

**EVALUASI KUALITAS PELAYANAN MASKAPAI NAM AIR DENGAN
METODE *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS***

JURNAL



Disusun oleh :

Nama : Achmad Zakiy Lutfianto

Nomor Mahasiswa : 13311182

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2018

ABSTRAK

Penelitian ini mengambil judul “Evaluasi Kualitas Pelayanan Maskapai Nam Air dengan Metode *Serqual* dan *Importance-Performance Analisis*”. Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui kebutuhan (*importance*) Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Serqual*, mengetahui penilaian (*performance*) Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Serqual* DAN mengetahui kesesuaian antara *Importance-Performance* Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Importance-Performance Analisis*

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang mewakili seluruh Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL dan diagram kartesius.

Hasil penelitian ini adalah Tingkat kebutuhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta adalah sebesar 2,83. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dalam kondisi baik. Tingkat kinerja kualitas pelayanan pada Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta adalah sebesar 2,93. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dalam kondisi baik. Tingkat kesesuaian antara *Importance-Performance* kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Importance-Performance Analisis* adalah sebesar 103,39%. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen >100% yang berarti kualitas pelayanan sudah memenuhi harapan konsumen

Kata Kunci : Kualitas Layanan, *Serqual* dan metode *Importance-Performance Analisis*

Latar Belakang dan Masalah

Seiring perkembangan dunia usaha sekarang ini, pertumbuhan di bidang perekonomian baik jasa ataupun sektor industri berkembang dengan sangat pesat. Sejalan dengan deregulasi Tahun 1999 di sektor penerbangan, banyak perusahaan-perusahaan maskapai penerbangan yang bermunculan. Seiring dengan masuknya maskapai-maskapai penerbangan baru, pangsa pasar Garuda Indonesia pada rutanya sendiri mengalami penurunan yang drastis: dari 69% di Tahun 1999 menjadi 39% di Tahun 2004 (Firdanianty, 2005).

Persaingan di bisnis penerbangan makin terfragmentasi karena hadirnya pemain-pemain swasta dengan permodalan yang cukup dan strategi penetrasi bisnis yang brilian. Khususnya munculnya pemain-pemain baru yang amat percaya diri dan cukup sukses mengambil *positioning* sebagai *low cost carrier* yaitu persaingan melalui perang harga tiket murah. Industri penerbangan merupakan fenomena yang unik dalam pembangunan nasional suatu bangsa. Semakin maju suatu bangsa, maka semakin besar kontribusi komponen jasa pada struktur pendapatan nasionalnya. Industri jasa telah berkembang menjadi unsur yang penting dalam pembangunan berbagai negara di dunia. Pada industri penerbangan (*airline*) penumpang komersial di Indonesia, perilaku konsumen dalam memilih pesawat yang ada beberapa macam, meliputi pilihan penerbangan yang memberikan harga murah, dan penerbangan yang baik dengan harga terjangkau (Sukandi dalam Subagio & Robin, 2012).

Pada dasarnya, ada dua hal pokok yang berkaitan dengan layanan, yaitu harapan pelanggan terhadap kualitas langganan (*expected quality*) dan persepsi pelanggan atas kualitas layanan pada saat menerima layanan (*experienced* atau *perceive quality*). Pelanggan senantiasa menilai suatu layanan yang diterima dengan membanding-kannya dengan apa yang diharapkan atau yang diinginkan. Kepuasan konsumen menjadi kunci dari ukuran *performance* yang dikatakan sempurna, dalam hal ini tidaklah berarti memenuhi standarisasi yang kaku, tetapi *performance* yang dapat memberi ke-puasan mendekati 100% dari sudut pandang konsu-men. Pelanggan senantiasa menilai suatu layanan yang diterima dengan membandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Importance-Performance Analisis yang diukur dengan lima dimensi yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk., (Tjiptono, 2007) yaitu (1) *reability* (kehandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, (2) *responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, (3) *assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, (4) *emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, perhatian pribadi, dan (5) *tangibles* (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai.

Penelitian ini dilakukan pada Maskapai Nam Air. NAM Air adalah maskapai penerbangan Indonesia yang didirikan pada tahun 2013. Maskapai penerbangan ini adalah anak perusahaan dari maskapai penerbangan Sriwijaya Air. Maskapai penerbangan ini merupakan maskapai pengumpan di kelas medium dengan mengoperasikan pesawat Boeing 737-500 Winglet dengan konfigurasi 120 kursi (8 kelas bisnis dan 112 kelas ekonomi). Bersamaan dengan peluncuran NAM Air

pada 26 September 2013, Maskapai Induknya yaitu Sriwijaya Air mengumumkan akan membeli 100 unit pesawat Regio prop R-80 untuk armada masa depannya dengan 50 merupakan pesanan perusahaan dan 50 adalah opsi. Pada awal mulanya, NAM Air diproyeksikan sebagai *Full Service Carrier* dari Sriwijaya Air yang ditujukan untuk menyaingi Garuda Indonesia dan Batik Air. Dalam perkembangan selanjutnya, NAM Air akhirnya ditujukan sebagai *Feeder* (pengumpan) bagi Sriwijaya Air dengan rencana Sriwijaya Air akan melayani rute utama, sementara NAM Air akan melayani rute lanjutan. Hal ini serupa dengan yang dilakukan oleh Lion Air dengan Wings Air dan Garuda Indonesia dengan Merpati di era 80-90an. Rute yang dilayani oleh NAM Air per bulan Juli 2016 dioperasikan secara pulang-pergi (PP). Merujuk pada PM 97 Tahun 2015, mulai bulan Mei 2015, Sriwijaya Air mengalihkan beberapa pesawat dan rutenya ke NAM Air (https://id.wikipedia.org/wiki/Nam_Air., diakses 3 Oktober 2017).

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tingkat kinerja pada Maskapai Nam Air dan bagaimanakah tingkat kepentingan masyarakat penunjang terhadap Maskapai Nam Air dengan judul “**Evaluasi Kualitas Pelayanan Maskapai Nam Air dengan Metode *Serqual* dan *Importance-Performance Analisis*”**”.

Rumusan masalah

1. Bagaimanakah kebutuhan (*importance*) Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Serqual*?
2. Bagaimanakah penilaian (*performance*) Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Serqual*?
3. Bagaimanakah kesesuaian antara *Importance-Performance* kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Importance-Performance Analisis*?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kebutuhan (*importance*) Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Serqual*.
2. Untuk mengetahui penilaian (*performance*) Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Serqual*.
3. Untuk mengetahui kesesuaian antara *Importance-Performance* Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Importance-Performance Analisis*.

Landasan Teori

Konsep *Importance-Performance*

Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla & James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Latu & Everett, 2000). *Importance Performance Analysis* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang

kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja.

Manajemen Operasional Perusahaan Jasa

Dalam melaksanakan produktivitas (kinerja) suatu perusahaan, diperlukan suatu manajemen yang berguna untuk menerapkan keputusan-keputusan dalam upaya pengaturan dan pengkoordinasian penggunaan sumber daya dari kegiatan produktivitas (kinerja) yang dikenal sebagai manajemen produktivitas (kinerja) atau manajemen operasi. Melalui kegiatan operasi, segala sumber daya masukan perusahaan diintegrasikan untuk menghasilkan keluaran yang memiliki nilai tambah. Produk yang dihasilkan dapat berupa barang akhir, barang setengah jadi, atau jasa. Kegiatan operasi merupakan kegiatan kompleks, yang mencakup tidak saja pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan dalam mencapai tujuan operasi, tetapi juga mencakup kegiatan teknis untuk menghasilkan suatu produk atau jasa yang memenuhi spesifikasi yang diinginkan (Yamit, 2001). Kegiatan untuk meningkatkan kegunaan barang dan jasa sering dikenal sebagai kegiatan mentransformasikan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*), hal tersebut tidak dapat dilakukan sendiri tanpa bantuan orang lain, dengan demikian dibutuhkan kegiatan manajemen Yamit (1998).

Pelayanan Jasa

Definisi jasa menurut Kotler, (2005) adalah setiap kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Lima kategori bauran jasa menurut Kotler (2005) meliputi: (a) barang berwujud murni; (b) barang berwujud yang disertai jasa/layanan; (c) campuran; (d) jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan; (e) jasa murni. Selanjutnya Zeithaml dan Berry seperti dikutip Yazid (1999) jasa adalah mencakup semua aktivitas ekonomi yang output nya bukan produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, liburan, kecepatan dan kesehatan) yang secara prinsip *intangible* bagi para pembeli pertamanya.

Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan yang memasarkan suatu produk berupa barang atau jasa selalu menginginkan konsumen atau pelanggan merasa puas terhadap jasa yang ditawarkan. Menurut Gasperz (1997) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada *performance* perusahaan, sedangkan menurut Kotler (1997) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Cuang-His *et al.* (2006), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pelanggan setelah berperilaku membeli pada tempat dan waktu tertentu. Kepuasan pelanggan juga akan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan operasional dari perusahaan itu sendiri.

Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tannady, dkk., (2017) yang berjudul “Analisis Kualitas Jasa pada Maskapai Penerbangan Rute Domestik Tarif Menengah Ke bawah dengan Menggunakan Metode *Servqual* dan Metode *Importance And Performance Analysis*”. Penelitian ini menggunakan metode analisis *Service Quality* untuk mengetahui gap antara harapan pelanggan terhadap atribut jasa dan tingkat kepuasan yang dirasakan dan metode *analisis Importance and Performance Analysis* untuk menentukan kategori dari suatu atribut dan dapat menentukan prioritas yang harus dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil dari analisis data adalah terdapat 11 atribut pada maskapai penerbangan Lion Air dan 12 atribut pada maskapai penerbangan Citilink yang masih memiliki gap score yang tergolong tinggi, dan kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian adalah dari 22 atribut pelayanan pada setiap maskapai penerbangan terdapat 2 atribut Lion Air dan 5 atribut Citilink yang menjadi prioritas perbaikan karena memiliki pengaruh besar bagi kepuasan pelanggan dan tergolong dalam kategori *tobe improved* dalam IPA.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wardhani (2006) yang berjudul “Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus Pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang - Jakarta)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sampai sejauh mana kesesuaian antara tingkat kepentingan atribut-atribut kualitas pelayanan (*service quality*) menurut konsumen jasa penerbangan Garuda Indonesia dengan kinerja yang telah dilakukan oleh PT. Garuda Indonesia. Kinerja yang dianggap baik berarti memuaskan. Analisis data yang digunakan adalah *Importance and Performance Analysis (IPA)*. Data diperoleh melalui *survey* kepada 100 konsumen jasa penerbangan Garuda Indonesia rute Semarang-Jakarta dengan alat bantu kuesioner dengan teknik *accidental sampling*.

Hasil penelitian ini terbagi atas empat bagian : kuadran I menjadi prioritas utama Garuda Indonesia dan harus dilaksanakan sesuai dengan harapan konsumen, karena konsumen belum puas dengan kinerja Garuda Indonesia, yaitu : pesawat memiliki peralatan yang menggunakan teknologi mutakhir, memberitahukan jadwal penerbangan akan dilakukan, karyawan memberikan rasa aman dalam memberikan pelayanan kepada penumpang, karyawan siap setiap saat untuk melayani penumpang, karyawan mampu memberikan kepercayaan kepada penumpang, karyawan memahami dan memperhatikan kepentingan penumpang, karyawan sabar dan penuh pengertian dalam menangani penumpang, karyawan memberikan tempat yang nyaman, aman dan representatif. Kuadran II memiliki atribut-atribut yang perlu dipertahankan pelaksanaannya oleh Garuda Indonesia ,karena sudah sesuai dengan harapan konsumen, yaitu: karyawan memberikan sambutan yang baik kepada penumpang, waktu pelayanannya sesuai dengan jadwal yang diinformasikan kepada penumpang, pelayanan yang diberikan dapat dipercaya, menyimpan data yang akurat dan benar, karyawan selalu bersikap ramah kepada penumpang, karyawan memiliki pengetahuan yang cukup, karyawan tanggap terhadap kepentingan penumpang.

Kuadran III berarti atribut – atribut dinilai kurang penting oleh konsumen namun konsumen cukup puas dengan kinerja Garuda Indonesia, dan

peningkatannya perlu dipertimbangkan, yaitu : karyawan yang bersikap simpatik dalam menghadapi penumpang yang bermasalah, memberikan layanan yang cepat dan nyaman, karyawan mau membantu masalah yang dihadapi penumpang, karyawan siap merespon permintaan penumpang. Kuadran IV berarti atribut-atribut yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh Garuda Indonesia, namun dinilai kurang penting oleh konsumen, sehingga terkesan berlebihan, yaitu : karyawan yang profesional, berpenampilan rapi dan menarik, pesawat memiliki fasilitas yang menarik, penumpang merasa aman selama menggunakan jasa penerbangan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chao *et al.*, (2013) yang berjudul “*Enhancing Airport Service Quality: A Case Study of Kaohsiung International Airport*”. Lalu lintas penumpang di Bandara Internasional Kaohsiung di Taiwan telah melihat mantap menurun dalam beberapa tahun terakhir karena beberapa efek, termasuk pembentukan *Taiwan High Speed Rail*, dan industri bergerak di luar negeri. Karena kondisi ekonomi memiliki ditingkatkan untuk beberapa derajat, dan pemerintah Taiwan telah diizinkan wisatawan China ke mengunjungi Taiwan dan telah memungkinkan penerbangan langsung lintas selat, penumpang meningkat. Oleh karena itu, prioritas bandara harus mempromosikan kualitas layanan dan lingkungan. Pelajaran ini menganalisis kepentingan dan kepuasan wisatawan domestik dan internasional menggunakan kuesioner, dan selanjutnya diterapkan analisis pentingnya Kinerja (IPA) untuk menilai layanan prioritas yang perlu perbaikan dan memberikan saran yang tepat. Hasil menunjukkan bahwa layanan prioritas yang harus ditingkatkan terdiri transportasi darat, penanganan keluhan, pusat kesehatan, kecepatan klaim bagasi, dan kenyamanan terminal.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh George (2013) yang berjudul “*Importance-Performance Analysis of Airport Facilities-A Case Study of Cochin International Airport Limited*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur persepsi penumpang tentang pentingnya empat faktor fasilitas *check-in*, fasilitas, fasilitas terminal, dan fasilitas aksesibilitas bandara berkaitan dengan kunjungan mereka ke bandara dan tingkat persepsi kinerja fasilitas tertentu dan dihasilkan kesenjangan. Menggunakan metode *purposive sampling*, data dikumpulkan dari penumpang yang berangkat dari *Cochin International Airport Limited*. Metode IPA ini dikembangkan dengan menggunakan metode analisis faktor eksploratori dan konfirmatori dengan bantuan persamaan struktural untuk tujuan penelitian ini. Model awal ini disempurnakan untuk mencapai model akhir. Sebuah studi kasus empiris persepsi penumpang tentang pentingnya dan kinerja fasilitas di bandara disediakan dalam makalah ini untuk menguji efektivitas dan kesesuaian IPA dan kesenjangan analisis dimodifikasi dalam pengukuran tingkat kinerja fasilitas. Hasil analisis gap menunjukkan bahwa kecuai fasilitas *check-in*, ada kesenjangan antara tingkat kepentingan dan kepuasan penumpang sehubungan dengan fasilitas dan, otoritas bandara harus memberikan perhatian lebih kepada manajemen fasilitas di bandara.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta, yaitu di Bandar Udara Adi Soepto Yogyakarta, yang diteliti adalah penumpang Maskapai Nam Air. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Maskapai Nam Air yang telah menggunakan jasa Maskapai Nam Air. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian pelanggan Maskapai Nam Air yang berjumlah 100 orang. Metode pengambilan sampel penumpang Maskapai Nam Air termasuk kategori *probability sampling* dengan metode *convenience sampling* (Sekaran, dan Bouge, 2010).

Pengukuran Variabel dengan Skala Likert. Skala likert ini kemudian manakala individu yang bersangkutan dengan menambahkan bobot dari jawaban yang dipilih. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dari kelas interval dengan jumlah kelas sama dengan 4

Analisis data menggunakan analisis servqual. Analisis *Servqual* dalam penelitian ini adalah analisis deskripsi variabel penelitian yang menggambarkan jawaban atau penilaian dari responden atas kuesioner yang diberikan dan distribusi frekuensi responden dan analisis strategi pelayanan.

Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla & James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Latu & Everett, 2000). *Importance Performance Analysis* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja.

Analisis Servqual

Importance Performance Analysis

Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla & James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Latu & Everett, 2000). *Importance Performance Analysis* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja.

Analisis ini dilakukan untuk mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap perusahaan, berdasarkan 20 item atau atribut yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Dalam perhitungan skor servqual, 20 pernyataan dalam kuesioner yang mewakili harapan dan pernyataan persepsi dikelompokkan dan dihubungkan sesuai dengan lima dimensi seperti yang disebutkan sebelumnya.

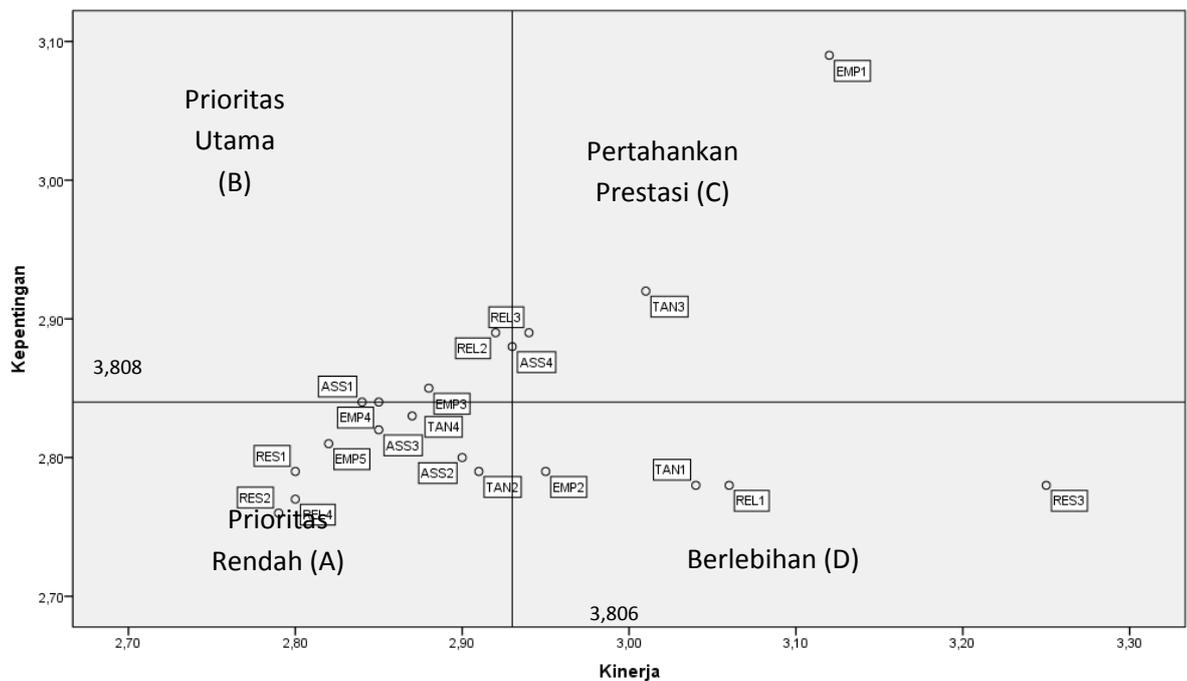
Dalam tabel, nilai IPA < 100% menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat layanan yang disediakan oleh perusahaan tidak memenuhi harapan mereka. Di sisi lain, nilai IPA > 100% menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat kualitas pelayanan melebihi harapan mereka. Sebuah perbandingan persepsi nasabah mengenai kualitas layanan dengan harapan mereka, menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik pada semua 20 item

pertanyaan . Dari hasil analisis IPA di atas, nilai seluruh indikator > 100% sehingga seluruh indikator sudah dapat memberikan kepuasan bagi konsumen kecuali indikator “Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya” dalam keadaan netral. Secara keseluruhan, nilai Gap skor lima dimensi adalah 103,39% yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan sudah memenuhi ekspektasi pelanggan.

Diagram Kartesius

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik *Importance Performance Analysis* sangat mudah, dimana grafik *Importance Performance Analysis* dibagi menjadi 4 (empat) buah kuadran.

Hasil Analisis Diagram Kartesius



1. Kuadran A, “Low priority”: Baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk ke dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa-masa mendatang. Atribut kualitas pelayanan pada kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh konsumen, perusahaan melaksanakannya biasa-biasa saja sehingga belum perlu memperbaiki kinerja (prioritas rendah). Indikator-indikator yang berada di dalam kuadran ini adalah Ketepatan waktu sampai ditujuan, Keandalan sarana otomatis, Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan konsumen, Karyawan bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang, Karyawan bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang, Pelayanan yang tidak membedakan kelas, Tersedianya fasilitas AC, Toilet, dan

TV yang baik, dan Layanan ekstra lainnya maskapai. Hal ini mengindikasikan bahwa pada kuadran A nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan dan nilai tingkat harapan pelanggan juga rendah maka variabel yang masuk kuadran A mendapatkan prioritas rendah karena harapan konsumen tidak tinggi.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan adalah memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada atribut yang masuk dalam kuadran ini, karena ketidakpuasan pelanggan pada umumnya berawal dari atribut-atribut ini. Sikap ramah, perhatian kepada setiap pelanggan tanpa membedakan status harus ditanamkan pada diri karyawan sehingga pelanggan akan merasa diperhatikan, dan mendapat perlakuan khusus dari karyawan

2. Kuadran B menunjukkan menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan dengan tingkat kepentingan pelanggan yang tinggi sedangkan tingkat kinerja kualitas pelayanan dinilai rendah sehingga kepuasan konsumen rendah (prioritas utama). Indikator-Indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu, Ketepatan waktu sampai ditujuan, Karyawan maskapai memberikan kesan yang baik kepada penumpang, Pelayanan yang tidak membedakan kelas, Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya. Hal ini berarti bahwa konsumen memberikan penilaian kepentingan yang dirasakan tinggi dan nilai kualitas pelayanan yang tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa konsumen mempunyai kepentingan yang tinggi terhadap tingkat kinerja pelayanan di perusahaan namun yang dirasakan responden tidak setinggi tingkat kepentingannya dan responden merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan. Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau *performance* pada atribut ini yaitu dengan cara meningkatkan SDM sehingga karyawan yang bekerja tidak hanya memiliki kemampuan pada bidang teknis saja tetapi karyawan juga mampu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga karyawan mampu memberikan penanganan dan mengatasi masalah-masalah yang ada. Langkah yang dilakukan misalnya dengan merekrut tenaga ahli yang telah berpengalaman sehingga akan kecil kemungkinannya terhadap kesalahan yang ada.

3. Kuadran C menunjukkan menunjukkan atribut-atribut tingkat harapan pelanggan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan yang sama-sama tinggi sehingga konsumen merasakan kepuasan. Hal ini menuntut perusahaan untuk mempertahankan posisinya (pertahankan prestasi). Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu, Keamanan penerbangan (*safety flight*), Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang, Maskapai memiliki ruang tunggu yang nyaman. Dengan tingginya nilai tingkat harapan pelanggan dan tingginya pula nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan maka variabel yang masuk dalam kuadran B haruslah dipertahankan akan lebih baik bila ditingkatkan hingga menyentuh nilai kepentingan konsumen.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus dapat mempertahankan atribut yang masuk dalam kuadran ini yang telah dinilai oleh pelanggan sebagai pelayanan yang memuaskan. Hal ini memang telah

dilakukan oleh pihak perusahaan, sehingga perusahaan harus mengedepankan keprofesionalan karyawan, dan kecepatan karyawan dalam melayani karyawan. Selain itu pihak manajemen hendaknya menyediakan produk yang bervariasi dan ditunjang teknologi terbaru sehingga mampu memberikan hasil kerja yang optimal.

4. Kuadran D menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki harapan rendah sedangkan tingkat kinerjanya tinggi. Dalam pelaksanaan atribut ini dirasakan terlalu berlebihan padahal konsumen menganggapnya kurang penting (berlebihan). Berdasarkan analisis diagram kartesius indikator-indikator yang berada dalam kuadran ini adalah Pelayanan yang ramah dan sopan, Kerapian penampilan karyawan, Ketepatan waktu keberangkatan. Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus mempertimbangkan kembali atribut yang masuk dalam kuadran ini karena dirasakan terlalu berlebihan. Untuk itu sebaiknya kinerja yang ada pada kedua atribut diatas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada atribut tersebut. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa atribut yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu atribut-atribut yang berada pada kuadran A.

Kesimpulan Dan Saran

1. Tingkat kebutuhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta adalah sebesar 2,83. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dalam kondisi baik
2. Tingkat kinerja kualitas pelayanan pada Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta adalah sebesar 2,93. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dalam kondisi baik.
3. Tingkat kesesuaian antara *Importance-Performance* kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Importance-Performance Analisis* adalah sebesar 103,39%. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen >100% yang berarti kualitas pelayanan sudah memenuhi harapan konsumen

Saran

Berdasarkan hasil analisis, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan hendaknya memprioritaskan variabel-variabel yang berada pada kuadran B, yaitu dengan cara meningkatkan SDM sehingga karyawan yang bekerja tidak hanya memiliki kemampuan pada bidang teknis saja tetapi karyawan juga mampu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga karyawan mampu memberikan penanganan

dan mengatasi masalah-masalah yang ada. Langkah yang dilakukan misalnya dengan merekrut tenaga ahli yang telah berpengalaman sehingga akan kecil kemungkinannya terhadap kesalahan yang ada.

2. Sebaiknya pihak perusahaan harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah memberikan kepuasan bagi pelanggan terutama pada dimensi assurance karena merupakan dimensi terendah yang dinilai konsumen.

DAFTAR PUSTAKA