

EVALUASI KUALITAS LAYANAN JASA SERTIFIKASI TINGKAT KOMPONEN DALAM NEGERI (TKDN) DI PT. SUCOFINDO (Persero)

Indah Susanti

Teknik Industri, Universitas Mercu Buana

ABSTRAK

Objek penelitian ini adalah layanan sertifikasi TKDN PT. Sucofindo (Persero), yang merupakan bagian dari tugasnya untuk memverifikasi setiap barang atau jasa dengan output berupa sertifikat. Layanan berkualitas dibuat jika layanan yang disediakan oleh penyedia layanan dapat memuaskan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi, mengukur, dan menganalisis atribut kualitas layanan yang perlu diperbaiki oleh PT. Sucofindo (Persero) berdasarkan dimensi kualitas pelayanan dan perbaikan proses dengan menganalisis atribut kualitas untuk mengurangi keluhan pelanggan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sertifikasi konten lokal melalui metode Kaizen. Dari sepuluh dimensi kualitas layanan diukur dan dikelompokkan menjadi tujuh dimensi kualitas seperti Tangible, Assurance, Komunikasi, Kredibilitas, Keandalan, Access, Empati. Dua puluh empat atribut kualitas pelayanan dianalisis dan diukur dengan metode servqual yang didasarkan pada indikator servqual, lanjut bahwa atribut dikelompokkan ke dalam tabel variabel GAP berdasarkan atribut yang memiliki nilai-nilai negatif atau atribut yang paling mempengaruhi kualitas pelayanan sertifikasi TKDN. Dari hasil pemetaan diagram Cartesian ada 5 dimensi dalam dimensi yang 8 atribut masuk ke kuadran A. Kemudian indikator pertanyaan diidentifikasi lagi oleh 4 (empat) faktor penyebab akar masalah adalah faktor manusia, alat, metode dan lingkungan. Dan dari hasil analisis ditemukan bahwa X16 atribut dengan indikator penyampaian laporan TKDN tepat waktu memiliki pengaruh besar pada 4 faktor yang menyebabkan masalah.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Analisis GAP, Analisis Kepentingan Kinerja, diagram Cartesian, Analisis Kaizen.

ABSTRACT

The object of this study is TKDN PT certification services. Sucofindo (Persero), this part of the task to verify any goods or services that are carried out on a manufacturing or service company, with the output of the certificate. Quality services created if the service provided by the service provider can satisfy the customer. The aim this study to identify, measure, and analyze the service quality attributes that need to be repaired by PT. Sucofindo (Persero) based on the dimensions of service quality and process improvement by analyzing quality attributes in order to reduce customer complaints to improve service quality local content certification through Kaizen method. From the ten dimensions of service quality were measured and grouped into seven dimensions of quality such as Tangible, Assurance, Communication, Credibility, Reliability, Access, Empathy. Twenty-four service quality attributes were analyzed and measured by servqual method which is based on servqual indicators, further that attribute grouped into variable gap table based on attributes that have negative values or attributes that most affects the quality of TKDN certification services. From the results of mapping the Cartesian diagram there are 5 dimensions within that dimensions are 8 attributes go into quadrant A. Then the indicator of the questions identified again by 4 (four) factors of the root cause of the problem is the human factor, tools, methods and environment. And from the results of the analysis found that the X16 attributes with the indicator of delivering report TKDN on time has big effect on 4 factors causing the problem.

Keywords: *Quality Service, Gap Analysis, Importance performance Analysis, Cartesian diagram, Analysis Kaizen.*

PENDAHULUAN

TKDN (Tingkat Komponen Dalam Negeri) adalah Suatu batasan atau nilai yang merepresentasikan berapa tingkat kandungan lokal dalam negeri dalam suatu produk Barang/Jasa. Dalam mengukur TKDN untuk suatu produk, ada 3 aspek yang akan menjadi penilaian yakni Material, Tenaga Kerja, Biaya Jasa Umum (*Overhead*). **Pertama**, Material dinilai berdasarkan daerah asal (*country of origin*) artinya material tersebut dibuat dan diproduksi dimana?. **Kedua**, Tenaga kerja yang digunakan dinilai berdasarkan kewarnegaraan. **Ketiga**, *Overhead* (alat kerja/mesin, dan biaya lain-lain yang berhubungan dengan produksi Barang/Jasa tersebut). **Tujuan utama TKDN**, secara teoritis yaitu menyingkirkan segala hal yang berhubungan dengan impor dan menggiatkan usaha lokal dan bahkan menumbuhkan usaha-usaha baru sehingga baik material ataupun *overhead* bisa menggunakan komponen lokal dan biaya produksi diminimalisir.

Manfaat sertifikat TKDN ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengajukan penawaran di setiap pelelangan atau pengadaan yang dilakukan oleh pemerintah, karena mayoritas setiap pelelangan pemerintah menggunakan nilai TKDN sebagai acuan dalam menentukan hasil evaluasi akhir (HEA) dan pemenang lelang. Berdasarkan hasil verifikasi yang dilakukan terhadap produk barang/jasa suatu perusahaan maka dibuka akses yang lebih besar dalam memasok barang/jasa kepada pemerintah.

PT. Sucofindo (Persero) adalah sebuah BUMN Indonesia yang bergerak dalam bidang pemeriksaan, pengawasan, pengujian, dan pengkajian, yang senantiasa berupaya meningkatkan nilai perusahaan melalui penerapan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance/GCG*).

Ruang lingkup jasa hasil verifikasi yang dilakukan PT. Sucofindo dapat digunakan oleh penyedia barang/jasa bagi pengadaan pemerintah. Dalam skema yang berbeda, jasa ini dapat dibutuhkan oleh pemerintah sebagai pengguna untuk mengevaluasi harga penawaran dari penyedia barang/jasa pada proses pengadaan barang/jasa yang dilakukannya. Berdasarkan laporan PT. Sucofindo, (kementerian perindustrian) akan mengeluarkan sertifikat TKDN yang berlaku selama 2 tahun.

Perusahaan menekankan bahwa kualitas pelayanan bukan merupakan pilihan, tapi suatu keharusan. Untuk sebuah perusahaan agar bertahan dan bisa berkembang dalam lingkungan kompetisi global, perusahaan tersebut harus memberikan tingkat kepuasan pelanggan yang akan mengarahkan pada loyalitas pelanggan. Namun, untuk mencapai loyalitas pelanggan tidak mungkin tanpa terlebih dahulu memberikan kualitas layanan yang akan memastikan kepuasan pelanggan.

Dalam penyampaian kualitas jasa tentu mengalami banyak kendala dan yang menjadi permasalahannya adalah apakah tingkat pelayanan yang telah diberikan oleh PT. Sucofindo (Persero) belum dapat memuaskan para pelanggannya. Hal ini dapat dilihat pada grafik data keluhan pelanggan tahun 2013. Pada grafik tersebut menunjukkan bahwa tingkat keluhan pelanggan yang paling tinggi terdapat pada keterlambatan waktu penyerahan laporan TKDN yaitu sebesar 34.09 %.

Kebutuhan pelanggan sangat menentukan kualitas yang akan diberikan oleh perusahaan sehingga kualitas yang tinggi adalah berdasarkan pada persepsi pelanggan. seperti yang dikemukakan oleh Zeithaml dan Berry (1988) bahwa perusahaan harus menetapkan *customer defined standards* yang merupakan pelaksanaan standar layanan berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh anderson and Sullivan

(1993), Gorlieb, Grewal and Brown (1994), Jamal and Naser (2003), Patterson and Spreng (1997), Roest and Pieters (1997). Cronin dan Taylor (1992) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diterima berpengaruh positif terhadap *consumer behavioral intension* melalui kepuasan pelanggan. Dan berdasarkan penelitian terdahulu oleh Parasuraman et al. (1985) menyatakan bahwa yang menjadi dasar untuk mengukur kualitas pelayanan jasa dengan menganalisa kesenjangan (*gap*) yang terjadi akibat ketidaksesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diterima.

Atas dasar latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk membahas masalah mengenai kepuasan pelanggan yang berupaya untuk menurunkan keluhan pelanggan dengan meningkatkan kualitas layanan jasa sertifikasi TKDN. Hal ini menjadi dasar metode *SERVQUAL*, yaitu suatu metode untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan sepuluh dimensi kualitas jasa. Kemudian mengidentifikasi dan pengendalian kualitas pelayanan jasa TKDN dengan melalui metode *Kaizen* (5W+1H). Penelitian ini dilakukan dengan memakai model konseptual kualitas pelayanan yang berimplikasi bagi penelitian dimasa yang akan datang pada sektor jasa.

METODE

1. Desain dan Pendekatan Penelitian

Analisis yang digunakan adalah dengan cara Deskriptif Kualitatif. Serta metode yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan model *SERVQUAL* melalui 10 dimensi kualitas jasa untuk melihat *gap* antara harapan dan kenyataan yang dipersepsikan oleh pelanggan melalui jawaban-jawaban yang disampaikan dalam kuesioner.

2. Data yang Digunakan

2.1. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan yang menunjukkan indikator- indikator dari suatu gejala, sehingga memudahkan dalam menganalisis data. Untuk menghindari kesalahan dalam mengartikan variabel-variabel yang dianalisis, berikut ini dijelaskan definisi operasional kualitas layanan dikelompokkan berdasarkan indikator *SERVQUAL*

Tabel 1. Definisi Operasional

No.	Variabel	Atribut	Pernyataan
1.	Bukti Fisik (Tangibel)	X1	Kenyamanan fasilitas ruang pertemuan (Meeting)
		X2	Alat/prosedur verifikasi TKDN mudah dimengerti oleh pelanggan (ceklist dokumen & formulir dokumen TKDN lainnya)
		X3	Kerapihan pakaian dan penampilan verifikator
2.	Jaminan (Assurance)	X4	Verifikator dapat dipercaya
		X5	Jaminan kerahasiaan dokumen-dokumen perusahaan
		X6	Jaminan keamanan dokumen-dokumen perusahaan
		X7	Kesesuaian biaya verifikasi TKDN dengan layanan jasa yang diberikan oleh PT. Sucofindo
3.	Komunikasi (Communication)	X8	Pelanggan mudah menghubungi verifikator
		X9	Status perkembangan laporan TKDN
4.	Kredibilitas (Credibility)	X10	Transparansi dan konsistensi antara pikiran, perkataan, & perbuatan verifikator terhadap pelanggan atas hasil capaian laporan TKDN
5.	Sopan Santun (courtesy)	X11	Sopan santun verifikator menghadapi pelanggan
6.	Kemampuan (Competence)	X12	kemampuan verifikator dalam penyampaian informasi TKDN
		X13	Pengetahuan teknis verifikator terhadap produk/jasa yang dihasilkan oleh pelanggan
7.	Kehandalan (Reliability)	X14	kesesuaian pelaksanaan dengan jadwal (timeline) kerja
		X15	keakuratan data dan hasil capaian TKDN
		X16	ketepatan waktu pengiriman hasil laporan TKDN
8.	Akses (Access)	X17	kemudahan dalam pengajuan permohonan jasa verifikasi TKDN (secara online)
		X18	Birokrasi pelayanan jasa verifikasi mudah dan cepat
		X19	Kemudahan transaksi pembayaran jasa sertifikasi TKDN (tunai maupun online)
9.	Responsif (Responsive)	X20	Kesigapan verifikator untuk membantu pelanggan dalam memberikan asistensi TKDN
		X21	Ketelitian verifikator dalam proses verifikasi TKDN
10.	Empati (Emphaty)	X22	Upaya membina hubungan dengan pelanggan
		X23	Upaya Div. TKDN dalam penanganan keluhan pelanggan
		X24	Upaya memberikan kenyamanan pelayanan dengan pelanggan

(Sumber: Pengolahan data 20014)

Sedangkan kepuasan pelanggan (Y) adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*nonconformance*) yang dirasakan anantara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakainnya.

2.2. Jenis Data

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis data yaitu :

1. Data Primer : wawancara, Kuesioner
2. Data Sekunder : data literatur

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan perhitungan hasil kuesioner digunakan skala likert dengan lima tingkatan yang terdiri sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting, dan tidak penting untuk mengukur harapan, sedangkan sangat puas, puas, cukup puas, dan tidak puas untuk persepsi.

4. Sampel Penelitian

Obyek Penelitian dilaksanakan di PT. Sucofindo. Populasi yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang terlibat langsung pada jasa sertifikasi TKDN sebanyak 133 responden perusahaan.

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah “simple random sampling”, dimana responden diambil secara acak untuk mengisi angket yang telah disebar oleh penulis. Dari jumlah populasi tersebut maka ditentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \tag{1}$$

l

n = Jumlah Populasi

N = Jumlah Sample

e = Tingkat kesalahan sebesar 5%

Dengan menggunakan rumus di atas, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{133}{1+133(0.05)^2} = 99.812, \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ perusahaan}$$

Maka jumlah angket kuesioner yang disebar dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 perusahaan.

5. Pengolahan dan Analisis Data

Tahapan-tahapan yang digunakan pada pengolahan dan Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji validitas, menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur. Untuk menguji validitas alat ukur, maka terlebih dahulu dihitung harga korelasi dengan rumus *Product Moment*, yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}} \tag{2}$$

2. Uji reliabilitas, dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan *valid*. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk menurut Ghazali (2006). Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan *reliabel* jika memiliki *Cronbach's Alpha* > 0.60, menurut Imam Ghozali (2006). Adapun rumus *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r} \quad (3)$$

α = Koefisien reliabilitas *alpha Cronbach*

k = Jumlah item

r = Korelasi item

3. Pengukuran GAP Indikator

Gap Indikator atau perhitungan *service quality* yang dihitung dalam penelitian ini yaitu dengan mengukur kesenjangan (*gap*) yang terjadi akibat ketidaksesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus Zeithaml et al (1990).

$$\text{Skor Gap } \text{Servqual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \quad (4)$$

Sebelum mengetahui seberapa besar masing-masing setiap atribut pertanyaan skor harapan dan skor persepsi, ada baiknya untuk diketahui terlebih dulu nilai harapan dan nilai persepsinya, dengan cara menghitung :

- a. Menghitung skor total masing-masing atribut pertanyaan, rumus:

$$\text{Skor Total} = (P1 \times 1) + (P2 \times 2) + (P3 \times 3) + (P4 \times 4) + (P5 \times 5) \quad (5)$$

- b. Menghitung skor harapan/persepsi, rumus :

$$\text{Skor harapan/persepsi} = \frac{\text{Skor total}}{\text{Jumlah Responden}} \quad (6)$$

- c. Menghitung persentase skor harapan/persepsi, rumus :

$$\text{Skor maksimum} = \text{Jumlah responden} \times \text{Nilai jawaban tertinggi} \quad (7)$$

$$\text{Presentase skor harapan/persepsi} = \frac{\text{skor harapan/persepsi}}{\text{Skor maksimum}} \quad (8)$$

4. Pengukuran GAP Variabel

Selanjutnya variable-variabel yang telah diukur ditentukan nilai rata-rata Gap per dimensi kualitasnya.

$$\text{Rata – rata Gap per dimensi} = \frac{(a_1 + a_2)}{n} \quad (9)$$

5. Analisa Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y), dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan konsumen seluruh faktor atau atribut, dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Model ini digunakan untuk mengetahui posisi persepsi pelanggan pada tiap variabel yang dinilai.

6. Kaizen

Setelah diketahui adanya kesenjangan GAP antara harapan dan kenyataan, kemudian dilakukan perbaikan melalui metode kaizen dengan menggunakan diagram fishbone untuk mengidentifikasi akar penyebab terjadinya masalah. Hal ini dapat diidentifikasi melalui 4 faktor yaitu faktor manusia, lingkungan, metode, alat yang menyebabkan terjadinya keterlambatan laporan sertifikat TKDN. Jika telah teridentifikasi akar penyebab permasalahannya, kemudian dicari solusi atau pemecahan masalahnya dengan metode kaizen (5W+1H).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diolah dalam penelitian ini yaitu data yang diambil dari sisi pelanggan mengenai tingkat harapan yang diinginkan oleh pelanggan dan tingkat persepsi yang dinilai oleh pelanggan mengenai kualitas layanan jasa yang telah diberikan oleh PT. Sucofindo.

Tabel 2. Gap Indikator

No.	Dimensi	Atribut	Harapan Pelanggan	Persepsi Pelanggan	GAP
1.	Bukti Fisik (Tangible)	X1	3,86	3,89	0,03
		X2	4,54	3,70	-0,84
		X3	3,60	4,53	0,93
2.	Jaminan (Assurance)	X4	4,48	4,55	0,07
		X5	4,61	3,58	-1,03
		X6	4,53	3,75	-0,78
		X7	4,53	4,62	0,09

3.	Komunikasi (Communication)	X8	4,43	4,2	-0,23
		X9	3,89	3,39	-0,50
4.	Kredibilitas (Credibility)	X10	4,60	3,59	-1,01
5.	Sopan Santun (Courtesy)	X11	4,53	4,53	0,00
6.	Kemampuan (Competence)	X12	4,65	4,66	0,01
		X13	4,45	4,46	0,01
7.	Kehandalan (Reliability)	X14	4,61	3,27	-1,34
		X15	4,62	3,39	-1,23
		X16	4,88	3,19	-1,69
8.	Akses (access)	X17	3,45	3,41	-0,04
		X18	3,99	3,6	-0,39
		X19	3,70	3,58	-0,12
9.	Responsif (Responsive)	X20	4,65	4,68	0,03
		X21	4,16	4,18	0,02
10.	Empati (Empaty)	X22	4,26	4,42	0,160
		X23	4,60	3,66	-0,94
		X24	4,60	4,53	-0,07

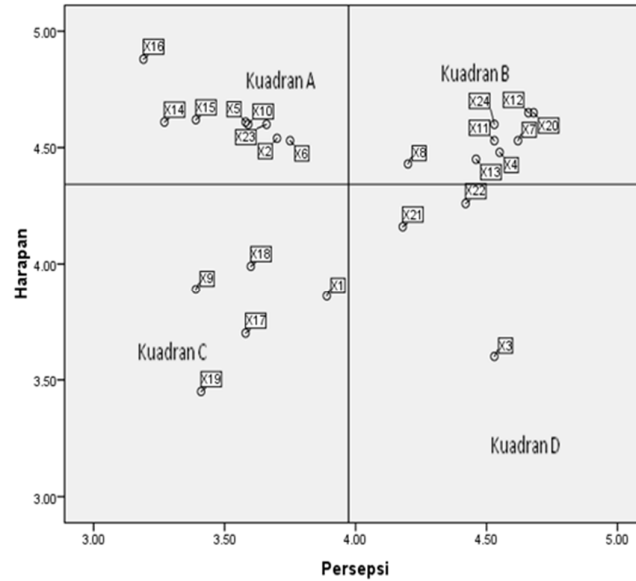
(Sumber: Pengolahan data 20014)

Penyusunan dan penyebaran kuesioner dilakukan kepada 100 responden perusahaan. Kerangka kuesioner disusun berdasarkan keluhan pelanggan, hasil diskusi dengan sesama verifikator serta manajemen, khususnya yang berkaitan dengan pelayanan jasa sertifikasi TKDN baik secara teknis maupun operasional yang telah disesuaikan berdasarkan 10 dimensi kualitas jasa.

Untuk memastikan akurat tidaknya instrumen kuesioner dari atribut-atribut tentang subyek penelitian yang berkaitan dengan pelayanan jasa sertifikasi TKDN baik secara teknis maupun operasional maka dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap 30 responden. Apabila data hasil penyebaran awal kuesioner telah *valid* dan *reliabel*, maka kuesioner akan disebar lagi kepada seluruh pelanggan atau perusahaan yang telah memakai jasa sertifikasi TKDN. Setelah seluruh kuesioner disebar ke perusahaan. Selanjutnya data diolah dengan menggunakan metode *Servqual* dan metode *Kaizen*.

Analisa Diagram Kartesius

Selanjutnya setelah dilakukan pengukuran *gap*, kemudian dilakukan plot terhadap harapan dan persepsi pelanggan dalam bentuk diagram kartesius. Hal ini dilakukan untuk mengetahui posisi masing-masing atribut kualitas pelayanan jasa. Sehingga dapat diambil keputusan mengenai atribut kualitas layanan yang perlu diperbaiki. Diagram kartesius dari hasil pengukuran *gap* tersebut dapat ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Diagram Kartesius

Dari sebaran diagram kartesius pada Gambar 1 terdapat 5 dimensi yang masuk kedalam kuadran A. Dimensi-dimensi tersebut yaitu Bukti fisik (*tangible*), Jaminan (*assurance*), Kredibilitas (*credibility*), Kehandalan (*reliability*), dan Empati (*empathy*). Dimana dari dimensi-dimensi tersebut terdapat 8 atribut yang masuk kedalam kuadran A yaitu atribut X2, X5, X6, X10, X14, X15, X16, X23. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa tidak puas terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh PT. Sucofindo dan perlu adanya perbaikan, khususnya pada pelayanan jasa sertifikasi TKDN. Atribut pertanyaan dari kuesioner yang masuk kedalam kudaran A dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kuadran A

Atribut	Pernyataan
X2	Alat/prosedur verifikasi TKDN mudah dimengerti oleh pelanggan (ceklist dokumen & formulir dokumen TKDN lainnya)
X5	Jaminan kerahasiaan dokumen-dokumen perusahaan
X6	Jaminan keamanan dokumen-dokumen perusahaan
X10	Transparansi dan konsistensi antara pikiran, perkataan, & perbuatan verifikator terhadap pelanggan atas hasil capaian laporan TKDN
X14	Kesesuaian pelaksanaan verifikasi dengan jadwal kerja
X15	Keakuratan data dan hasil capaian TKDN
X16	Ketepatan waktu pengiriman hasil laporan TKDN
X23	Upaya divisi TKDN dalam penanganan keluhan pelanggan

(Sumber: Pengolahan data 20014)

Analisa Diagram Fishbone

Berdasarkan hasil pengukuran analisa *gap* variabel yang terdapat pada tabel 4.9. diperoleh hasil pengukuran *Gap* antara harapan dan persepsi pelanggan terdapat 7 (tujuh)

dimensi yang memiliki nilai negatif atau yang berpengaruh terhadap menurunnya kualitas pelayanan jasa sertifikasi TKDN. Kemudian dari 7 (tujuh) dimensi tersebut diambil nilai rata-rata *gap* yang paling tinggi yaitu terdapat pada dimensi kehandalan (*reliability*) khususnya pada atribut X16 (ketepatan waktu pengiriman hasil laporan TKDN) dengan nilai *gap* sebesar -1.69.

Pembahasan

Temuan Utama

Analisa Atribut yang paling berpengaruh pada kuadran A

Berdasarkan hasil identifikasi indikator 4 faktor penyebab masalah pada tabel 4.14. bahwa dimensi *servqual* yang paling berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan jasa sertifikasi TKDN yaitu terdapat pada dimensi kehandalan (*Reliability*) khususnya pada atribut X16 mengenai ketepatan waktu pengiriman laporan TKDN.

Selanjutnya adalah melakukan pembahasan berdasarkan dimensi yang paling berpengaruh melalui usulan perbaikan terhadap kualitas layanan jasa sertifikasi TKDN. Tahap perencanaan dan pelaksanaan penelitian ini yaitu bertujuan untuk menyusun rencana dan melakukan tindakan perbaikan terhadap masalah guna menurunkan jumlah keluhan pelanggan.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini didapat kesimpulan dan saran yang nantinya akan digunakan untuk bahan evaluasi juga masukan sebagai upaya peningkatan kualitas layanan jasa sertifikasi TKDN di PT. Suconfindo (Persero). Berdasarkan hasil pembahasan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisa diagram kartesius menunjukkan bahwa dari 10 (sepuluh) dimensi kualitas jasa terdapat 5 (lima) dimensi yang masuk kedalam kuadran A yaitu dimensi Bukti fisik (*Tangible*), Jaminan (*Assurance*), Kredibilitas (*Credibility*), kehandalan (*Reliability*) dan Empati (*Empathy*). Serta dari 5 (lima) dimensi tersebut terdapat 8 (delapan) atribut kualitas layanan jasa yang harus segera diperbaiki oleh perusahaan. Adapun atribut-atribut tersebut yaitu X2 (Alat/prosedur verifikasi TKDN mudah dimengerti oleh pelanggan, seperti ceklist dokumen & formulir dokumen TKDN lainnya), X5 (Jaminan kerahasiaan dokumen-dokumen perusahaan), X6 (Jaminan keamanan dokumen-dokumen perusahaan), X10 (Transparansi dan konsistensi antara pikiran, perkataan, & perbuatan verifikator terhadap pelanggan atas hasil capaian laporan TKDN), X14 (Kesesuaian pelaksanaan verifikasi dengan jadwal kerja), X15 (Keakuratan data dan hasil capaian TKDN), X16 (Ketepatan waktu pengiriman hasil laporan TKDN), X23 (Upaya divisi TKDN dalam penanganan keluhan pelanggan).
2. Analisa *gap* menunjukkan bahwa dimensi kualitas jasa yang paling berpengaruh positif terhadap meningkatnya jumlah keluhan pelanggan yaitu terdapat pada dimensi kehandalan (*Reliability*) khususnya pada atribut X16 (Ketepatan waktu pengiriman hasil laporan TKDN), yang selanjutnya atribut tersebut dianalisa melalui 5W+1H yang bertujuan untuk mengurangi jumlah keluhan pelanggan dengan pengendalian kualitas layanan jasa sertifikasi TKDN.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2000). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan keempat. Bandung: ALABETA.
- Ariffin, Ahmad Azmi M. and Aziz, Norzalita A. (2008). Determining the service quality dimensions and zone of tolerance for hospital services in malaysia. *The Business Review*, Cambridge.
- Chinh, A. (2008). Measuring customer satisfaction based on service quality GAP at local bank in vietnam. *Journal of International Business Research*, 7(3), 27-51.
- Cronin, J., Joseph, Jr., & Steven, A. Taylor. (1992). Measuring service quality reexamination and extensions. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Dwi, A dan Rosinta, F (2010). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2), 114-126.
- Ferdiansyah, Herdiyan. (2007). Usulan rencana perbaikan kualitas produk penyangga duduk jok sepeda motor dengan pendekatan kaizen (5W+1H). *Jurnal Teknik Industri Universitas Gunadarma*, 4(7), 1-21.
- Ginting, Rosnani. (2005). Perbaikan Kualitas jasa Pelayanan Pustaka Dengan Menggunakan Metode Servqual dan Metode Quality Function Deployment di Perpustakaan USU Medan. *Jurnal Komunikasi Penelitian*, 1(2), 184-195.
- Guilitnan, Joseph, P., Paul, Gordon, W., and Madden, Thomas, J. (1997). *Marketing Management* . 6th edition. New York: McGraw-Hill Companies.
- Parasuraman, A., Zeitham I, A.V., Berry L.L., 1988, SERVQUAL : a Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64, 2 - 40.
- Puspitasari, B.N., Rinawati. D. I., dan Indriartiningtias, R. (2009). Pengukuran Kepuasan Pelanggan Comlab Institut Teknologi Bandung (ITB). *Jurnal Jati Undip*, IV(2), 89-94.
- Victoria , B., and Andreas, A (2008). The impact of internal service quality on customer service behavior evidence from the banking sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 25(9), 943-954.
- Walsh, A.T. (1994). Satisfaction, loyalty and reputation as indicators of customer orientation in the public sector, *International Journal of Public Sector Management*, 7(2), 16-34.