

KEPUASAN PELAKU USAHA TERHADAP KUALITAS LAYANAN PERIZINAN PUPUK DI KEMENTERIAN PERTANIAN

Hasim Ashari^{*1}, Ujang Sumarwan^{**}, dan Kirbrandoko^{***})

^{*}) Kementerian Pertanian RI

Jl. Harsono RM. No. 3, Ragunan, Jakarta 12550

^{**}) Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor

Jl. Lingkar Akademik, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680

^{***}) IMMI Management Training & Consulting
Jakarta

ABSTRACT

The objectives of this study were: 1) analyze level of satisfaction index, 2) analyze factors that influence the satisfaction of fertilizer license services at the Ministry of Agriculture, 3) analyze the impact of satisfaction that influence recommendation. Data obtained from 86 respondents who were making license at the Pusat Perlindungan Varietas Tanaman dan Perizinan Pertanian (PPVTPP) and Direktorat Jenderal Prasarana dan Sarana Pertanian (Ditjen PSP). The data were processed using Microsoft Office Excel to perform a descriptive cross tabulation analysis for each variable, while the analysis of the direct impact of service satisfaction variable to the recommendation used Path Analysis with LISREL 8.30 program. The conclusion of this study is the reliability and empathy shows direct significant influence to satisfaction but directly all variables are insignificant to recommendation. Indirectly, the variables of tangibility, reliability and responsiveness have significant influence to recommendation.

Keywords: servqual model, fertilizer permit service, path analysis, fertilizer

ABSTRAK

Tujuan dai penelitian adalah 1) menganalisis tingkat kepuasan, 2) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan terhadap pelayanan perizinan pupuk di Kementerian Pertanian, 3) menganalisis pengaruh kepuasan terhadap pemberian rekomendasi. Pengambilan data terdiri dari 86 responden yang sedang mengurus perizinan di Pusat Perlindungan Varietas Tanaman dan Perizinan Pertanian (PPVTPP) dan Direktorat Jenderal Prasarana dan Sarana Pertanian (Ditjen PSP). Pengolahan data dengan menggunakan Mocosoft Office Excel untuk menghitung analisis tabulasi silang pada setiap variabel, dan untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap pemberian rekomendasi menggunakan analisis jalur (path analysis) yang menggunakan program Lisrel 8.30. Kesimpulan pada penelitian ini adalah secara langsung variabel keandalan (reliability) dan empati (empathy) berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan. Secara langsung semua variabel tidak berpengaruh terhadap pemberian rekomendasi. Secara tidak langsung melalui kepuasan, variabel tampilan fisik (tangible), keandalan (reliability) dan ketanggapan (responsiveness) berpengaruh signifikan terhadap pemberian rekomendasi.

Kata kunci: model servqual, layanan perizinan pupuk, analisis path, pupuk

¹ Alamat Korespondensi:

Email: hasimkementan@gmail.com

PENDAHULUAN

Di Indonesia, pupuk yang beredar di pasar peruntukannya pada sektor pertanian harus mendapatkan izin edar dari Kementerian Pertanian. Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2001 tentang Pupuk Budi daya Tanaman Pasal 6 menegaskan bahwa pupuk yang diproduksi dalam negeri atau diimpor, sebelum diedarkan dan digunakan di Indonesia

harus didaftarkan kepada Menteri Pertanian untuk memperoleh nomor perizinan sebagai tindak lanjut Peraturan Pemerintah tersebut.

Dengan adanya re-organisasi maka dalam Permentan No. 43/Permentan/ SR.140/8/2011 dan Permentan No. 70/Permentan/SR.140/ 10/2011, proses perizinan dilakukan pada dua pintu, yaitu proses administrasi dilaksanakan oleh Pusat Perlindungan Varietas

Tanaman dan Perizinan Pertanian (Pusat PVTTP), sedangkan bimbingan teknis dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Prasarana dan Sarana Pertanian (Ditjen. PSP, 2011).

Penambahan prosedur dalam pelaksanaan pelayanan perizinan pupuk tersebut sering kali menimbulkan beberapa masalah karena keluar dari koridor Standar Operasional Prosedur (SOP) pelaksanaan Perizinan Pupuk Beredar pada peruntukan sektor pertanian tersebut. Dari semua masalah yang diidentifikasi mengenai ketidakpuasan pelanggan tentang kualitas layanan terhadap pelanggan, pelanggan di antaranya mengeluhkan tentang kurangnya informasi pada masa proses perizinan tersebut, proses yang selalu melenceng dari SOP yang telah ditentukan, tidak konsistennya kebijakan yang diterapkan seringkali membuat bingung pelanggan/pendaftar, panjangnya rantai proses perizinan, kemampuan pegawai dalam melayani perizinan belum maksimal dan disiplin para pegawai masih rendah. Oleh karena itu, topik penelitian tentang “Analisa Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Layanan Perizinan Pupuk di Kementerian Pertanian” perlu kiranya untuk dikaji.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang diterima terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan memberikan reaksi tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan memberikan reaksi puas atau bahkan sangat puas. (Kotler & Keller, 2007). Kotler (1999) mendefinisikan kepuasan pelanggan: *Customer satisfaction is the level of a person's felt state resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to the person's expectations*. Parasuraman *et al.* (1990) memberikan definisi terhadap kepuasan pelanggan: *Customer satisfaction is a customer's perception of a single service experience*. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam literatur pemasaran dan merupakan tujuan penting dari semua kegiatan usaha.

Aryani dan Rosinta (2010) melakukan pengkajian kepuasan pelanggan pada KFC. Kelebihan penelitian ini adalah tidak sebatas mengkaji pada kepuasan saja, namun membahas utuh sampai terbentuknya loyalitas pelanggan. Begitu juga dengan Wen dan Cing Ding (2007) yang melakukan penelitian kepuasan pelanggan dan loyalitasnya pada penggunaan pelayanan secara elektronik seperti E-Tailers. Dalam kesimpulannya

disebutkan bahwa pelayanan elektronik tidak berdampak langsung pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Posisi lokasi penting sekali sebagai indikator yang menjadi tolak ukur bagi pelanggan untuk loyal tetap memakai produk adalah kemudahan dalam mencapai lokasi. Firdaus dan Annisya (2006) menjelaskan dalam penelitian yang berjudul “Nilai dan loyalitas pelanggan restoran macaroni panggang Bogor” bahwa kemudahan akses mencapai lokasi dan rasa menjadi salah satu alasan kuat bagi pelanggan untuk merekomendasikan restoran tersebut kepada orang lain.

Iglesias dan Guillen (2004) melakukan penelitian kepuasan pelanggan restoran juga, namun hanya memfokuskan terhadap korelasi antara kualitas dan harga dengan kepuasan pelanggan restoran. Dalam kesimpulannya, harga tidak menjadi suatu masalah jika kualitas yang diberikan sepadan dengan kualitas yang diterima pelanggan. Garis bawahnya adalah kepuasan dalam dunia restoran sangat dipengaruhi oleh kualitas yang diterima oleh pelanggan. Berapapun harga yang diberikan kepada pelanggan, selama masih mampu memberikan kualitas yang baik maka akan tetap memuaskan pelanggan dan mengakibatkan efek berkunjung lagi.

Pengkajian kepuasan pada pelanggan perbankan dilakukan Sanayei *et al.* (2011). Ucok dan Muslihah membahas Servqual dengan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan, sedangkan Sanayei *et al.* (2011) mengkhususkan pada layanan *mobile banking*. Dari ketiga penelitian tersebut maka faktor layanan (*reliability*) sangat memengaruhi kepuasan pelanggan, dan khususnya pada *mobile banking* akan sangat memengaruhi kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking*. Pada perbankan syariah penelitian dilakukan oleh HoQ *et al.* (2010), yang melakukan penelitian kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap Bank Syariah Malaysia. Berbeda dengan penelitian kepuasan pada sektor restoran maka pada sektor perbankan, aspek citra (*reliability* dan *assurance*) memegang peranan penting dalam mendapatkan respon kepercayaan dan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Pada bidang *finance*, kepuasan pelanggan dikaji pada anggota bursa saham di BEJ Jakarta. Pengkajian dilakukan guna mengetahui tingkat kepuasan anggota bursa dalam menerima pelayanan BEJ. Dalam penelitiannya hanya dimensi *reliability* yang

memberikan pengaruh yang sangat signifikan. Begitu juga Saaty (2011) melakukan penelitian kepuasan pada perusahaan asuransi di Arab Saudi. Ada korelasi yang positif antara kepuasan pelanggan dan keinginan pembelian asuransi yang berikutnya. Berkaitan dengan *merk*, penelitian juga dilakukan oleh Hatane dan Foedjiwati (2005) yang mendeskripsikan atribut kepuasan dengan kesetiaan terhadap merk. Pengukuran pada atribut yang menyatakan frekuensi mengkonsumsi *The Prime Steak & Ribs* yang rendah menunjukkan bahwa kesetiaan terhadap merk dimaksud adalah rendah, dapat diartikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan kurang sehingga tidak melakukan pembelian kembali. Sehubungan dengan rasa, penelitian kepuasan juga dibahas oleh Wen *et al.* (2012) yang menguji pengaruh budaya individu (asal) terhadap rasa makanan dan kepuasan yang akan di timbulkan dan diekspresikan oleh pelanggan. Sebagai contoh di Amerika, menunjukkan bahwa kualitas makanan dan layanan memiliki peranan yang sangat penting.

Di lain pihak, Aggarwal dan Manjrekal (2010) melakukan penelitian kepuasan pelanggan terhadap pelayanan ritel pada pakaian pria dan terhadap merk tertentu. Disimpulkan bahwa pada bidang ini usia sangat menentukan dimensi dan kepuasan yang dirasakan pelanggan, begitu juga dalam hal pendapatan. Berkaitan dengan loyalitas, secara khusus Angelos (2008) melakukan pengkajian tentang kepuasan dan loyalitas pada pelanggan lama dan baru. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa efek ini tidak langsung saja tetapi juga dimoderatori oleh penggunaan ulang layanan. Akhirnya, kedua elemen adalah prediktor yang sangat baik kepuasan secara keseluruhan. Sebagai hasil diperoleh hanya dari satu industri, generalisasi harus digambar dengan perawatan.

Pokok masalah penelitian ini adalah 1) faktor-faktor penentu apa saja dari layanan perizinan pupuk yang memengaruhi kepuasan seorang pelaku usaha pertanian. 2) Bagaimana tingkat kepuasan pelaku usaha terhadap pelaksanaan pelayanan perizinan pupuk beredar pada Kementerian Pertanian dalam dimensi kualitas layanan, yaitu *tangibles* (fisik), *reliability* (kehandalan pelayanan), *responsiveness* (ketanggapan pelayanan), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). 3) Implikasi manajerial yang tepat untuk meningkatkan kepuasan terhadap layanan perizinan pupuk pada kedua wilayah kerja.

Tujuan penelitian adalah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan terhadap pelayanan

perizinan pupuk di Kementerian Pertanian, menganalisis pengaruh kepuasan terhadap pemberian rekomendasi, dan menganalisis indikator yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pada masing-masing variabel

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer yang dimaksud adalah jawaban dari kuisioner yang dilakukan kepada pelaku usaha sebagai pemohon dalam perizinan yang kemudian disebut sebagai responden. Data sekunder adalah data berupa Peraturan Menteri Pertanian, literatur-literatur pendukung, hasil penelitian terdahulu dan *data base* yang ada pada Pusat PVTTP dan Direktorat Jenderal Prasarana dan Sarana Pertanian (Ditjen.PSP) berupa daftar pemohon, baik yang sudah mendapatkan sertifikat izin ataupun yang masih dalam proses perizinan. Responden didapatkan pada loket perizinan. Setiap hari selalu ada pemohon yang melakukan permohonan perizinan edar pupuk untuk sektor pertanian sehingga mudah untuk mendapatkan calon responden pada penelitian ini. Sebelum melakukan pengambilan contoh atau responden, terlebih dahulu melakukan kajian data yang telah didapatkan sebelumnya dari *database* PPVTPP dan PSP. Terdapat 86 perusahaan yang telah melakukan perizinan ijin edar pupuk. Dari 86 calon responden tersebut ditentukan diukur keseluruhan sebagai responden. Dengan demikian metode pengambilan data dilakukan dengan cara sensus. Kerangka pemikiran penelitian ini pada Gambar 1.

Masing-masing indikator yang dianggap mewakili variabel tersebut diukur dengan angka dari skala Likert 1–5, dimana 1 adalah sangat tidak setuju, 2 adalah tidak setuju, 3 adalah netral, 4 adalah setuju, dan 5 adalah sangat setuju. Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Variabel laten eksogen ada lima variabel, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Variabel endogen merupakan muara dari penelitian ini, dimana terdiri dari dua indikator, yaitu kepuasan secara keseluruhan dan keinginan merekomendasikan.

Dalam penelitian ini dilakukan analisis Analisa Silang. Analisis tersebut merupakan pola analisa yang dilakukan dengan cara melakukan tabel silang (*cross-tabulation*) frekuensi yang dapat memberikan gambaran dominasi atau kecenderungan faktor yang memengaruhi pengambilan faktor yang memengaruhi

kepuasan pelaku usaha dalam proses perizinan izin edar pupuk di Kementerian Pertanian. Rangkuti (2011) menjelaskan bahwa tabel silang adalah teknik untuk membandingkan atau melihat hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam tabulasi silang, biasanya dihitung prosentase responden untuk setiap kelompok agar mudah dilihat hubungan antara dua variabel.

HASIL

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang telah melakukan perizinan edar pupuk dalam kurun waktu tahun 2012. Responden dalam penelitian ini dimaksudkan adalah jumlah badan usaha yang tentunya diwakili oleh petugas perusahaan yang kompeten dan terlibat langsung dalam proses perizinan. Jumlah responden adalah 86 perusahaan. Profil petugas perusahaan yang mengisi kuesioner dijelaskan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jabatan, dan lama bekerja.

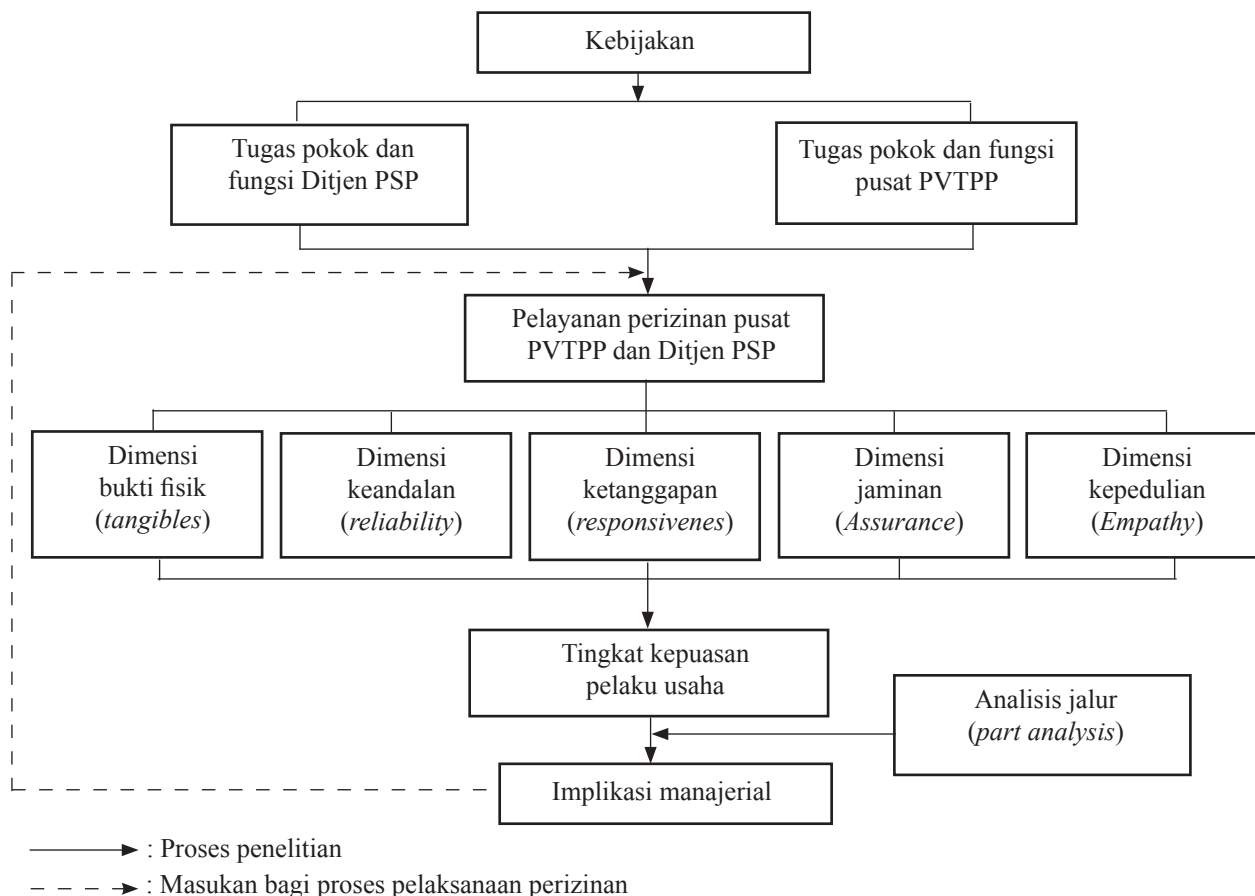
Penilaian Variabel Tampilan Fisik (*Tangible*)

Indikator TF6 menjelaskan *lift*, *kantin*, dan *foto*

copy memiliki nilai indeks tertinggi. Artinya bahwa TF6 telah memberikan kepuasan yang tinggi pada pendaftar, sedangkan kenyamanan ruang tunggu (TF3) menempati *ranking* enam dengan nilai indeks terendah belum memberikan kepuasan yang diharapkan pelaku usaha. Hasil perhitungan tabulasi silang (Tabel 1) menggambarkan bahwa indikator TF3 perlu mendapatkan perhatian yang lebih oleh pihak Kementerian Pertanian untuk memperbaiki pelayanan khususnya pada kenyamanan di ruang tunggu (TF3).

Penilaian Variabel Keandalan (*Reliability*)

Indikator KN5, yaitu besaran biaya yang ditetapkan memiliki nilai indeks tertinggi atau *ranking* satu. Artinya bahwa KN5 telah memberikan kepuasan yang tinggi pada pendaftar, sedangkan pelaksanaan pada tiap tahapan (KN3) berada pada *ranking* ketujuh dengan nilai indeks terendah belum memberikan kepuasan yang diharapkan pelaku usaha. Hasil perhitungan tabulasi silang pada Tabel 2 menggambarkan bahwa indikator KN3 perlu mendapatkan perhatian yang lebih oleh pihak Kementerian Pertanian guna lebih memperbaiki pelayanan berkenaan terhadap pelaksanaan tiap tahapan pendaftaran.



Gambar 1. Kerangka pemikiran penelitian

Tabel 1. Perhitungan tabulasi silang tingkat kepuasan, nilai indek dan ranking atribut tampilan fisik (TP)

Atribut	Skala tingkat kepuasan (%)					Nilai indek	Ranking
	STS	TS	N	S	SS		
TF1. Sarana Informasi	0,00	4,65	33,72	59,30	2,33	71,86	5
TF2. Lokasi Kantor	0,00	0,00	36,05	63,95	0,00	72,79	3
TF3. Kenyamanan Ruang Tunggu	0,00	9,30	60,47	27,91	2,33	64,65	6
TF4. Tempat Parkir	0,00	1,16	37,21	59,30	2,33	72,56	4
TF5. Fasilitas Toilet	0,00	0,00	20,93	55,81	23,26	80,47	2
TF6. Lift, Kantin Foto Copy	0,00	1,16	12,79	61,63	24,42	81,86	1

Keterangan: STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), SS (Sangat Setuju)

Penilaian Variabel Ketanggapan Pelayanan (*Responsiveness*)

Indikator KP5, yaitu keberadaan petugas yang mudah dikenali memiliki nilai indek tertinggi atau *ranking* satu. Artinya bahwa KP5 telah memberikan kepuasan yang tinggi pada pendaftar, sedangkan kemudahan pengambilan berkas menempati *ranking* lima dengan nilai indek terendah belum memberikan kepuasan yang diharapkan pelaku usaha. Hasil perhitungan tabulasi silang pada Tabel 3 menggambarkan bahwa indikator KP3 perlu mendapatkan perhatian lebih oleh pihak Kementerian Pertanian guna lebih memperbaiki pelayanan berkenaan pada Pengambilan berkas (KP3).

Penilaian Variabel Jaminan (*Assurance*)

Indikator JM1, yaitu kemampuan petugas dalam melayani memiliki nilai indek tertinggi atau *ranking* satu. Artinya bahwa JM1 telah memberikan kepuasan yang tinggi pada pendaftar, sedangkan kesiapan petugas yang selalu berada ditempat saat jam pelayanan menempati *ranking* lima dengan nilai indek terendah belum memberikan kepuasan yang diharapkan pelaku usaha. Hasil perhitungan tabulasi silang pada Tabel 4 menggambarkan bahwa indikator JM3 perlu mendapatkan perhatian lebih oleh pihak Kementerian Pertanian guna lebih memperbaiki pelayanan berkenaan pada kesiapan petugas yang selalu berada ditempat saat jam pelayanan.

Penilaian Variabel Empati (*Empathy*)

Indikator EP2, yaitu kemampuan petugas memahami pemohon dalam melayani memiliki nilai indek tertinggi atau *ranking* satu. Artinya bahwa EP2 telah memberikan kepuasan yang tinggi pada pendaftar, sedangkan ketulusan petugas memberikan perhatian demi kepentingan pemohon menempati *ranking* ketiga dengan nilai indek terendah belum

memberikan kepuasan yang diharapkan pelaku usaha. Hasil perhitungan tabulasi silang pada Tabel 5 menggambarkan bahwa indikator EP3 perlu mendapatkan perhatian lebih oleh pihak Kementerian Pertanian guna lebih memperbaiki pelayanan berkenaan dengan ketulusan petugas memberikan perhatian demi kepentingan pemohon.

Hasil perhitungan tabulasi silang menunjukkan bahwa, dari seluruh indikator yang menjelaskan masing-masing variabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator pelaksanaan waktu pada tiap tahap proses perizinan (KN3) pada variabel *reliability* oleh responden dianggap sebagai indikator yang paling kecil tingkat kepuasannya dengan nilai indeks 48,37, sebaliknya indikator kemampuan petugas (JM1) pada variabel *assurance* merupakan indikator yang memberikan kepuasan paling tinggi dengan nilai indeks 82,33.

1. Kriteria kesesuaian model

Sebelum memastikan penggunaan metode tersebut, dilakukan pengukuran kesesuaian model, dengan hasil pada Tabel 6. Dari hasil pengukuran *P-Value* pada taraf signifikansi 0,05 didapatkan hasil 1.00, ini berarti bahwa model dimaksud sangat bagus, dan kesesuaian model dianggap sempurna sehingga tidak dibutuhkan pengujian lain guna melanjutkan penggunaan analisa jalur (*path analysis*).

2. Pengaruh langsung variabel terhadap kepuasan

Jika kinerja pada sebuah atribut (*attribute performance*) lebih besar dari ekspektasi (*expectations*) atas atribut yang bersangkutan maka persepsi terhadap kualitas layanan akan positif atau sebaliknya. Parasuraman *et al.* (1990) melakukan pengkajian tentang penilaian metode Servqual dimana dalam kesimpulannya menyatakan bahwa terdapat lima dimensi kajian utama yang dibahas dalam kajiannya dan terdapat kepentingan yang relatif

berbeda-beda pada masing-masing dimensi tersebut (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*).

Pengaruh langsung variabel penelitian terhadap kepuasan tampak pada Gambar 2. Pada gambar *output* tersebut diatas didapatkan nilai T-hitung (nilai mutlak) *tangible* 1,53, *reliability* 1,99, *responsiveness* 0,44, *assurance* 0,27 dan *empathy* 5,37. Pada hasil tersebut nampak bahwa hanya variabel *tangible* dan *empathy*

yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan secara langsung karena memiliki nilai T-hitung lebih besar dari T-tabel 1,96 pada taraf 0,05. Dengan kata lain bahwa tampilan fisik kantor pelayanan perizinan seperti, kelengkapan informasi, posisi kantor, kenyamanan ruang tunggu, fasilitas parkir, kebersihan toilet dan fasilitas lift yang terdapat pada variabel *tangible* memberikan dampak langsung yang signifikan terhadap kepuasan pelaku usaha.

Tabel 2. Perhitungan tabulasi silang tingkat kepuasan, nilai indeks dan *ranking* atribut keandalan (KN)

Atribut	Skala tingkat kepuasan (%)					Nilai indeks	Ranking
	STS	TS	N	S	SS		
KN1. Prosedur dan waktu	0,00	25,58	52,33	20,93	1,16	59,53	6
KN2. Tahapan pelayanan	0,00	3,49	50,00	46,51	0,00	68,60	4
KN3. Pelaksanaan tiap tahap	0,00	60,47	38,37	0,00	1,16	48,37	7
KN4. Persyaratan teknis dan administrasi	0,00	0,00	45,35	52,33	2,33	71,40	3
KN5. Biaya yang ditetapkan	0,00	0,00	33,72	66,28	0,00	73,26	1
KN6. Tidak membedakan pelayanan	0,00	0,00	79,07	19,77	1,16	64,42	5
KN7. Tanpa permintaan khusus petugas	0,00	8,14	26,74	58,14	6,98	72,79	2

Keterangan: STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), SS (Sangat Setuju)

Tabel 3. Perhitungan tabulasi silang tingkat kepuasan, nilai indeks dan *ranking* atribut ketanggapan (KP)

Atribut	Skala tingkat kepuasan (%)					Nilai Indeks	Ranking
	STS	TS	N	S	SS		
KP1. Pemrosesan berkas	0,00	3,49	40,70	40,70	15,12	73,49	3
KP2. Monitor keberadaan berkas	0,00	0,00	32,56	47,67	19,77	77,44	2
KP3. Pengambilan berkas	0,00	29,07	56,98	12,79	1,16	57,21	5
KP4. Respon petugas atas keluhan	0,00	3,49	30,23	66,28	0,00	72,56	4
KP5. Petugas mudah dikenali	0,00	0,00	27,91	53,49	18,60	78,14	1

Keterangan: STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), SS (Sangat Setuju)

Tabel 4. Perhitungan tingkat kepuasan, nilai indeks dan *ranking* atribut jaminan (JM)

Atribut	Skala tingkat kepuasan (%)					Nilai Indeks	Ranking
	STS	TS	N	S	SS		
JM1. Kemampuan petugas	0,00	0,00	13,95	60,47	25,58	82,33	1
JM2. Petugas mudah dikenali	0,00	0,00	26,74	65,12	8,14	76,28	2
JM3. Kesiapan petugas	0,00	12,79	45,35	40,70	1,16	66,05	5
JM4. Jaminan berkas	0,00	9,30	22,09	62,79	5,81	73,02	3
JM5. Ketelitian dan keakuratan petugas	0,00	3,49	38,37	53,49	4,65	71,86	4

Keterangan: STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), SS (Sangat Setuju)

Tabel 5. Perhitungan tingkat kepuasan, nilai indeks dan *ranking* atribut empati (EP)

Atribut	Skala Tingkat Kepuasan (%)					Nilai Indeks	Ranking
	STS	TS	N	S	SS		
EP1. Petugas sopan dan ramah	0,00	0,00	18,60	79,07	2,33	76,74	2
EP2. Petugas memahami pemohon	0,00	2,33	17,44	62,79	17,44	79,07	1
EP3. Petugas mengutamakan pemohon	0,00	11,63	34,88	46,51	6,98	69,77	3

Keterangan: STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), SS (Sangat Setuju)

Selain variabel tampilan fisik (*tangible*), variabel kepedulian petugas pada pelanggan (*empathy*) secara langsung juga berpengaruh signifikan pada kepuasan pelaku usaha. Dengan kata lain bahwa, kesopanan petugas, komunikasi petugas dan perhatian petugas pada pelaku usaha sangat menentukan tingkat kepuasan yang ditunjukkan pada hasil nilai T-hitung sebesar 5,37 lebih besar dari T-tabel 1,96. Lebih jelasnya pada Tabel 7.

3. Pengaruh langsung variabel terhadap rekomendasi

Pengaruh langsung variabel penelitian terhadap keinginan merekomendasikan tampak pada Gambar 2 diatas. Pada gambar *output* tersebut diatas didapatkan nilai T-hitung (nilai mutlak) *tangible* 0,3, *reliability* 0,88, *responsiveness* 1,88, *assurance* 0,42 dan *empathy* 0,34. Pada hasil tersebut nampak bahwa tidak ada variabel dalam penelitian yang memiliki signifikansi pengaruh langsung terhadap keinginan merekomendasikan karena T-hitung setiap variabel memiliki nilai lebih kecil dari 1,96. Lebih jelasnya seperti pada Tabel 8. Dengan kata lain bahwa keinginan merekomendasikan yang dilakukan pelaku usaha (responden) tidak dipengaruhi oleh variabel-variabel dalam penelitian secara langsung.

4. Pengaruh tidak langsung variabel terhadap rekomendasi

Pengaruh tak langsung yang dimaksud adalah, pengaruh variabel dalam penelitian (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*) terhadap rekomendasi secara tidak langsung melalui kolaborasinya dengan kepuasan pelanggan. Hasil perhitungan pengaruh secara tidak langsung menggunakan Lisrel 8.30 seperti tampak pada Gambar 3. Pada diagram diatas, tampak bahwa *tangible*, *reliability* dan *responsiveness* secara tidak langsung (melalui kepuasan) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap rekomendasi, tampak bahwa T-hitung ketiga variabel tersebut lebih besar dari T-tabel (1,96), masing-masing t-hitung pada hasil perhitungan pengaruh variabel secara tidak langsung terhadap rekomendasi adalah seperti pada Tabel 9.

Pada pemaparan sebelumnya, dijelaskan bahwa tidak ada variabel penelitian yang memberikan pengaruh terhadap rekomendasi secara langsung, tetapi melalui kolaborasinya dengan kepuasan maka tampak secara tidak langsung tampilan fisik (*tangible*), keandalan petugas (*reliability*) dan ketanggapan petugas (*responsiveness*) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keinginan responden dalam merekomendasikannya.

Tabel 6. Hasil kriteria kesesuaian model

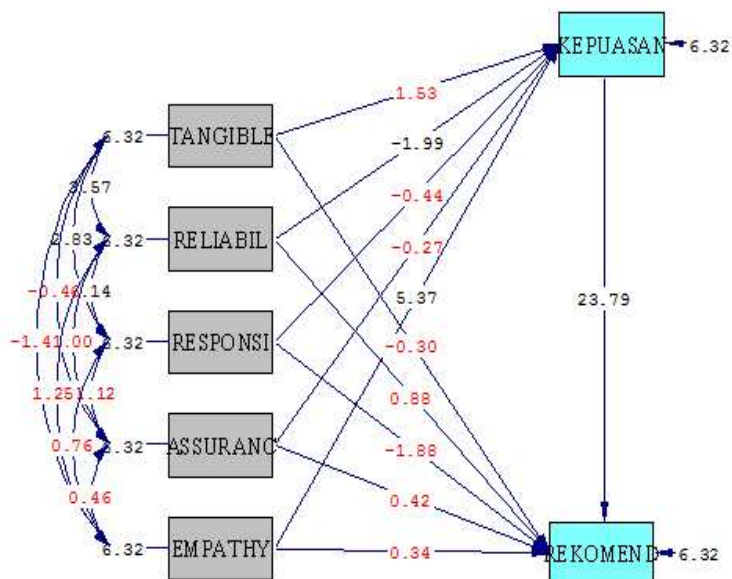
<i>Goodness of fit</i>	<i>Cult of Value</i>	Hasil	Keterangan
<i>Significance probability (P-Value)</i>	$\geq 0,05$	1,00	<i>Very good fit</i>
<i>Overall model pengaruh langsung</i>		<i>The fit is Perfect</i>	<i>The fit is Perfect</i>

Tabel 7. Pengaruh langsung variabel terhadap kepuasan

Hipotesis	Variabel	Koefisien	T-Hitung	Keterangan
H1	<i>Tangible</i>	0,17	1,53	Tidak signifikan
H2	<i>Reliability</i>	-0,22	-1,99	Signifikan
H3	<i>Respponsive</i>	-0,05	-0,44	Tidak signifikan
H4	<i>Assurance</i>	-0,03	-0,27	Tidak signifikan
H5	<i>Empathy</i>	0,54	5,37	Signifikan

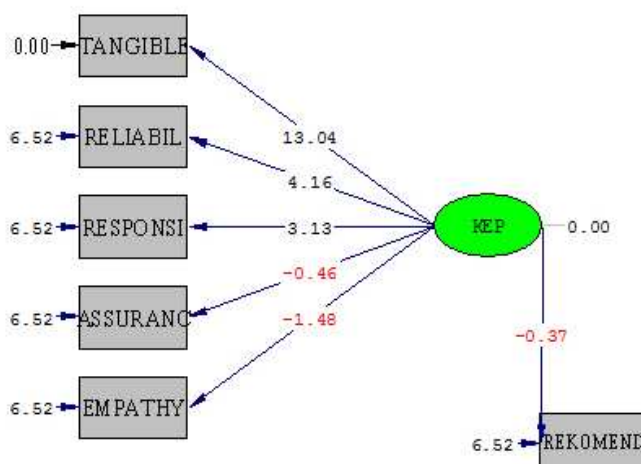
Tabel 8. Pengaruh langsung variabel terhadap rekomendasi

Hipotesis	Variabel	Koefisien	T-Hitung	Keterangan
H6	<i>Tangible</i>	-0,01	-0,30	Tidak signifikan
H7	<i>Reliability</i>	0,04	0,88	Tidak signifikan
H8	<i>Respponsive</i>	-0,07	-1,88	Tidak signifikan
H9	<i>Assurance</i>	0,01	0,42	Tidak signifikan
H10	<i>Empathy</i>	0,01	0,34	Tidak signifikan



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

Gambar 2. Diagram analisis jalur pengaruh langsung model penelitian



Chi-Square=30.40, df=10, P-value=0.00074, RMSEA=0.155

Gambar 3. Pengaruh tidak langsung variabel terhadap rekomendasi

Tabel 9. Pengaruh tidak langsung variabel terhadap rekomendasi

Hipotesis	Variabel	Koefisien	T-Hitung	Keterangan
H11	<i>Tangible</i>	1,00	13,04	Signifikan
H12	<i>Reliability</i>	0,48	4,16	Signifikan
H13	<i>Responsive</i>	0,33	3,13	Signifikan
H14	<i>Assurance</i>	-0,05	-0,46	Tidak signifikan
H15	<i>Empathy</i>	-0,16	-1,48	Tidak signifikan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelaku usaha terhadap pelayanan perizinan pendaftaran

adalah tampilan fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) dan indikator yang paling berpengaruh adalah kemampuan petugas dalam memahami keinginan pemohon.

Tingkat kepuasan pelaku usaha terhadap pelayanan perizinan pupuk dalam dimensi variabel penelitian adalah sebagai berikut; secara langsung keandalan petugas (*reliability*) dan empati (*empathy*) petugas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, secara langsung tidak ada variabel yang berpengaruh signifikan terhadap rekomendasi. Secara tidak langsung, melalui kepuasan tampilan fisik (*tangible*), keandalan petugas (*reliability*) dan ketanggapan petugas (*responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap rekomendasi.

Implikasi manajerial yang dapat diberikan kepada Kementerian Pertanian (PPVTPP dan Ditjen PSP) sesuai penilaian yang menghasilkan aspek kepuasan paling rendah pada indikator di masing-masing variabel. Kenyamanan pada fasilitas di ruang tunggu perlu ditingkatkan fasilitas dan pelayanannya (variabel *tangible*), waktu pelaksanaan pada masing-masing tahap perlu diperhatikan dan diperbaiki (variabel *responsiveness*), kemudahan pengambilan berkas-berkas lebih dipermudah dan tidak menimbulkan komplain dari para responden (variabel *assurance*) serta petugas lebih memberikan perhatian dan memahami apa yang diehendaki oleh pendaftar selama masih dalam koridor peraturan yang ditentukan (variabel *empathy*).

Saran

Mengingat keterbatasan pada ruang lingkup penelitian yang kami laksanakan maka pada pengkajian berikutnya perlu kiranya diperluas pada implikasi dilapangan secara langsung, yaitu kepuasan petani pada pemakaian produk yang telah memiliki izin edar tersebut. Dengan hal tersebut, dapat dibandingkan antara kepuasan pelaku usaha terhadap pelayanan perizinan dan kepuasan pengguna produk yang memiliki izin edar. Di samping itu, dapat ditarik kesimpulan apakah fungsi kontrol dari peraturan yang diterapkan berjalan atau tidak.

DAFTAR PUSTAKA

- Aggarwal A, Manjrekar P. 2010. Factors affecting customers' preference and satisfaction towards men's apparel retail formats: a study of North Central Mumbai. *ASBM Jurnal Manajemen* 3(1): 47–55.
- Angelos. 2008. Customer satisfaction and loyalty in the eyes of new and repeat customers. *Managing Service Quality* 18(6):623–643.
- Aryani D, Rosinta F. 2010. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan bisnis dan birokrasi, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* 17(8):114–126.
- Danang, S. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Jakarta: Medpress.
- Firdaus, M dan Annisya, N. 2006. Nilai dan loyalitas pelanggan restoran macaroni panggang Bogor. *Jurnal Manajemen & Agribisnis* 3(2):81–87.
- Iglesias MP, Guillen MYY. 2004. Perceived quality and price: their impact on the satisfaction of restaurant customers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 16(6):373–379.
- Hatane S, Foedjiwati. 2005. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap kesetiaan merek (Studi Kasus restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 7(1):74–82.
- Hoq, Mohammad Z, Sultana N, Amin M. 2010. The effect of trust, customer satisfaction and image on customers' loyalty in islamic banking sector. *Asia Selatan Jurnal Manajemen* 17(1):70-93.
- Kotler P, Keller KL. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 12. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler P. 1999. *Marketing Management: An Asian Perspective*. Singapore.
- Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. 1990. *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectations*. New York: The Free Press.
- Rangkuti, F. 2011. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saaty AS. 2011. Assessing the satisfaction of insurance customers and its impact with reference to Saudi Arabia. *Jurnal Penelitian Interdisipliner Kontemporer Dalam Bisnis* 2(12):290–305.
- Sanayei A, Shaemi A, Jamshidi H. 2011. An analysis of the factors affecting customers satisfaction and trust in mobile banking (case study: branches of Bank Mellat in Isfahan). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business* 3(7).