak (Ghozali, 2009). Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Pengukuran dilakukan pada butir pertanyaan yang telah dibentuk pada kuesioner dengan menghitung korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total. Pengukuran uji validitas digunakan rumus korelasi *product moment*, sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} : korelasi momen tangkar

n : jumlah responden

ΣX : jumlah skor butir X yang didapat dari rekap data kepentingan pelanggan

ΣY : jumlah skor butir Y yang didapat dari rekap data kepuasan

ΣX^2 : jumlah skor X kuadrat

ΣY^2 : jumlah skor Y kuadrat

ΣXY : perkalian antara jumlah skor butir X dengan jumlah perkalian faktor Y

Data akan dianggap valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal ini berarti pernyataan dalam kuesioner memiliki validitas konstruk atau terdapat konsistensi internal antar butir pertanyaan.

2.2.8 Uji Reliabilitas

Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Kuesioner akan dikatakan reliabel atau andal jika jawaban dari butir pertanyaan adalah

konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang dinyatakan memiliki reliabilitas tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukkan dengan suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Uji reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai rxx mendekati angka satu. Secara umum berdasarkan kesepakatan, reliabilitas dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.700 .

Penelitian yang menggunakan instrumen angket dan skala bertingkat pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Uji Reliabilitas dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan hipotesis

H_0 : butir kuesioner reliabel

H_1 : butir kuesioner tidak reliabel

- b. Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 10% derajat kebebasan (df) = n-2, maka r_{tabel} dapat dilihat di tabel r.

- c. Menentukan nilai $r_{cronchbach's\ alpha}$

$$r_{cronchbach's\ alpha} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \alpha_t^2}{\alpha^2} \right)$$

Keterangan:

r : koefisien reliabilitas instrumen

k : banyak butir pertanyaan

$\sum \alpha_t^2$: total variansi butir

α^2 : total varian

Adapun uji hipotesis untuk reliabilitas, yaitu sebagai berikut:

- a. Tingkat Signifikansi (risiko kesalahan): $\alpha = 0,1 = 10\%$
 b. Uji Hipotesis

Jika , $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_0 diterima, maka data reliabel

Jika , $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, H_0 ditolak, maka data tidak reliabel

Jika $alpha > 0.90$ maka reliabilitas sempurna. Jika $alpha$ antara $0.70 - 0.90$ maka reliabilitas tinggi. Jika $alpha$ $0.50 - 0.70$ maka reliabilitas moderat. Jika $alpha < 0.50$ maka reliabilitas rendah. Jika $alpha$ rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.



BAB III

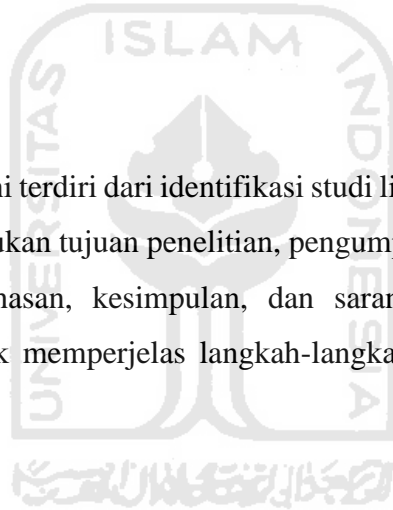
METODOLOGI PENELITIAN

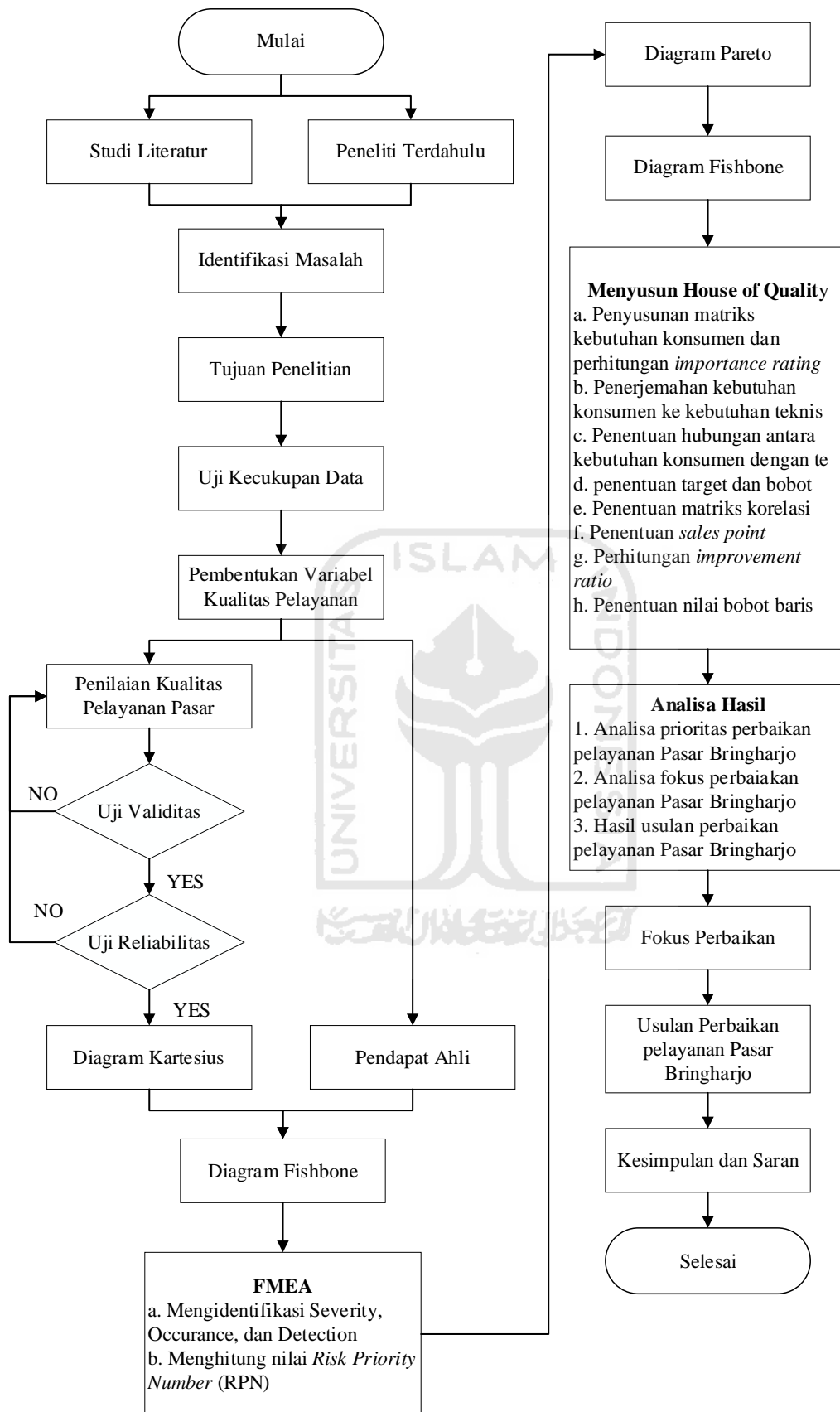
3.1 Fokus Kajian dan Tempat

Fokus kajian dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu perbaikan pelayanan pasar tradisional sebagai peningkatan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan subjek dalam penelitian Pasar Beringharjo yang terletak di Yogyakarta. Objek dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan pada fasilitas pengunjung secara umum pasar tradisional dari Pasar Beringharjo Yogyakarta.

3.2 Alur Penelitian

Diagram alir dari penelitian ini terdiri dari identifikasi studi literatur, penelitian terdahulu, identifikasi masalah, menentukan tujuan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisa pengolahan, pembahasan, kesimpulan, dan saran. Sehingga dikembangkan diagram alir penelitian untuk memperjelas langkah-langkah yang dapat diilustrasikan sebagai berikut:





Gambar 3. 1. Diagram Alir Penelitian

Dari Gambar 3.1 dapat dilihat bahwa penelitian ini dimulai dengan melakukan studi literatur dan penelitian terdahulu. Kemudian dilanjutkan dengan mengidentifikasi masalah yang terjadi pada proses pelayanan Pasar Beringharjo Yogyakarta. Identifikasi tersebut dilakukan dengan studi literatur dan data historis yang dikeluarkan oleh Badan Organisasi Yogyakarta dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan data *ter-update* pada tahun 2018 dan 2019. Selanjutnya disusun tujuan dari penelitian agar mendapatkan hasil yang dapat diukur.

Tahap berikutnya yaitu melakukan uji kecukupan data untuk mengetahui jumlah responden yang perlu dikumpulkan. Selanjutnya dilakukan pembentukan variabel kualitas pelayanan untuk menentukan atribut penilaian kualitas pelayanan. Dilanjut dengan penilaian kualitas pelayanan di Pasar Beringharjo. Penilaian menggunakan metode IPA dengan skala *likert*. Responden yang dipilih yaitu pelanggan secara umum Pasar Beringharjo. Dalam melakukan penilaian dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang disebar. Selanjutnya dilakukan pengolahan terhadap hasil penilaian kualitas pelayanan menggunakan diagram kartesius.

Tahap selanjutnya dengan *input* diagram kartesius dan pendapat ahli dilakukan pengolahan data dengan diagram *fishbone* untuk dimasukkan dalam metode *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA). Data diagram *fishbone* untuk mengidentifikasi penyebab kegagalan pelayanan, kemudian data pendapat ahli digunakan untuk memberi nilai masing-masing *severity*, *occurrence*, dan *detection* dari permasalahan pelayanan yang terjadi. Dari tiga data tersebut didapatkan nilai *Risk Priority Number* (RPN) untuk dilakukan analisis prioritas perbaikan. Prioritas perbaikan didapatkan menggunakan diagram pareto. Setelah itu data kembali diolah menggunakan diagram *fishbone* untuk mengetahui akar penyebab kegagalan pelayanan.

Penggunaan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dilakukan hanya untuk penyusunan *House of Quality* (HOQ) dengan delapan tahapan untuk mengidentifikasi prioritas perbaikan pelayanan Pasar Beringharjo. Dari analisa HOQ didapatkan fokus perbaikan pelayanan yang dapat dilakukan di Pasar Beringharjo. Sehingga dari fokus perbaikan tersebut didapatkan usulan perbaikan pelayanan Pasar Beringharjo untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya dilakukan analisa dari pengolahan data yang telah dilakukan. Pertama melakukan analisa prioritas perbaikan pelayanan Pasar Beringharjo dengan menggunakan konsep diagram pareto. Kedua dilakukan analisa fokus perbaikan dari hasil perhitungan HOQ. Tahapan berikutnya yaitu analisa usulan perbaikan yang dapat diterapkan pada Pasar Beringharjo. Pembahasan dilakukan dengan tujuan untuk dapat menjawab rumusan masalah dan memenuhi tujuan dari penyusunan penelitian ini dengan menggunakan berbagai landasan teori. Setelah melakukan pembahasan, kemudian ditarik kesimpulan yang dapat menjawab tujuan penelitian. Dari kesimpulan tersebut diberikan beberapa saran yang dapat dianjurkan sebagai hasil penelitian yang didapatkan untuk digunakan di masyarakat atau untuk pengembangan lebih lanjut.

3.3 Pengumpulan Data

Terdapat dua macam pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder sebagai berikut:

3.5.1 Data Primer

Data primer yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu diperlukan data dalam melakukan pengukuran pelayanan Pasar Beringharjo Yogyakarta menggunakan metode FMEA dan QFD. Data primer pada penelitian yaitu sebagai berikut:

a. *Voice of Customer*

Pada metode Servqual data yang dibutuhkan yaitu *voice of customer* terhadap pelayanan di Pasar Beringharjo. Data ini diperlukan untuk menentukan kesenjangan pelayanan yang terjadi dan perlu segera dilakukan perbaikan. Dalam penelitian ini data dikerucutkan kembali dengan pengolahan menggunakan metode FMEA dan QFD.

b. Pendapat Ahli

Pada metode FMEA dan QFD data yang dibutuhkan yaitu pendapat ahli yang memahami kasus yang terjadi. Pendapat ahli diperlukan untuk melihat kondisi saat ini dan potensi perbaikan pelayanan yang dapat diterapkan di Pasar Beringharjo Yogyakarta. Dalam hal ini ahli yang dimaksud KaSi pada bidang pengembangan, KaSi bidang kebersihan, dan Ketua Asosiasi Pedagang Pasar Beringharjo. Pemilihan ahli tersebut didasari keputusan manajemen Pasar Beringharjo.

3.5.2 Data Sekunder

Penelitian ini akan membentuk dimensi kualitas pelayanan Pasar Beringharjo Yogyakarta untuk mengukur kepuasan. Data sekunder yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Visi dan Misi Organisasi

Dalam melakukan pengembangan pelayanan pada sebuah organisasi perlu diketahui visi dan misi. Visi dan misi yang telah ditentukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta. Visi dan misi merupakan pilar penting organisasi tersebut dapat terus berjalan. Data tersebut diambil untuk menyelaraskan target-target yang ingin dicapai oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta. Data ini didapat melalui data historis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Yogyakarta.

b. Survei Kepuasan Masyarakat pada Pasar Beringharjo

Data ini merupakan data pertama yang harus diambil dalam melakukan penelitian. Data Survei Kepuasan Masyarakat pada Pasar Beringharjo didapat melalui Bagian Organisasi Yogyakarta dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta. Data tersebut akan digunakan untuk mengidentifikasi peringkat ketidakpuasan masyarakat terhadap pelayanan di Pasar Beringharjo.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, terdapat beragam jenis metode yang dapat digunakan. Sehingga dalam proses pengumpulan data perlu diketahui jenis dan metode yang akan digunakan. Berikut merupakan jenis dan metode dalam pengumpulan data ada penelitian yang dilakukan:

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data primer dalam penelitian ini didapat dengan cara sebagai berikut:

- a. Observasi Langsung
Observasi langsung dilakukan dengan melihat secara langsung kondisi pelayanan pada Pasar Beringharjo Yogyakarta.
- b. Wawancara
Wawancara dilakukan dengan pengajuan pertanyaan secara tatap muka pada narasumber yang telah dipilih, yaitu pada bidang pengembangan Pasar Beringharjo Yogyakarta.
- c. Survei
Survei dilakukan dengan memberikan angket pertanyaan pada pengunjung Pasar Beringharjo secara umum. Angket kuesioner akan berupa pertanyaan mengenai harapan dan persepsi pelayanan yang diterima oleh pengunjung.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder pada penelitian ini dilakukan dengan :

- a. Kajian Pustaka
Kajian pustaka dilakukan untuk mendapatkan teori-teori yang akan digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini akan digunakan beberapa sumber penelitian yaitu Parasuraman et al (1988), Cleary et al (1993), D’Cunha & Suresh (2015), dan Efendi et al (2016).
- b. Data Historis
Mencari data historis yang biasanya telah disediakan oleh Bagian Organisasi Yogyakarta dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta selaku pemberi survei kepuasan masyarakat terhadap pelayanan di Pasar Beringharjo Yogyakarta.

3.5 Pengolahan dan Analisa Data

Penelitian ini akan menggabungkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) dan *House of Quality* (HOQ) di mana setelah data dikumpulkan maka mulai dilakukan pengolahan data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

3.5.1 Penilaian Pelayanan Pasar Beringharjo

Data survei kepuasan masyarakat terhadap pelayanan Pasa Beringharjo didapat dari data kuesioner yang diambil secara langsung terhadap responden. Dari data tersebut akan diketahui *gap* tertinggi dari SKM yang telah diidentifikasi. Selanjutnya *gap* tersebut akan dilakukan analisa menggunakan diagram kartesius.

3.5.2 Pengolahan Diagram Kartesius

Dari bobot yang telah teridentifikasi, dilakukan analisa tingkat harapan dan persepsi responden terhadap pelayanan di Pasar Beringharjo. Dalam pengolahan ini akan didapatkan hasil skala prioritas perbaikan pelayanan yang perlu dilakukan. Selanjutnya akan dianalisa menggunakan metode FMEA.

3.5.3 Perhitungan Nilai *Severity*, *Occurrence*, dan *Detection*

Dalam perhitungan menggunakan metode FMEA akan didapatkan nilai *Risk Priority Number* (RPN). Sebelumnya akan diidentifikasi nilai *severity*, *occurrence*, dan *detection*. Penilaian tersebut didapatkan berdasarkan nilai yang diberikan oleh ahli. Dari nilai RPN yang didapat akan dilakukan analisa lebih lanjut menggunakan diagram pareto.

3.5.4 Analisa Prioritas Perbaikan Pelayanan

Dari nilai *Risk Priority Number* (RPN) yang telah teridentifikasi, dilakukan pengolahan diagram pareto. Pengolahan ini dilakukan untuk mengetahui prioritas perbaikan yang dapat dilakukan pada pelayanan Pasar Beringharjo. Hasil pengolahan diagram pareto akan disematkan dalam pengolahan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

3.5.5 Penyusunan *House of Quality*(HOQ)

Pada metode *Quality Function Deployment* (QFD) dilakukan hanya dengan penyusunan *House of Quality* (HOQ) untuk mengidentifikasi fokus perbaikan pelayanan Pasar Beringharjo Yogyakarta. Dalam penyusunan *House of Quality* (HOQ) terdapat beberapa tahap yang perlu dilakukan, yaitu sebagai berikut:

- a. Penyusunan matriks kebutuhan pelanggan

Penentuan matriks kebutuhan pelanggan didasarkan pada hasil analisis metode FMEA, yaitu pada atribut yang memiliki nilai *gap* terbesar. Hasil ini merupakan *input* untuk mengisi matriks kebutuhan pelanggan yang terletak di bagian samping kiri dari *House of Quality*.

b. Analisa perencanaan

Dalam tahap ini bertujuan untuk mengukur kebutuhan pelanggan dan menentukan tujuan performansi kepuasan pelanggan. Analisa perencanaan didapatkan dengan melakukan wawancara dan *brainstorming* bersama ahli.

c. Identifikasi respons teknis

Identifikasi respons teknis merupakan alat transformasi dari kebutuhan yang bersifat non-teknis menjadi data yang bersifat teknis. Tujuan identifikasi respons teknis yaitu untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

d. Penentuan hubungan respons teknis dengan kebutuhan pelanggan

Data ini dibutuhkan untuk menilai seberapa kuat hubungan antara respons teknis dengan kebutuhan pelanggan. Penentuan hubungan dilakukan dengan *brainstorming* bersama ahli.

e. Mengidentifikasi korelasi matriks

Pada tahap ini identifikasi korelasi matriks dilakukan untuk menetapkan hubungan dan ketergantungan antara karakteristik kualitas atau respons teknis. Korelasi matriks didapat melalui *brainstorming* dan data yang telah tersaji.

f. Penyusunan target

Penyusunan target dilakukan dengan *benchmarking* untuk mengidentifikasi, memahami, dan menciptakan pengembangan pelayanan pasar. Penyusunan target akan menghasilkan *output* usulan perbaikan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan performansi pelayanan pasar.

3.5.6 Analisa Fokus Perbaikan Pelayanan

Berdasarkan perhitungan menggunakan HOQ, selanjutnya dilakukan analisa fokus perbaikan pelayanan Pasar Beringharjo Yogyakarta. Fokus perbaikan dilakukan dengan *brainstorming* bersama para ahli di bidang pengembangan pelayanan Pasar Beringharjo. Dari fokus perbaikan akan terbentuk desain pelayanan yang baru dapat diterapkan di Pasar Beringharjo Yogyakarta

3.5.7 Analisa Usulan Perbaikan

Dalam hal ini akan dibahas mengenai usulan perbaikan yang dapat diterapkan di pelayanan Pasar Beringharjo Yogyakarta. Pembahasan dilakukan dengan tujuan untuk dapat menjawab rumusan masalah dan memenuhi tujuan dari penyusunan penelitian ini dengan menggunakan berbagai landasan teori.

3.6 Alat yang Digunakan

Dalam penelitian ini alat yang digunakan adalah *software Microsoft Excel* untuk melakukan perhitungan dan perbaikan pelayanan pada Pasar Beringharjo Yogyakarta dengan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*, *Failure Mode and Effect Analysis (FMEA)* dan *Quality Function Deployment (QFD)*



BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

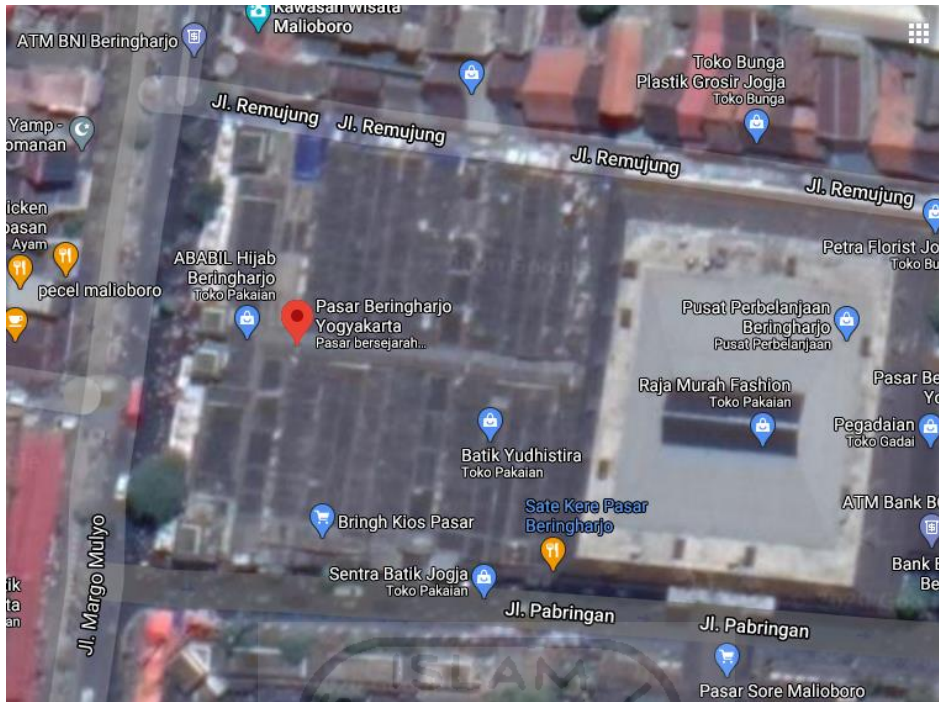
4.1 Profil Pasar Beringharjo

Pasar Beringharjo merupakan pasar yang sudah berdiri tak lama setelah berdirinya Kraton Yogyakarta pada tahun 1758. Pasar Beringharjo memiliki Julukan *Eender Mooiste Passserop Java* yang memiliki arti sebagai pasar terindah di Pulau Jawa. Pasar Beringharjo sudah menjadi ciri khas dari Kota Yogyakarta, bahkan pada zaman Hindia Belanda. Pada mulanya lokasi dibangunnya Pasar Beringharjo merupakan hutan beringin. Kemudian didirikan pasar yang diberi nama Pasar Beringharjo. Nama tersebut didapat dari asal mula lokasi pasar yang menjadi hutan beringin. Dalam makna harafiah kata bering memiliki arti hutan beringin dan harjo memiliki arti kesejahteraan, sehingga nama dari Pasar Beringharjo diharapkan dapat menjadi kesejahteraan bagi warga Yogyakarta, Pasar Beringharjo dibangun secara permanen pada tahun 1952 oleh Raja Kesultanan Ngayogyakarta Hadiningrat Sri Sultan HB XI,

Hadirnya Pasar Beringharjo di Yogyakarta sendiri menjadi bagian pelengkap dalam kerajaan pada masanya. Pasar Beringharjo dijadikan sebagai tempat transaksi dan pusat perekonomian masyarakat Yogyakarta. Di sebelah selatan pasar terdapat alun-alun Keraton Yogyakarta yang dijadikan sebagai sarana berkumpulnya masyarakat Yogyakarta. Selanjutnya terdapat Masjid Gedhe Kauman yang digunakan sebagai tempat ibadah. Hingga saat ini Pasar Beringharjo terus mengalami perkembangan dan menjadi pasar kelas I di Yogyakarta.

4.2 Lokasi Pasar Beringharjo

Pasar Beringharjo terletak di selatan Malioboro dan berada di pusat kota Yogyakarta. Lokasi tepatnya Pasar Beringharjo di Jl. Margo Mulyo no. 16, Ngupasan, Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55122. Lokasi Pasar Beringharjo dikelilingi oleh bangunan bersejarah yang menjadi pusat wisata Yogyakarta seperti adanya bangunan Benteng *Vredebug*, Gedung Agung, Kantor Pos Besar, Bank Indonesia, dan Taman Pintar.



Gambar 4. 1. Lokasi Pasar Beringharjo Yogyakarta

4.3 Visi dan Misi

Hasil pencarian data historis visi dan misi organisasi ditemukan visi dan misi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta. Dalam visi dan misi tersebut terdapat unsur pemberdayaan pasar sebagai sebagai pusat pengembangan perekonomian dan perdagangan. Berikut hasil pencarian visi dan misi organisasi:

4.4.1 Visi

Terwujudnya sektor perindustrian dan perdagangan sebagai pusat pengembangan perekonomian, wisata dan edukasi.

4.4.2 Misi

Berikut misi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Yogyakarta:

1. Mengembangkan industri kreatif dan menengah berbasis komoditas unggulan daerah
2. Mengembangkan industri kreatif dan IKM yang berwawasan lingkungan
3. Meningkatkan promosi dan pengembangan perdagangan
4. Meningkatkan pengawasan dan pengendalian perdagangan

5. Mempertahankan Kota Yogyakarta sebagai daerah tertib ukur (DTU) dalam rangka pengawasan dan pengamanan perdagangan
6. Mewujudkan sarpras, kebersihan, keamanan, dan ketertiban pasar yang mampu mengikuti perkembangan dan kenyamanan pengguna pasar
7. Mewujudkan penataan pemanfaatan lahan yang produktif dan inovatif guna mendukung optimalisasi pendapatan
8. Meningkatkan pemberdayaan pedagang pasar tradisional
9. Meningkatkan pendapatan melalui sistem yang mampu mengikuti perkembangan teknologi

4.4 *Voice of Customer*

4.4.1 Jumlah Responden

Dalam melakukan penilaian kualitas pelayanan yang ada pada Pasar Beringharjo akan dilakukan dengan menggunakan metode IPA. Penilaian *Importance Performance Analysis* (IPA) Pasar Beringharjo akan dilakukan oleh pengunjung pasar secara umum. Sampel yang digunakan berjumlah 68 konsumen berdasarkan perhitungan berikut:

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right]^2 p (1 - p)$$

Untuk mencari harga ekstrem maka rumus tersebut diderivatif menjadi:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right]^2$$

Keterangan:

$Z_{\alpha/2}$ = Tingkat Kepercayaan

E = Tingkat Ketelitian

Dalam penilaian *service quality* ditentukan nilai $Z_{\alpha/2}$ sebesar 90% dan E sebesar 10%, sehingga perhitungan ukuran sampel menjadi:

a. Tingkat Kepercayaan

$$1 - \alpha = 90\%$$

$$\alpha = 10\%$$

$$\alpha/2 = 5\%$$

$$Z_{\alpha/2} = 1,64$$

b. Tingkat Ketelitian

$$E = 10\% = 0,1$$

Sehingga:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,64}{0,1} \right]^2 = \frac{1}{4} (16,4)^2 = 67,24 \approx 68$$

Ukuran sampel yang akan diambil dalam penilaian *service quality* Pasar Beringharjo adalah sebanyak 68 konsumen.

4.4.2 Pembentukan Atribut Kualitas Pelayanan

Pembentukan kuesioner kualitas pelayanan yang disediakan oleh Pasar Beringharjo diwakili oleh 68 responden. Indikator dalam penilaian kualitas pelayanan dirancang berdasarkan data historis *paper* terkait yang dikembangkan oleh Parasuraman dengan lima dimensi, sehingga didapatkan indikator sebagai berikut:

Tabel 4. 1. Atribut Kualitas Pelayanan Pasar Beringharjo

No	Varabel Kualitas	Elwindra & Junaidi (2015)	Hadidjida et al (2018)	Islamiah (2017)	Fahrina et al (2019)	Astuti (2007)
<i>Tangible</i>						
T1	Penataan kios pedangan di Pasar Beringharjo (rapi, mudah dilihat, dan tidak menghalangi jalan)					✓
T2	Kebersihan Pasar Beringharjo		✓			✓
T3	Fasilitas toilet yang bersih dan nyaman			✓	✓	✓
T4	Ketersediaan bangku dan tempat istirahat konsumen		✓	✓	✓	
T5	Adanya tag harga produk yang dapat dilihat konsumen	Pengembangan				
T6	Ada petugas keamanan dan informasi di setiap sudut Pasar Beringharjo	✓				

No	Varabel Kualitas	Elwindra & Junaidi (2015)	Hadidjida et al (2018)	Islamiah (2017)	Fahrina et al (2019)	Astuti (2007)
T7	Adanya papan petunjuk dan peta Pasar Beringharjo	Pengembangan				
T8	Banyak ragam produk pilihan di Pasar Beringharjo					
T9	Adanya keamanan cctv di setiap sudut pasar	✓		✓	✓	
Reliability						
RL10	Keakuratan pedagang saat melayani transaksi pembelian	✓			✓	
RL11	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk (bahan, jenis, rupa, dll)	✓				
RL12	Perlakuan pelayanan yang disediakan konsisten terhadap konsumen tanpa diskriminasi					✓
RL13	Keakuratan informasi yang diterima pengjung melalui pedagang, petugas keamanan, dan informasi		✓			
Responsiveness						
RS14	Pedagang cepat dan akurat dalam melayani transaksi pembelian konsumen	✓		✓	✓	
RS15	Pedagang sabar dalam melayani pemilihan produk konsumen	Pengembangan				
RS16	Kesiapan petugas keamanan dan informasi melayani konsumen pasar		✓			
RS17	Kemampuan berkomunikasi pedagang, petugas keamanan, dan informasi yang baik dalam melayani konsumen			✓	✓	
RS18	Kesungguhan pedagang, petugas keamanan dan informasi saat melayani pertanyaan konsumen					✓
Assurance						
A19	Penanganan keluhan yang diajukan konsumen		✓		✓	✓

No	Varabel Kualitas	Elwindra & Junaidi (2015)	Hadidjida et al (2018)	Islamiah (2017)	Fahrina et al (2019)	Astuti (2007)
A20	Perilaku pedagang, petugas keamanan dan informasi menanamkan kepercayaan konsumen		✓	✓		
A21	Perilaku pedagang, petugas keamanan dan informasi membuat aman konsumen					✓
A22	Adanya jaminan keamanan bagi konsumen Pasar Beringharjo					✓
Empathy						
E23	Gaya bicara pedagang, petugas keamanan dan informasi santun saat memberikan pelayanan pada konsumen					✓
E24	Pedagang, petugas keamanan dan informasi menyambut konsumen dengan sopan dan ramah	✓				✓
E25	Kesesuaian atribut pakaian yang dikenakan pedagang, petugas keamanan, dan informasi			✓		✓

Pada pembentukan variabel kualitas pelayanan pasar terdapat lima atribut yang digunakan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dalam setiap atribut masing-masing terdapat pertanyaan yang diajukan kepada responden penelitian. Masing-masing butir pertanyaan didapatkan melalui peneliti terdahulu. Namun terdapat tiga pengembangan butir pertanyaan yang disesuaikan untuk keadaan di pasar Beringharjo.

Pada atribut *tangible* terdapat sembilan butir pertanyaan. Pada atribut *reliability* terdapat empat butir pertanyaan. Selanjutnya pada atribut *responsiveness* terdapat lima butir pertanyaan. Pada atribut *assurance* terdapat empat butir pertanyaan. Terakhir pada atribut *empathy* terdapat tiga butir pertanyaan. Total penilaian variabel pelayanan pasar yaitu dengan mengajukan 25 pertanyaan pada responden penelitian.

Pembentukan kuesioner yang akan disebar menggunakan skala *likert* 1 - 4. Berikut keterangan dari skala *likert* yang dibentuk:

a. Kepuasan

Skala *likert* pada poin persepsi diidentifikasi sebagai:

1 = Sangat Tidak Puas

2 = Tidak Puas

3 = Puas

4 = Sangat Puas

b. Kepentingan

Skala *likert* pada poin harapan diidentifikasi sebagai:

1 = Sangat Tidak Penting

2 = Tidak Penting

3 = Penting

4 = Sangat Penting

4.4.3 Data Demografi Responden

Hasil pengambilan data akan mendeskripsikan data demografis responden berdasarkan dua unsur, yaitu usia dan jenis kelamin, Dari 68 responden didapatkan data demografis sebagai berikut:

Tabel 4. 2. Data Usia Responden
(Sumber: Pengolahan Data, 2020)

No.	Umur (dalam tahun)	Frekuensi	Presentase
1.	≤ 20	3 Responden	4,41%
2.	21 – 30	52 Responden	76,47%
3.	31 – 40	8 Responden	11,76%
4.	41-50	3 Responden	4,41%
5.	≥ 50	2 Responden	2,94%
Jumlah		68 Responden	100%

Dari tabel di atas diketahui bahwa responden terbanyak pada usia 21 tahun hingga 30 tahun dengan jumlah total 52 responden. Selanjutnya posisi kedua pada usia 31 tahun hingga 40 tahun dengan total responden sebanyak 8 orang. Pada urutan ketiga responden

berusia kurang dari 20 tahun dan 41 tahun hingga 50 tahun dengan total tiga responden. Terakhir responden lebih dari 50 tahun berjumlah dua responden. Responden paling banyak dalam penelitian ini yaitu dengan rentang usia 21 tahun hingga 30 tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini yaitu milenial.

Tabel 4. 3. Data Jenis Kelamin Responden
(Sumber: Pengolahan Data, 2020)

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-Laki	26 Responden	38,24%
2.	Perempuan	42 Responden	61,76%
	Jumlah	68 Responden	100%

Pada tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin wanita dengan total responden 42 orang. Sedangkan responden berjenis kelamin pria sebanyak 26 orang. Dapat disimpulkan responden paling dominan dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

4.4.4 Uji Validitas Kuesioner

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur, yaitu dalam penelitian ini adalah kuesioner, dapat mengukur apa yang diukur. Uji validitas juga dilakukan untuk melihat konsistensi antara komponen konstruk satu dengan yang lainnya.

Alat ukur atau kuesioner dapat dikatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel. R tabel dapat dilihat dalam data distribusi r_{tabel} *product moment*. Dalam penelitian ini diketahui bahwa jumlah responden 68 orang dengan r_{tabel} sebesar 0,20.

a. Menentukan hipotesis

H_0 : Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor, valid

H_1 : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor, tidak valid

b. Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5 %

Derajat kebebasan (df) = $n - 2 = 68 - 2 = 66$

Maka nilai $r_{tabel} = 0,20$

c. Menentukan nilai r_{hitung}

Hasil perhitungan r_{hitung} dengan menggunakan *software* SPSS versi 25 dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Corelation*.

d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

e. Kesimpulan

Berikut hasil pengujian validitas menggunakan *software* IBM SPSS Statistic 25 di mana didapatkan r hitung sebagai berikut:

Tabel 4. 4. *Output* Uji Validitas Kepuasan
(Sumber: Pengolahan Data, 2020)

Variasi Butir	r hitung	r tabel	Kesimpulan
T1	0,68	0,20	valid
T2	0,57	0,20	valid
T3	0,62	0,20	valid
T4	0,56	0,20	valid
T5	0,63	0,20	valid
T6	0,70	0,20	valid
T7	0,60	0,20	valid
T8	0,47	0,20	valid
T9	0,62	0,20	valid
RL10	0,64	0,20	valid
RL11	0,60	0,20	valid
RL12	0,71	0,20	valid
RL13	0,70	0,20	valid
RS14	0,64	0,20	valid
RS15	0,46	0,20	valid
RS16	0,56	0,20	valid
RS17	0,55	0,20	valid
RS18	0,51	0,20	valid
A19	0,59	0,20	valid
A20	0,56	0,20	valid
A21	0,57	0,20	valid
A22	0,56	0,20	valid
E23	0,41	0,20	valid
E24	0,47	0,20	valid
E25	0,32	0,20	valid

Tabel 4. 5. *Output Uji Validitas Kepentingan*
(Sumber: Pengolahan Data, 2020)

Variasi Butir	r hitung	r tabel	Kesimpulan
T1	0,30	0,20	valid
T2	0,62	0,20	valid
T3	0,74	0,20	valid
T4	0,76	0,20	valid
T5	0,72	0,20	valid
T6	0,78	0,20	valid
T7	0,77	0,20	valid
T8	0,71	0,20	valid
T9	0,75	0,20	valid
RL10	0,81	0,20	valid
RL11	0,70	0,20	valid
RL12	0,78	0,20	valid
RL13	0,78	0,20	valid
RS14	0,75	0,20	valid
RS15	0,74	0,20	valid
RS16	0,74	0,20	valid
RS17	0,76	0,20	valid
RS18	0,75	0,20	valid
A19	0,78	0,20	valid
A20	0,86	0,20	valid
A21	0,73	0,20	valid
A22	0,64	0,20	valid
E23	0,76	0,20	valid
E24	0,49	0,20	valid
E25	0,31	0,20	valid

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka alat ukur penelitian atau kuesioner dianggap valid. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan kuesioner valid.

4.4.5 Uji Reabilitas Kuesioner

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keandalan alat ukur penelitian yaitu kuesioner yang hasilnya akan menunjukkan konsistensi atau kestabilan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi hasil reliabilitas kuesioner, maka kuesioner dapat dikatakan semakin andal dan stabil. Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,6.

a. Menentukan hipotesis

H_0 : Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor, reliabel

H_1 : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor, tidak reliabel

b. Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5 %

Derajat kebebasan (df) = $n - 2 = 68 - 2 = 66$

Maka nilai $r_{tabel} = 0,60$

d. Menentukan nilai r_{hitung}

Hasil perhitungan r_{hitung} dengan menggunakan *software* IBM SPSS *Statistic* 25 dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*.

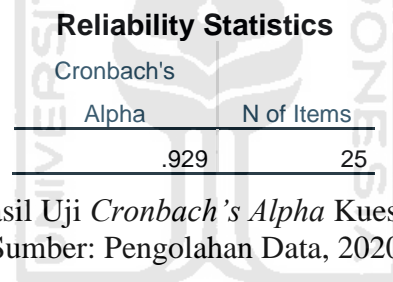
d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

f. Kesimpulan

Berikut hasil pengujian reliabilitas menggunakan *software* SPSS versi 25 di mana didapatkan nilai *cronbach alpha* sebagai berikut:



Cronbach's	
Alpha	N of Items
.929	25

Gambar 4. 2. Hasil Uji *Cronbach's Alpha* Kuesioner Kepuasan
(Sumber: Pengolahan Data, 2020)

Tabel 4. 6. *Output* Uji Raliabilitas Kepuasan
(Sumber: Pengolahan Data, 2020)

Variasi Butir	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	Kesimpulan
T1	0,909	0,60	Reliabel
T2	0,912	0,60	Reliabel
T3	0,910	0,60	Reliabel
T4	0,912	0,60	Reliabel
T5	0,910	0,60	Reliabel
T6	0,909	0,60	Reliabel
T7	0,911	0,60	Reliabel
T8	0,914	0,60	Reliabel
T9	0,910	0,60	Reliabel
RL10	0,910	0,60	Reliabel
RL11	0,911	0,60	Reliabel
RL12	0,909	0,60	Reliabel
RL13	0,909	0,60	Reliabel
RS14	0,910	0,60	Reliabel

Variasi Butir	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
RS15	0,913	0,60	Reliabel
RS16	0,911	0,60	Reliabel
RS17	0,912	0,60	Reliabel
RS18	0,912	0,60	Reliabel
A19	0,911	0,60	Reliabel
A20	0,912	0,60	Reliabel
A21	0,911	0,60	Reliabel
A22	0,911	0,60	Reliabel
E23	0,914	0,60	Reliabel
E24	0,913	0,60	Reliabel
E25	0,915	0,60	Reliabel

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.954	25

Gambar 4. 3. Hasil Uji Cronbach's Alpha Kuesioner Kepentingan

(Sumber: Pengolahan Data, 2020)

Tabel 4. 7. Output Uji Raliabilitas Kepentingan

(Sumber: Pengolahan Data, 2020)

Variasi Butir	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
T1	0,958	0,60	Reliabel
T2	0,952	0,60	Reliabel
T3	0,951	0,60	Reliabel
T4	0,951	0,60	Reliabel
T5	0,951	0,60	Reliabel
T6	0,951	0,60	Reliabel
T7	0,951	0,60	Reliabel
T8	0,952	0,60	Reliabel
T9	0,951	0,60	Reliabel
RL10	0,950	0,60	Reliabel
RL11	0,952	0,60	Reliabel
RL12	0,951	0,60	Reliabel
RL13	0,951	0,60	Reliabel
RS14	0,951	0,60	Reliabel
RS15	0,951	0,60	Reliabel
RS16	0,951	0,60	Reliabel
RS17	0,951	0,60	Reliabel
RS18	0,951	0,60	Reliabel
A19	0,951	0,60	Reliabel
A20	0,950	0,60	Reliabel
A21	0,951	0,60	Reliabel
A22	0,952	0,60	Reliabel
E23	0,951	0,60	Reliabel

Variasi Butir	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
E24	0,954	0,60	Reliabel
E25	0,956	0,60	Reliabel

Dari hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* setiap butir pertanyaan lebih dari 0,60, sehingga butir pertanyaan pada kuesioner dianggap dapat dipercaya.

A. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) didapatkan dengan cara melakukan perhitungan dari skor total kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Pasar Beringharjo. Perhitungan skor total kepuasan konsumen diwakili oleh simbol \bar{X} . Selain itu juga dilakukan perhitungan terhadap skor total kepentingan terhadap pelayanan di Pasar Beringharjo. Skor total kepentingan diwakili dengan simbol \bar{Y} .

a. Penilaian Tingkat Kepuasan

Penilaian tingkat kepuasan dilakukan untuk mengetahui seberapa puas konsumen terhadap pelayanan yang ada di Pasar Beringharjo. Penilaian dilakukan dengan menggunakan skala *likert*, sebagai berikut:

- Sangat Puas : 4
- Puas : 3
- Kurang Puas : 2
- Tidak Puas : 1

Contoh penilaian tingkat kepuasan konsumen:

$$(6 \times 1) + (12 \times 2) + (45 \times 3) + (5 \times 4) = 185$$

Tabel 4. 8. Penilaian Tingkat Kepuasan
(Sumber: Pengolahan Data, 2020)

No	Atribut Layanan	Jumlah Konsumen				Bobot
		1	2	3	4	
<i>Tangible</i>						
1	Penataan kios pedangan di Pasar Beringharjo (rapi. mudah dilihat. dan tidak menghalangi jalan)	6	12	45	5	185
2	Fasilitas tempat sampah yang memadahi	8	28	30	2	162
3	Fasilitas toilet yang bersih dan nyaman	14	41	11	2	137

No	Atribut Layanan	Jumlah Konsumen				Bobot
		1	2	3	4	
4	Tersedia bangku dan tempat istirahat konsumen	10	30	27	1	155
5	Adanya tag harga produk yang dapat dilihat konsumen	6	20	39	3	175
6	Ada petugas keamanan dan informasi di setiap sudut Pasar Beringharjo	4	26	35	3	173
7	Adanya papan petunjuk dan peta Pasar Beringharjo	8	23	24	3	138
8	Banyak ragam produk pilihan di Pasar Beringharjo	2	3	41	22	219
9	Adanya keamanan cctv di setiap sudut pasar	7	29	31	1	162
<i>Reliability</i>						
10	Keakuratan pedagang saat melayani transaksi pembelian	5	12	49	2	184
11	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk (bahan, jenis, rupa, dll)	6	13	49	0	179
12	Perlakuan pelayanan yang disediakan konsisten terhadap konsumen tanpa diskriminasi	2	15	47	4	189
13	Keakuratan informasi yang diterima pengunjung melalui pedagang, petugas keamanan, dan informasi	2	18	46	2	184
<i>Responsiveness</i>						
14	Pedagang cepat dan akurat dalam melayani transaksi pembelian konsumen	0	11	50	7	200
15	Pedagang sabar dalam melayani pemilihan produk konsumen	0	14	49	5	195
16	Kesiapan petugas keamanan dan informasi melayani konsumen pasar	1	13	50	4	193
17	Kemampuan berkomunikasi pedagang, petugas keamanan, dan informasi yang baik dalam melayani konsumen	0	13	47	8	199
18	Kesungguhan pedagang, petugas keamanan dan informasi saat melayani pertanyaan konsumen					
<i>Assurance</i>						
19	Penanganan keluhan yang diajukan konsumen	0	12	50	6	198
20	Perilaku pedagang, petugas keamanan dan informasi menanamkan kepercayaan konsumen	1	16	50	1	187
21	Perilaku pedagang, petugas keamanan dan informasi membuat aman konsumen	1	15	47	5	192
22	Adanya jaminan keamanan bagi konsumen Pasar Beringharjo	2	31	34	1	170
<i>Empaty</i>						
23	Gaya bicara pedagang, petugas keamanan dan informasi santun saat memberikan pelayanan pada konsumen	1	16	46	5	191
24	Pedagang, petugas keamanan dan informasi menyambut konsumen dengan sopan dan ramah	1	14	45	8	196

No	Atribut Layanan	Jumlah Konsumen				Bobot
		1	2	3	4	
25	Kesesuaian atribut pakaian yang dikenakan pedagang. petugas keamanan. dan informasi	0	16	49	3	191

b. Penilaian Tingkat Kepentingan

Penilaian tingkat kepentingan dilakukan untuk mengetahui seberapa penting faktor-faktor pelayanan yang ada di Pasar Beringharjo. Penilaian dilakukan dengan menggunakan skala *likert*, sebagai berikut:

- Sangat Penting : 4
Penting : 3
Kurang Penting : 2
Tidak Penting : 1

Contoh penilaian tingkat kepentingan faktor-faktor:

$$(5 \times 1) + (12 \times 2) + (19 \times 3) + (32 \times 4) + (0 \times 5) = 214$$

Tabel 4. 9. Penilaian Tingkat Kepentingan
(Sumber: Pengolahan Data, 2020)

No	Atribut Layanan	Jumlah Konsumen				Bobot
		1	2	3	4	
<i>Tangible</i>						
1	Penataan kios pedangan di Pasar Beringharjo (rapi. mudah dilihat. dan tidak menghalangi jalan)	5	12	19	32	214
2	Fasilitas tempat sampah yang memadahi	1	6	15	46	242
3	Fasilitas toilet yang bersih dan nyaman	2	11	11	44	233
4	Tersedia bangku dan tempat istirahat konsumen	3	8	11	46	236
5	Adanya tag harga produk yang dapat dilihat konsumen	2	11	16	39	228
6	Ada petugas keamanan dan informasi di setiap sudut Pasar Beringharjo	1	7	19	41	236
7	Adanya papan petunjuk dan peta Pasar Beringharjo	1	7	19	41	236
8	Banyak ragam produk pilihan di Pasar Beringharjo	1	3	10	54	253
9	Adanya keamanan cctv di setiap sudut pasar	1	7	21	40	238
<i>Reliability</i>						
10	Keakuratan pedagang saat melayani transaksi pembelian	0	6	15	47	245
11	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk (bahan. jenis. rupa. dll)	0	5	18	45	244

No	Atribut Layanan	Jumlah Konsumen				Bobot
		1	2	3	4	
12	Perlakuan pelayanan yang disediakan konsisten terhadap konsumen tanpa diskriminasi	1	4	19	44	242
13	Keakuratan informasi yang diterima pengunjung melalui pedagang, petugas keamanan, dan informasi	0	7	17	44	241
<i>Responsiveness</i>						
14	Pedagang cepat dan akurat dalam melayani transaksi pembelian konsumen	0	4	22	42	242
15	Pedagang sabar dalam melayani pemilihan produk konsumen	1	6	24	37	233
16	Kesiapan petugas keamanan dan informasi melayani konsumen pasar	1	5	26	36	233
17	Kemampuan berkomunikasi pedagang, petugas keamanan, dan informasi yang baik dalam melayani konsumen	1	5	29	33	230
18	Kesungguhan pedagang, petugas keamanan dan informasi saat melayani pertanyaan konsumen	1	3	14	40	209
<i>Assurance</i>						
19	Penanganan keluhan yang diajukan konsumen	1	6	17	44	240
20	Perilaku pedagang, petugas keamanan dan informasi menanamkan kepercayaan konsumen	0	8	15	45	241
21	Perilaku pedagang, petugas keamanan dan informasi membuat aman konsumen	0	5	8	55	254
22	Adanya jaminan keamanan bagi konsumen Pasar Beringharjo	3	5	23	37	230
<i>Empaty</i>						
23	Gaya bicara pedagang, petugas keamanan dan informasi santun saat memberikan pelayanan pada konsumen	1	3	21	43	242
24	Pedagang, petugas keamanan dan informasi menyambut konsumen dengan sopan dan ramah	2	5	25	36	231
25	Kesesuaian atribut pakaian yang dikenakan pedagang, petugas keamanan, dan informasi	0	12	22	34	226

Dari penilaian tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap atribut pelayanan di Pasar Beringharjo, selanjutnya dilakukan analisis diagram kartesius. Dalam membuat diagram kartesius terdapat dua langkah yang harus dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Membuat perhitungan dari skor rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan. Di mana tingkat kinerja disimbolkan sebagai X dan tingkat kepentingan disimbolkan sebagai Y dan jumlah sampel data yang diambil yaitu sebesar 68

responden. Dari data yang telah dikumpulkan kemudian dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum y}{n}$$

2. Membuat perhitungan skor rata-rata dari rata-rata skor kinerja (X) dan rata-rata skor kepentingan (Y) dan jumlah atribut pertanyaan sebesar 25 butir. Dari data yang telah dikumpulkan kemudian dilakukan perhitungan sebagai berikut:

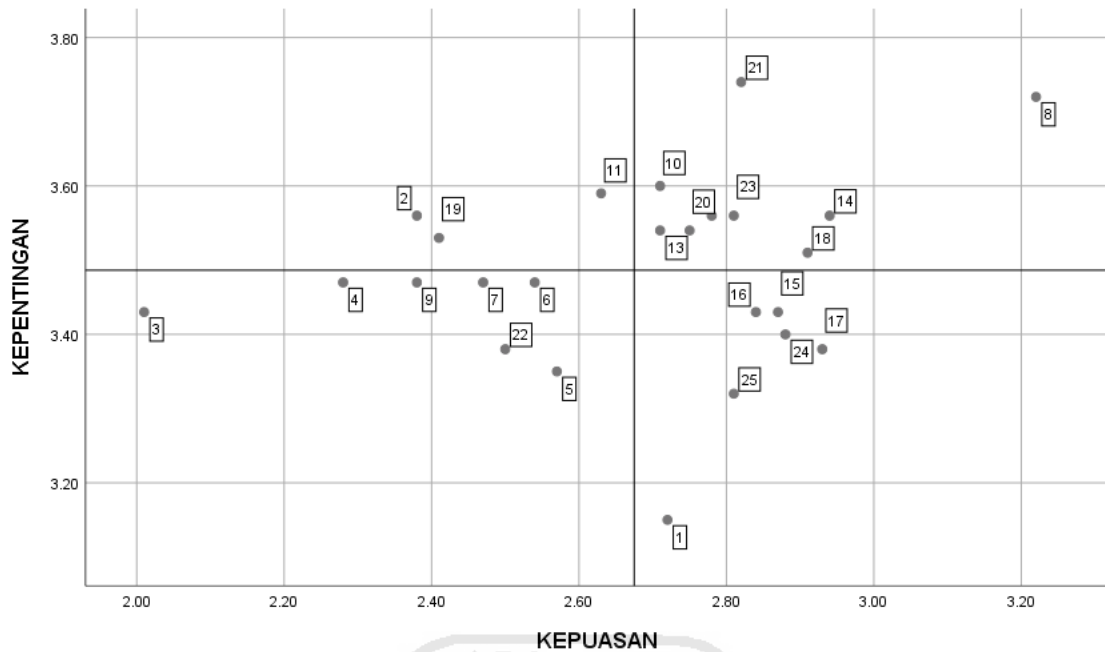
$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{K}$$

Tabel 4. 10. Hasil Perhitungan untuk Diagram Kartesius
(Sumber: Pengolahan Data, 2020)

No	Atribut Layanan	\bar{Y}	\bar{X}
<i>Tangible</i>			
1	Penataan kios pedangan di Pasar Beringharjo (rapi. mudah dilihat. dan tidak menghalangi jalan)	3,15	2,72
2	Tingkat kebersihan di Pasar Beringharjo	3,56	2,38
3	Fasilitas toilet yang bersih dan nyaman	3,43	2,01
4	Tersedia bangku dan tempat istirahat konsumen	3,47	2,28
5	Adanya tag harga produk yang dapat dilihat konsumen	3,35	2,57
6	Ada petugas keamanan dan informasi di setiap sudut Pasar Beringharjo	3,47	2,54
7	Adanya papan petunjuk dan peta Pasar Beringharjo	3,47	2,03
8	Banyak ragam produk pilihan di Pasar Beringharjo	3,72	3,22
9	Adanya keamanan cctv di setiap sudut pasar	3,50	2,38
<i>Reliability</i>			
10	Keakuratan pedagang saat melayani transaksi pembelian	3,60	2,71
11	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk (bahan. jenis. rupa. dll)	3,59	2,63
12	Perlakuan pelayanan yang disediakan konsisten terhadap konsumen tanpa diskriminasi	3,56	2,78
13	Keakuratan informasi yang diterima pengunjung melalui pedagang. petugas keamanan. dan informasi	3,54	2,71
<i>Responsiveness</i>			
14	Pedagang cepat dan akurat dalam melayani transaksi pembelian konsumen	3,56	2,94

No	Atribut Layanan	\bar{Y}	\bar{X}
15	Pedagang sabar dalam melayani pemilihan produk konsumen	3,43	2,87
16	Kesiapan petugas keamanan dan informasi melayani konsumen pasar	3,43	2,84
17	Kemampuan berkomunikasi pedagang. petugas keamanan. dan informasi yang baik dalam melayani konsumen	3,38	2,93
18	Kesungguhan pedagang. petugas keamanan dan informasi saat melayani pertanyaan konsumen	3,07	3,07
<i>Assurance</i>			
19	Penanganan keluhan yang diajukan konsumen	3,53	3,53
20	Perilaku pedagang. petugas keamanan dan informasi menanamkan kepercayaan konsumen	3,54	3,54
21	Perilaku pedagang. petugas keamanan dan informasi membuat aman konsumen	3,74	3,74
22	Adanya jaminan keamanan bagi konsumen Pasar Beringharjo	3,38	3,38
<i>Empaty</i>			
23	Gaya bicara pedagang. petugas keamanan dan informasi santun saat memberikan pelayanan pada konsumen	3,56	3,56
24	Pedagang. petugas keamanan dan informasi menyambut konsumen dengan sopan dan ramah	3,40	3,40
25	Kesesuaian atribut pakaian yang dikenakan pedagang. petugas keamanan. dan informasi	3,32	3,32

Dari hasil perhitungan untuk diagram kartesius di atas didapatkan gambar dari diagram kartesius yang terbentuk. Berikut gambar diagram kartesius yang terbentuk:



Gambar 4. 4. Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan Pasar Beringharjo

(Sumber: Pengolahan Data, 2020)

Dalam analisis yang digunakan pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang harus dipertahankan, diperbaiki, dan atribut yang tidak begitu mempengaruhi kepuasan konsumen.

4.5 Diagram *Fishbone* Ketidakpuasan Konsumen

Diagram *fishbone* dapat digunakan untuk mencari akar penyebab permasalahan baik pada operasi manufaktur maupun pelayanan jasa. Diagram ini dapat membantu menentukan akar penyebab dari suatu permasalahan atau karakteristik sebuah kualitas dengan menggunakan pendekatan yang terstruktur, mendorong partisipasi dan pengetahuan suatu kelompok, dan mengidentifikasi area tempat di mana data harus dikumpulkan sebagai bahan studi.

4.5.1 Tingkat Kebersihan di Pasat Beringharjo

Observasi di lapangan dilakukan untuk menganalisis pada atribut kebersihan Pasar Beringharjo. Observasi dilakukan pada tiga lantai di Pasar Beringharjo, tepatnya dari pintu masuk utama di sebelah Barat hingga sisi Timur. Lokasi observasi terdiri dari beberapa kluster toko di antaranya yaitu emas, batik lurik, kain, konveksi pakaian, sayur,

buah, sepatu sandal, pecah belah, jajan pasar, warung makan, kemasan, kerajinan, kacamata, arloji, makanan dan rumah tangga, kelontong, telur, ikan asin, dan garam.

Dalam observasi lapangan ditemukan beberapa temuan akan kebersihan Pasar Beringharjo. Temuan tersebut terangkum dalam foto yang akan disajikan. Berikut foto temuan-temuan penyebab ketidakpuasan pelanggan terhadap kebersihan Pasar Beringharjo:



Gambar 4. 5. Tempat Sampah Biru

Terdapat tempat sampah berwarna biru dengan bentuk yang cukup besar di lorong selatan pada kluster pedagang kain. Tempat sampah tersebut terlihat tak terawat dan juga kotor. Tidak ada pemilah, papan petunjuk, dan peraturan mengenai pembuangan sampah.



Gambar 4. 6. Tempat Sampah dengan Pemilah

Terdapat tempat sampah dengan pemilah yang berbeda. Dari gambar terlihat sampah hanya dipilah dari sampah sampah kering dan sampah basah dengan dua tempat sampah untuk sampah kering dan satu tempat sampah basah. Pemilahan ini dinilai tidak konsisten terhadap pemilahan sampah sebelumnya yaitu sampah basah, kering, dan kaca.

Kondisi tempat sampah juga kotor dan tidak terawat. Tempat sampah kering yang berwarna hijau tidak teridentifikasi tidak ada penutupnya.



Gambar 4. 7. Sampah Tercecer

Terdapat sampah yang tidak dibuang pada tempatnya. Sampah tersebut berada di beberapa titik Pasar Beringharjo. Sebagai contoh sampah tercecer terdapat pada kluster gerabah dan kluster sayur. Hal ini menyebabkan suasana pasar yang tidak bersih dan mengganggu kenyamanan pengunjung.



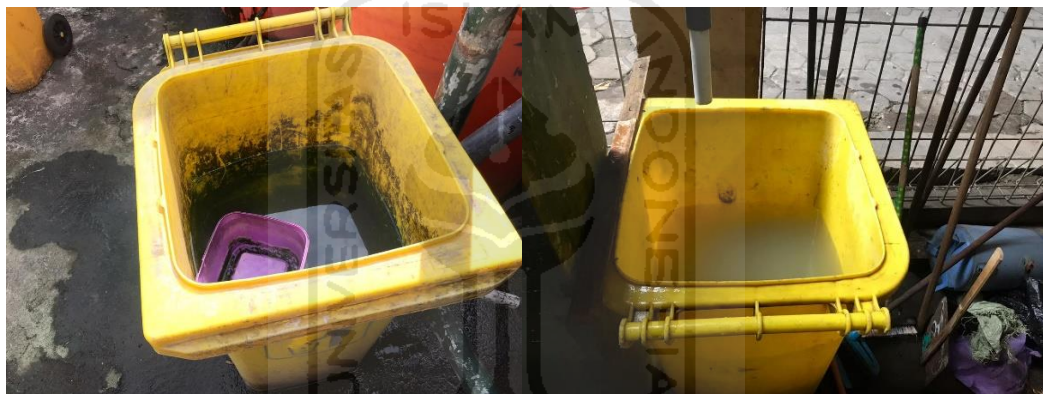
Gambar 4. 8. Peringatan Tidak Resmi

Temuan berikutnya yaitu terdapat papan peraturan tidak resmi yang ditulis menggunakan spidol dan beralaskan triplek. Peraturan tersebut menyebutkan bahwa adanya larangan membuang sampah di lokasi tersebut.



Gambar 4. 9. Lokasi Tempat Sampah

Pada lorong warung makan kemasan, kerajinan, kaca mata, dan arloji lokasi tempat sampah tidak cukup strategis. Tempat sampah dengan dua pemilah sampah kering dan satu pemilah sampah basah terletak di pinggir tangga yang kurang terlihat.



Gambar 4. 10. Penyalahan Fungsi Tempat Sampah

Pada gambar di atas terlihat dua tempat sampah berwarna kuning yang tidak digunakan sebagaimana mestinya. Pada kedua gambar di atas diketahui bahwa tempat sampah justru digunakan sebagai penadah air kotor. Selain itu tempat sampah tidak diletakkan sesuai dengan tempatnya dan tidak terawat.



Gambar 4. 11. Tempat Sampah pada Lorong Pasar Basah

Pada lorong pasar basah yang menjual daging, ikan, dan sebagainya hanya terdapat satu tempat sampah kecil tanpa pemilah. Tempat sampah tersebut berada di tengah-tengah lorong. Tempat sampah juga dinilai mengganggu arus perjalanan pengunjung karena hampir menutup separuh jalan lorong.



Gambar 4. 12. Tempat Sampah Hilang

Dari temuan di atas dapat dilihat bahwa terdapat tempat sampah yang hilang. Sehingga hanya tersisa rangka dari tempat sampah tersebut. Pada foto sebelah kanan kerangka tempat sampah justru tetap digunakan untuk membuang sampah dan membuat suasana pasar menjadi kotor.

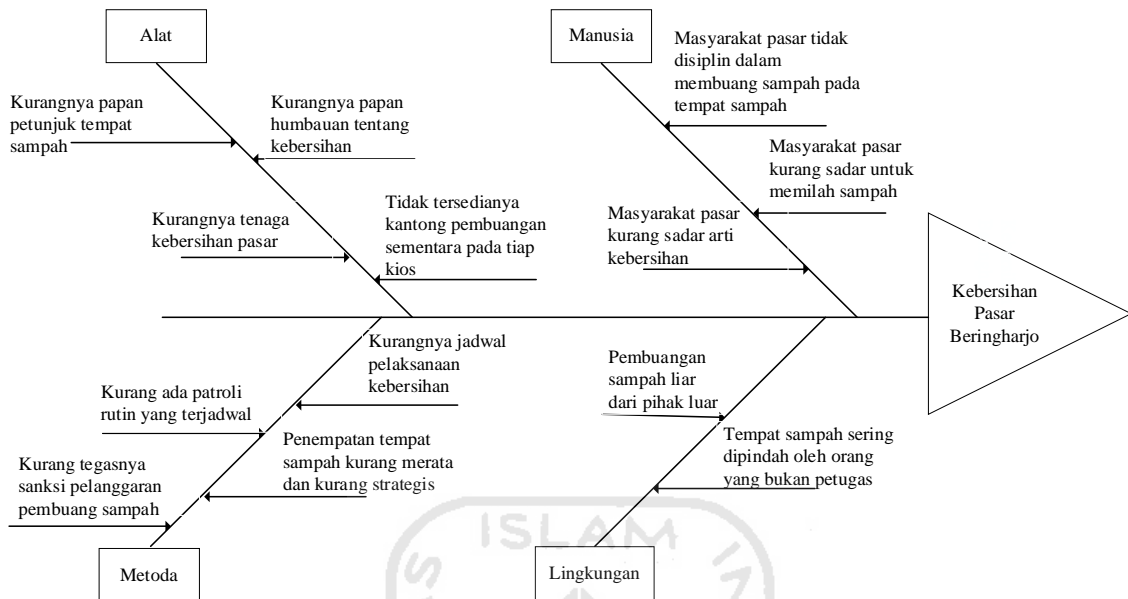


Gambar 4. 13. Penumpukan Karung Tidak pada Tempatnya

Pada kluster sayur dan buah terdapat penumpukan karung-karung yang tidak pada tempatnya. Salah satu contoh terdapat karung yang ditata pada tangga dan pinggir jalan. Hal tersebut membuat lokasi tersebut menjadi kumuh dan menghalangi jalan.

Selain itu saat dilakukan *brainstorming* bersama Bapak Budi Santoso selaku Ka Sie Kebersihan Pasar terdapat temuan bahwa kurang optimalnya kebersihan di Pasar Beringharjo dikarenakan kurang patuhnya pedagang dalam menjaga kebersihan dan adanya pembuangan sampah liar yang dilakukan oleh pihak luar pasar.

Dari temuan observasi di atas didapatkan hasil diagram *fishbone* yang tercantum dalam Gambar 4.12.



Gambar 4. 14. Diagram Fishbone Tingkat Kebersihan Pasar Beringharjo

(Sumber: Pengolahan data, 2020)

4.5.2 Penanganan Keluhan Konsumen

Pada observasi lapangan ditemukan beberapa temuan penyebab atribut penanganan keluhan konsumen kurang optimal. Ditemukan bahwa kurang optimalnya sarana pengaduan yang disediakan oleh Pasar Beringharjo. Sarana pengaduan tersebut bernama ‘Asik Pasar’. Dalam program tersebut Bapak Dwi Nanto Sujatmiko selaku Ka Sie Bidang Penataan Pengembangan Dan Penataan Pasar tidak ada pengarsipan dan pengelompokan keluhan yang diterima.

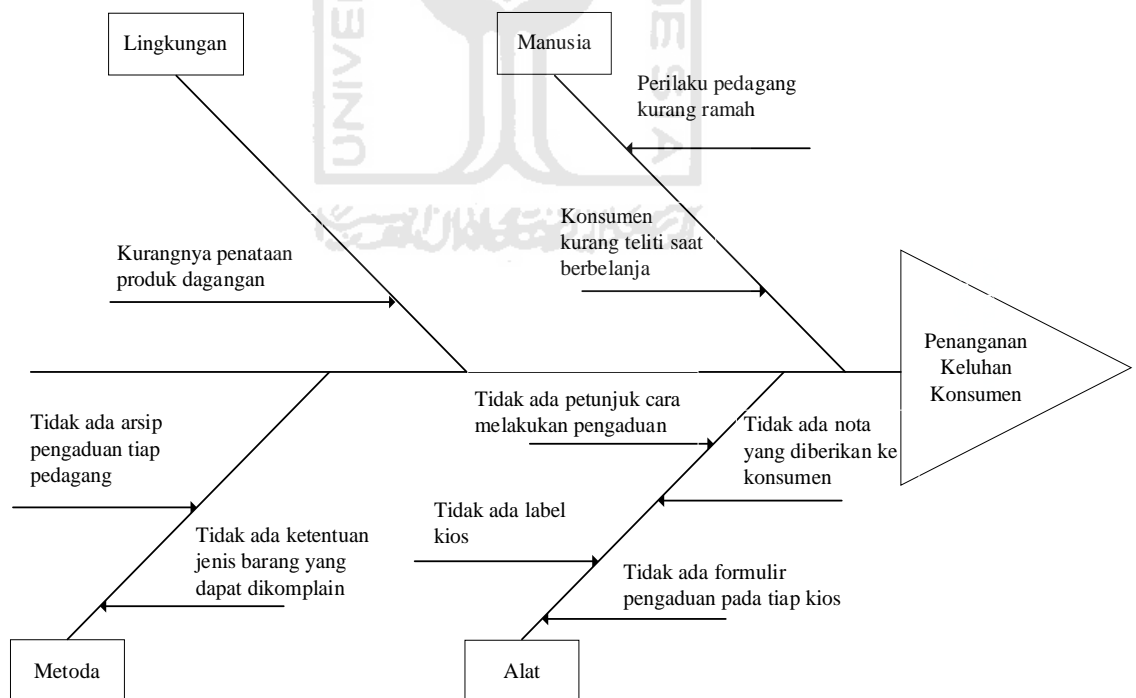


Gambar 4. 15. Program Asik Pasar

Selain itu program “Asik Pasar’ belum tersosialisasi dengan baik oleh konsumen Pasar Beringharjo. Hal itu terbukti bahwa keluhan yang diterima dari program “Asik Pasar” hanya keluhan para pedagang Pasar Beringharjo. Sejauh ini tidak ada keluhan yang diajukan oleh konsumen dari Pasar Beringharjo sendiri.

Label toko juga menjadi penyebab keluhan konsumen tidak tertangani dengan baik, Hal itu dikarenakan pedagang terkadang tidak memberikan nota terhadap konsumen saat membeli produknya. Sehingga ketika konsumen ingin mengajukan keluhan mengenai produk maupun pelayanan tidak mengetahui identitas toko yang dikunjungi. Prosedur keluhan juga kurang tersosialisasi dengan baik pada konsumen. Pedagang jarang memberikan alur pengaduan oleh konsumen. Ketentuan keluhan juga tidak tersosialisasi dengan baik pada pedang.

Selanjutnya saat dilakukan *brainstorming* bersama Bapak Ujun Junaidi selaku Ketua Asosiasi Pedagang Pasar didapatkan temuan bahwa pelayanan yang diberikan pedagang terhadap konsumen kurang menyenangkan. Dapat dikatakan bahwa pedagang terkesan galak ketika mendapatkan keluhan oleh konsumen.



Gambar 4. 16. Diagram Fishbone Penanganan Keluhan Konsumen

(Sumber: Pengolahan data, 2020)

4.5.3 Kejelasan dan Kemudahan Informasi Produk

Dalam observasi yang dilakukan pada atribut kejelasan dan kemudahan informasi produk terdapat beberapa temuan. Pada temuan pertama diketahui bahwa pegawai toko atau yang sering disebut sebagai penjaga toko tidak cukup memiliki pengetahuan mengenai produk yang dijual. Hal tersebut dikarenakan penjaga toko hanya merupakan karyawan dari toko tersebut. Sehingga diketahui bahwa ada beberapa kios yang menggunakan jasa karyawan sebagai penjaga tokonya.

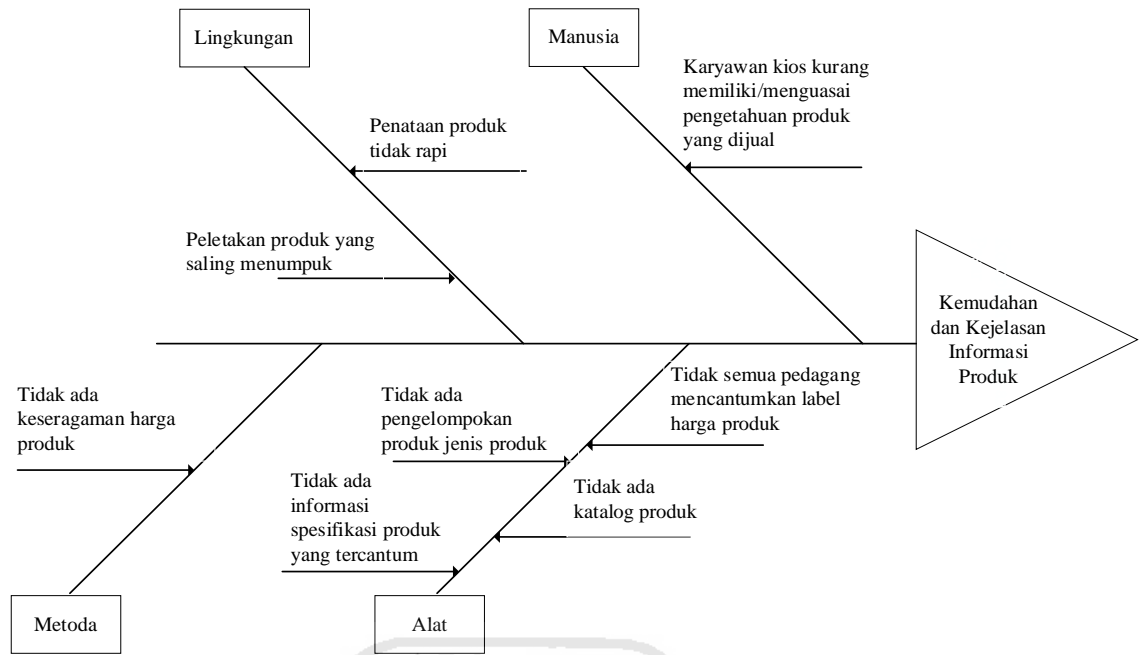
Temuan berikutnya diketahui bahwa penataan produk kios yang kurang rapi. Pedagang kios tidak menerapkan sistem peletakan produk yang baik. Temuan lain yaitu produk saling menumpuk satu sama lain sehingga sulit untuk dilihat oleh konsumen. Penataan dan kerapian produk menjadi hal yang penting untuk memudahkan konsumen melihat produk-produk dagangan kios dengan lebih teliti.

Dalam penyampaian informasi produk, beberapa pedagang diketahui tidak memiliki buku katalog khusus yang dapat dilihat oleh pengunjung. Sehingga pengunjung tidak dapat langsung mengetahui informasi produk yang ingin dilihat atau dibeli. Beberapa pengunjung juga tidak menggunakan sosial media sebagai penunjang membuat katalog produk yang dijual.

Pengelompokan produk pun terlihat acak dari beberapa sampel pedagang. Peletakan produk yang dijual terlihat tidak efisien. Terlebih banyak pedagang yang meletakkan produknya melebihi kios yang disewa, sehingga produk pedagang dapat menghalangi gang-gang yang digunakan untuk arus perjalanan konsumen.

Temuan terakhir yaitu tidak ada keseragaman harga yang ditetapkan oleh manajemen. Keseragaman harga hanya difokuskan pada kelompok pangan, sedangkan untuk produk lain seperti fesyen, kerajinan, dan lain-lain belum ada keseragaman harga yang dibentuk.

Dari temuan observasi di atas didapatkan hasil diagram *fishbone* yang tercantum dalam Gambar 4.15.



Gambar 4. 17. Diagram *Fishbone* Kejelasan dan Kemudahan Informasi Produk
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

4.6 *Failure Mode Effect Analysis (FMEA)*

Failure Mode and Effect Analysis (FMEA) digunakan untuk mendefinisikan, mengidentifikasi dan menghilangkan potensial kegagalan, masalah, kesalahan dan sebagainya dari suatu sistem, desain, proses dan pelayanan sebelum sampai kepada konsumen. Cara kerja dari metode FMEA yaitu akan mendefinisikan segala sesuatu permasalahan yang ada dan mengapa kerusakan bisa terjadi (*failure modes*) serta mengetahui efek dari setiap kerusakan pada sistem (*failure effect*).

4.6.1 Penilaian Keparahan *Failure Mode*

Tahap pertama dalam melakukan analisis menggunakan metode *Failure Mode Effect Analysis (FMEA)* yaitu menilai keparahan yang terjadi dari *failure mode* yang terbentuk. Penilaian tersebut dilakukan oleh ahli pada Pasar Beringharjo yaitu bagian KaSi Kebersihan, KaSi Pengembangan Pasar, dan Ketua Asosiasi Pedagang. Berdasarkan data yang didapat penilaian keparah dari *failure mode* yang terbentuk dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4. 11. Penilaian Keparahan *Failure Mode*
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

No.	<i>Failure Mode</i>	Keparahan (1-10)
T2	Tingkat Kebersihan Pasar Beringharjo	5
RL11	Penanganan keluhan yang diajukan konsumen	3
A19	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk (bahan, jenis, rupa, dll)	5

Dari penilaian di atas dapat dilihat bahwa *failure mode* yang pertama yaitu tingkat kebersihan Pasar Beringharjo bernilai lima yang berarti penilaian kebersihan bersifat *moderate severity*. Tingkat kebersihan Pasar Beringharjo memiliki pengaruh buruk yang bersifat sedang, sehingga konsumen dapat merasakan penurunan kualitas dalam batas toleransi. Kemudian *failure mode* yang kedua yaitu penanganan keluhan yang diajukan konsumen bernilai 3 yang berarti masuk dalam kategori *mild severity*. Penanganan keluhan yang diajukan konsumen memiliki arti bahwa pengaruh buruk yang timbulkan sangat ringan, sehingga konsumen tidak akan merasakan penurunan kualitas. Pada *failure mode* yang terakhir yaitu kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk bernilai lima. Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk memiliki pengaruh buruk yang bersifat sedang, sehingga konsumen dapat merasakan penurunan kualitas dalam batas toleransi.

4.6.2 Penilaian Frekuensi Kejadian *Effect Failure*

Langkah kedua dalam melakukan analisis data mengguna metode FMEA yaitu menentukan *failure effect* dari *failure mode* yang telah teridentifikasi. *Failure effect* ditentukan oleh ahli yaitu Ka Sie Kebersihan, Ka Sie Pengembangan Pasar, dan Ketua Asosiasi Pedagang. Setelah teridentifikasi *failure effect* akan diberikan penilaian oleh ahli dengan skala nilai dari 1 hingga 10. Berdasarkan data yang didapat penilaian keparahan dari *failure effect* yang terbentuk dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4. 12. Penilaian *Effect Failure*
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

No.	<i>Failure Effect</i>	Frekuensi Kejadian (1-10)
T2	Pelanggan merasa tidak nyaman	5
RL11	Konsumen kecewa dengan pelayanan Pasar Beringharjo	3

No.	Failure Effect	Frekuensi Kejadian (1-10)
A19	Konsumen bingung dalam menentukan keputusan pembelian produk	3

Dari penilaian di atas dapat dilihat bahwa *failure effect* yang pertama yaitu pelanggan merasa tidak nyaman bernilai lima yang berarti kemungkinan terjadinya tingkat kegagalan dalam batas rendah (*low*). Tingkat kegagalan dari *failure* yang pertama berkisar dua per 1000 item. Selanjutnya *failure effect* yang kedua yaitu konsumen kecewa dengan pelayanan Pasar Beringharjo dengan nilai tiga. Hal tersebut berarti tingkat kegagalan dari *failure effect* bersifat sangat sedikit (*very slight*) atau berkisar satu per 1000 item. Terakhir *failure effect* yang ketiga yaitu konsumen bingung dalam menentukan keputusan pembelian produk dengan nilai tiga. Hal tersebut berarti tingkat kegagalan dari *failure effect* bersifat sangat sedikit (*very slight*) atau berkisar satu per 1000 item.

4.6.3 Penilaian Kemungkinan Deteksi *Failure cause*

Dalam melakukan analisis menggunakan metode FMEA perlu diidentifikasi *failure cause* yang menjadi penyebab terjadinya kegagalan pelayanan. *Failure cause* diidentifikasi menggunakan diagram *fishbone* dengan menganalisis penyebab-penyebab kegagalan pelayanan yang terjadi. Dalam menentukan *failure cause* dilakukan *brainstorming* bersama ahli yaitu Ka Sie Kebersihan, Ka Sie Pengembangan Pasar, dan Ketua Asosiasi Pedagang. Setelah itu dilakukan penilaian dengan skala satu hingga sepuluh pada *failure cause* yang terbentuk. Berdasarkan data yang didapat penilaian keparahan dari *failure cause* yang terbentuk dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4. 13. Penilaian Kemungkinan Deteksi *Failure cause*
Sumber: Pengolahan data, 2020)

No	Failure cause	Kemungkinan Deteksi (1-10)
	Masyarakat pasar tidak disiplin dalam membuang sampah pada tempat sampah	10
	Masyarakat pasar kurang sadar untuk memilah sampah	3
T2	Masyarakat pasar kurang sadar arti kebersihan	3
	Tidak tersedianya kantong pembuangan sementara tiap kios	10
	Kurangnya papan himbauan tentang kebersihan	2
	Kurangnya papan petunjuk tempat sampah	2

No	Failure cause	Kemungkinan Deteksi (1-10)
	Kurangnya tenaga kebersihan	4
	Kurang ada patroli rutin yang terjadwal	4
	Kurang tegasnya sanksi pelanggaran pembuang sampah	5
	Kurangnya jadwal pelaksana kebersihan	5
	Penempatan tempat sampah kurang merata dan kurang strategis	9
	Pembuangan sampah liat dari pihak luar	10
	Tempat sampah sering dipindah oleh orang yang bukan petugas	2
	Perilaku pedagang kurang ramah	8
	Konsumen kurang teliti saat membeli	5
	Kurangnya penataan produk dagangan	10
RL1 1	Tidak ada arsip pengaduan tiap pedagang	5
	Tidak ada ketentuan jenis barang yang dapat dikomplain	5
	Tidak ada petunjuk cara melakukan pengaduan	2
	Tidak ada label kios	8
	Tidak ada nota yang diberikan ke konsumen	2
	Tidak ada formulir pengaduan tiap kios	4
	Karyawan kios kurang memiliki/menguasai pengetahuan produk yang dijual	10
	Penataan produk tidak rapi	10
	Peletakan produk yang saling menumpuk	8
A19	Tidak ada keseragaman harga	2
	Tidak ada pengelompokan jenis produk	4
	Tidak ada informasi spesifikasi produk yang tercantum	4
	Tidak semua pedagang mencantumkan label harga produk	8
	Tidak ada katalog produk	2

Berdasarkan data di atas didapatkan pada T2 terdapat 13 *failure cause* yang teridentifikasi. Selanjutnya pada RL11 terdapat sembilan *failure cause* yang teridentifikasi. Pada A19 didapatkan delapan *failure cause* yang teridentifikasi. Total keseluruhan *failure cause* yang teridentifikasi yaitu 30 *failure cause*. Penilaian *failure cause* tertinggi terdapat pada masyarakat tidak disiplin dalam membuang sampah pada tempat sampah dengan nilai sepuluh, tidak tersedianya kantong pembuangan sementara tiap kios dengan nilai sepuluh, pembuangan sampah liar dari pihak luar dengan nilai sepuluh, kurangnya penataan produk dengan nilai sepuluh, dan karyawan kios kurang memiliki atau menguasai pengetahuan produk yang dijual dengan nilai sepuluh.

4.6.4 Perhitungan *Risk Priority Number* (RPN)

Berdasarkan hasil observasi dan *brainstorming* bersama para ahli maka didapatkan nilai *severity*, *occurrence*, dan *detection* di setiap aspek kegagalan pelayanan Pasar Beringharjo. Berikut nilai-nilai yang didapatkan beserta dengan perhitungan *risk priority number* (RPN) dari masing-masing aspek kegagalan pelayanan Pasar Beringharjo:

Tabel 4. 14. Perhitungan *Risk Priority Number* (RPN)

No	<i>Failure Mode</i>	Keparahan (1-10)	<i>Failure effect</i>	Frekuensi Kejadian (1-10)	<i>Failure cause</i>	Kemungkinan Deteksi (1-10)	<i>Risk Priority Number</i> (RPN)
T2	Kebersihan Pasar Beringharjo	5	Pelanggan merasa tidak nyaman	5	Masyarakat pasar tidak disiplin dalam membuang sampah pada tempat sampah	10	250
					Masyarakat pasar kurang sadar untuk memilah sampah	3	75
					Masyarakat pasar kurang sadar arti kebersihan	3	75
					Tidak tersedianya kantong pembuangan sementara tiap kios	10	250
					Kurangnya papan himbauan tentang kebersihan	2	50
					Kurangnya papan petunjuk tempat sampah	2	50
					Kurangnya tenaga kebersihan	4	100
					Kurang ada patroli rutin yang terjadwal	4	100
					Kurang tegasnya sanksi pelanggaran pembuang sampah	5	125
					Kurangnya jadwal pelaksana kebersihan	5	125
Penempatan tempat sampah kurang merata dan kurang strategis	9	225					

No	Failure Mode	Keparahan (1-10)	Failure effect	Frekuensi Kejadian (1-10)	Failure cause	Kemungkinan Deteksi (1-10)	Risk Priority Number (RPN)
RL1 1	Penanganan keluhan yang diajukan konsumen	3	Konsumen kecewa dengan pelayanan Pasar Beringharjo	3	Pembuangan sampah liat dari pihak luar	10	250
					Tempat sampah sering dipindah oleh orang yang bukan petugas	2	50
					Perilaku pedagang kurang ramah	8	72
					Konsumen kurang teliti saat membeli	5	45
					Kurangnya penataan produk dagangan	10	90
					Tidak ada arsip pengaduan tiap pedagang	5	45
					Tidak ada ketentuan jenis barang yang dapat dikomplain	5	45
					Tidak ada petunjuk cara melakukan pengaduan	2	18
					Tidak ada label kios	8	72
					Tidak ada nota yang diberikan ke konsumen	2	18
A19	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk	5	Konsumen bingung dalam menentukan keputusan pembelian produk	3	Tidak ada formulir pengaduan tiap kios	4	36
					Karyawan kios kurang memiliki/menguasai pengetahuan produk yang dijual	10	90
					Penataan produk tidak rapi	10	90
					Peletakan produk yang saling menumpuk	8	72
					Tidak ada keseragaman harga	2	18
					Tidak ada pengelompokan jenis produk	4	36
					Tidak ada informasi spesifikasi produk yang tercantum	4	36
					Tidak semua pedagang mencantumkan label harga produk	8	72
Tidak ada katalog produk	2	18					

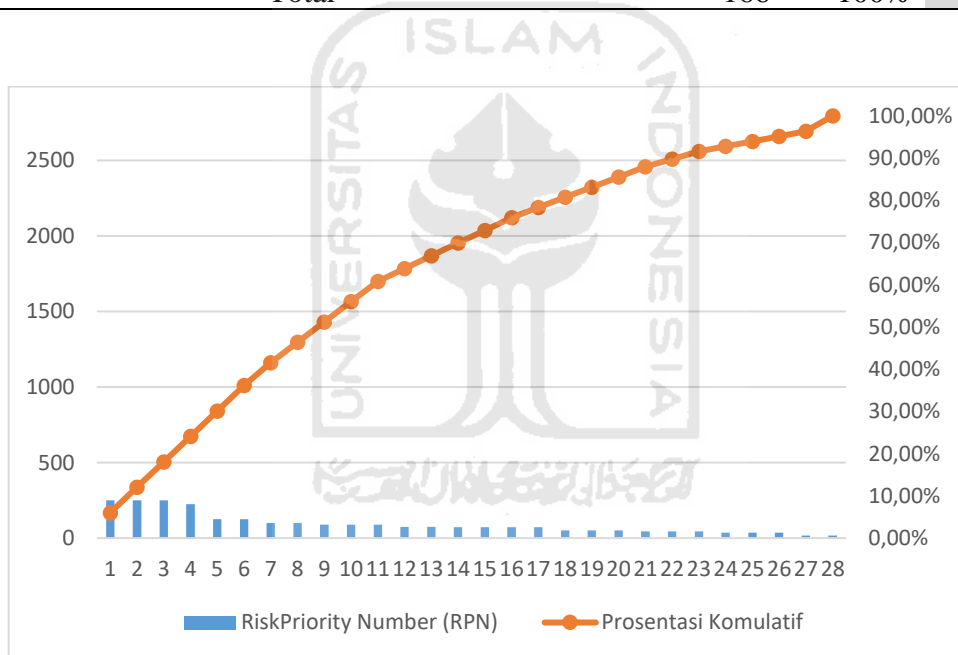
4.6.4 Diagram Pareto *Failure Mode Effect Analysis* (FMEA)

Berdasarkan perhitungan menggunakan metode *Failure Mode Effect Analysis* (FMEA), maka dibentuk menjadi diagram pareto untuk mengetahui tingkat prioritas penyebab kegagalan yang terjadi. Dalam diagram pareto yang terbentuk akan memperlihatkan urutan penyebab kegagalan pelayanan di Pasar Beringharjo. Selain itu dalam diagram pareto akan memperlihatkan persentase penyebab kegagalan pelayanan.

Tabel 4. 15. Tabel Diagram Pareto
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

No.	<i>Failure cause</i>	<i>Risk Priority Number (RPN)</i>	%	% Komulatif
1	Masyarakat pasar tidak disiplin dalam membuang sampah pada tempat sampah	250	6,02%	6,02%
2	Tidak tersedianya kantong pembuangan sementara tiap kios	250	6,02%	12,05%
3	Pembuangan sampah liar dari pihak luar	250	6,02%	18,07%
4	Penempatan tempat sampah kurang merata dan kurang strategis	225	6,02%	24,10%
5	Kurang tegasnya sanksi pelanggaran pembuang sampah	125	6,02%	30,12%
6	Kurangnya jadwal pelaksana kebersihan	125	6,02%	36,14%
7	Kurangnya tenaga kebersihan	100	5,42%	41,57%
8	Kurang ada patroli rutin yang terjadwal	100	4,82%	46,39%
9	Kurangnya penataan produk dagangan	90	4,82%	51,20%
10	Karyawan kios kurang memiliki/menguasai pengetahuan produk yang dijual	90	4,82%	56,02%
11	Penataan produk tidak rapi	90	4,82%	60,84%
12	Masyarakat pasar kurang sadar untuk memilah sampah	75	3,01%	63,86%
13	Masyarakat pasar kurang sadar arti kebersihan	75	3,01%	66,87%
14	Perilaku pedagang kurang ramah	72	3,01%	69,88%
15	Tidak ada label kios	72	3,01%	72,89%
16	Peletakan produk yang saling menumpuk	72	3,01%	75,90%
17	Tidak semua pedagang mencantumkan label harga produk	72	2,41%	78,31%
18	Kurangnya papan himbauan tentang kebersihan	50	2,41%	80,72%
19	Kurangnya papan petunjuk tempat sampah	50	2,41%	83,13%
20	Tempat sampah sering dipindah oleh orang yang bukan petugas	50	2,41%	85,54%

No.	Failure cause	Risk Priority Number (RPN)	%	% Kumulatif
21	Konsumen kurang teliti saat membeli	45	2,41%	87,95%
22	Tidak ada arsip pengaduan tiap pedagang	45	1,81%	89,76%
23	Tidak ada ketentuan jenis barang yang dapat dikomplain	45	1,81%	91,57%
24	Tidak ada formulir pengaduan tiap kios	36	1,20%	92,77%
25	Tidak ada pengelompokan jenis produk	36	1,20%	93,98%
26	Tidak ada informasi spesifikasi produk yang tercantum	36	1,20%	95,18%
27	Tidak ada petunjuk cara melakukan pengaduan	18	1,20%	96,39%
28	73 failure cause (lain-lain)	18	3,61%	100%
Total		166	100%	



Gambar 4. 18. Diagram Pareto FMEA
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

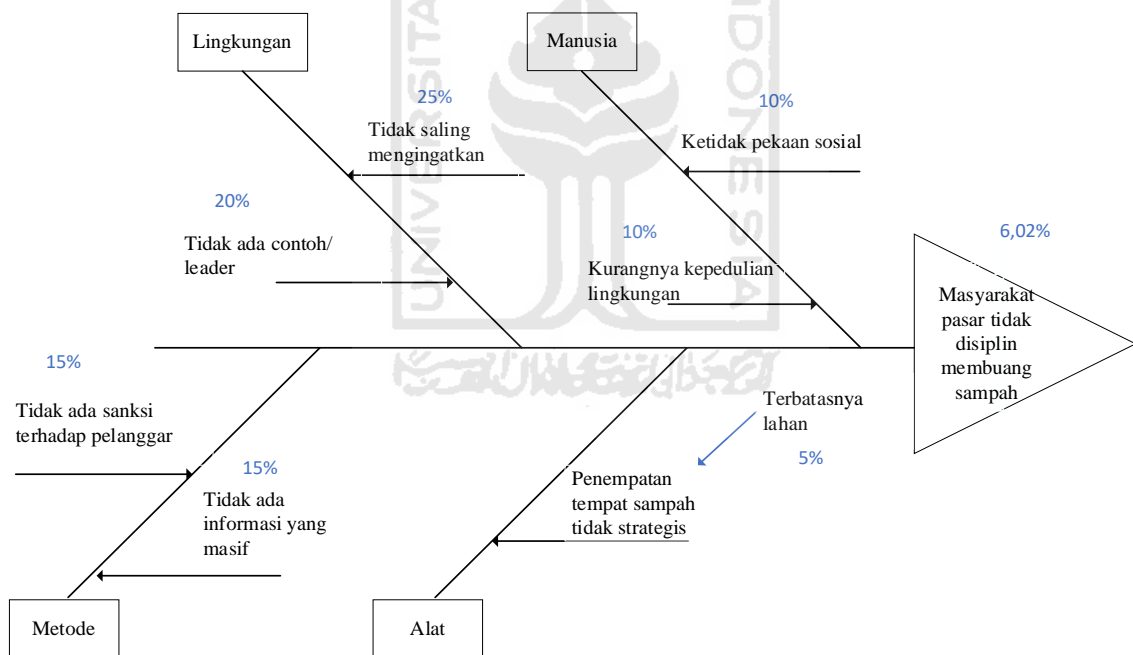
Dari diagram pareto di atas didapatkan 28 *failure cause* yang menjadi penyebab kegagalan pelayanan di Pasar Beringharjo. Dari diagram pareto tersebut menghitung persentase *Risk Priority Number* (RPN) dari setiap *failure cause*. Dalam diagram pareto tersebut akan dilakukan analisis prioritas kegagalan yang harus diselesaikan berdasarkan peraturan 80:20.

Berdasarkan perhitungan tersebut maka dalam diagram pareto *Risk Priority Number* (RPN) diprioritaskan enam penyebab permasalahan yang akan dicari solusi untuk menghindari atau mengurangi tingkat kegagalan pelayanan yang terjadi di Pasar Beringharjo.

4.6.5 Diagram *Fishbone Failure Cause* FMEA

Dari hasil perhitungan pada diagram pareto, diketahui terdapat 30 *failure cause* yang teridentifikasi di pelayanan Pasar Beringharjo. Dari 30 *failure cause* yang terdeteksi, didapatkan enam prioritas *failure cause* yang perlu dicari lebih lanjut akar masalahnya. Akar penyebab masalah tersebut nantinya akan dibuat *cluster* untuk diidentifikasi solusi yang tepat supaya pelayanan Pasar Beringharjo dapat berjalan dengan prima.

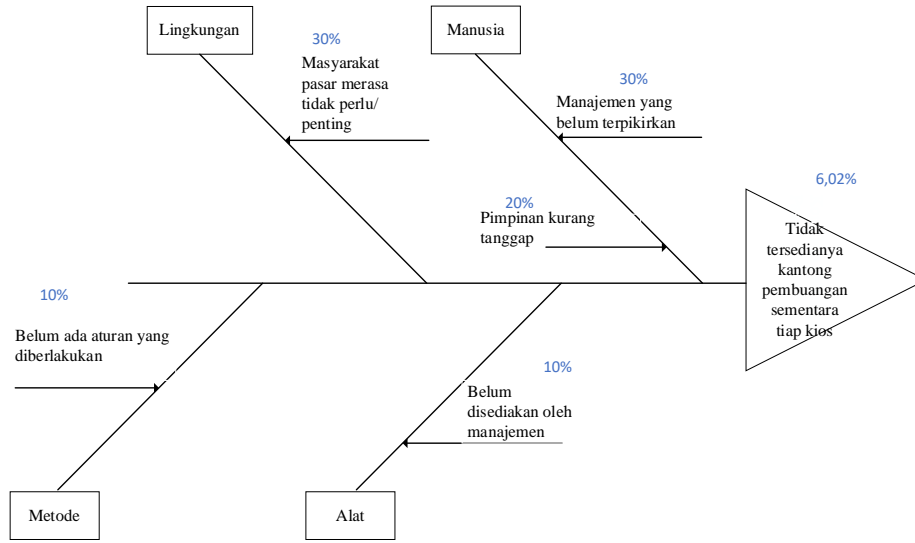
a. Masyarakat pasar tidak disiplin dalam membuang sampah



Gambar 4. 19. Diagram *Fishbone* 1

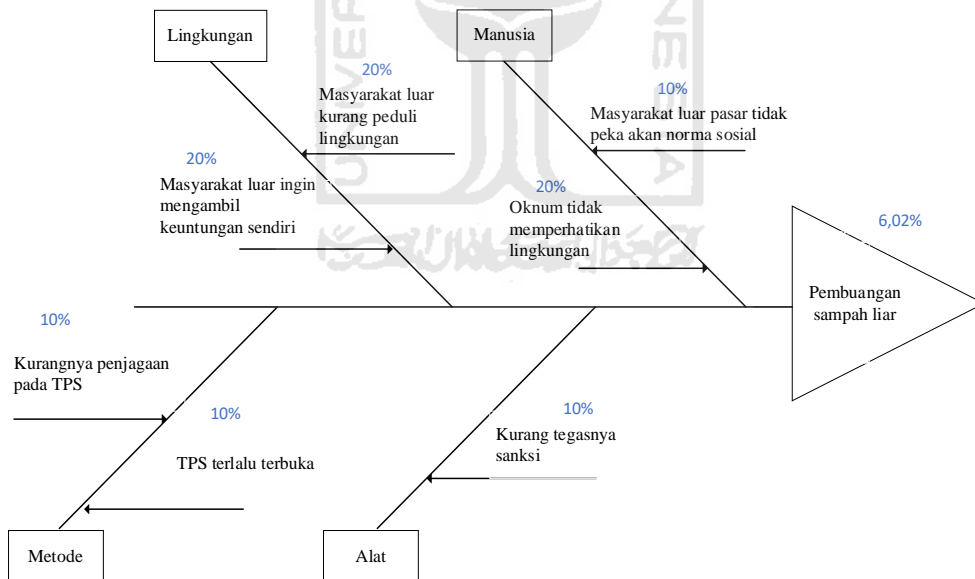
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

b. Tidak tersedianya kantong pembuangan sementara tiap kios



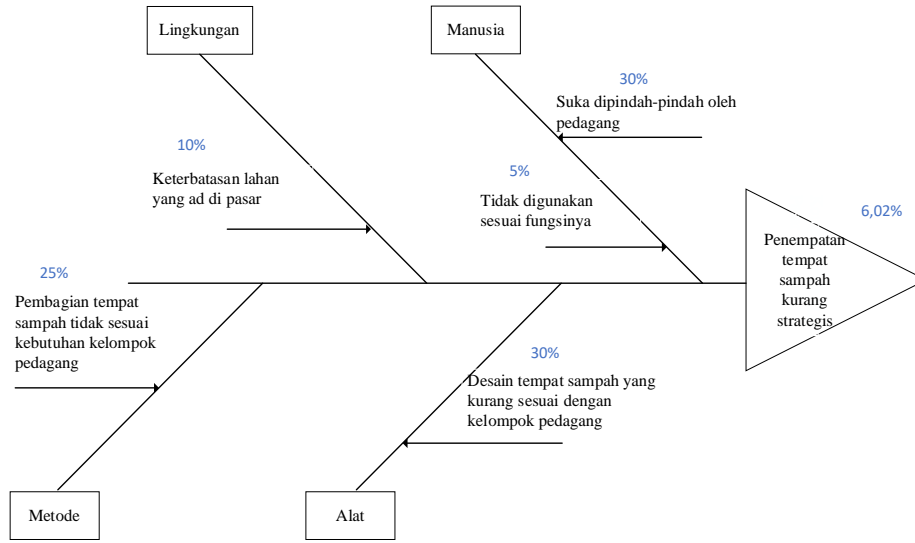
Gambar 4. 20. Diagram *Fishbone 2*
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

c. Pembuangan sampah liar



Gambar 4. 21. Diagram *Fishbone 3*
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

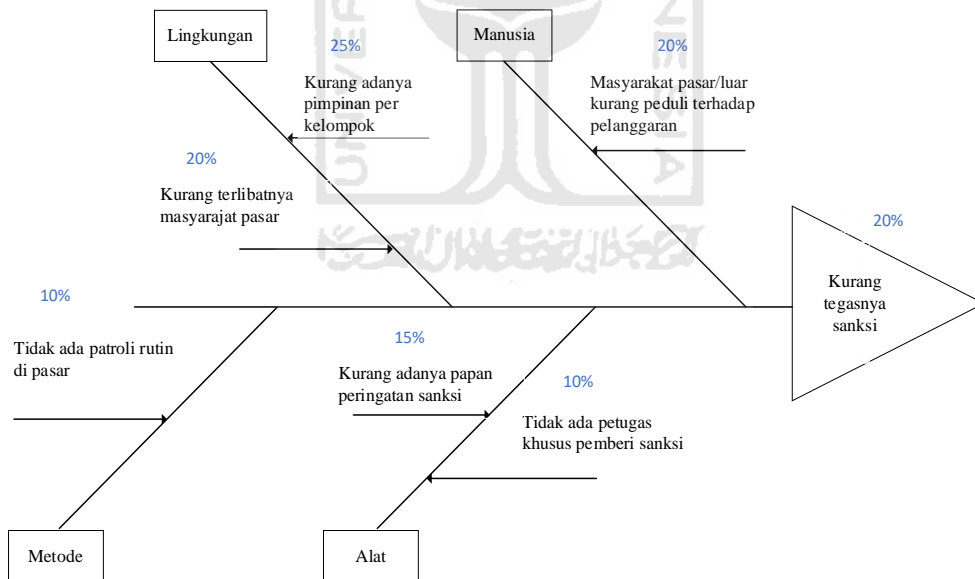
d. Penempatan tempat sampah kurang merata/strategis



Gambar 4. 22. Diagram *Fishbone* 4

(Sumber: Pengolahan data, 2020)

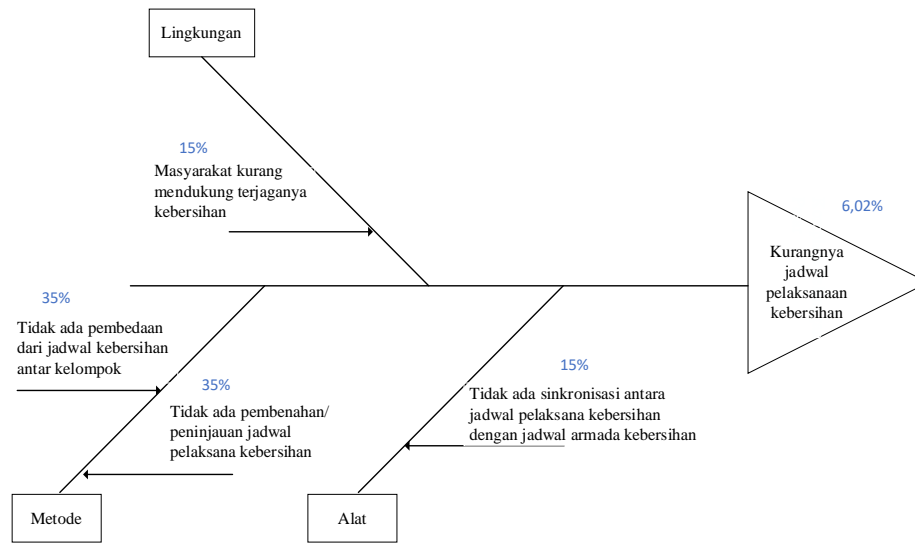
e. Kurang tegasnya sanksi



Gambar 4. 23. Diagram *Fishbone* 5

(Sumber: Pengolahan data, 2020)

f. Kurangnya jadwal pelaksanaan kebersihan



Gambar 4. 24. Diagram *Fishbone* 6

(Sumber: Pengolahan data, 2020)

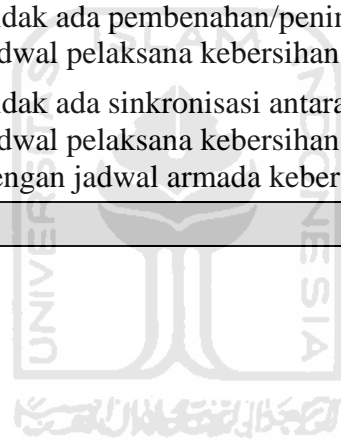
Berdasarkan enam *fishbone* yang telah teridentifikasi dari masing-masing *failure cause* yang menjadi prioritas, maka didapatkan persentase setiap atribut. Setiap atribut yang teridentifikasi pada diagram *fishbone* memiliki nilai persentase tersendiri. Kemudian nilai persentase tersebut dihitung kembali untuk mengetahui persentase aslinya. Persentase asli setiap atribut dalam diagram *fishbone* dapat dilihat pada Tabel 4.16.

Tabel 4. 16. Persentase Keseluruhan Diagram *Fishbone*

No.	Failure cause	% cause failure	Sub No.	Fishbone	% fishbone	% Keseluraan	% Komulatif
1	Masyarakat pasar tidak disiplin dalam membuang sampah pada tempat sampah	6,02%	a	Ketidak pekaan sosial	10%	0,60%	0,60%
			b	Kurangnya kepedulian lingkungan	10%	0,60%	1,20%
			c	Tidak saling mengingatkan	25%	1,51%	2,71%
			d	Tidak ada contoh/leader	20%	1,20%	3,91%
			e	Tidak ada sanksi terhadap pelanggar	15%	0,90%	4,82%
			f	Tidak ada informasi yang masif	15%	0,90%	5,72%
			g	Penempatan tempat sampah tidak strategis	5%	0,30%	6,02%
Total					100%	6,02%	
2	Tidak tersedianya kantong pembuangan sementara tiap kios	6,02%	a	Manajemen yang belum terpikirkan	30%	1,81%	1,81%
			b	Pimpinan kurang tanggap	20%	1,20%	3,01%
			c	Masyarakat pasar merasa tidak perlu/penting	30%	1,81%	4,82%
			d	Belum ada aturan yang diberlakukan	10%	0,60%	5,42%
			e	Belum disediakan oleh manajemen	10%	0,60%	6,02%
Total					100%	6,02%	
3	Pembuangan sampah liar dari pihak luar	6,02%	a	Masyarakat luar pasar tidak peka akan norma sosial	10%	0,60%	0,60%
			b	Oknum tidak memperhatikan lingkungan	20%	1,20%	1,81%
			c	Masyarakat luar kurang peduli lingkungan	20%	1,20%	3,01%

No.	Failure cause	% cause failure	Sub No.	Fishbone	% fishbone	% Keseluraan	% Komulatif
			d	Masyarakat luar ingin mengambil keuntungan sendiri	20%	1,20%	4,21%
			e	Kurangnya penjagaan pada TPS	10%	0,60%	4,82%
			f	TPS terlalu terbuka	10%	0,60%	5,42%
			g	Kurang tegasnya sanksi	10%	0,60%	6,02%
			Total		100%	6,02%	
4	Penempatan tempat sampah kurang merata dan kurang strategis	6,02%	a	Suka dipindah-pindah oleh pedagang	30%	1,81%	1,81%
			b	Tidak digunakan sesuai fungsinya	5%	0,30%	2,11%
			c	Keterbatasan lahan yang ada di pasar	10%	0,60%	2,71%
			d	Pembagian tempat sampah tidak sesuai kebutuhan kelompok pedagang	25%	1,51%	4,21%
			e	Desain tempat sampah yang kurang sesuai dengan kelompok pedagang	30%	1,81%	6,02%
			Total		100%	6,02%	
5	Kurang tegasnya sanksi pelanggaran pembuang sampah	6,02%	a	Masyarakat pasar/luar kurang peduli terhadap pelanggaran	20%	1,20%	1,20%
			b	Kurang adanya pimpinan per kelompok	25%	1,51%	2,71%
			c	Kurang terlibatnya masyarakat pasar	20%	1,20%	3,91%
			d	Tidak ada patroli rutin di pasar	10%	0,60%	4,52%
			e	Kurang adanya papan peringatan sanksi	15%	0,90%	5,42%
			f	Tidak ada petugas khusus pemberi sanksi	10%	0,60%	6,02%

No.	Failure cause	% cause failure	Sub No.	Fishbone	% fishbone	% Keseluraan	% Komulatif
		Total			100%	6,02%	
6	Kurangnya jadwal pelaksana kebersihan	6,02%	a	Masyarakat kurang mendukung terjaganya kebersihan	15%	0,90%	0,90%
			b	Tidak ada pembedaan dari jadwal kebersihan antar kelompok	35%	2,11%	3,01%
			c	Tidak ada pembenahan/peninjauan jadwal pelaksana kebersihan	35%	2,11%	5,12%
			d	Tidak ada sinkronisasi antara jadwal pelaksana kebersihan dengan jadwal armada kebersihan	15%	0,90%	6,02%
		Total			100%	6,02%	



4.7 House of Quality (HOQ)

Analisis *House of Quality* (HOQ) dilakukan untuk menentukan secara jelas apa saja kebutuhan dan keinginan konsumen serta digunakan untuk mengevaluasi setiap tujuan pokok atau juga dapat disebut sistematis kemampuan pelayanan dalam kaitannya dengan pengaruh terhadap setiap kebutuhan konsumen.. Berikut analisis *House of Quality* (HOQ):

4.7.1 Kebutuhan Konsumen

Berdasarkan pemetaan menggunakan diagram kartesius yang dapat dilihat pada Gambar 4.6 didapatkan kebutuhan konsumen pada kuadran I. Kuadran satu dipilih karena kuadran I menjadi prioritas perbaikan yang akan dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Adapun prioritas perbaikan dapat dilihat pada Tabel 4.17.

Tabel 4. 17. Prioritas Atribut Pelayanan yang Harus Dipenuhi
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

No	Dimensi	Atribut Pelayanan
1	<i>Tangible</i>	Tingkat Kebersihan Pasar Beringharjo
2	<i>Reliability</i>	Penanganan keluhan yang diajukan konsumen
3	<i>Assurance</i>	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk

4.7.2 Importance Rating

Setelah mengidentifikasi atribut pelayanan yang harus diperbaiki, selanjutnya dilakukan tahap perhitungan *importance rating* untuk masing-masing atribut.

Perhitungan dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_1}{n}$$

Keterangan :

\bar{Y} = Nilai rata-rata kepentingan

y_1 = Data kepentingan konsumen

n = jumlah responden

Hasil perhitungan *importance rating* dapat dilihat pada Tabel 4.18.

Tabel 4. 18. Nilai *Importance Rating* setiap Atribut Pelayanan
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

No	Dimensi	Atribut Pelayanan	<i>Importance Rating</i>
1	<i>Tangible</i>	Kebersihan Pasar Beringharjo	3,56
2	<i>Reliability</i>	Penanganan keluhan yang diajukan konsumen	3,53
3	<i>Assurance</i>	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk (bahan. jenis. rupa. dll)	3,59

Berikut contoh perhitungan *importance rating* pada atribut pertama:

$$Importantance Rating = \left\{ \frac{((1 \times 1) + (6 \times 2) + (15 \times 3) + (46 \times 4) + (0 \times 5))}{68} \right\} = 3,65$$

4.7.3 Penerjemahan Kebutuhan Konsumen ke Kebutuhan Teknis

Dalam hal ini akan dilakukan penerjemahan kebutuhan konsumen dalam kebutuhan teknis. Keinginan-keinginan konsumen yang telah teridentifikasi akan diterjemahkan dalam bahasa teknis dengan diturunkannya berdasarkan informasi yang didapat untuk mengetahui aspek apa saja yang perlu dilakukan pengembangan. Penerjemahan kebutuhan konsumen (*customer requirements*) ke kebutuhan teknis (*technical requirements*) dapat dilihat pada tabel 4.19.

Tabel 4. 19. Penerjemahan Kebutuhan Konsumen ke Kebutuhan Teknis
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

No.	Dimensi	Atribut Pelayanan	Kebutuhan Teknis
1	<i>Tangible</i>	Kebersihan Pasar Beringharjo	Pembentukan ketua untuk tiap kelompok pedagang <hr/> Diadakan pertemuan rutin antara manajemen dan ketua pedagang <hr/> Disediakan kantong pembuangan sampah sementara tiap kios <hr/>

No.	Dimensi	Atribut Pelayanan	Kebutuhan Teknis
			Diadakan patroli pengawasan lingkungan dalam pasar yang terjadwal
			Pasar Menyediakan pengeras suara untuk dilakukan sosialisasi saat pasar beroperasi
			Ditugaskan patroli pengawasan di TPS pasar
			Disediakan papan-panan himbauan dan sanksi
			Penambahan shift jadwal pelaksanaan kebersihan
2	<i>Reliability</i>	Penanganan keluhan yang diajukan konsumen	Pembentukan ketua untuk tiap kelompok pedagang
			Diadakan pertemuan rutin antara manajemen dan ketua pedagang
			Diadakan patroli pengawasan lingkungan dalam pasar yang terjadwal
			Pasar Menyediakan pengeras suara untuk dilakukan sosialisasi saat pasar beroperasi
			Penerapan 5R pada setiap kios dan semua lingkungan pasar
			Disediakan papan-panan himbauan dan sanksi
			Sosialisasi 3S yang ditanamkan pada pedagang pasar
3	<i>Assurance</i>	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk (bahan, jenis, rupa, dll)	Pembentukan ketua untuk tiap kelompok pedagang
			Diadakan pertemuan rutin antara manajemen dan ketua pedagang
			Diadakan patroli pengawasan lingkungan dalam pasar yang terjadwal
			Pasar Menyediakan pengeras suara untuk dilakukan sosialisasi saat pasar beroperasi
			Penerapan 5R pada setiap kios dan semua lingkungan pasar
			Disediakan papan-panan himbauan dan sanksi
			Sosialisasi 3S yang ditanamkan pada pedagang pasar

4.7.4 Hubungan antara Kebutuhan Konsumen dan Kebutuhan Teknis

Dalam menentukan hubungan antara kebutuhan konsumen dan kebutuhan teknis akan dibagi dalam tiga tingkatan. Berikut tiga tingkatan hubungan:

- Kebutuhan teknis memiliki hubungan yang bernilai kuat dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Hubungan ini memiliki nilai sembilan dan disimbolkan sebagai “●”
- Kebutuhan teknis memiliki hubungan yang bernilai sedang dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Hubungan ini memiliki nilai tiga dan disimbolkan sebagai “○”
- Kebutuhan teknis memiliki hubungan yang bernilai lemah dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Hubungan ini memiliki nilai satu dan disimbolkan sebagai “△”.

Hubungan antara antara kebutuhan konsumen dan kebutuhan teknis dapat dilihat melalui Gambar 4.25.

No	Kebutuhan Teknis	Important Rating	Pembentukan ketua untuk tiap kelompok pedagang	Diadakan pertemuan rutin antara manajemen dan ketua pedagang	Disediakan kantong pembungkusan sampah sementara tiap kios	Diadakan patroli pengawasan lingkungan dalam pasar yang terjadwal	Pasar Menyediakan pengeras suara untuk dilakukan sosialisasi saat pasar beroperasi	Ditugaskan patroli pengawasan di TPS pasar	Penerapan 5R pada setiap kios dan semua lingkungan pasar	Disediakan papan-papan himbauan dan sanksi	Penambahan shift jadwal pelaksanaan kebersihan	Sosialisasi 3S yang ditanamkan pada pedagang pasar
1	Kebersihan Pasar Beringharjo	3,56	●	●	●	●	●	●	○	●	●	
2	Penanganan keluhan yang diajukan konsumen	3,53	●	●		○	○		●	●		●
3	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk	3,59	○	△		○	△		●	△		●

Gambar 4. 25. Hubungan antara Kebutuhan Konsumen dan Kebutuhan Teknis (Sumber: Pengolahan data, 2020)

4.7.5 Penentuan Target dan Bobot Kolom

Nilai target digunakan untuk merepresentasikan kebutuhan konsumen. Terdapat dua pilihan nilai target yang diidentifikasi yaitu bisa terpenuhi dan dimaksimalkan. Target dapat dilihat pada Tabel 4.20.

Tabel 4. 20. Penentuan Target Kebutuhan Teknis
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

No.	Kebutuhan Teknis	Target
1	Pembentukan ketua untuk tiap kelompok pedagang	Bisa Terpenuhi
2	Diadakan pertemuan rutin antara manajemen dan ketua pedagang	Bisa Terpenuhi
3	Disediakan kantong pembuangan sampah sementara tiap kios	Dimaksimalkan
4	Diadakan patroli pengawasan lingkungan dalam pasar yang terjadwal	Dimaksimalkan
5	Pasar Menyediakan pengeras suara untuk dilakukan sosialisasi saat pasar beroperasi	Dimaksimalkan
6	Ditugaskan patroli pengawasan di TPS pasar	Bisa Terpenuhi
7	Penerapan 5R pada setiap kios dan semua lingkungan pasar	Bisa Terpenuhi
8	Disediakan papan-papan himbauan dan sanksi	Bisa Terpenuhi
9	Penambahan shift jadwal pelaksanaan kebersihan	Dimaksimalkan
10	Sosialisasi 3S yang ditanamkan pada pedagang pasar	Dimaksimalkan

Setelah diketahui target masing-masing kebutuhan teknis maka dilakukan perhitungan bobot. Perhitungan bobot dilakukan dengan mengalikan setiap *importance rating* kebutuhan konsumen dengan nilai hubungan terhadap kebutuhan teknis. Hasil perhitungan nilai bobot dapat dilihat pada Gambar 4.26.

No	Kebutuhan Teknis	Important Rating	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Kebersihan Pasar Beringharjo	3,56	●	●	●	●	●	●	○	●	●	
2	Penanganan keluhan yang diajukan konsumen	3,53	●	●		○	○		●	●		●
3	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk	3,59	○	△		○	△		●	△		●
Target			Bisa Terpenuhi	Bisa Terpenuhi	Dimaksimalkan	Dimaksimalkan	Dimaksimalkan	Bisa Terpenuhi	Bisa Terpenuhi	Bisa Terpenuhi	Dimaksimalkan	Dimaksimalkan
Kolom bobot			74,559	67,382	32,029	53,382	46,206	32,029	53,206	67,382	32,029	64,059

Gambar 4. 26. Bobot Kolom Kebutuhan Teknis
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

Contoh perhitungan bobot kolom pada kebutuhan teknis pertama:

$$\text{Bobot kolom} = (3,56 \times 9) + (3,53 \times 9) + (3,39 \times 3) = 74,559$$

4.7.6 Matriks Korelasi

Matriks korelasi merupakan sebuah atap dari *House of Quality* (HOQ) untuk menjadi penentu hubungan setiap item kebutuhan teknis. Matriks korelasi selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 4.27.

$$\text{improvement ratio} = \frac{\text{target}}{\text{kepuasan konsumen}}$$

Nilai *improvement ratio* setiap kebutuhan konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.22 di bawah ini.

Tabel 4. 22. Perhitungan *Improvement Rasio*
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

No.	Kebutuhan Teknis	<i>Improvement Ratio</i>
1	Kebersihan Pasar Beringharjo	2,10
2	Penanganan keluhan yang diajukan konsumen	1,42
3	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk	1,90

Contoh perhitungan *improvement ratio* dapat dilihat di bawah ini:

$$\text{improvement ratio} = \frac{5}{2,38} = 2,10$$

4.7.9 Penentuan Nilai Bobot Baris

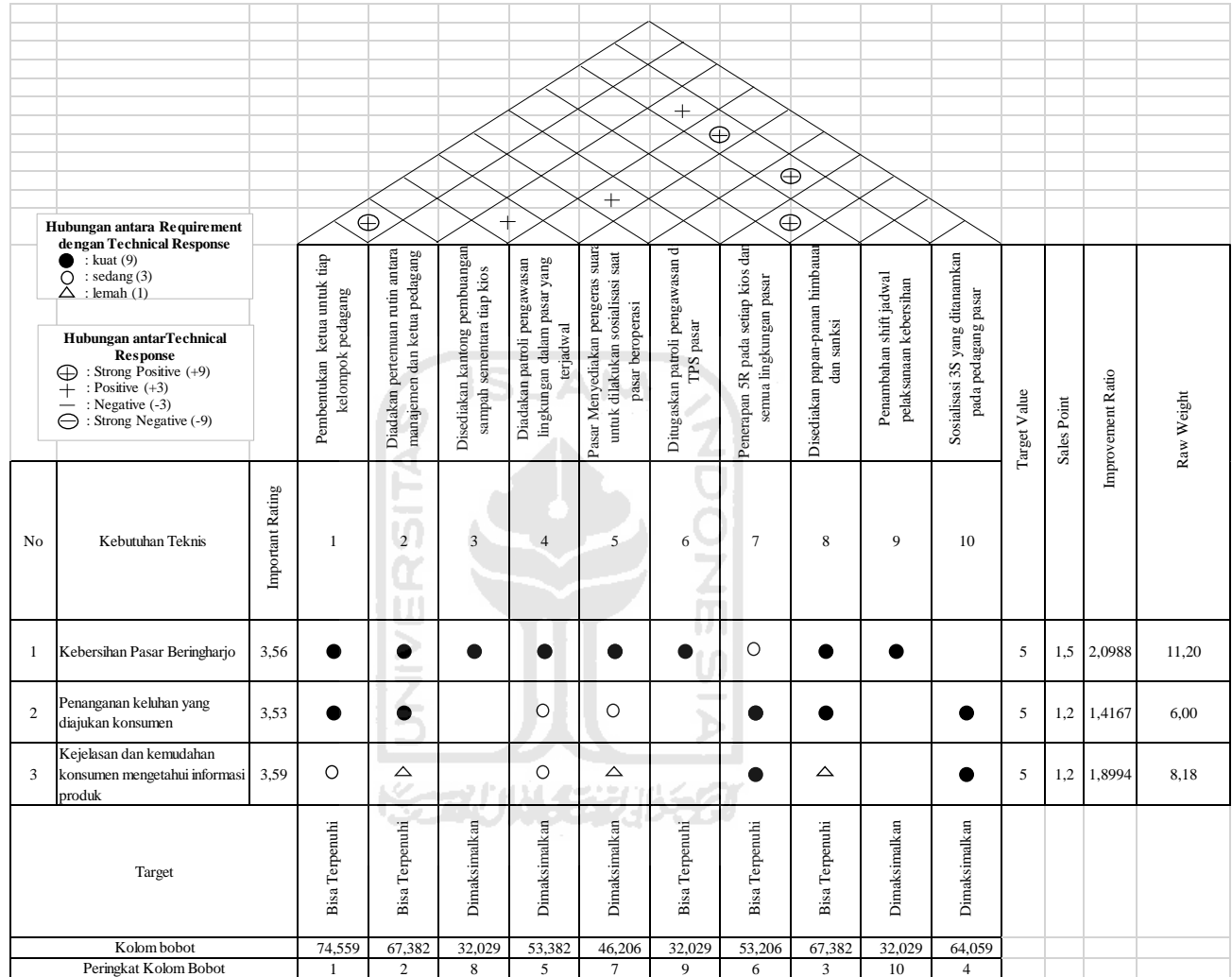
Dalam melakukan analisis menggunakan *House of Quality* (HOQ), selanjutnya dilakukan perhitungan untuk menentukan bobot baris atau *raw weight*. Nilai bobot baris akan menunjukkan tingkat prioritas pengambilan tindakan untuk memperbaiki pelayanan di Pasart Beringharjo. Kebutuhan konsumen dengan nilai bobot baris terbesar berarti akan memperoleh prioritas perbaikan utama. Sehingga kebutuhan konsumen tersebut harus segera dipenuhi dengan cara memperbaiki atribut pelayanan yang kurang terpenuhi. Nilai bobot batrus dapat dilihat melalui Tabel 4.23.

Tabel 4. 23. Nilai Bobot Barus Kebutuhan Konsumen
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

No.	Kebutuhan Teknis	<i>Raw Weight</i>
1	Kebersihan Pasar Beringharjo	11,20
2	Penanganan keluhan yang diajukan konsumen	6,00
3	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk	8,18

4.7.10 Gambar Keseluruhan *House of Quality* (HOQ)

Setelah dilakukan berbagai analisis dan perhitungan, selanjutnya didapatkan *House of Quality* (HOQ) keseluruhan. Gambar *House of Quality* (HOQ) dapat dilihat pada Gambar 4.28.



Gambar 4. 28. *House of Quality* (HOQ)
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Hasil Kuesioner

Kuesioner yang disebar digunakan untuk menentukan *voice of customer*. Pembentukan kuesioner kualitas pelayanan yang disediakan oleh Pasar Beringharjo dilakukan pada konsumen pasar. Sebelum dilakukan analisis perlu dilakukan uji kecukupan data, uji validasi, dan uji reliabilitas. Berikut uji statistik yang telah dilakukan:

5.1.1 Uji Kecukupan Data

Pada uji kecukupan data kuesioner yang disebar menggunakan Tingkat Kepercayaan sebesar 90% dan Tingkat ketelitian sebesar 10% didapat jumlah responden sebanyak 68 data. Sehingga dalam penelitian ini disebar kuesioner terhadap 68 responden yang merupakan konsumen dari Pasar Beringharjo Yogyakarta. Data tersebut dianggap sudah cukup mewakili sebagai sampel dari suatu populasi konsumen Pasar Beringharjo Yogyakarta.

5.1.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS Statistic 25 yang hasilnya dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*. Hasil dari perhitungan menggunakan *software* IBM SPSS Statistic 25 yaitu nilai Hasil yang didapatkan adalah nilai r_{hitung} . Hal tersebut berarti atribut pertanyaan dalam kuesioner telah dianggap mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan.

5.1.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas juga dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS Statistic 25 yang menghasilkan $r_{cronbach's\ alpha}$ yang dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*. Hasil dari uji reliabilitas ditemukan bahwa diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* setiap butir pertanyaan lebih dari 0,6, sehingga butir pertanyaan pada kuesioner dianggap dapat dipercaya. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa atribut pada kuesioner dapat memperlihatkan kemantapan atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan atribut-

atribut tersebut. Jika kuesioner tersebut ditanyakan kembali kepada responden yang lain maka hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut.

5.2 Analisis *Voice of Customer*

Sampel konsumen yang diambil dalam penelitian ini diwakili oleh 68 responden. Hal itu ditetapkan berdasarkan perhitungan uji kecukupan data yang telah dilakukan. Pembentukan kuesioner yang akan disebar menggunakan skala *likert* 1 - 4. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Berikut hasil analisis *voice of customer* Pasar Beringharjo:

5.2.1 Analisis *Importance Performance Analysis*

Hasil perhitungan nilai skor total kepuasan dan skor total kepentingan dihasilkan analisis dengan menggunakan diagram kartesius. Analisis tersebut bertujuan untuk mengetahui letak atribut pelayanan Pasar Beringharjo. Berdasarkan letak atribut pelayanan tersebut dapat diketahui atribut-atribut apa saja yang harus dipertahankan, diperbaiki, dan atribut yang tidak begitu mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam diagram kartesius yang terbentuk didapatkan hasil sebagai berikut.

a. Kuadran I

Kuadran I merupakan kuadran di mana permasalahan masuk dalam prioritas utama perbaikan. Pada kuadran I terdapat tiga atribut yang masuk dalam kategori perlu perbaikan segera yaitu atribut dua atau kebersihan Pasar Beringharjo, atribut 19 atau penanganan keluhan yang diajukan konsumen dan atribut 11 atau kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk (bahan, jenis, rupa, dll).

b. Kuadran II

Kuadran II merupakan kuadran di mana permasalahan dianggap penting yang harus dipertahankan. Pada kuadran II terdapat sembilan atribut yang masuk dalam kategori penting untuk dipertahankan yaitu atribut sepuluh atau keakuratan pedagang saat melayani transaksi pembelian, 13 atau keakuratan informasi yang diterima pengunjung melalui pedagang, petugas keamanan, dan informasi, 20 atau perilaku pedagang, petugas keamanan dan informasi menanamkan kepercayaan konsumen, 12 atau perilaku pelayanan yang disediakan konsisten terhadap

konsumen tanpa diskriminasi, 23 atau gaya bicara pedagang, petugas keamanan, dan informasi santun saat memberikan pelayanan pada konsumen, 18 atau kesungguhan pedagang, petugas keamanan, dan informasi saat melayani pertanyaan konsumen, 14 atau pedagang cepat dan akurat dalam melayani transaksi pembelian, 21 atau perilaku pedagang, petugas keamanan, dan informasi membuat aman konsumen, dan delapan atau banyak ragam produk pilihan di Pasar Beringharjo.

c. Kuadran III

Kuadran III merupakan kuadran di mana permasalahan dianggap tidak terlalu penting atau diharapkan oleh pelanggan pasar. Pada kuadran III terdapat tujuh atribut yang masuk dalam kategori tidak penting untuk dipertahankan yaitu atribut tiga atau fasilitas toilet yang bersih dan nyaman, empat atau tersedia bangku dan tempat istirahat konsumen, sembilan atau adanya keamanan cctv di setiap sudut pasar, tujuh atau adanya papan petunjuk dan peta, enam atau adanya petugas keamanan dan informasi di setiap sudut pasar, 22 atau adanya jaminan keamanan bagi konsumen, dan lima atau adanya *tag* harga produk yang dapat dilihat konsumen.

d. Kuadran IV

Kuadran IV merupakan kuadran di mana permasalahan memiliki tingkat persepsi tinggi dengan tingkat harapan yang rendah. Pada kuadran III terdapat enam atribut yaitu saru atau penataan kios pedagang di Pasar Beringharjo (rapi, mudah dilihat, dan tidak menghalangi jalan, 16 atau kesiapan petugas keamanan dan informasi melayani konsumen pasar, 15 atau pedagang sabar dalam melayani pemilihan produk konsumen, 25 atau kesesuaian atribut pakaian yang dikenakan pedagang. petugas keamanan. dan informasi, 24 atau Pedagang. petugas keamanan dan informasi menyambut konsumen dengan sopan dan ramah, dan 17 atau kemampuan berkomunikasi pedagang, petugas keamanan, dan informasi yang baik dalam melayani konsumen,

5.3 Analisis Perbaikan Pelayanan Pasar

Dalam analisis pada diagram kartesius didapatkan tiga atribut yang masuk dalam kategori perlu dilakukan perbaikan segera. Atribut tersebut diantaranya adalah atribut dua atau fasilitas tempat sampah yang memadai, atribut 19 atau Pasar Beringharjo menyediakan

kompensasi terhadap keluhan yang diajukan konsumen dan atribut 11 atau kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk (bahan, jenis, rupa, dll).

Berdasarkan pertimbangan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang digunakan dalam penilaian kualitas di Pasar Beringharjo selanjutnya melakukan analisa perbaikan pelayanan. Terdapat tiga atribut pelayanan yang masuk dalam kuadran I yang perlu dilakukan perbaikan segera yaitu atribut dua kebersihan Pasar Beringharjo, atribut 19 atau penanganan keluhan yang diajukan konsumen, atribut 11 atau kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk (bahan, jenis, rupa, dll).

5.4 Analisis Diagram *Fishbone*

Analisis diagram *fishbone* dilakukan untuk mengetahui penyebab kesenjangan yang terjadi pada pelayanan Pasar Beringharjo. Penentuan penyebab kesenjangan tersebut selanjutnya dapat digunakan sebagai data pada metode *Failure Mode Effect Analysis* (FMEA). Berikut analisis diagram *fishbone* yang telah teridentifikasi:

5.4.1 Atribut Kebersihan Pasar Beringharjo

Pada analisa diagram *fishbone* pada atribut Kebersihan Pasar Beringharjo ditemukan empat atribut yang dapat di analisa. Atribut pertama yaitu manusia dengan tiga sub atribut yang terdiri masyarakat pasar tidak disiplin dalam membuang sampah pada tempat sampah, masyarakat pasar kurang sadar untuk memilah sampah, dan masyarakat pasar kurang sadar arti kebersihan. Atribut kedua yaitu alat dengan sub atribut diantaranya kurangnya papan himbauan tentang kebersihan, tidak tersedianya kantong pembuangan sementara pada tiap kios, kurangnya papan petunjuk tempat sampah, dan kurangnya tenaga kebersihan pasar. Atribut ketiga yaitu metode dengan sub atribut terdiri dari kurang ada patroli rutin yang terjadwal, kurang tegasnya sanksi pelanggaran pembuang sampah, kurangnya jadwal pelaksanaan kebersihan, dan penempatan tempat sampah kurang merata dan kurang strategis. Terakhir yaitu atribut lingkungan dengan sub atribut diantaranya pembuangan sampah liar dari pihak luar dan tempat sampah sering dipindah oleh orang yang bukan petugas.

5.4.2 Penanganan Keluhan Konsumen

Pada analisa diagram *fishbone* atribut Penanganan Keluhan Konsumen ditemukan empat atribut yang dapat di analisa. Atribut pertama yaitu manusia dengan dua sub atribut yang perilaku pedagang kurang ramah dan konsumen kurang teliti saat berbelanja. Atribut kedua yaitu lingkungan dengan sub atribut kurangnya penataan produk dagangan. Atribut ketiga yaitu metode dengan sub atribut terdiri dari Tidak ada arsip pengaduan tiap pedagang dan tidak ada ketentuan jenis barang yang dapat dikomplain. Terakhir yaitu atribut alat dengan sub atribut diantaranya tidak ada petunjuk cara melakukan pengaduan, tidak ada label kios, tidak ada nota yang diberikan ke konsumen, dan tidak ada formulir pengaduan pada tiap kios.

5.4.3 Kemudahan dan Kejelasan Informasi Produk

Pada analisa diagram *fishbone* atribut Kemudahan dan Kejelasan Informasi produk ditemukan empat atribut yang dapat di analisa. Atribut pertama yaitu manusia dengan sub atribut karyawan kios kurang memiliki/menguasai pengetahuan produk yang dijual. Atribut kedua yaitu lingkungan dengan sub atribut diantaranya Penataan produk tidak rapi dan Peletakan produk yang saling menumpuk. Atribut ketiga yaitu metode dengan sub atribut tidak ada keseragaman harga produk. Terakhir yaitu atribut alat dengan sub atribut diantaranya tidak ada pengelompokan produk jenis produk, tidak ada informasi spesifikasi produk yang tercantum, tidak semua pedagang mencantumkan label harga produk, dan tidak ada katalog produk.

5.5 Analisis *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA)

Metode *Failure Mode Effect Analysis* (FMEA) digunakan untuk mengidentifikasi potensial kegagalan atau kesalahan dari sebuah sistem, desain, proses, dan pelayanan sebelum sampai kepada konsumen. Identifikasi tersebut selanjutnya digunakan untuk menghilangkan potensial kegagalan atau kesalahan tersebut. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, berikut analisis *Failure Mode Effect Analysis* (FMEA) dari pelayanan di Pasar Beringharjo:

5.5.1 Penilaian Keparahan *Failure Mode*

Dalam penilaian yang dilakukan pada keparahan (*severity*) *failure mode* dalam metode *Failure Mode Effect Analysis* (FMEA) didapatkan nilai tertinggi pada *failure mode* tingkat kebersihan Pasar Beringharjo. Menurut ahli yang melakukan penilaian *failure mode* tingkat kebersihan Pasar Beringharjo sebesar lima. Hal itu berarti *failure mode* tingkat kebersihan Pasar Beringharjo bersifat *moderate severity*, artinya tingkat kebersihan Pasar Beringharjo memiliki pengaruh buruk yang bersifat sedang, sehingga konsumen dapat merasakan penurunan kualitas dalam batas toleransi.

Failure mode tertinggi kedua yaitu pada kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk yang memiliki nilai lima. Hal itu berarti *failure mode* kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk bersifat *moderate severity*, memiliki pengaruh buruk yang bersifat sedang, sehingga konsumen dapat merasakan penurunan kualitas dalam batas toleransi.

Failure mode yang paling rendah dengan sifat *mild severity* terdapat pada *failure mode* yang kedua yaitu penanganan keluhan yang diajukan konsumen bernilai 3. Penanganan keluhan yang diajukan konsumen memiliki arti bahwa pengaruh buruk yang timbulkan sangat ringan, sehingga konsumen tidak akan merasakan penurunan kualitas.

5.5.2 Penilaian Frekuensi Kejadian *Efect Failure*

Sebelum melakukan penilaian frekuensi kejadian (*occurrence*) perlu dilakukan identifikasi *failure effect* yang terjadi pada *failure mode* yang telah terbentuk. Dalam hal ini ahli mengidentifikasi tiga *failure effect* yang terjadi yaitu pelanggan merasa tidak nyaman untuk *failure mode* tingkat kebersihan Pasar Beringharjo, konsumen kecewa dengan pelayanan Pasar Beringharjo untuk *failure mode* penanganan keluhan yang diajukan konsumen, dan konsumen bingung dalam menentukan keputusan pembelian produk untuk *failure mode* kemudahan dan kejelasan informasi produk.

Selanjutnya penilaian terhadap tiga *failure effect* mengidentifikasi nilai tertinggi pada *failure effect* pelanggan merasa tidak nyaman dengan nilai lima yang berarti kemungkinan terjadinya tingkat kegagalan dalam batas rendah (*low*). Tingkat kegagalan dari *failure effect* yang pertama berkisar dua per 1000 item. *Failure effect* yang kedua yaitu konsumen kecewa dengan pelayanan Pasar Beringharjo dengan nilai tiga yang memiliki arti bahwa tingkat kegagalan dari *failure effect* bersifat sangat sedikit (*very*

slight) atau berkisar satu per 1000 item. *Failure effect* yang terakhir yaitu konsumen bingung dalam menentukan keputusan pembelian produk dengan nilai tiga yang berarti tingkat kegagalan dari *failure effect* bersifat sangat sedikit (*very slight*) atau berkisar satu per 1000 item.

5.5.3 Penilaian Kemungkinan Deteksi *Failure cause*

Dalam hal ini *failure cause* telah teridentifikasi melalui analisis menggunakan diagram *fishbone*. Dalam analisis diagram *fishbone* didapatkan 13 *failure cause* pada *failure mode* tingkat kebersihan Pasar Beringharjo, sembilan *failure cause* pada *failure mode* penanganan keluhan konsumen, dan delapan *failure cause* pada *failure mode* kemudahan dan kejelasan informasi produk. Total keseluruhan *failure cause* yang teridentifikasi yaitu 30 *failure cause*.

Dari 30 *failure cause* yang terbentuk enam *failure cause* yang memiliki nilai tertinggi dari keseluruhan *failure cause*. Pertama masyarakat tidak disiplin dalam membuang sampah pada tempat sampah, tidak tersedianya kantong pembuangan sementara tiap kios dengan nilai sepuluh, pembuangan sampah liar dari pihak luar, kurangnya penataan produk dan karyawan kios kurang memiliki/menguasai pengetahuan produk yang dijual. Semua *failure cause* tertinggi tersebut mendapatkan nilai sepuluh yang diberikan oleh ahli.

5.5.4 Perhitungan *Risk Priority Number* (RPN)

Perhitungan *risk priority number* (RPN) didapatkan dari hasil perkalian *severity*, *occurrence*, dan *detection*. RPN digunakan untuk mengetahui besarnya tingkat kegagalan yang terjadi. RPN juga digunakan untuk menentukan penyebab kegagalan mana yang perlu segera dilakukan perbaikan. Berdasarkan perhitungan *risk priority number* (RPN) yang telah didapatkan menunjukkan terdapat tiga RPN tertinggi pada *failure mode* tingkat kebersihan pasar yaitu masyarakat tidak disiplin dalam membuang sampah pada tempat sampah dengan RPN sebesar 250, tidak tersedianya pembuangan sampah sementara tiap kios dengan RPN sebesar 250, dan pembuangan sampah liar dari pihak luar dengan RPN sebesar 250.

Selanjutnya pada *failure mode* penanganan keluhan yang diajukan konsumen terdapat dua RPN tertinggi yaitu perilaku pedagang yang kurang ramah dengan RPN sebesar 72 dan tidak ada label kios dengan RPN sebesar 72. Terakhir pada *failure mode*

kemudahan dan kejelasan informasi produk terdapat dua RPN tertinggi yaitu karyawan kios kurang memiliki/menguasai pengetahuan produk yang dijual dengan RPN sebesar 90 dan penataan produk tidak rapi dengan nilai RPN sebesar 90.

5.6 Urutan Penyebab Kegagalan Pelayanan

Urutan penyebab kegagalan pelayanan didapatkan melalui perhitungan dan analisis menggunakan diagram pareto. Dalam diagram pareto didapatkan 28 *failure cause* yang memiliki nilai masing-masing. Berdasarkan diagram pareto yang tidak didapatkan pola 80/20 dikarenakan keterbatasan data yang diambil. Namun hal itu dapat disiasati untuk tetap mendapatkan prioritas perbaikan pelayanan Pasar Beringharjo. Sehingga dilakukan perhitungan dengan tujuan untuk mencari jumlah urutan penyebab kegagalan pelayanan yang teridentifikasi. Dalam perhitungan yang dilakukan didapatkan hasil bahwa terdapat enam prioritas perbaikan yang dapat dilakukan dalam rangka pengembangan pelayanan demi meningkatkan kepuasan pelanggan.

Diapatkan enam prioritas perbaikan permasalahan yang terdiri dari masyarakat pasar tidak disiplin dalam membuang sampah pada tempat sampah dengan RPN 250, prosentase 6,02 %, dan persentase kumulatif 6,02 %. Kedua yaitu tidak tersedianya kantong pembuangan sementara tiap kios dengan RPN 250, prosentase 6,02 %, dan prosentase kumulatif 12,05%. Ketiga adalah pembuangan sampah liat dari pihak luar dengan RPN 250, prosentase 6,02 %, dan persentase kumulatif 18,07 %. Selanjutnya penempatan tempat sampah kurang merata dan kurang strategis dengan RPN 225, prosentase 6,02 %, dan persentase kumulatif 24,10%. Kurang tegasnya sanksi pelanggaran pembuang sampah dengan RPN sebesar 125, prosentase 6,02 %, dan persentase kumulatif 30,12%. Terakhir yaitu Kurangnya jadwal pelaksana kebersihan dengan RPN 125, prosentase 6,02%, dan persentase kumulatif sebesar 36,14%. Dari 6 permasalahan yang akan diselesaikan dapat mewakili 36,14% penyelesaian masalah yang ada.

5.7 Analisis Diagram Fishbone FMEA

Berdasarkan data yang didapat melalui analisis FMEA maka kembali dilakukan analisis menggunakan diagram *fishbone*. Terdapat enam *fishbone* yang teridentifikasi sebagai

prioritas resiko yang perlu dilakukan mitigasi. Dalam diagram *fishbone* FMEA juga dilakukan penilaian persentase setiap tulang ikan yang terbentuk.

a. Masyarakat pasar tidak disiplin dalam membuang sampah

Diapatkan empat tulang ikan yang terdiri dari manusia, lingkungan, metode, dan alat. Dari setiap tulang ikan didapatkan tujuh penyebab risiko yaitu pada manusia terdapat ketidak pekaan sosial dan kurangnya kepedulian lingkungan, lingkungan meliputi tidak saling mengingatkan dan tidak ada pemimpin, metode meliputi tidak ada sanksi terhadap pelanggar dan tidak ada informasi yang masif, dan alat meliputi penempatan tempat sampah tidak strategis yang dikarenakan terbatasnya lahan.

Dari penyebab risiko yang telah teridentifikasi didapatkan persentase terbesar pada atribut lingkungan dengan persentase 25% dari 6,02%. Sehingga didapatkan nilai persentase keseluruhan sebesar 1,51%. Sedangkan nilai terkecil terdapat pada atribut alat dengan persentase 5% dari 6,02%. Sehingga didapatkan nilai persentase keseluruhan 0,30%.

b. Tidak tersedianya kantong pembuangan sementara tiap kios

Diapatkan empat tulang ikan yang terdiri dari manusia, lingkungan, metode, dan alat. Dari setiap tulang ikan didapatkan tujuh penyebab risiko yaitu pada manajemen yang belum terpikirkan, pimpinan kurang tanggap, masyarakat pasar merasa tidak perlu/penting, belum ada aturan yang diberlakukan, dan belum disediakan oleh manajemen.

Dari penyebab risiko yang telah teridentifikasi didapatkan persentase terbesar pada atribut lingkungan dan atribut manusia dengan persentase 30% dari 6,02%. Sehingga didapatkan nilai persentase keseluruhan sebesar 1,81%. Sedangkan nilai terkecil terdapat pada atribut alat dan atribut metode dengan persentase 10% dari 6,02%. Sehingga didapatkan nilai persentase keseluruhan 0,60%.

c. Pembuangan sampah liar dari pihak luar

Diapatkan empat tulang ikan yang terdiri dari manusia, lingkungan, metode, dan alat. Dari setiap tulang ikan didapatkan tujuh penyebab risiko yaitu pada masyarakat luar pasar tidak peka akan norma sosial, oknum tidak memperhatikan lingkungan, masyarakat luar

kurang peduli lingkungan, masyarakat luar ingin mengambil keuntungan sendiri, kurang penjagaab pada TPS, TPS terlalu terbuka, dan kurang tegasnya sanksi.

Dari penyebab risiko yang telah teridentifikasi didapatkan persentase terbesar pada atribut lingkungan manusia dan lingkungan dengan persentase 20% dari 6,02%. Sehingga didapatkan nilai persentase keseluruhan sebesar 1,20%. Sedangkan nilai terkecil terdapat pada atribut metode dan alat dengan persentase 10% dari 6,02%. Sehingga didapatkan nilai persentase keseluruhan 0,60%.

d. Penempatan tempat sampah kurang merata dan kurang strategis

Diapatkan empat tulang ikan yang terdiri dari manusia, lingkungan, metode, dan alat. Dari setiap tulang ikan didapatkan tujuh penyebab risiko yaitu pada suka dipindah-pindah oleh pedagang, tidak digunakan sesuai fungsinya, keterbatasan lahan yang ada di pasar, pembagian tempat sampah tidak sesuai kebutuhan kelompok pedagang, dan desaun tempat sampah yang kurang sesuai dengan kelompok pedagang.

Dari penyebab risiko yang telah teridentifikasi didapatkan persentase terbesar pada atribut lingkungan manusia dan alat dengan persentase 30% dari 6,02%. Sehingga didapatkan nilai persentase keseluruhan sebesar 1,81%. Sedangkan nilai terkecil terdapat pada atribut manusia dengan persentase 5% dari 6,02%. Sehingga didapatkan nilai persentase keseluruhan 0,30%.

e. Kurang tegasnya sanksi pelanggaran pembuang sampah

Diapatkan empat tulang ikan yang terdiri dari manusia, lingkungan, metode, dan alat. Dari setiap tulang ikan didapatkan tujuh penyebab risiko yaitu masyarakat pasar/luar kurang peduli terhadap pelanggaran, kurang adanya pimpinan per kelompok, kurang terlibatnya masyarakat pasar, tidak adanya papan peringatan dan sanksi, dan tidak ada petugas khusus pemberi sanksi.

Dari penyebab risiko yang telah teridentifikasi didapatkan persentase terbesar pada atribut lingkungan dengan persentase 25% dari 6,02%. Sehingga didapatkan nilai persentase keseluruhan sebesar 1,51%. Sedangkan nilai terkecil terdapat pada atribut metode dan alat dengan persentase 10% dari 6,02%. Sehingga didapatkan nilai persentase keseluruhan 0,60%.

f. Kurangnya jadwal pelaksana kebersihan

Diapatkan tiga tulang ikan yang terdiri dari lingkungan, metode, dan alat. Dari setiap tulang ikan didapatkan tujuh penyebab risiko yaitu masyarakat kurang mendukung terjaganya kebersihan, tidak ada perbedaan dari jadwal kebersihan antar kelompok, tidak ada pembenahan dari jadwal kebersihan antar kelompok, tidak ada pembenahan/peninjauan jadwal pelaksana kebersihan, dan tidak ada sinkronisasi antara jadwal pelaksana kebersihan dengan jadwal armada kebersihan.

Dari penyebab risiko yang telah teridentifikasi didapatkan persentase terbesar pada atribut metode dengan persentase 35% dari 6,02%. Sehingga didapatkan nilai persentase keseluruhan sebesar 2,11 %. Sedangkan nilai terkecil terdapat pada atribut lingkungan dan alat dengan persentase 15% dari 6,02%. Sehingga didapatkan nilai persentase keseluruhan 0,90%.

5.8 *Quality Function Deployment (QFD)*

Quality Function Deployment (QFD) digunakan untuk menjabarkan secara jelas kebutuhan konsumen. Selain itu *Quality Function Deployment (QFD)* juga dapat digunakan mengevaluasi setiap sistematis kemampuan pelayanan yang berkait dengan pengaruh terhadap setiap kebutuhan konsumen. Alat yang digunakan yaitu *House of Quality (HOQ)* yang merupakan bagian dalam metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Berdasarkan identifikasi dan perhitungan dalam *House of Quality (HOQ)* didapatkan hasil sebagai berikut:

5.7.1 Kebutuhan Konsumen

Kebutuhan konsumen merupakan matriks *what yang* didapatkan dari analisis menggunakan diagram kartesius pada metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Dalam diagram tersebut diketahui terdapat tiga kebutuhan utama yang perlu dilakukan perbaikan. Kebutuhan konsumen tersebut masuk dalam kuadran I pada diagram kartesius, yaitu tingkat kebersihan Pasar Beringharjo, penanganan keluhan yang diajukan konsumen, dan kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk. Tiga kebutuhan konsumen tersebut menjadi prioritas perbaikan dalam *Quality Function Deployment (QFD)*.

5.7.2 Importance Rating

Nilai *important rating* setiap atribut kebutuhan konsumen didapatkan melalui nilai skor rata-rata kepentingan yang disimbolkan dalam \bar{Y} . Hasil perhitungan didapatkan pada atribut tingkat kebersihan Pasar Beringharjo dengan skor 3,56, penanganan keluhan yang diajukan konsumen dengan skor 3,53, dan kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk dengan skor 3,59. Hasil nilai skor *importance rating* tertinggi terdapat pada atribut kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk dengan skor 3,59.

5.7.3 Kebutuhan Teknis

Kebutuhan teknis adalah matriks *how's* yang merupakan terjemahan kebutuhan konsumen ke dalam kebutuhan teknis. Kebutuhan atau keinginan konsumen yang teridentifikasi selanjutnya diterjemahkan dalam bahasa teknis. Dengan diturunkannya berdasarkan informasi yang didapat untuk mengetahui aspek apa saja yang perlu dilakukan pengembangan. Dalam kebutuhan teknis didapatkan sepuluh kebutuhan teknis yang dapat dilakukan pengembangan oleh pihak manajemen Pasar Beringharjo.

Pertama yaitu pembentukan ketua untuk tiap kelompok pedagang, kedua diadakan pertemuan rutin antara manajemen dan ketua pedagang, selanjutnya disediakan kantong pembuangan sampah sementara tiap kios, diadakan patroli pengawasan lingkungan dalam pasar yang terjadwal, pasar menyediakan pengeras suara untuk dilakukan sosialisasi saat pasar beroperasi, ditugaskan patroli pengawasan di TPS pasar, penerapan 5R pada setiap kios dan semua lingkungan pasar, disediakan papan himbauan dan sanksi, penambahan *shift* jadwal pelaksanaan kebersihan, dan Sosialisasi 3S yang ditanamkan pada pedagang pasar.

5.7.4 Hubungan antara Kebutuhan Konsumen dan Kebutuhan Teknis

Hubungan antara kebutuhan konsumen dan kebutuhan teknis dijabarkan dalam tiga tingkatan. Pada tingkatan pertama disebutkan bahwa hubungan bersifat kuat dengan nilai sembilan, level kedua bersifat sedang bernilai tiga, dan level terakhir bersifat lemah dengan nilai satu. Hubungan tersebut diidentifikasi oleh ahli yang dalam penelitian ini merupakan Ka Sie Pengembangan Pasar Beringharjo.

Pada hubungan kebutuhan konsumen tingkat kebersihan Pasar Beringharjo memiliki hubungan kuat dengan kebutuhan teknis pada nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, dan 9. Sedangkan pada kebutuhan teknis nomor tujuh kebutuhan konsumen tingkat kebersihan Pasar Beringharjo memiliki hubungan yang sedang. Hal tersebut dikarenakan penyebab kegagalan tertinggi pada metode *Failure Mode Effect Analysis* (FMEA) paling banyak menyangkut pada tingkat kebersihan Pasar Beringharjo.

Selanjutnya kebutuhan konsumen penanganan keluhan yang diajukan konsumen memiliki hubungan kuat pada kebutuhan teknis nomor 1, 2, 7, 8, dan 10 dan hubungan sedang pada kebutuhan teknis nomor 4 dan 5. Kebutuhan konsumen kejelasan dan kemudahan informasi produk memiliki hubungan yang hampir sama dengan kebutuhan konsumen berikutnya dengan memiliki hubungan kuat pada kebutuhan teknis nomor 7 dan 8, hubungan sedang pada kebutuhan teknis nomor 1 dan 4, dan hubungan lemah pada kebutuhan teknis nomor 2, 5, dan 8.

5.7.5 Target dan Bobot Kolom

Target merupakan nilai yang ingin dicapai oleh manajemen berdasarkan kebutuhan teknis yang telah dijabarkan. Dalam hal ini target didefinisikan dalam dua kategori yaitu bisa terpenuhi dan dimaksimalkan. Target kebutuhan teknis dapat terpenuhi berarti belum ada penerapan kebutuhan teknis yang diusulkan. Selanjutnya kebutuhan teknis dimaksimalkan berarti penerapan kebutuhan teknis telah diterapkan, namun kurang penerapannya dianggap kurang maksimal oleh manajemen.

Selanjutnya bobot kolom didapatkan dari dengan mengalikan setiap *importance rating* kebutuhan konsumen dengan nilai hubungan terhadap kebutuhan teknis. Didapatkan bahwa kebutuhan teknis tertinggi terdapat pada pembentukan ketua untuk tiap kelompok pedagang dengan nilai 74,559 dan terdapat pada kebutuhan teknis penambahan *shift* jadwal pelaksanaan kebersihan dengan nilai 32,029.

5.7.6 Matriks Korelasi

Matriks korelasi digunakan sebagai penentu hubungan setiap item kebutuhan teknis. Terdapat empat nilai dari matriks korelasi yang terbentuk yaitu *strong positive* dengan nilai +9, *positive* dengan nilai +3, *negative* dengan nilai -3, dan *strong negative* dengan nilai -9.

Dalam matriks korelasi yang teridentifikasi didapatkan bahwa kebutuhan teknis pembentukan ketua untuk tiap kelompok pedagang memiliki hubungan *strong positive* dengan diadakan pertemuan rutin antara manajemen dan ketua pedagang. Kebutuhan teknis disediakan kantong pembuangan sampah sementara tiap kios memiliki hubungan *positive* dengan diadakan patroli pengawasan lingkungan dalam pasar yang terjadwal.

Selanjutnya diadakan patroli pengawasan lingkungan dalam pasar yang terjadwal memiliki hubungan *positive* dengan ditugaskan patroli pengawasan di TPS pasar. Kebutuhan teknis diadakan patroli pengawasan lingkungan dalam pasar yang terjadwal memiliki hubungan *strong positive* dengan penambahan *shift* jadwal pelaksanaan kebersihan. Kebutuhan teknis penerapan 5R pada setiap kios dan semua lingkungan pasar memiliki hubungan *strong positive* dengan disediakan papan-papan himbauan dan sanksi.

5.7.7 Sales Point

Pada *sales point* didapatkan bahwa kebutuhan konsumen tingkat kebersihan Pasar Beringharjo bernilai 1,5. Alasan memberikan bobot 1,5 pada atribut tingkat kebersihan Pasar Beringharjo yaitu merupakan kepentingan konsumen terbesar menurut ahli yaitu Ka Sie Pengembangan Pasar Beringharjo. Penanganan keluhan yang diajukan konsumen bernilai 1,2. kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk dengan nilai 1,2. Nilai tersebut diperoleh berdasarkan hasil keputusan ahli yang dalam hal ini merupakan Ka Sie Pengembangan pada Pasar Beringharjo.

5.7.8 Improvement Ratio

Improvement ratio merupakan perbandingan antara sasaran yang ingin dicapai dengan tingkat kepuasan konsumen dengan jasa yang telah diluncurkan. Nilai tersebut didapatkan dengan pembagian antara target value dengan skor kepuasan konsumen yang sebelumnya telah teridentifikasi. Nilai pada kebutuhan konsumen tingkat kebersihan Pasar Beringharjo didapatkan hasil 2,099, penanganan keluhan yang diajukan konsumen bernilai 1,417, dan kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk dengan nilai 1,899. Dari hasil perhitungan tersebut jika poin yang diperoleh lebih dari satu maka target tersebut masih lebih besar dari kepuasan pelayanan yang sebenarnya. Namun jika poin yang diperoleh lebih kecil dari satu artinya perbaikan yang dilakukan telah dilaksanakan dengan baik.

5.7.9 Nilai Bobot Baris

Nilai bobot baris dituliskan dalam *raw weight* yang digunakan untuk menunjukkan tingkat prioritas pengambilan tindakan untuk memperbaiki pelayanan di Pasar Beringharjo. Nilai bobot baris terbesar terdapat pada kebutuhan konsumen tingkat kebersihan Pasar Beringharjo dengan nilai 11,20. Kebutuhan konsumen dengan nilai bobot baris terbesar berarti akan memperoleh prioritas perbaikan utama. Sedangkan prioritas kedua yaitu pada kebutuhan konsumen kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk dengan nilai 8,18. Terakhir yaitu pada penanganan keluhan yang diajukan konsumen bernilai 6,00.

5.9 Analisis Pengembangan Pelayanan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pengembangan pelayanan Pasar Beringharjo berfokus pada tingkat kebersihan pasar yang masih perlu mendapatkan perhatian lebih. Berikut pengembangan pelayanan pasar yang dapat diterapkan di Pasar Beringharjo:

a. Pembentukan ketua kelompok pedagang

Pembentukan ketua kelompok setiap pedagang dapat mempermudah proses koordinasi tiap pedagang di Pasar Beringharjo. Hal tersebut dikarenakan adanya perbedaan perlakuan setiap kelompok pedagang. Selain membentuk ketua setiap kelompok pedagang, juga diadakan rapat rutin yang digelar baik dari ketua kelompok pedagang dengan anggotanya, antar ketua kelompok pedagang, setiap kelompok pedagang dengan lurah pasar, dan pertemuan antar ketua kelompok pedagang, lurah pasar, dan manajemen pasar.

Usulan pembentukan ketua setiap kelompok pedagang dapat menyelesaikan beberapa penyebab permasalahan yang muncul yang sebelumnya telah diidentifikasi. Solusi yang diberikan dapat menyelesaikan masalah dengan persentase yang dapat dihitung berdasarkan Tabel 4.16. Pengembangan pelayanan ini juga membentuk sebuah *cluster* atau kelompok penyebab. Artinya solusi yang diberikan dapat sekaligus menyelesaikan beberapa penyebab permasalahan sekaligus.

Tabel 5. 1. Persentase Pengembangan Pelayanan 1
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

No.	Solusi	Sub No.	Fishbone	% cause failure
1	Pembentukan ketua setiap kelompok pedagang	1c	Tidak saling mengingatkan	1,51%
		1d	Tidak ada contoh/leader	1,20%
		2a	Manajemen yang belum terpikirkan	1,81%
		2b	Pimpinan kurang tanggap	1,20%
		2s	Belum ada aturan yang diberlakukan	0,60%
		2e	Belum disediakan oleh manajemen	0,60%
		4d	Pembagian tempat sampah tidak sesuai kebutuhan kelompok pedagang	1,51%
		4e	Desain tempat sampah yang kurang sesuai dengan kelompok pedagang	1,81%
		5b	Kurang adanya pimpinan per kelompok	1,51%
		5f	Tidak ada petugas khusus pemberi sanksi	0,60%
		6b	Tidak ada pembedaan dari jadwal kebersihan antar kelompok	2,11%
		6c	Tidak ada pembenahan/peninjauan jadwal pelaksana kebersihan	2,11%
		6d	Tidak ada sinkronisasi antara jadwal pelaksana kebersihan dengan jadwal armada kebersihan	0,90%
Total				17,46%

Dari diagram pareto yang telah dibentuk sebelumnya, didapatkan *failure cause* yang telah diidentifikasi. Setiap *failure cause* kemudian dilakukan analisis menggunakan diagram *fishbone* Kembali sehingga didapatkan akar dari penyebab permasalahan. Solusi pertama diketahui dapat menyelesaikan 13 penyebab permasalahan. Total persentase penyebab permasalahan yang dapat diselesaikan yaitu 17,46%.

b. Pembuatan papan peringatan dan sanksi

Adanya papan peringatan dan sanksi dapat mengingatkan masyarakat pasar dan pihak luar akan peraturan yang diterapkan di Pasar Beringharjo. Peringatan dan sanksi dapat berupa sebuah papan peringatan, pengeras suara, dan stiker yang di letakkan di tempat strategis setiap sudut Pasar Beringharjo. Pengeras suara dapat diputar secara berkala

dengan menyiarkan rekaman suara mengenai peraturan yang ingin disampaikan pada masyarakat pasar.

Usulan pembuatan papan peringatan dan sanksi dapat menyelesaikan beberapa masalah dari penyebab permasalahan yang muncul.

Tabel 5. 2. Persentase Pengembangan Pelayanan 2
(Sumber: Pengolahan data, 2020)

No.	Solusi	Sub No.	<i>Fishbone</i>	% <i>cause failure</i>
2	Pembuatan papan peringatan dan sanksi	1a	Ketidak pekaan sosial	0,60%
		1b	Kurangnya kepedulian lingkungan	0,60%
		1e	Tidak ada sanksi terhadap pelanggar	0,90%
		1f	Tidak ada informasi yang masif	0,90%
		2c	Masyarakat pasar merasa tidak perlu/penting	1,81%
		2d	Belum ada aturan yang diberlakukan	0,60%
		3a	Masyarakat luar pasar tidak peka akan norma sosial	0,60%
		3b	Oknum tidak memperhatikan lingkungan	1,20%
		3c	Masyarakat luar kurang peduli lingkungan	1,20%
		3e	Kurangnya penjagaan pada TPS	0,60%
		3g	Kurang tegasnya sanksi	0,60%
		4b	Tidak digunakan sesuai fungsinya	0,30%
		5a	Masyarakat pasar/luar kurang peduli terhadap pelanggaran	1,20%
		5c	Kurang terlibatnya masyarajat pasar	1,20%
		5e	Kurang adanya papan peringatan sanksi	0,90%
		5f	Tidak ada petugas khusus pemberi sanksi	0,60%
		6a	Masyarakat kurang mendukung terjaganya kebersihan	0,90%
Total				14,75%

Dari diagram pareto yang telah dibentuk sebelumnya, didapatkan *failure cause* yang telah diidentifikasi. Setiap *failure cause* kemudian dilakukan analisis menggunakan diagram *fishbone* Kembali sehingga didapatkan akar dari penyebab permasalahan. Solusi pertama diketahui dapat menyelesaikan 17 penyebab permasalahan. Total persentase penyebab permasalahan yang dapat diselesaikan yaitu 14,75%.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Pelayanan Pasar Beringharjo yang paling kritis dan perlu dilakukan perbaikan segera yaitu pada tingkat kebersihan pasar, penanganan keluhan yang diajukan konsumen, dan kejelasan dan kemudahan informasi produk. Ketiga poin tersebut didapatkan melalui diagram kartesius yang dilakukan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).
2. Terdapat 6 penyebab utama kegagalan pelayanan di Pasar Beringharjo, yaitu masyarakat pasar tidak disiplin dalam membuang sampah pada tempat sampah, tidak tersedianya kantong pembuangan sementara tiap kios, pembuangan sampah liar dari pihak luar, penempatan tempat sampah kurang merata dan kurang strategis, kurang tegasnya sanksi pelanggaran pembuang sampah, dan kurangnya jadwal pelaksana kebersihan.
3. Usulan pengembangan pelayanan yang dapat dilakukan yaitu melakukan pembentukan ketua untuk setiap kelompok pedagang. Contohnya yaitu menunjuk ketua untuk kelompok pedagang batik. Ketua tersebut akan melakukan koordinasi kepada kelompok pedagangnya untuk mengatasi permasalahan kebersihan, penanganan keluhan, dan memudahkan penyampaian informasi produk kepada konsumen. Selanjutnya diadakan papan himbauan dan sanksi yang dapat dilihat oleh semua masyarakat pasar dan juga pihak luar. Usulan kedua yaitu pembuatan papan peringatan dan sanksi. Peringatan dan sanksi dapat berupa sebuah papan peringatan, pengeras suara, dan stiker yang diletakkan di tempat strategis setiap sudut Pasar Beringharjo

6.2 Saran

Sesuai dengan hasil penelitian ini mohon pengelola Pasar Beringharjo melakukan perbaikan pelayanan yang telah dianalisis pada kesimpulan. Perbaikan yang perlu dilakukan adalah membentuk ketua setiap kelompok pedagang. Dari perbaikan tersebut dapat dilakukan pertemuan rutin antara manajemen dan ketua pedagang untuk saling berkoordinasi terkait kebersihan pasar, penanganan keluhan, dan kejelasan dan kemudahan informasi produk. Pengelola Pasar Beringharjo juga dapat menambahkan papan-papan imbauan dan sosialisasi untuk memperbaiki pelayanan yang ada di pasar. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan penambahan analisis perbaikan pelayanan dengan melanjutkan nilai persentase perbaikan hingga mendapatkan nilai perbaikan mencapai 80%. Usulan yang diberikan dapat lebih signifikan dengan dilakukan pengembangan lebih lanjut terhadap penyelesaian penyebab permasalahan yang ada. Selanjutnya pada metode *House of Quality* (HOQ) dapat ditambahkan keseluruhan rangkaian metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang memiliki empat rumah.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1997. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Astuti, H., J. 2007. Analisis kepuasan konsumen (servqual model dan important performance analysis model). *Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto*. Vol. 7, no. 1.
- Badan Pusat Statistika. 2017. Direktori Pasar Tradisional dan Pusat Perbelanjaan 2017. Diakses 6 Oktober 2019. Tersedia di <https://www.bps.go.id/publication/2018/12/20/36947a549c51888e447570ee/direktori-pasar-tradisional-dan-pusat-perbelanjaan-2017>.
- Bolar, A., A., Tesfamariam, S., dan Sadiq R. 2017. Framework for prioritizing infrastructure user expectations using Quality Function Deployment (QFD). *International Journal of Sustainable Built Environment*. Vol. 6, hal. 16-29.
- Caesaron, D., & Thio, A. 2015. Analisa penjadwalan waktu dengan metode jalur kritis dan pert pada proyek pembangunan ruko (jl. Pasar lama no.20, glodok). *Journal of Industrial Engineering & Management Systems*. Vol. 8, no. 2.
- Chang, B., Kao, B., Lin, S., Yang, S., Kuo, Y., & Jerng, J. 2019. Quality gaps and priorities for improvement of healthcare service for patients with prolonged mechanical ventilation in the view of family. *Journal of the Formosan Medical Association*. Vol. 118, hal. 922-931.
- Cleary, P. D., Levitan, S. E., Walker, J. D., Margaret, G., & Delbanco, T. L. 1993. Using patient reports to improve medical care a preliminary report from 10 hospitals. *Quality Management in Healthcare*. Vol. 2, No. 1, hal. 31-8.
- Cohen, L. 1995. *Quality Function Deployment: How To Make QFD Work For You*. Addison Wesley Publishing Co.
- D’Cunha, S., & Suresh, S. 2015. The measurement of service quality in healthcare: a study in a selected hospital. *International Journal of Health Sciences & Research*. Vol. 5, No. 7, hal. 333-345.
- Devi, Z. M. 2015. Pedagang Pasar Tradisional Patut Diberdayakan. Diakses 29 September 2019. Tersedia di <https://marketeeers.com/pedagang-pasar-tradisional-patut-diberdayakan/>.
- Dharmawan, A. 2014. Rancangan perbaikan kualitas pelayanan jasa dengan metode servqual, importance performance analysis, dan quality function deployment pada plasa telkom. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Vol. 7, no. 3, hal. 207-224.
- Duarte, F., A., Moreira, R., V., Ferraresi., A., A., & Gerhar., A. 2016. Evaluating credit union members’ perception of service quality throughservice innovation. *RAI Revista de Administração e Inovação*. Vol. 13, no. 4, hal. 242-250.
- Efendi & Vanesha, B. 2016. The understanding of indonesian patients of hospital service quality in Singapore. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. Vol. 224, hal. 176 – 183.

- Elwindra & Junaidi, E. 2015. Analisis indeks kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik di puskesmas Kecamatan pasar rebo. *Jurnal Persada Husada*. Vol. 2, no.4.
- Erdil, A. 2019. An Evaluation on Lifecycle of Products in Textile Industry of Turkey through Quality Function Deployment and Pareto. *Procedia Computer Science*. Vol. 158, hal. 735-744.
- Fahrina, C., P., Makmur, T., & Indra. 2019. Analisis perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pasar modern dan pasar tradisional di kota banda aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*. Vol. 4, no. 4.
- Gaspersz, V. 2001. *Analisa Untuk Peningkatan Kualitas*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Groover, M. P. 200.
- Gasperz, V. 2007. *Lean Six Sigma For Manufacturing and Service Industries*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Penerbit UNDIP.
- Ginting, R. 2005. Perbaikan kualitas jasa pelayanan pustaka dengan menggunakan metode servqual dan metode quality function deployment di perpustakaan usu medan. *Jurnal Komunikasi Penelitian*. Vol. 17, no. 1, hal. 15-24.
- Groover, M. P. 2005. *Otomasi, Sistem Produksi, dan Computer-Integrated Manufacturing*. Edisi Kedua, jilid 1.
- Guo, H., Sheng, K., Wang, Z., Zhang, X., Yang, H., dan Miao, R. 2017. Research on Element Importance of Shafting Installation Based on QFD and FMEA. *Procedia Engineering*. Vol. 174, hal. 677-685.
- Hadidjida, K., Lukmandono, Prabowo, R. 2018. Analisis kualitas pelayanan distribusi pupuk terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode servqual dan model kano. *Seminar Nasional Inovasi dan Aplikasi Teknologi di Industri*. Vol. 4, no. 1.
- Halim, H., A., Setyanto, W., & Yuniarti, R. 2013. Upaya peningkatan kualitas pelayanan pelanggan dengan integrasi service quality (servqual) dan quality function deployment (qfd). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri*. Vol. 1, no. 2, hal. 194-205.
- Ilie, G., & Ciocoui, C., N. 2010. Ahallication of fishbone diagram to determine the risk of an event with multiple causes. *Management Research and Practice*. Vol. 2, no. 1.
- Islamiah, F, 2017. Penilaian Kosumen terhadap Kualitas Layanan di Pasar Induk Senaken Kabupaten Paser. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi Bisnis*. Vol. 1.
- Kepuasan Pelanggan – plus Analisis Kasus PLN JP. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Kholil, M., & Suryanto. 2014. Intregasi metode qfd dan dfmea dalam perbaikan desain mold pada mold body sealpack di perusahaan injection. *Prosiding Industrial Engineering National Conference*. ISSN 2337-4349, hal. 239-247.

- Le, D., N., Nguyen, H., T., dan Truong, P., H. 2019. Port logistics service quality and customer satisfaction: Empirical evidence from Vietnam. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*. Vol. 35.
- Maghsoodnia, i., A., Saghaei, A., & Hafezalkoto, A. 2019. Service quality measurement model integrating an extended servqual model and a hybrid decision support system. *European Research on Management and Business Economics*. Vol. 25, hal. 151-164.
- Maharani, E. 2015. Kunjungan Pasar Beringharjo Capai 95 Ribu Orang per Hari. Diakses 29 September 2019. Tersedia di <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/15/07/13/nrexas-kunjungan-pasar-beringharjo-capai-95-ribu-orang-per-hari>.
- Martilla, J., A., & John C., J., 1977. Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*. Vol, 41, no. 1, hal. 77-79.
- Nasution, M. N. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu*. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Pakizehkar, H., Sadrabadi, M., M., Mehrjadi, R., Z., dan Eshagieh, A., E. 2016. The application of integration of Kano's model, AHP technique and QFD matrix in prioritizing the bank's substructions. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. Vol. 230, hal. 159-166.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1988. Servqual: a multi item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*. Vol. 64, hal. 12-40.
- Ranas, R., R. 2013. Analisis dan perbaikan layanan hotel menggunakan servqual dan diagram kartesius. *Journal Telaah Bisnis*. Vol. 14, hal. 119-142.
- Rangkuti, F.. 2003. Measuring Customer Satisfaction: gaining customer relationship strategy - Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan
- Ristono, A., Pratikto, Santoso, P., B., & Tama., I., P. 2017. Smart supply system menggunakan fish bone diagram (pemilihan pemasok di industri baja). *Prosiding Seminar Nasional Teknik Mesin*. Vol 2.
- Rusqiyati, E. A. 2019. Pengunjung Pasar Beringharjo Mulai Mengalami Kenaikan. Diakses 29 September 2019. Tersedia di <https://jogja.antaranews.com/berita/379588/pengunjung-pasar-beringharjo-mulai-mengalami-kenaikan>.
- Rusqiyati, E., A. 2016. Pengunjung Pasar Beringharjo Yogyakarta Naik 200 Persen. Diakses 29 September 2019. Tersedia di <https://www.antaranews.com/berita/570330/pengunjung-pasar-beringharjo-yogyakarta-naik-200-persen>.
- Sapto, L. 2016. Pasar Beringharjo, Sejarah Pilar Catur Tunggal Kerajaan. Diakses 29 September 2019. Tersedia di <https://merahputih.com/post/read/pasar-beringharjo-sejarah-pilar-catur-tunggal-kerajaan>.
- Stefano, M. N., Filho, N. C., Barichello, R., & Sohn, P. A. 2015. Fuzzy Servqual based method for evaluated service quality in the hotel industry. *Procedia CIRP*. Vol. 30, hal. 433 -438.

- Suh, Y., I., & Pedersen, P., M. 2010. Participants service quality perceptions of fantasy sports websites: the relationship between service quality, customer satisfaction, attitude, and actual usage. *Sport Marketing Quarterly*. Vol. 19, hal. 78-87.
- Suryanto, Rinawati, D., I., & Ardila, A., Y. 2016. Analisis moda kegagalan pencapaian standar waktu pelayanan kiriman pos express dengan metode fmea di processing centre semarang 50400. *Industrial Engineering Online Journal*. Vol. 5, no. 4.
- Tjiptono, F. 1996. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran, Edisi ke Dua*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., Gregorius, C., & Dadi, A. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Utomo, Y. W. 2018. Pasar Beringharjo Pasar Tradisional Terlengkap di Yogyakarta. Diakses 29 September 2019. Tersedia di <https://www.yogyas.com/id/yogyakarta-tourism-object/shohaling/beringharjo/>.
- Yuniar, S., S., Arijanto, S., & Liansari P., G. 2014. Usulan perbaikan kualitas pelayanan jasa pengiriman paket berdasarkan hasil pengukuran menggunakan metode service quality (servqual) di pt.x. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*. Vol. 2, no. 2, hal. 98-109.
- Zhanga, Y., Bia, R., & Xiao, M. 2017. Studying on enhancing readers' satisfaction model of electronic service quality in library based on libqual+ and kano. *Procedia Engineering*. Vol 174, hal. 260-266.



PENELITIAN TESIS
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jalan Kaliurang km 14,5 Sleman Yogyakarta 55584
+62 274 895287 teknik.industri@uii.ac

Data Responden

Nama :

Usia* :

Jenis Kelamin* :

*) Wajib diisi oleh responden

Petunjuk pengisian kuesioner:

1. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan seksama
2. Berilah tanda Check List (✓) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I yang dirasakan
3. Keterangan skala likert:
 - a. Kepuasan

Skala likert pada poin kepuasan diidentifikasi sebagai:

1 = Sangat Tidak Puas

2 = Tidak Puas

3 = Puas

4 = Sangat Puas

b. Kepentingan

Skala likert pada poin kepentingan diidentifikasi sebagai:

1 = Sangat Tidak Penting

2 = Tidak Penting

3 = Penting

4 = Sangat Penting

Tidak ada jawaban benar atau salah, sehingga penulis mengharapkan responden menjawab pertanyaan kuesioner sesuai dengan keadaan yang sebenarnya!

No	Varabel Kualitas	Kepuasan				Kepentingan			
		1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Tangible</i>									
T1	Penataan kios pedangan di Pasar Beringharjo (rapi, mudah dilihat, dan tidak menghalangi jalan)								
T2	Fasilitas tempat sampah yang memadai								
T3	Fasilitas toilet yang bersih dan nyaman								
T4	Tersedia bangku dan tempat istirahat konsumen								
T5	Adanya tag harga produk yang dapat dilihat konsumen								
T6	Ada petugas keamanan dan informasi di setiap sudut Pasar Beringharjo								
T7	Adanya papan petunjuk dan peta Pasar Beringharjo								
T8	Banyak ragam produk pilihan di Pasar Beringharjo								
T9	Adanya keamanan cctv di setiap sudut pasar								
<i>Reliability</i>									
RL10	Keakuratan pedagang saat melayani transaksi pembelian								
RL11	Kejelasan dan kemudahan konsumen mengetahui informasi produk (bahan, jenis, rupa, dll)								
RL12	Perlakuan pelayanan yang disediakan konsisten terhadap konsumen tanpa diskriminasi								
RL13	Keakuratan informasi yang diterima pengunjung melalui pedagang, petugas keamanan, dan informasi								
<i>Responsiveness</i>									
RS14	Pedagang cepat dan akurat dalam melayani transaksi pembelian konsumen								
RS15	Pedagang sabar dalam melayani pemilihan produk konsumen								
RS16	Kesiapan petugas keamanan dan informasi melayani konsumen pasar								
RS17	Kemampuan berkomunikasi pedagang, petugas keamanan, dan informasi yang baik dalam melayani konsumen								



PENELITIAN TESIS
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jalan Kaliurang km 14,5 Sleman Yogyakarta 55584
+62 274 895287 teknik.industri@uii.ac

BERITA ACARA WAWANCARA

Pada hari ini

Telah dilaksanakan wawancara yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan untuk memenuhi Tugas Akhir Strata dua (S2).

Tempat : Pasar Beringharjo
Nama Narasumber : Budi Santoso
Bagian : Kepala Seksi Kebersihan

Pihak pewawancara melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan di Pasar Beringharjo Yogyakarta, kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara.

Mengetahui

Yogyakarta, 2020

Peneliti

Hanin Fitria

NIM: 18916114

Narasumber

Budi Santoso, S.AB



PENELITIAN TESIS
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jalan Kaliurang km 14,5 Sleman Yogyakarta 55584
+62 274 895287 teknik.industri@uii.ac

BERITA ACARA WAWANCARA

Pada hari ini

Telah dilaksanakan wawancara yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan untuk memenuhi Tugas Akhir Strata dua (S2).

Tempat : Pasar Beringharjo
Nama Narasumber : Dwi Nanto Sijatmiko
Bagian : Kepala Seksi Pengembangan

Pihak pewawancara melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan di Pasar Beringharjo Yogyakarta, kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara.

Mengetahui

Yogyakarta, 2020

Peneliti

Hanin Fitria

NIM: 18916114

Narasumber

DWI NANTO S



PENELITIAN TESIS
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jalan Kaliurang km 14,5 Sleman Yogyakarta 55584
+62 274 895287 teknik.industri@uii.ac

BERITA ACARA WAWANCARA

Pada hari ini

Telah dilaksanakan wawancara yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan untuk memenuhi Tugas Akhir Strata dua (S2).

Tempat : Pasar Beringharjo
Nama Narasumber : Ujun Junaidi
Bagian : Ketua Asosiasi Pedagang Pasar Beringharjo

Pihak pewawancara melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan di Pasar Beringharjo Yogyakarta, kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara.

Mengetahui

Yogyakarta, 2020

Peneliti

Hanin Fitria

NIM: 18916114

Narasumber



**PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN**

Jln. Pabringan No. 1 Yogyakarta Telp. (0274) 515871 & (0274) 561510 Fax. (0274) 515871 Kode Pos 55122
EMAIL : perindag@jogjakota; HOTLINE SMS 08122780001 ; 2740 ; HOTLINE TELP ; (0274) 555242 ; HOTLINE
UPIK : upik@jogja.go.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 070 / 1153

Berdasarkan Surat Izin dari Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Nomor : 45/Koprodu/20/MTI/III/2020 tanggal 10 Maret.

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : **HANIN FITRIA**
NIM : 189164114
Pekerjaan : Fakultas Teknik Industri (TI)
Pada : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
Alamat : Jl. Kaliurang Km 14.5 Yogyakarta
Maksud : Melakukan Penelitian dengan judul Proposal : Pengembangan Pelayanan Pasar Tradisional Sebagai Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Pasar Beringharjo Yogyakarta).
Lokasi / Responden : **Pasar Beringharjo**
Waktu : Bulan Maret s/d selesai
Rekomendasi dari : **Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta**

Demikian Surat Keterangan ini disampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 19 Maret 2020

a.n. Kepala
Sekretaris

Ka. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian



SUPRIYANTI SIP
NIP. 196811221992032004



SEGORO AMARTO
SEMANGAT GOTONG ROYONG AGAWE MAJUNE NGAYOGYOKARTO
KEMANDIRIAN - KEDISIPLINAN - KEPEDULIAN - KEBERSAMAAN