

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN BETON *READY MIX* TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PT. SARANA BETON PERKASA

I Wayan Jawat¹, I N. Sutarja², dan Mayun Nadiasa²

Abstrak: Penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan beton *ready mix* menjadi topik sentral dalam dunia konstruksi di Bali, terlebih lagi masing-masing perusahaan *ready mix* mempromosikan konsistensi komitmen mutu dan servis dalam produknya. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor - faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen beton *ready mix* serta untuk mengetahui kepuasan konsumen beton *readymix* terhadap kualitas pelayanan.

Penelitian ini menggunakan metode survai kepuasan konsumen dengan teknik *sampling* melalui penyebaran kuesioner kepada 40 (empat puluh) responden dengan menandai pernyataan yang ada menurut penilaian konsumen. Untuk mengukur kepuasan konsumen beton *ready mix* terhadap kualitas pelayanan digunakan metode *Importance-Performance Analysis*.

Berdasarkan analisis disimpulkan bahwa faktor kualitas pelayanan yang dianggap sangat penting namun manajemen belum melaksanakannya sehingga kurang memuaskan dan harus menjadi prioritas utama adalah: layanan yang segera/cepat bagi konsumen, kesiapan untuk merespon permintaan/keluhan konsumen, konsumen mendapat dokumen hasil pengujian mutu beton, produk dikirim tepat waktu, kepercayaan terhadap penanganan dan pemenuhan mutu, sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumen. Sedangkan faktor kualitas pelayanan yang dianggap sangat penting oleh konsumen dimana manajemen telah melaksanakannya dengan baik dan dapat memuaskan sehingga harus dipertahankan adalah: *concrete pump* dapat berfungsi dengan baik, armada truk *mixer* dapat berfungsi dengan baik, petugas selalu menyediakan dan menggunakan peralatan pengujian beton di lapangan, konsumen mendapat informasi tentang mutu beton yang dikirim, petugas melakukan pengambilan contoh untuk uji kuat tekan yang diambil di tempat beton dikeluarkan dari truk *mixer*, petugas melakukan pengukuran *slump test*, dimana contoh diambil dari beton yang dikeluarkan 15 % - 85 % dari seluruh isi truk, hasil *slump test* sesuai/memenuhi persyaratan mutu, hasil tes kuat tekan beton sesuai/memenuhi persyaratan mutu, volume beton sesuai dengan pesanan.

Kata Kunci : kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, *Importance-Performance Analysis*.

CONSUMER SATISFACTION ANALYSIS OF READY MIX CONCRETE TOWARD PT. SARANA BETON PERKASA SERVICES QUALITY

Abstract : The study about consumers satisfactions toward ready mix concrete company efforts becomes a central topic in construction in Bali. More over, each of ready mix company promotes its committment consistency in quality and is product services. The aim of these study is to identify the factors which are influenced the services quality towards the consumer satisfaction of ready mix concrete and to know the consumers satisfactions towards services quality.

This study used consumers satisfaction survey through sampling technique (questionnaires distributions to 40 respondent) by filling or marking the statements provided. To measure the consumers satisfaction toward the service quality, Importance – Perfomance Analysis was used. The aim is to measure the relation between consumer persepction and product/services quality improvement.

The result of questionnaires data analyzes, could be concluded that the services quality was very important but the company didn't do it maximal. The services included : the on time product delivery, the quick services for the consumers, the trust toward the quality, the consumers quality document, the readiness toward the consumers complaint. While, the services quality which were done well by the company, including : the staff took the mixture sample for the presure test, the staff did the slump test, the consumers got the information about the mixture quality, the slump test is based on the quality requirements, the pressure test is based on the the quality requirements, the concrete pump worked well, the mixer truck worked well, the volume of the mixture is based on the order, and the staff prepared and used the testing tool on the field.

Key words : consumer's satisfactions, services' quality, Importance – Perfomance Analysis.

¹ Alumnus Program Studi Magister Teknik Sipil, Program Pascasarjana Universitas Udayana

² Staf Pengajar Program Studi Magister Teknik Sipil, Program Pascasarjana Universitas Udayana

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu produk yang sudah tidak asing dalam dunia konstruksi adalah beton siap pakai atau lebih populer disebut beton *ready mix*. Meningkatnya pertumbuhan sektor konstruksi berkontribusi pada pemakaian beton *ready mix* pada dunia konstruksi, sehingga perlu kerjasama yang baik antara pemasok beton *ready mix* dengan kontraktor pada semua tahap, mulai dari pemesanan sampai penuangan. Perlu perencanaan yang lebih teliti, sebab makin banyak jumlah beton yang akan dikerjakan. Syarat beton maupun jumlah kubikasi dari setiap campuran, perlu diberitahukan kepada pemasok.

Penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan beton *ready mix* menjadi topik sentral dalam dunia konstruksi di Bali, terlebih lagi masing-masing perusahaan *ready mix* mempromosikan konsistensi komitmen mutu dan servis dalam produknya. Sementara itu permasalahan yang dihadapi konsumen/*consumer* adalah volume beton yang tidak sesuai dengan pesanan, keterlambatan dalam pengiriman produk, peralatan yang kurang berfungsi dengan baik, kepercayaan terhadap penanganan masalah mutu, ketrampilan/kecakapan pekerja, respon terhadap keluhan pelanggan di lapangan. Untuk itu menjadi menarik dilakukan kajian secara mendalam bagaimana kepuasan konsumen terhadap produk beton *ready mix* yang diproduksi di Bali.

Obyek penelitian ini adalah kepuasan konsumen beton *ready mix* terhadap kualitas pelayanan PT. Sarana Beton Perkasa (PT.SBP). Dipilihnya produk perusahaan ini dengan pertimbangan merupakan salah satu perusahaan yang ikut dalam persaingan merebut pangsa pasar konsumen beton *ready mix* di Bali.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, menjadi menarik untuk dilakukan pengkajian kepuasan konsumen beton *ready mix* terhadap kualitas pelayanan PT. Sarana Beton Perkasa ditengah persaingan yang kian ketat dan semakin kompetitif dari perusahaan yang sejenis di Bali, maka rumusan masalahnya adalah :

1. Faktor – faktor apakah yang teridentifikasi mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen beton *ready mix* ?

2. Bagaimanakah kepuasan konsumen beton *ready mix* terhadap kualitas pelayanan PT. Sarana Beton Perkasa ?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi faktor - faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen beton *ready mix*.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen beton *readymix* terhadap kualitas pelayanan PT. Sarana Beton Perkasa.

KAJIAN PUSTAKA

Definisi beton *ready mix*

Menurut SNI 03-443-1997 mendefinisikan Beton Siap Pakai adalah beton yang dicampur dalam suatu mesin pengaduk stasioner atau dalam truk pengaduk, dan diserahkan kepada konsumen beton dalam keadaan segar.

Beton *ready mix* adalah beton segar yang belum mengalami proses pengikatan dan perkerasan yang diproduksi di *batching plant* dengan penambahan bahan kimia (*admixture*), tergantung pada jenis beton yang dipesan, kemudian dikirim ke lapangan dengan menggunakan truk *mixer*. Beton *ready mix* diproduksi dipabrik dibawah pengawasan menggunakan sistem operasi komputer, untuk memastikan beton *ready mix* sampai dilapangan masih dalam keadaan plastis.

Konsep kepuasan pelanggan

Banyak akademisi dan peneliti yang sepakat bahwa kepuasan pelanggan merupakan ukuran spesifik untuk setiap transaksi, situasi atau interaksi (*encounter*) yang bersifat jangka pendek, sedangkan kualitas jasa merupakan sikap dibentuk dari evaluasi keseluruhan terhadap kinerja perusahaan dalam jangka panjang (Parasuraman, et al, 1985; Hoffman dan Bateson, 1997; Tjiptono, 2011).

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Sementara itu dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intangible*, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut (Parasuraman, et al., 1988 ; Tjiptono, 2011 ; Gaspersz, V, 2012) :

1. Bukti fisik (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personal serta media komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan

segera, melaksanakan secara akurat, dan memuaskan.

3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu responsif, keinginan membantu dan memberikan pelayanan yang tepat.

4. Jaminan (*assurance*), mencakup ketrampilan dan pengetahuan, kesopanan, kejujuran dan kepercayaan, bebas dari ketakutan, resiko atau keragu-raguan.

5. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Teknik pengukuran kepuasan pelanggan

Metode survai kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas saudara terhadap pelayanan PT. Sarana Beton Perkasa pada skala berikut : tidak puas, kurang puas, puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).

b. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).

c. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).

d. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*). Teknik ini dikenal pula dengan istilah *importance performance analysis* (Martilla dan James, 1997 ; Supranto : 239, 2011)

Konsep kualitas pelayanan

Menurut Gaspersz,V. pada dasarnya jasa/layanan (*service*) didefinisikan sebagai kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain serta pada umumnya tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. *APICS Dictionary* (210) mendefinisikan jasa (*service*) sebagai aktivitas yang mendukung fungsi-fungsi produksi atau distribusi dalam setiap organisasi, misalnya : pelayanan pelanggan (*customer service*), pelayanan lapangan (*field service*), dan lain-lain. Konsep pelayanan mengacu pada beberapa lingkup

definisi utama : industri, output atau penawaran, proses, dan sistem. Kendati keanekaragaman perspektif ini bisa menimbulkan kerancuan, implikasi strategiknya adalah bahwa komponen jasa atau layanan (*service*) memainkan peran strategis dalam setiap bisnis. Lagipula, pemisahan secara tegas antar produk berupa barang fisik dan layanan tidaklah mudah dilakukan. Pembelian sebuah barang sering dibarengi dengan unsur jasa/layanan. Demikian pula sebaliknya, suatu layanan sering diperluas dengan cara memasukkan atau menambahkan produk fisik pada penawaran layanan tersebut.

KERANGKA BERPIKIR DAN KONSEP PENELITIAN

Kerangka Berpikir

Dalam melaksanakan penelitian diperlukan suatu kerangka berpikir yang merupakan hasil abstraksi dari teori yang dikaitkan dengan masalah penelitian yang dihadapi disamping untuk menjawab dan memecahkan masalah penelitian.

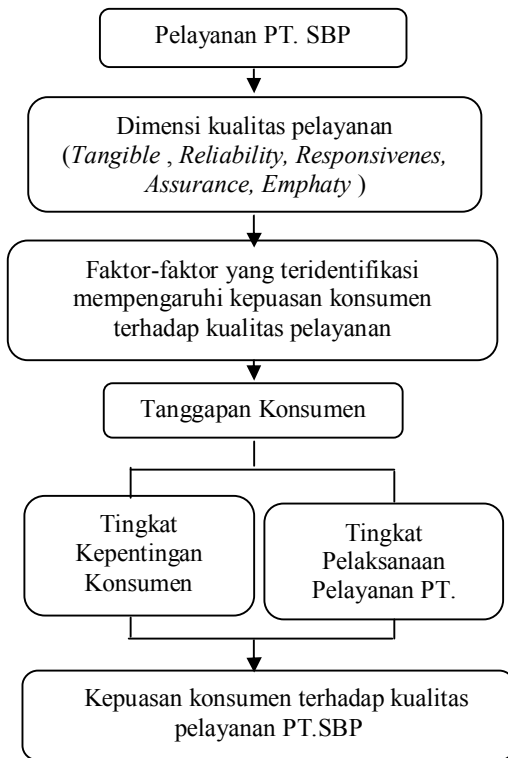
Dalam persaingan yang semakin kompetitif di antara perusahaan beton *ready mix* saat ini, maka kepuasan konsumen menjadi prioritas utama dimana tingkat kepentingan dan harapan serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan perusahaan haruslah sesuai. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen, agar mereka merasa puas. Untuk itu, perusahaan perlu menilai faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan apakah telah dipenuhinya. Kepuasan konsumen merupakan satu determinan kunci dari tingkat permintaan pelayanan dan fungsi/operasionalisasi pemasok.

Konsep Penelitian

Konsep penelitian adalah terminologi teknis yang merupakan komponen-komponen dari kerangka teori agar dapat membantu didalam menentukan langkah-langkah penelitian. Kerangka konsep dapat disajikan dalam bentuk bagan, serta menunjukkan semua variabel yang berpengaruh pada penelitian yang dilakukan.

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat, maka diperlukan adanya konsep penelitian sehingga tujuan yang diharapkan untuk mengetahui kepuasan konsumen beton *ready mix* terhadap kualitas pelayanan PT. SBP. dapat terpenuhi.

Secara sistematis kerangka berpikir dan konsep penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Konsep penelitian

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang dipergunakan adalah riset deskriptif sesuai dengan tujuan penelitian untuk menguraikan sifat-sifat dari suatu keadaan. Data yang diperlukan akan diperoleh berdasarkan atas perumusan masalah. Metode deskriptif kualitatif dipergunakan untuk pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat dan tujuannya adalah untuk mencari gambaran yang sistematis, fakta yang akurat. Selanjutnya dalam rancangan penelitian pada dasarnya untuk menentukan metode yang akan dipergunakan dalam penelitian, antara lain metode pengumpulan data dan metode analisis yaitu *importance-performance analysis*.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian dilakukan di Kantor PT. Sarana Beton Perkasa dan konsumen di wilayah Badung dan Denpasar.

Penelitian dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dengan menghubungi pihak PT. SBP dan responden tanpa mengganggu aktivitasnya.

Jenis dan Sumber Data

Data primer dikumpulkan dengan menggunakan metode deskriptif analitis. Data primer diperoleh secara langsung di lapangan dari seluruh *customer* (pelaksana/*site manager/project manager/owner*) PT. Sarana Beton Perkasa periode tahun 2012 – tahun 2013, berupa jawaban terhadap pertanyaan dalam kuisisioner. Setiap pertanyaan disertai beberapa alternatif jawaban. Alternatif jawaban yang ada menggambarkan tingkat / nilai dari kondisi yang ada.

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung dengan metode dokumentasi dari sumber – sumber yang terkait dengan penelitian, seperti : data *customer* dan informasi- informasi yang mendukung penelitian. Data ini diperoleh dari PT. Sarana Beton Perkasa.

Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode survei

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode Survei Kepuasan Pelanggan. Karena dengan survei kepuasan pelanggan hasil yang diperoleh lebih akurat dan tepat karena peneliti langsung terjun ke lapangan dan melakukan wawancara langsung dengan pengguna jasa/konsumen PT.SBP, sehingga dapat langsung mengetahui keluhan/kendala yang dihadapi konsumen.

Kuesioner (questionnaire)

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan menyusun daftar pertanyaan secara sistematis kepada responden secara tertulis untuk memudahkan dalam pengolahan data. Item – item pertanyaan disusun menurut logika (*logical sequence*) sesuai dengan maksud dan tujuan pengumpulan data sehingga diperoleh informasi dengan kecermatan serta ketelitian yang dapat dipertanggungjawabkan.

Metode pengambilan sampel

Populasi

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. SBP tahun 2012 – 2013.

Sampel

Jumlah sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui, dapat digunakan rumus Slovin (Umar, H. 2013) seperti

berikut : $n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{65}{1 + 65(0,10)^2} = 39,4 \sim 40$ responden.

Metode dan Teknik Analisis Data

Metode yang merupakan data yang bersifat menggolongkan saja, tidak bisa dicacah atau dihitung atau uraian yang bersifat keterangan tanpa rumus dengan angka-angka melainkan dengan cara menggunakan perbandingan hal - hal yang berhubungan dengan pelayanan jasa terhadap *customer* yang sedang diteliti. Metode yang merupakan uraian yang bersifat obyektif yang berdasarkan pada hasil penelitian atau data yang berbentuk angka/bilangan. Dengan menggunakan skala Likert, maka jawaban setiap item instrumen diberi rentangan skor nilai 1 (satu) yang menunjukkan tidak puas / tidak penting sampai 5 (lima) yang menunjukkan sangat puas / sangat penting.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja/kualitas pelayanan akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya oleh PT.SBP.

Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data penelitian ini digunakan metode diskriptif kualitatif-kuantitatif. Untuk menjawab perumusan masalah mengenai bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja PT SBP, maka alat analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelayanan adalah *Importance-Performance Analysis* (John A. Martila and John C. James, 1977 : 77-79 ; Supranto, 2011 : 239).

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan. Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100 \% \dots\dots\dots(1)$$

Dimana :

Tki = Tingkat kesesuaian responden.

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan.

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus,

maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \dots\dots(2) \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots(3)$$

Dimana :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X}, \bar{Y}), dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seluruhnya ada K faktor di mana dalam penelitian ini K = 26.

Rumus selanjutnya :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Xi}}{K} \dots\dots(4) \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Yi}}{K} \dots\dots(5)$$

Dimana :

K = Banyak atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (dalam penelitian ini K = 26).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas dan Validitas

Dalam penelitian ini, tampilan output variabel *performance* pada pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbachs Alpha 82,8 % yang menurut kriteria Nunnally (1996; Mulyono, 2008) bisa dikatakan reliabel. Hal ini dikarenakan nilai dari Cronbachs Alpha > 60% yang mengindikasikan bahwa responden menjawab pertanyaan kuisioner secara konsisten.

Sedangkan untuk uji validitas, pada tampilan output dari variabel *performance* terlihat bahwa nilai *corrected item total correlation* (0,327-0,767) berada diatas nilai korelasi tabel *Spearman Product-Moment* dengan derajat kebebasan (dk = 40-1 = 39) dan $\alpha = 5 \%$ didapat r tabel = 0,316. Dengan demikian semua item tersebut adalah valid artinya mampu mengukur apa yang hendak diukur / diinginkan.

Tampilan output variabel *importance* pada pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbachs Alpha 82,7 % > 60%, maka

reliabel yang mengindikasikan bahwa responden menjawab pertanyaan kuisioner secara konsisten.

Sedangkan untuk uji validitas, pada tampilan output dari variabel *importance* terlihat bahwa nilai *corrected item total correlation* (0,340-0,731) berada diatas nilai korelasi tabel *Spearman Product-Moment* dengan derajat kebebasan ($dk = 40-1 = 39$) dan $\alpha = 5\%$ didapat r tabel = 0,316. Dengan demikian semua item tersebut adalah valid artinya mampu mengukur apa yang hendak diukur / diinginkan.

Analisis Kualitas Kinerja dan Kepentingan Analisis penampilan fisik (*tangible*)

Dari penilaian 40 (empat puluh) responden yang diteliti, diperoleh hasil penilaiannya terhadap kinerja perusahaan pada masing-masing variabel. Selanjut dapat ditentukan bobot masing-masing item dengan menjumlahkan hasil penilaian responden.

Dari hasil penilaian terhadap penampilan pekerja mempergunakan perlengkapan keselamatan kerja dilapangan menghasilkan tingkat kesesuaian sebesar $= \frac{105}{174} \times 100\% = 60,34\%$. Penilaian terhadap petugas selalu menyediakan dan menggunakan peralatan pengujian beton di lapangan (84,07 %). Penilaian terhadap armada truk *mixer* dapat berfungsi dengan baik (79,78 %). Penilaian terhadap *concrete pump* beton dapat berfungsi dengan baik (76,27 %). Penilaian terhadap akses informasi materi produk diperoleh dengan lengkap (74,10 %).

Analisis kehandalan (*reliability*)

Dari hasil penilaian terhadap konsumen mendapat informasi tentang mutu beton yang dikirim (69,61 %). Penilaian terhadap konsumen diberikan kesempatan dan kemudahan melakukan pengawasan cara pengambilan contoh dan pengujian (73,30 %). Penilaian terhadap jumlah contoh benda uji yang dibuat sesuai permintaan (78,86 %). Penilaian terhadap petugas melakukan pengukuran *slump test*, dimana contoh diambil dari beton yang dikeluarkan 15 % -85 % dari seluruh isi truk (69,35 %). Penilaian terhadap hasil *slump test* sesuai/memenuhi persyaratan mutu (73,96 %). Penilaian terhadap petugas melakukan pengambilan contoh untuk uji kuat tekan yang diambil di tempat beton dikeluarkan dari *truk mixer* (69,15 %). Penilaian terhadap hasil tes kuat tekan beton sesuai/memenuhi persyaratan mutu (76,17 %). Penilaian terhadap suhu beton diukur

dengan thermometer dua menit setelah contoh diambil (45,00 %). Penilaian terhadap volume beton sesuai dengan pesanan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar (77,54 %). Penilaian terhadap petugas melakukan penambahan air di *site* (69,18 %). Penilaian terhadap konsumen mendapat dokumen hasil pengujian mutu beton (65,97 %).

Analisis tanggapan (*responsiveness*)

Dari hasil penilaian terhadap layanan yang segera/cepat bagi konsumen (62,78 %). Penilaian terhadap kesediaan petugas untuk membantu konsumen (71,76 %). Penilaian terhadap kesiapan untuk merespon permintaan/keluhan konsumen (67,80 %).

Analisis kepastian (*assurance*)

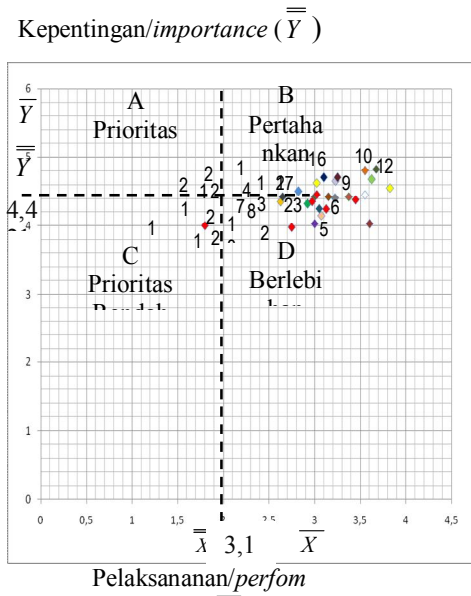
Dari hasil penilaian terhadap kepercayaan terhadap penanganan dan pemenuhan mutu sesuai dengan ketentuan (65,41 %). Penilaian terhadap produk dikirim tepat waktu (59,89 %). Penilaian terhadap jaminan harga yang terjangkau dan fleksibel menghasilkan (89,44 %). Penilaian terhadap petugas bekerja secara profesional (67,63 %).

Analisis empati (*empathy*)

Dari hasil penilaian terhadap pihak perusahaan selalu memberikan perhatian secara individu kepada konsumen (74,53 %). Penilaian terhadap sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumen (67,98 %). Penilaian terhadap perusahaan memberikan layanan yang sama kepada konsumen (68,39 %).

Berdasarkan hasil survey terhadap 40 (empat puluh) responden diperoleh perhitungan rata – rata dari penilaian pelaksanaan/*performance* dan penilaian kepentingan / *importance* pada faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen beton *ready mix* adalah $\bar{X} = 3,127$ dan $\bar{Y} = 4,421$.

Selanjutnya hasil perhitungan diplot dan dijabarkan menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius seperti gambar dibawah ini. Berikut adalah hasil perhitungan yang di plot ke dalam gambar diagram kartesius, sehingga di dapat hasil posisi penempatan faktor-faktor tersebut seperti di bawah ini :



Gambar 2
Diagram kartesius dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen beton ready mix

Dari diagram kartesius yang terbagi menjadi empat bagian terlihat, bahwa letak unsur-unsur pelaksanaan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen beton *ready mix*. Interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen berada dalam kuadran ini dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh manajemen perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen, sedangkan pelaksanaannya dinilai belum memuaskan.

Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran A adalah:

Atribut 16, konsumen mendapat dokumen hasil pengujian mutu beton.

Atribut 17, layanan yang segera/cepat bagi konsumen.

Atribut 19, kesiapan untuk merespon permintaan/keluhan konsumen.

Atribut 20, kepercayaan terhadap penanganan dan pemenuhan mutu sesuai dengan ketentuan.

Atribut 21, produk dikirim tepat waktu.

Atribut 25, sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumen.

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen, sehingga dapat memuaskan konsumen.

Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran B adalah :

Atribut 2, petugas selalu menyediakan dan menggunakan peralatan pengujian beton di lapangan.

Atribut 3, armada truk *mixer* dapat berfungsi dengan baik.

Atribut 4, *concrete pump* beton dapat berfungsi dengan baik.

Atribut 6, konsumen mendapat informasi tentang mutu beton yang dikirim.

Atribut 9, petugas melakukan pengukuran *slump test*, dimana contoh diambil dari beton yang dikeluarkan 15 % -85 % dari seluruh isi truk.

Atribut 10, hasil *slump test* sesuai/memenuhi persyaratan mutu.

Atribut 11, petugas melakukan pengambilan contoh untuk uji kuat tekan yang diambil di tempat beton dikeluarkan dari *truk mixer*.

Atribut 12, hasil tes kuat tekan beton sesuai/memenuhi persyaratan mutu.

Atribut 14, volume beton sesuai dengan pesanan.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen berada dalam kuadran ini masih dianggap kurang penting bagi konsumen, sedangkan kualitas pelaksanaannya belum memuaskan.

Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran C adalah :

Atribut 1, penampilan pekerja mempergunakan perlengkapan keselamatan kerja dilapangan.

Atribut 5, akses informasi materi produk diperoleh dengan lengkap.

Atribut 13, suhu beton diukur dengan thermometer dua menit setelah contoh diambil.

Atribut 15, petugas melakukan penambahan air di *site*.

Atribut 18, kesiapan petugas untuk membantu konsumen.

Atribut 23, petugas bekerja secara profesional.

Atribut 24, pihak perusahaan selalu memberikan perhatian secara individu kepada konsumen.

Atribut 26, perusahaan memberikan layanan yang sama kepada konsumen.

4. Kuadran D (Berlebihan)

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena konsumen menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik oleh perusahaan, sehingga sangat memuaskan. Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran D adalah :

Atribut 7, konsumen diberikan kesempatan dan kemudahan melakukan pengawasan cara pengambilan contoh dan pengujian.

Atribut 8, jumlah contoh benda uji yang dibuat sesuai dengan permintaan.

Atribut 22, jaminan harga yang terjangkau dan fleksibel.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan uraian dan analisis yang dikemukakan, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang dianggap sangat penting, namun manajemen melaksanakannya dengan kurang memuaskan dan harus menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan yaitu:
 - a. Produk dikirim tepat waktu.
 - b. Layanan yang segera/cepat bagi konsumen.
 - c. Kepercayaan terhadap penanganan dan pemenuhan mutu.
 - d. Konsumen mendapat dokumen hasil pengujian mutu beton.
 - e. Kesiapan untuk merespon permintaan/keluhan konsumen.
 - f. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumen.
2. Kualitas pelayanan yang dianggap sangat penting oleh konsumen dimana manajemen telah melaksanakannya dengan memuaskan sehingga harus dipertahankan yaitu :
 - a. Petugas melakukan pengambilan contoh untuk uji kuat tekan yang diambil di tempat beton dikeluarkan dari truk *mixer*.
 - b. Petugas melakukan pengukuran *slump test*, dimana contoh diambil dari beton yang dikeluarkan 15 % -85 % dari seluruh isi truk.
 - c. Konsumen mendapat informasi tentang mutu beton yang dikirim.
 - d. Hasil *slump test* sesuai/memenuhi persyaratan mutu.
 - e. Hasil tes kuat tekan beton sesuai/memenuhi persyaratan mutu.

- f. *Concrete pump* dapat berfungsi dengan baik.
- g. Armada truk *mixer* dapat berfungsi dengan baik.
- h. Volume beton sesuai dengan pesanan.
- i. Petugas selalu menyediakan dan menggunakan peralatan pengujian beton di lapangan.

3. Kualitas layanan yang memang dianggap kurang penting oleh konsumen di mana pihak manajemen menjalankannya secara kurang memuaskan, yaitu :

- a. Suhu beton diukur dengan thermometer dua menit setelah contoh diambil.
- b. Penampilan pekerja mempergunakan perlengkapan keselamatan kerja dilapangan.
- c. Petugas bekerja secara profesional.
- d. Perusahaan memberikan layanan yang sama kepada konsumen.
- e. Petugas melakukan penambahan air di *site*.
- f. Kesiapan petugas untuk membantu konsumen.
- g. Akses informasi materi produk diperoleh dengan lengkap.
- h. Pihak perusahaan selalu memberikan perhatian secara individu kepada konsumen.

4. Sedangkan kualitas pelayanan yang telah dijalankan dengan sangat memuaskan, namun dianggap kurang sesuai dengan tingkat kepentingan yang diharapkan oleh konsumen, sehingga terkesan berlebihan , yaitu :

- a. Konsumen diberikan kesempatan dan kemudahan melakukan pengawasan cara pengambilan contoh dan pengujian.
- b. Jumlah contoh benda uji yang dibuat sesuai dengan permintaan.
- c. Jaminan harga yang terjangkau dan fleksibel.

Saran

Berdasarkan simpulan tersebut, maka dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen beton *ready mix* dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Pihak manajemen perusahaan harus berupaya memperbaiki dan meningkatkan faktor – faktor yang yang dianggap sangat penting namun manajemen melaksanakannya belum sesuai keinginan konsumen sehingga kurang memuaskan dan harus menjadi prioritas utama untuk dilaksanakan.

2. Pihak manajemen perusahaan harus mempertahankan faktor – faktor yang dianggap sangat penting oleh konsumen dimana manajemen telah melaksanakannya dengan sangat memuaskan, bahkan bila perlu ditingkatkan sehingga konsumen menjadi loyal kepada perusahaan.
3. Untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, strategi yang bisa dilakukan pihak manajemen adalah:
 - a. Melakukan penetapan sasaran kualitas, monitoring dan evaluasi (monev) serta komitmen sesuai dengan standar mutu yang berlaku mulai dari proses produksi hingga produk sampai ke konsumen secara berkesinambungan.
 - b. Memberikan nilai plus kepada konsumen berupa kesempatan dan kemudahan untuk melakukan pemeriksaan atas bahan-bahan beton dan pengujiannya di lembaga independen terpercaya sehingga menumbuhkan tingkat kepercayaan terhadap pemenuhan mutu produk yang dihasilkan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim.1997. SNI-03-4433-1997. *Spesifikasi Beton Siap Pakai*. Pusjatan Balitbang PU.
- Anonim.2002. SNI-03-2847-2002. *Tata Cara Perhitungan Struktur Beton Untuk Bangunan Gedung (Beta Version)* Bandung.
- Anonim. 2010. *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Tesis dan Disertasi*. Program Pascasarjana Universitas Udayana Denpasar.
- Asiyanto. 2010. *Manajemen Produksi untuk Jasa Konstruksi*. Cetakan Ke-2. Jakarta : PT.Pradnya Paramita.
- Gaspersz, V. 2012. *All-in-one Practical Management Excelence Contoh Aplikasi pada Bisnis dan Industri Modern*. Bogor: Vinchristo Publication.
- Hermanto, A.W. 2008.” Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Terminal Peti Kemas Semarang “ (*tesis*). Semarang : Universitas Diponegoro.
- Knowles, G. 2011. *Quality Mangement*. Graeme Knowles & Ventus Publishing ApS. ISBN 978-87-7681-875-3. Available: download free e books at bookboon.com.
- Manahutu, D.J. 2010. ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus Apartemen Graha Cempaka Mas Jakarta Pusat)” (*tesis*). Denpasar : Universitas Udayana.
- Mulyono, B. H. 2008. ”Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Perumahan Puri Mediterania Semarang)” (*tesis*). Semarang : Universitas Diponegoro.
- Nawangsari, S dan Budiman. *Kepuasan Konsumen dan Kesetiaan Terhadap Merek*, dalam *Jurnal Psikologi* Vol 1: NO. 2, Juni 2008: 97 – 103 : Fakultas Ekonomi – Universitas Gunadarma. Depok.
- Nugraha, P dan Antoni. 2007. *Teknologi Beton, Dari Material, Pembuatan, ke Beton Kinerja Tinggi*. Surabaya : LPPM Universitas Kristen Petra dan Andi Yogyakarta.
- Riduwan, Rusyana A., Enas. 2011. *Cara Mudah Belajar SPSS 17.0 dan Aplikasi Statistik Penelitian*. Cetakan Kedua. Bandung : CV. Alfabeta.
- Riduwan. 2013. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Cetakan Kesembilan. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sudjana. 1996. *Teknik Analisis Data Kualitatif*. Bandung : Tarsito.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Cetakan ke-4. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, F dan Diana, A. 2003. *Total Quality Management*. Edisi Revisi Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umar, H. 2013. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah*. Cetakan ke-4. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.