

Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasar Modern dan Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh (Comparative Analysis of Service Quality to Consumer Satisfaction on Modern Market and Traditional Market in Banda Aceh)

Cut Putri Fahrina¹, T. Makmur¹, Indra^{1*}

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

*Corresponding author: indrazainun@unsyiah.ac.id

Abstrak. Pasar merupakan salah satu tempat dimana konsumen dapat memenuhi kebutuhannya. Dewasa ini masyarakat mulai tertarik berbelanja buah dipasar modern karena menganggap bahwa kualitas pelayanan pada pasar modern lebih dapat memenuhi kepuasan konsumen. Akan tetapi tidak semua pasar memberikan kualitas pelayanan yang baik agar tercipta kepuasan bagi konsumen. Pada pasar modern dan pasar tradisional di Banda Aceh terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dan dibenahi agar kualitas pelayanannya lebih baik dan dapat memenuhi kepuasan konsumen. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 30 konsumen pada pasar modern yaitu Suzuya Mall dan 30 konsumen pada pasar tradisional yaitu Pasar Peunayong. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Data diolah menggunakan Analisis *gap service quality* dan Analisis kuadran IPA (*Importance Performance Analysis*). Hasil penelitian menunjukkan dari 15 atribut kualitas pelayanan yang dianalisis, terdapat 5 atribut yang sudah memenuhi kepuasan konsumen pada pasar modern dan 4 atribut pada pasar tradisional. Adapun atribut kualitas pelayanan tersebut berbeda pada kedua pasar. Pada analisis kuadran IPA (*Importance Performance Analysis*) terdapat atribut kualitas pelayanan yang berbeda di kedua pasar yang merupakan prioritas utama untuk dibenahi.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Pasar

Abstract. Market is one of the places where consumers can fulfill their necessary. Nowadays people tend to interest in buying fruits on modern market because they assume that the service quality of modern market can fulfill consumer satisfaction more. However not all market gives the best service quality so that it will create satisfaction for consumers. There are several things that need to be concerned and repaired on modern market and traditional market in order that their service quality will get better and can fulfill the consumers satisfaction. Sample in this research are 30 consumers on modern market i.e. Suzuya Mall and 30 consumers on traditional market i.e. Peunayong Market and the sampling technique is accidental sampling. This research used questionnaire. Data is processed using Analysis gap service quality and Analysis of IPA (Importance Performance Analysis) quadrant. The results of this research are from 15 attributes of service quality, there are 5 attributes that has fulfilled consumer satisfaction on modern market and 4 attributes on traditional market. The attributes on both markets are different. Based on Analysis IPA (Importance Performance Analysis) quadrant, There are several different attributes of service quality on both markets which is being the main priority to be repaired.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction, Market

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk yang memiliki berbagai kebutuhan. Kebutuhan manusia terbagi 2 yaitu kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan tersebut dapat terpenuhi melalui pasar. Ada 2 pasar yang saat ini dikenal yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli, yang didalamnya terdapat kegiatan transaksi jual beli barang atau jasa. Sekarang pasar sudah dapat ditemui dimana pun, baik pasar tradisional maupun modern.

Dewasa ini, masyarakat umumnya lebih memilih untuk berbelanja buah di pasar modern. Beberapa faktor yang menyebabkan hal tersebut yaitu (1) Lingkungan yang nyaman, (2) Harga-harga yang pasti yang tertera di label harga, (3) Jenis buah yang lebih bervariasi, (4) Kualitas buah yang lebih baik, (5) Terdapat potongan harga atau diskon yang diberikan pada hari tertentu (Ananda, 2018)

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan atau pasar harus mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen yang memakai barang atau jasa mereka. Misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah dan pelayanan yang lebih baik dari para pesaingnya. Sebaliknya, produk atau pasar yang tidak memenuhi kriteria tersebut bisa membuat konsumen tidak puas walaupun dengan tingkatan yang berbeda (Supranto, 2001)

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan (Cahyani, 2016) Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena dengan pelayanan yang baik yang sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan terpuaskan. Sebaliknya dengan kualitas pelayanan yang buruk maka konsumen akan enggan untuk berbelanja lagi dipasar tersebut atau menjadi pelanggan tetap. Saat ini sudah banyak pasar yang terdapat di Kota Banda Aceh, namun tidak semua pasar memiliki kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

Pada salah satu pasar modern di Kota Banda Aceh hal yang perlu menjadi perhatian yaitu tentang *quality control* terhadap buah yang dijual. Konsumen melihat terdapat buah yang tidak segar dan pergantian penyediaan buah dilakukan saat persediaan sudah habis saja, seharusnya dilakukan setiap hari atau setiap beberapa hari jadi buah selalu dalam keadaan segar. Sedangkan pada pasar tradisional yang perlu diperhatikan adalah dari segi kebersihan dan kenyamanan tempat. Maka dari itu dibutuhkan analisis pada kualitas pelayanan konsumen untuk melihat kepuasan konsumen di kedua pasar.

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk 1) Mengetahui dan menganalisis atribut kualitas pelayanan yang memenuhi kepuasan konsumen di Pasar Modern dan Pasar Tradisional. 2) Mengetahui dan menganalisis atribut kualitas pelayanan yang merupakan prioritas utama untuk dibenahi di kedua pasar tersebut. 3) Mengetahui solusi perbaikan atribut kualitas pelayanan yang belum memenuhi kepuasan konsumen di kedua pasar tersebut.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Modern yaitu Suzuya Mall dan Pasar Tradisional yaitu Pasar Peunayong Banda Aceh. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan April – Mei 2019.

Tenik Sampel

Populasi pasar dari penelitian ini yaitu 4 pasar modern dan 4 pasar tradisional yang ada di Banda Aceh. Penentuan sampel pasar menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Populasi responden pada penelitian ini yaitu konsumen yang membeli buah di kedua pasar. Penentuan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*.

Tabel 1. Populasi Pasar yang Menjual Buah-buahan di Kota Banda Aceh

Pasar Tradisional	Pasar Modern
Pasar Peunayong	Suzuya Mall Seutui
Pasar Seutui	Indomaret Batoh
Pasar Tungkop	Indomaret Uleelheu
Pasar Neusu	Suzuya Pasar Aceh

Sumber: Data Primer (diolah), 2019.

Pada penelitian ini untuk pengambilan sampel pasar menggunakan metode *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel yang dinilai pantas atau cocok dan sesuai kriteria yang telah ditentukan peneliti. Adapun kriteria yang ditetapkan setelah peneliti melakukan pra-survey adalah sebagai berikut:

1. Pasar tradisional yang menjual buah-buahan dalam jumlah banyak dan bervariasi serta yang paling sering dikunjungi serta direkomendasikan konsumen buah. Pasar tradisional yang paling memenuhi kriteria yaitu Pasar Peunayong.
2. Pasar modern yang menjual buah-buahan dalam jumlah banyak minimal 4 macam buah-buahan serta yang paling di rekomendasikan konsumen buah. Pasar modern yang paling memenuhi kriteria yaitu *Suzuya Mall*.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan menggunakan kuesioner dalam metode pengumpulan data yang berisi pertanyaan dengan tujuan memperoleh data dan informasi dari responden. Data yang telah terkumpul diolah dengan menggunakan analisis *gap service quality* dan analisis kuadran IPA (*Importance Performance Analysis*). Pengukuran *Servqual gap* bertujuan untuk mengetahui nilai kesenjangan antara harapan konsumen dan kenyataan yang terjadi atas pelayanan yang diterima melalui 5 dimensi yaitu *tangible*, *responsiveness*, *reliable*, *assurance*, dan *empathy* (Firdian, 2012)

Menurut Tjiptono dalam (Fuadatinnisa, 2018) dalam kuadran IPA responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan atau harapan seluruh atribut dan tingkat kinerja. Kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja dianalisis menggunakan Kuadran. Kuadran ini berguna sebagai pedoman dalam memposisikan sebuah atribut untuk melihat apakah atribut tersebut perlu untuk dilakukan perbaikan dan juga menunjukkan atribut mana yang perlu untuk dipertahankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Atribut Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

a. Analisis Atribut Kualitas Pelayanan Konsumen *Suzuya Mall* Banda Aceh

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari nilai *gap* 30 konsumen pada setiap atribut kualitas pelayanan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa lebih banyak atribut yang bernilai negatif. Hal tersebut bukan berarti semua atribut kualitas pelayanan di *Suzuya Mall* sangat tidak memenuhi kepuasan konsumen, namun karena terlalu tingginya harapan menyebabkan lebih banyak atribut kualitas pelayanan bernilai negatif.

Tabel 2 menunjukkan dimana terdapat atribut bernilai positif yaitu dimensi *Tangible* (Bukti fisik), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Sikap perhatian). Kemudian dari dimensi tersebut terdapat atribut-atribut kualitas pelayanan. Atribut-atribut yang bernilai *gap* positif yaitu atribut A1 (Kenyamanan tempat) bernilai 0,07 yang berarti nilai ini menunjukkan kinerja yang diberikan melampaui harapan konsumen karena *Suzuya Mall* merupakan pasar modern jadi kenyamanan tempat adalah salah satu kunci untuk memenuhi kepuasan konsumen. Kemudian atribut A2 (Ketersediaan fasilitas) yang bernilai 0,03 menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan melampaui harapan konsumen dengan tersedianya fasilitas seperti tempat parkir dan toilet. Atribut selanjutnya yaitu A4 (Keragaman produk) yang bernilai 0,00 yang berarti kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen karena *Suzuya Mall* sendiri memiliki keragaman produk yang cukup beragam karena terdapat buah-buahan impor.

Tabel 2. Tabel Nilai *Gap* Atribut Kualitas Pelayanan Suzuya Mall Banda Aceh

SUZUYA MALL	Kinerja	Harapan	Gap	Kriteria
Dimensi dan Atribut Kualitas Pelayanan				
A. Tangible (Bukti Fisik)				
1. Kenyamanan tempat	4,30	4,23	0,07	Puas
2. Ketersediaan fasilitas	4,40	4,37	0,03	Puas
3. Kesegaran Produk setiap hari	4,00	4,30	-0,30	Tidak Puas
4. Keragaman produk	4,27	4,27	0,00	Puas
B. Reliability (Kehandalan)				
5. Kecepatan dalam pelayanan	3,70	4,10	-0,40	Tidak Puas
6. Proses pembayaran yang cepat	3,77	4,27	-0,50	Tidak Puas
7. Pengadaan potongan harga	3,67	3,80	-0,13	Tidak Puas
C. Responsiveness (Ketanggapan)				
8. Kecepatan pelayanan atas keluhan konsumen	3,60	4,20	-0,60	Tidak Puas
9. Kesiediaan menjawab pertanyaan konsumen	4,00	4,17	-0,17	Tidak Puas
10. Pemberian solusi atas kesalahan pembelian	3,67	4,27	-0,60	Tidak Puas
D. Assurance (Jaminan)				
11. Kebersihan tempat dan produk	4,53	4,40	0,13	Puas
12. Tidak ada kesalahan saat proses pembayaran	3,67	4,17	-0,50	Tidak Puas
13. Sikap ramah dan sopan kepada konsumen	3,67	4,53	-0,86	Tidak Puas
E. Empathy (Sikap perhatian)				
14. Mendengar dan menerima keluhan konsumen	3,67	4,50	-0,83	Tidak Puas
15. Cara berkomunikasi yang baik	4,27	4,27	0,00	Puas

Sumber: Data Primer (diolah) 2019.

Selanjutnya atribut D11 (Kebersihan tempat dan produk) yang bernilai 0,13 yang berarti kinerja yang diberikan melampaui harapan konsumen, karena kebersihan tempat dan produk pada pasar modern sama pentingnya dengan kenyamanan tempat. Atribut bernilai positif terakhir adalah E15 (Cara berkomunikasi yang baik dan mudah dipahami saat melayani konsumen) yang bernilai 0,00. Hal itu menunjukkan kinerja yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, karena sebelum memulai aktivitas karyawan di Suzuya Mall akan di *briefing* terlebih dahulu sehingga dapat berkomunikasi dengan baik kepada konsumen.

b. Analisis Atribut Kualitas Pelayanan Konsumen Pasar Peunayong Banda Aceh

Pada Tabel 3 atribut-atribut yang bernilai *gap* positif sedikit berbeda dari atribut yang bernilai positif di Suzuya Mall Banda Aceh, yaitu atribut A3 (Kesegaran produk setiap hari) bernilai 0,33 yang berarti nilai ini menunjukkan kinerja yang diberikan melampaui harapan konsumen karena menurut pernyataan konsumen yang berbelanja di Pasar Peunayong maupun yang pernah berbelanja di kedua pasar menyatakan bahwa buah-buahan di pasar tradisional setiap harinya lebih segar dan dilakukan pergantian setiap beberapa hari sekali. Atribut selanjutnya yaitu A4 (Keragaman produk) yang bernilai 0,50 yang berarti kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen karena Pasar peunayong sendiri memiliki keragaman produk yang cukup beragam karena terdiri dari banyak kios kios buah, maupun toko buah. Selanjutnya atribut B5 (Kecepatan dalam pelayanan) yang bernilai 0,16 yang berarti kinerja yang diberikan melampaui harapan konsumen, karena pada pasar tradisional konsumen bisa menanyakan langsung kepada penjual begitu juga dengan transaksi yang akan dilakukan, pelayanan yang diberikan langsung dan tidak melalui perantara seperti di pasar modern. Atribut bernilai positif terakhir adalah B6 (Proses pembayaran yang cepat) yang bernilai 0,00. Hal itu menunjukkan kinerja yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen,

karena seperti atribut sebelumnya yang bernilai positif, transaksi dan komunikasi antara penjual dan pembeli dilakukan secara langsung jadi proses pembayaran bisa lebih cepat tidak perlu mengantri panjang.

Tabel 3. Tabel Nilai *Gap* Atribut Kualitas Pelayanan Pasar Peunayong Banda Aceh

PASAR PEUNAYONG				
Dimensi dan Atribut Kualitas Pelayanan	Kinerja	Harapan	<i>Gap</i>	Kriteria
A. <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)				
1. Kenyamanan tempat	3,10	3,50	-0,40	Tidak Puas
2. Ketersediaan fasilitas	2,77	3,03	-0,26	Tidak Puas
3. Kesegaran Produk setiap hari	4,00	3,67	0,33	Puas
4. Keragaman produk	4,10	3,60	0,50	Puas
B. <i>Reliability</i> (Kehandalan)				
5. Kecepatan dalam pelayanan	3,83	3,67	0,16	Puas
6. Proses pembayaran yang cepat	3,63	3,63	0,00	Puas
7. Pengadaan potongan harga/tawar menawar	3,67	3,83	-0,16	Tidak Puas
C. <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)				
8. Kecepatan pelayanan atas keluhan konsumen	3,13	3,47	-0,34	Tidak Puas
9. Kesiapan menjawab pertanyaan konsumen	3,40	3,50	-0,10	Tidak Puas
10. Pemberian solusi atas kesalahan pembelian	3,10	3,47	-0,37	Tidak Puas
D. <i>Assurance</i> (Jaminan)				
11. Kebersihan tempat dan produk	3,00	3,43	-0,43	Tidak Puas
12. Tidak ada kesalahan saat proses pembayaran	3,50	3,53	-0,03	Tidak Puas
13. Sikap ramah dan sopan kepada konsumen	3,57	3,77	-0,20	Tidak Puas
E. <i>Empathy</i> (Sikap perhatian)				
14. Mendengar dan menerima keluhan konsumen	3,07	3,43	-0,36	Tidak Puas
15. Cara berkomunikasi yang baik	3,33	3,47	-0,14	Tidak Puas

Sumber: Data Primer (diolah) 2019.

Analisis Atribut Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Suzuya Mall Banda Aceh Berdasarkan Kuadran IPA (*Importance Performance Analysis*)

a. Kuadran I

Berdasarkan kuadran IPA (*Importance Performance Analysis*), Dimensi kualitas pelayanan yang direkomendasikan mendapat prioritas utama karena konsumen merasa pelaksanaannya belum memuaskan yaitu pada dimensi *Reliability* (Kehandalan) atribut B6 mengenai proses pembayaran yang cepat. Pada dimensi *Responsiveness* (Ketanggapan) atribut yang mendapat prioritas utama yaitu C10 mengenai penjual/karyawan memberi solusi jika terjadi kesalahan dalam pembelian. Kemudian pada dimensi *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Sikap Perhatian) atribut yang harus dibenahi yaitu atribut D13 mengenai sikap ramah dan sopan penjual/karyawan kepada konsumen serta atribut E14 mengenai penjual/karyawan mendengar dan menerima keluhan konsumen.

b. Kuadran II

Pada kuadran II, atribut-atribut yang berada di kuadran ini direkomendasikan untuk mempertahankan prestasi atau mempertahankan kualitas pelayanan yang saat ini sudah dilakukan. Pada dimensi *Tangible* (Bukti fisik), 3 atribut direkomendasikan untuk mempertahankan prestasi yaitu pada A2 mengenai Ketersediaan fasilitas (Tempat parkir, toilet dll), A3 mengenai kesegaran buah dan A4 mengenai keragaman buah. Atribut selanjutnya yang berada pada kuadran II yaitu D11 pada dimensi *Assurance* (Jaminan)

mengenai kebersihan tempat dan produk. Atribut terakhir yang termasuk kedalam kuadran II yaitu E15 pada dimensi *Empathy* (Sikap perhatian) tentang cara berkomunikasi yang baik dan mudah dipahami saat melayani konsumen.

c. Kuadran III

Kuadran III merekomendasikan pasar untuk memperbaiki atribut yang dirasa kurang memuaskan bagi konsumen, namun prioritasnya rendah. Adapun pada dimensi *Reliability* 2 atribut terletak pada kuadran III yaitu B5 dan B7 tentang kecepatan dalam pelayanan dan pengadaan potongan harga/tawar menawar. Atribut selanjutnya yaitu C8 pada dimensi *Responsiveness* mengenai Kecepatan pelayanan saat ada keluhan konsumen dan atribut D12 pada dimensi *Assurance* mengenai tidak ada kesalahan saat proses pembayaran.

d. Kuadran IV

Pada kuadran IV kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan cukup tinggi, namun atribut tersebut dirasa kurang penting bagi konsumen. Pada dimensi *Tangible* atribut A1 yaitu kenyamanan tempat berada pada kuadran IV. Kemudian atribut lainnya yaitu dimensi *Responsiveness* pada atribut C9 tentang Ketersediaan dan ketepatan penjual/karyawan dalam menjawab pertanyaan konsumen.

b. Analisis Atribut Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasar Peunayong Banda Aceh Berdasarkan Kuadran IPA (*Importance Performance Analysis*)

Berikut adalah letak kuadran setiap atribut kualitas pelayanan pada Pasar Peunayong Banda Aceh:

a. Kuadran I

Berdasarkan analisis dengan menggunakan kuadran IPA (*Importance Performance Analysis*) diatas, tidak ada satupun atribut dalam dimensi kualitas pelayanan pada Pasar Peunayong yang menjadi prioritas utama untuk dibenahi. Nilai gap yang dihasilkan oleh beberapa atribut memang belum memenuhi kriteria untuk dikatakan puas, namun bagi konsumen atribut-atribut pada Pasar Peunayong lebih banyak terletak pada kuadran III dimana atribut-atribut tersebut perlu dibenahi namun pada prioritas yang rendah. Hal ini disebabkan oleh harapan konsumen yang tidak terlalu tinggi pada pasar tradisional, tidak seperti di pasar modern.

b. Kuadran II

Berbeda dengan kuadran I, pada kuadran II ada 6 atribut yang direkomendasikan untuk mempertahankan prestasinya, seperti pada dimensi *Tangible* (Bukti fisik) yaitu atribut A3 mengenai kesegaran buah dan atribut A4 mengenai keragaman buah. Selanjutnya, pada dimensi *Reliability* (Kehandalan) ketiga atribut yang termasuk di dalam dimensi tersebut termasuk dalam kuadran II yang direkomendasikan untuk mempertahankan prestasi. Yaitu atribut B5 tentang kecepatan dalam pelayanan, B6 tentang proses pembayaran yang cepat serta B7 tentang pengadaan potongan harga/tawar menawar. Walaupun tidak semua konsumen puas dengan pengadaan potongan harga/tawar menawar di Pasar Peunayong namun sebagian besar konsumen merasa puas sehingga atribut ini masuk ke dalam kuadran II.

c. Kuadran III

Berbanding terbalik dengan kuadran I, pada Pasar Peunayong sebagian besar atribut kualitas pelayanan berada di kuadran III dimana perlu dilakukan perbaikan namun dengan prioritas rendah. Contohnya pada dimensi *Tangible* atribut A1 dan A2 mengenai kenyamanan

tempat dan ketersediaan fasilitas. Selanjutnya pada dimensi *Responsiveness*, dua dari tiga atribut masuk dalam kuadran III yaitu atribut C8 mengenai kecepatan pelayanan saat ada keluhan konsumen dan C10 tentang penjual/karyawan memberi solusi jika terjadi kesalahan dalam pembelian. Pada dimensi Assurance hanya satu dari tiga atribut yang masuk ke dalam kuadran III yaitu atribut D11 mengenai kebersihan tempat dan produk. Atribut terakhir yang berada pada kuadran III yaitu E14 dan E15 yang termasuk dalam dimensi *Empathy* mengenai penjual/karyawan mendengar dan menerima keluhan konsumen dan cara berkomunikasi yang baik dan mudah dipahami saat melayani konsumen.

d. Kuadran IV

Pada kuadran IV, terdapat 2 atribut kualitas pelayanan yang pelaksanaannya sudah cukup memuaskan namun dirasa kurang penting oleh konsumen yaitu atribut C9 mengenai kesediaan dan ketepatan penjual/karyawan dalam menjawab pertanyaan konsumen yang termasuk dalam dimensi *Responsiveness* dan D12 mengenai tidak adanya kesalahan saat proses pembayaran pada dimensi *Assurance*.

Usulan Perbaikan Atribut Kualitas Pelayanan

Acuan dalam aspek perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan dapat didasari oleh nilai gap dan letak atribut kualitas pelayanan pada kuadran kepentingan konsumen yang dihasilkan dari perhitungan yang telah dilakukan. Berikut adalah tabel solusi perbaikan bagi atribut kualitas pelayanan yang menjadi prioritas untuk diperbaiki:

Tabel 4. Solusi Perbaikan Atribut Kualitas Pelayanan pada Suzuya Mall

No. Atribut	Kuadran	Gap	Atribut	Solusi Perbaikan
B6	Kuadran I	-0,50	Proses pembayaran yang cepat	<ul style="list-style-type: none"> • Penambahan kasir • <i>Skill upgrade</i> untuk penjaga kasir
C10	Kuadran I	-0,40	Karyawan memberi solusi jika terjadi kesalahan	<ul style="list-style-type: none"> • Peninjauan kinerja karyawan oleh supervisor secara berkala
D13	Kuadran I	-0,86	Sikap ramah dan sopan karyawan	<ul style="list-style-type: none"> • Melibatkan konsumen dalam penilaian kualitas pelayanan, Memberi nasihat kepada karyawan
E14	Kuadran I	-0,83	Mendengar dan menerima keluhan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Peninjauan kinerja karyawan oleh supervisor secara berkala
B5	Kuadran III	-0,40	Kecepatan dalam pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> • Menambah penghasilan karyawan • Melibatkan konsumen dalam penilaian kualitas pelayanan
B7	Kuadran III	-0,13	Pengadaan potongan harga	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan promo selain hari diskon misalnya pada hari libur tertentu
C8	Kuadran III	-0,60	Kecepatan dalam pelayanan saat ada keluhan	<ul style="list-style-type: none"> • Melibatkan konsumen dalam penilaian kualitas pelayanan
D12	Kuadran III	-0,50	Tidak ada kesalahan saat proses pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pengarahan setiap memulai kerja dan evaluasi setelah selesai kerja

Sumber: Data Primer (diolah) 2019

Berdasarkan tabel diatas, Pada Suzuya Mall terdapat 8 atribut yang harus dibenahi kualitas pelayanannya yaitu atribut-atribut yang terletak pada kuadran I dan III dimana pada kuadran I diisi dengan atribut-atribut yang merupakan prioritas utama untuk dibenahi dan kuadran III diisi dengan atribut-atribut yang harus dibenahi namun dengan prioritas rendah. Pada kuadran I atribut yang harus dibenahi yaitu B6 (Proses pembayaran yang cepat) solusi

yang dapat penulis berikan yaitu dengan cara menambah kasir, karena menurut konsumen jumlah kasir dirasa masih kurang dan kasir tempat menimbang serta membungkus buah hanya ada 1 tempat hal tersebut membuat proses pembelian buah menjadi lebih lama. Selain itu perlu dilakukan *skill upgrade* untuk penjaga kasir agar lebih cepat dalam melakukan tugasnya.

Kemudian atribut lain yang terletak pada kuadran I yaitu atribut C10 (Karyawan memberi solusi jika terjadi kesalahan) dan E14 (Karyawan mendengar dan menerima keluhan konsumen). Solusi yang penulis berikan yaitu supervisor disarankan melakukan peninjauan kinerja karyawan saat jam kerja secara berkala, jadi bisa dilihat bagaimana interaksi antara karyawan dengan konsumen. Selanjutnya adalah atribut D13 (Sikap ramah dan sopan karyawan), solusi perbaikannya yaitu pasar yang bersangkutan memberikan wadah penilaian kinerja yang melibatkan konsumen. Kemudian dari hasil penilaian tersebut atasan bisa memberikan nasihat dan saran kepada karyawan agar bersikap lebih ramah.

Pada kuadran III atribut yang perlu dibenahi yaitu B5 (Kecepatan dalam Pelayanan) dan B7 (Pengadaan potongan harga/ tawar menawar). Solusi yang disarankan untuk atribut B5 adalah melibatkan konsumen dalam penilaian kualitas pelayanan dan menambah penghasilan karyawan atau memberi reward kepada karyawan yang kinerjanya sangat baik, dengan cara itu karyawan akan semakin termotivasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Sedangkan solusi perbaikan untuk atribut B7 adalah memberikan promo selain hari rabu yang merupakan hari diskon rutin yang diberikan, misalnya melakukan promo pada hari libur tertentu.

Selanjutnya pada atribut C8 (Kecepatan pelayanan saat ada keluhan konsumen) solusi yang disarankan yaitu dengan melibatkan konsumen dalam penilaian kualitas pelayanan dan kinerja karyawan. Kemudian pada atribut D12 (Tidak ada kesalahan saat proses pembayaran) solusi perbaikannya yaitu dengan melakukan pengarahan saat akan memulai kerja agar melatih fokus dan rasa tanggung jawab karyawan serta melakukan evaluasi setelah selesai bekerja.

Tabel 5. Solusi Perbaikan Atribut Kualitas Pelayanan pada Pasar Peunayong

No. Atribut	Kuadran	Gap	Atribut	Solusi Perbaikan
A1	Kuadran III	-0,40	Kenyamanan tempat	Menjaga kebersihan area pasar
A2	Kuadran III	-0,26	Ketersediaan fasilitas	Melakukan penertiban untuk area parkir
C8	Kuadran III	-0.34	Kecepatan dalam pelayanan saat ada keluhan	Memberikan pengarahan kepada karyawan
C10	Kuadran III	-0.37	Karyawan memberi solusi jika terjadi kesalahan	Memberikan pengarahan kepada karyawan
D11	Kuadran III	-0,43	Kebersihan tempat dan produk	Menjaga kebersihan area pasar dan melakukan pembersihan secara berkala
E14	Kuadran III	-0,36	Karyawan mendengar dan menerima keluhan	Memberikan pengarahan kepada karyawan sebelum memulai kerja
E15	Kuadran III	-0,14	Cara berkomunikasi yang baik dan mudah dipahami	Memberikan pengarahan kepada karyawan sebelum bekerja dan evaluasi setelah kerja.

Sumber: Data Primer (diolah) 2019

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat terdapat 7 atribut yang direkomendasikan untuk dilakukan solusi perbaikan, seluruh atribut tersebut terletak pada kuadran III dimana perlu dilakukan perbaikan namun dengan prioritas rendah. Tidak ada satupun atribut kualitas pelayanan pada Pasar Peunayong yang terletak pada kuadran I. Hal ini disebabkan oleh perbedaan tingkat harapan konsumen. Pada pasar tradisional, harapan konsumen tidak terlalu tinggi yang menyebabkan gap yang dihasilkan tidak terlalu besar sehingga pada kasus ini tidak ada satu atribut pun yang terletak pada kuadran I.

Pada pasar peunayong atribut yang harus dilakukan perbaikan yaitu pertama A1 dan A2 mengenai kenyamanan tempat dan ketersediaan fasilitas. Solusi yang dapat disarankan penulis yaitu dengan menjaga kebersihan area pasar oleh pihak pasar baik itu penjual, konsumen maupun petugas kebersihan. Kemudian melakukan penertiban untuk area parkir agar lebih teratur dan lebih mudah mencari lokasi parkir. Selanjutnya pada atribut C8 (Kecepatan pelayanan saat ada keluhan konsumen), C10 (Penjual/Karyawan memberi solusi jika terjadi kesalahan), dan E14 (Penjual/karyawan mendengar dan menerima keluhan konsumen) penulis menyarankan solusi perbaikan yang sama yaitu dengan cara pemilik toko memberikan pengarahan kepada karyawan sebelum memulai bekerja agar lebih memahami bagaimana cara menghadapi konsumen dengan karakteristik yang beragam.

Selain itu pada atribut D11 mengenai kebersihan tempat dan produk, solusi perbaikan yang disarankan penulis adalah dengan menjaga kebersihan oleh pihak pasar dan dengan dilakukannya pembersihan pasar secara berkala pada waktu tertentu. Atribut D11 juga akan berpengaruh pada atribut A1 mengenai kenyamanan tempat karena kebersihan suatu produk dan tempat juga akan menimbulkan kenyamanan bagi konsumen. Atribut terakhir yang perlu dilakukan perbaikan yaitu E15 mengenai cara berkomunikasi yang baik dan mudah dipahami. Solusi yang dapat disarankan penulis yaitu dengan cara pemilik toko memberikan pengarahan kepada karyawan sebelum bekerja dan melakukan evaluasi setelah kerja. Pengarahan dan evaluasi yang dilakukan mungkin memang tidak begitu formal seperti di pasar tradisional, namun hal tersebut sangat membantu agar karyawan bisa menghadapi dan berkomunikasi dengan konsumen secara baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada *Suzuya Mall* terdapat 5 atribut kualitas pelayanan yang memenuhi kriteria kepuasan konsumen, sedangkan pada pasar peunayong hanya terdapat 4 atribut. Artinya kualitas pelayanan di *Suzuya Mall* lebih memuaskan konsumen dibanding dengan Pasar Peunayong. Terdapat empat atribut kualitas pelayanan yang menjadi prioritas utama pada *Suzuya Mall*, sedangkan pada Pasar Peunayong tidak didapat atribut kualitas pelayanan yang menjadi prioritas utama yang terletak pada kuadran I. Solusi perbaikan atribut kualitas pelayanan pada kedua pasar berbeda. Salah satu solusi perbaikan yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan penambahan kasir dan melakukan *skill upgrade* bagi karyawan untuk atribut B6 pada *Suzuya Mall*. Sedangkan pada Pasar Peunayong salah satu solusi perbaikan yang dapat dilakukan adalah pada atribut A1 yaitu dengan cara menjaga kebersihan area pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriandi dan Sitohang. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.5 No.6: 4-12.
- Ananda, I. P. (2018). *Analisis Komparatif Minat Konsumen Terhadap Buah-buahan pada Pasar Modern (Suzuya Mall) dan Pasar Tradisional (Pasar Peunayong) di Kota Banda Aceh*. Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala.

- Cahyani, F. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , 3.
- Firdian, E. (2012). Aplikasi Metode Servqual dan Six Sigma dalam Menganalisis Kualitas Layanan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan (UPJ) Dinoyo Malang. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Rekayasa* , 51-60.
- Fuadatinnisa, B. (2018). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Buah Jeruk Agrowisata Petik Jeruk Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maria, Monica dan Anshori, Mohammad Yusak. 2013. Jurnal Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake . *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Tahun 6 (1): 4-7.
- Moha, S. dan Loindong S. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.4 No.1 : 579.
- Mustofa, Muchamad. dkk. 2014. Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa dengan Metode Service Quality (Ervqual) Fuzzy Di Pt. Pos Indonesia Sidoarjo. *Jurnal Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur*. Hal: 4.
- Minarni,E. dan Nurhadi, A. 2016. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pasar Tradisional Besuki Tulungagung. *Jurnal Benefit*. Vol.3 No.1: 45
- Parasurman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Vaarie A. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and its Implications fot Fiture Research. *Journal of Marketing*. Vol.49: 42-50.
- Prasastono, N. dan Pradapa, S.Y.F. 2012. Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Jurnal Dinamika Kepariwisataaan*. Vol. XI No. 2.
- Sahnaz, C. T. (2016). *Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Antara Rumah Makan Tradisional Aceh dengan Cepat Saji di Kota Banda Aceh* . Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* . Jakarta: Rineka Cipta.
- Toriq, M. dan Martoatmodjo, S. 2014. Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU PERTAMINA 54.612.64 di Sidoarjo. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Vol.3 No.8: 5-6.
- Umiyati dan Suyoto. 2014. Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen atas Pelayanan Minimarket Indomaret da Alfamart di wilayah Dukuwaluh. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Purwokerto*. Hal: 67-68.
- Yunus dan Budianto. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Vol.3 No 12.