

Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Pengangkutan Sampah Di Kelurahan Tangkerang Utara Pada Pelanggan CV Trijaya Sea Mandiri Pekanbaru

Oleh : FAISAL

ABSTRAK

The research was conducted in order to determine how far the CV. Trijaya Sea Mandiri is able to meet the expectations of customers in terms of quality of service of transporting waste. Who were respondents in the study was 92 existing customers in the Village of North Tangkerang, chosen by purposive sampling. Teknik data was analyzed by analysis of the level of compliance and quadrant analysis. The results showed that there are some aspects of quality of service needs to be improved and upgraded immediately are: official attitude when taking out the trash, the attitude of officers when consulted by the customer, freight clerk attitude in receiving customer complaints, the attitude of officers in answering questions and requests for information from customers, punctuality in trash pick-up, the readiness of companies in response to complaints, the company's willingness to help customers, hauling trash's sake, as well as the officers consistently polite to customers. In general, the degree of fit between customers' expectations with perceived performance actually fit, or in other words, customers are satisfied with the quality of service from the company. The advice can be given to the company is to be able to conduct training for personnel transport, not only in training how to behave and act in front of the customer, in order to maintain the good name of the company, and of course to give satisfaction to the customer.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, SERVQUAL

1. LATAR BELAKANG MASALAH

Kemampuan Pemerintah sebuah kota untuk melakukan seluruh upaya kebersihan dan kualitas lingkungan kota sangat terbatas. apabila tidak dibarengi dengan kesadaran masyarakat untuk ikut memelihara, serta peran masyarakat usaha untuk bersama-sama dengan pemerintah melakukan kegiatan-kegiatan yang berdampak kepada kebersihan serta kesehatan lingkungan kota. Keterbatasan pemerintah ini terkait dengan keterbatasan sarana serta prasarana yang ada.

Maka peran kelompok masyarakat yang bersedia untuk terjun didalam bidang usaha kebersihan, sangat diharapkan

kontribusinya, agar pekanbaru dapat terus mempertahankan predikat sebagai kota terbersih, untuk mampu meraih adipura pada tahun-tahun selanjutnya. Peran kelompok usaha ini terutama diharapkan pada aspek kebersihan kota, khususnya yang menyangkut masalah persampahan.

Dari data yang penulis peroleh berdasarkan artikel Riaupos.com tanggal 14 Agustus 2010, jumlah rata-rata sampah yang dihasilkan setiap penduduk kota Pekanbaru adalah 0,29 kg per penduduk Dan jika dikalikan dengan rata-rata penduduk Pekanbaru sebesar 800 ribu orang, maka dalam satu hari kota Pekanbaru akan

dibebani oleh sampah seberat 232 ton. Dan jika angka tersebut dikalikan dengan 365 hari, maka dalam satu tahun saja kota Pekanbaru akan dibebani oleh sampah seberat 84.680 ton.

Pertumbuhan jumlah sampah ternyata tidak dibarengi dengan peningkatan kemampuan pemerintah kota Pekanbaru, dalam hal ini adalah Dinas Kebersihan Dan Pertamanan. Pemerintah kota kekurangan sarana dan prasarana untuk mengatasi masalah sampah dari masyarakat. Hingga bulan September 2010, Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Pekanbaru hanya memiliki 16 unit truk sampah. Tentu saja ini jauh dari cukup untuk dapat mencakup seluruh titik-titik sampah pada masyarakat kota Pekanbaru. Minimnya anggaran sampah membuat aparat tidak berdaya untuk mengangkut semua sampah milik masyarakat. Akhirnya seringkali masyarakat membangun sendiri tempat-tempat pembuangan sampahnya secara sembarangan.

Dengan segala keterbatasan pemerintah kota dalam menangani sampah, maka oleh Pemko dikeluarkanlah Peraturan Daerah No. 4 Tentang Retribusi Kebersihan, yang pada pasal 6 ayat 1 yang mengatakan bahwa: "Sampah yang dikumpulkan di Tempat Pembuangan Sampah sebagaimana yang disebutkan dalam pasal 5 Peraturan Daerah ini, diangkat/diangkut dan dibuang ke/di TPA oleh petugas Dinas Kebersihan atau petugas lain yang ditunjuk".

Dengan mengacu kepada pasal 6 ayat 1 pada Perda tersebut, maka dimungkinkan bagi pihak swasta, yang diindikasikan dalam kalimat: "petugas lain yang ditunjuk", untuk melakukan kegiatan mengangkut dan membuang sampah milik masyarakat. Sesuai dengan prosedur yang berlaku, kegiatan penunjukkan pengelola swasta diserahkan kepada setiap kecamatan yang ada di Kota Pekanbaru.

Pemberdayaan swasta dan lembaga masyarakat seperti ini, diharapkan dapat mengatasi masalah penanganan sampah di kota Pekanbaru, dan memiliki nilai ekonomis, sebab Pemerintah Kota mendapatkan setoran retribusi dari pengelola swasta dalam bentuk Pendapatan Asli Daerah (PAD). Selain keuntungan untuk PAD, pengelolaan oleh swasta juga membawa dampak bagi pengentasan pengangguran, karena perusahaan swasta juga memperkerjakan orang-orang dari lingkungan setempat untuk ikut sebagai petugas pengangkut sampah dan pengutip iuran.

Salah satu dari pengelola sampah swasta yang beroperasi di kota Pekanbaru adalah CV Trijaya Sea Mandiri (TSM), yang beralamat di jalan Indah Sari No. 1 Pekanbaru. Perusahaan ini menjalin kerjasama dengan LPM Kelurahan Tangkerang Utara Bukit Raya Kecamatan Bukit Raya untuk mengangkut sampah yang ada di lokasi Kelurahan Tangkerang Utara. Saat ini lokasi penjemputan sampah yang dilakukan CV TSM meliputi 12 RW

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pengelola, diketahui bahwa masih kerap terjadi keluhan dari para pelanggan terhadap kinerja perusahaan, baik yang berkenaan dengan petugas penjemputan sampah, maupun petugas pengutip iuran sampah bulanan.

Dari daftar keluhan masyarakat diketahui bahwa mayoritas pelanggan mengeluhkan kinerja pelayanan yang diberikan oleh pengelola, yaitu dari aspek personil) pelayanan. Mereka beranggapan bahwa tarif iuran yang jauh lebih tinggi yang dibayarkan dari pada tarif sesuai perda No.4, seharusnya membawa konsekuensi kualitas pelayanan yang juga jauh lebih baik dan lebih bersahabat kepada pelanggan.

Sejak tahun 2008, perkembangan jumlah pelanggan mengalami penurunan dari

pertumbuhan 4% menjadi 3% pertahun. Dan akhirnya mengalami penurunan drastis menjadi -2% pada tahun 2009.

Fluktuasi jumlah pelanggan. menurut penulis, memiliki keterkaitan dengan tingkat kepuasan akan kualitas layanan yang dirasakannya. Apabila pelanggan memiliki suatu standar harapan tertentu yang tidak bisa dipenuhi oleh penyedia jasa. maka pada saat itulah terjadi kesenjangan kualitas antara kinerja yang dirasakan pelanggan dengan harapan yang dimilikinya.

Kesenjangan dapat terjadi pada aspek-aspek yang terlihat (tangible), seperti penampilan petugas pelayanan dan peralatan kerja. Dalam hal pelayanan pengangkutan sampah, memang sulit untuk mendapatkan penampilan petugas pelayanan yang bersih dan rapi, namun paling tidak aspek ini dapat dilihat dari kelengkapan kerja yang bisa menjarain kesehatan dan keselamatan kerja petugas dalam melakukan tugasnya. Kemudian juga bisa dilihat dari alat-alat dan perlengkapan pengangkutan dan transportasi sampah yang memadai.

Pelayanan jasa juga harus memberikan rasa aman kepada pelanggan, dengan sikap melayani yang tulus, jujur, dan berdasarkan kompetensi yang memadai.

Kehati-hatian petugas layanan jasa dibutuhkan untuk memberikan dasar kepercayaan bagi pelanggan, sehingga pelanggan akan merasa aman untuk terus berhubungan dengan penyedia jasa.

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas. maka penulis bermaksud memberikan judul penelitian ini menjadi : “Analisis Tingkat kesesuaian Kualitas Pelayanan Pengangkutan Sampah Dikelurahan Tangkerang Utara Pada Pelanggan CV Trijaya Sea Mandiri Pekanbaru.”

2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah penelitian menjadi :

- a. Bagaimanakah tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja kualitas pelayanan pengangkutan sampah di Kelurahan Tangkerang Utara pada pelanggan CV Trijaya Sea Mandiri Pekanbaru?
- b. Strategi apa yang dapat dilakukan oleh CV Trijaya Sea Mandiri untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanannya kepada pelanggan?

3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis bagaimana tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja kualitas pelayanan pengangkutan sampah di Kelurahan Tangkerang Utara pada pelanggan CV Trijaya Sea Mandiri Pekanbaru.
2. Untuk merumuskan strategi yang dapat dilakukan oleh CV Trijaya Sea Mandiri untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanannya kepada pelanggan.

Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis
Untuk mengembangkan pemahaman penulis mengenai konsep harapan pelanggan dan kualitas pelayanan jasa. Dan sekaligus, penelitian ini merupakan syarat dalam menyelesaikan studi sarjana (SI) di Fakultas Ekonomi, jurusan Manajemen, program studi ekstensi di Universitas Riau, Pekanbaru.

2. Bagi CV Trijaya Sea Mandiri
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga bagi perusahaan untuk

mengukur kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggannya, dan dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam mengambil langkah-langkah perbaikan dalam perumusan strategi kepuasan pelanggannya.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan penelitian lanjutan oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan.

4. TELAAH PUSTAKA & HIPOTESIS

4.1. Pemasaran Jasa

4.1.1. Konsep dan Definisi Jasa

Lovelock, Patterson dan Walker (2004) mengemukakan jasa sebagai sebuah sistem

Definisi jasa lainnya adalah yang dikemukakan oleh Kotler (2000), yaitu "setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu". Walaupun demikian, produk jasa dapat berhubungan dengan produk fisik maupun tidak Yang membedakan pemasaran jasa dengan barang adalah empat karakteristik khusus, yaitu:

- a) *Intangible*, maksudnya "tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum jasa tersebut dibeli atau dikonsumsi.
- b) Bila pelanggan membeli suatu jasa, ia hanya menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan menyimpulkan kualitas jasa dari aspek: people (orang), equipment (peralatan), communication material (saluran dan alat komunikasi), symbol dan price (harga) dari jasa yang dikonsumsi.
- c) *Inseparability*, dalam artian bahwa produksi jasa dilakukan pada saat bersamaan dengan waktu

dikonsumsinya.

- d) *Variability*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis pelayanan jasa, tergantung kepada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut akan dihasilkan dan dikonsumsi

4.2. Konsep Kualitas Dan Kesenjangan

Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relative kesempurnaan atau kebaikan sebuah produk/jasa, yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian (conformance quality). Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk/jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang dijanjikan sebelumnya. (Tjiptono, 2007:110).

Lovelock (2007:96) mendefinisikan kualitas jasa sebagai evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa oleh perusahaan. Sebelum pelanggan membeli suatu jasa, mereka memiliki harapan tentang kualitas jasa yang didasarkan pada kebutuhan-kebutuhan pribadi, pengalaman sebelumnya, rekomendasi word of mouth, dan iklan penyedia jasa.

Kesenjangan kualitas diartikan sebagai perbedaan antara kinerja penyedia jasa dengan harapan-harapan pelanggan (Lovelock, 2007:97). Besar kecilnya kesenjangan inilah yang kemudian akan menentukan tinggi rendahnya kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sendiri adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja suatu jasa (Lovelock, 2007:96). Terdapat 7 kesenjangan yang mungkin terjadi dalam kualitas jasa (Lovelock, 2007:97), yaitu:

- a) Kesenjangan pengetahuan, yaitu perbedaan antara apa yang diyakini oleh pemasar jasa mengenai harapan dan

- kebutuhan pelanggan dengan harapan pelanggan yang sebenarnya.
- b) Kesenjangan standar, yaitu perbedaan antara persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan dan standar kualitas yang ditetapkan untuk penyerahan jasa.
 - c) Kesenjangan penyerahan, yaitu perbedaan antara standar penyerahan yang ditentukan dengan kinerja pemasar jasa yang sesungguhnya.
 - d) Kesenjangan komunikasi internal, perbedaan antara apa yang dianggap oleh iklan dan wiraniaga pemasar sebagai fitur produk, kinerja, dan tingkat kualitas jasa dengan apa yang benar-benar diserahkan oleh perusahaan kepada pelanggan.
 - e) Kesenjangan persepsi, perbedaan antara apa yang benar-benar diserahkan dengan apa yang dianggap pelanggan telah diterima olehnya.
 - f) Kesenjangan interpretasi, perbedaan antara apa yang sesungguhnya dijanjikan penyedia jasa dengan apa yang pelanggan pikir telah dijanjikan dalam komunikasi tersebut
 - g) Kesenjangan jasa, yaitu perbedaan antara apa yang diharapkan pelanggan akan mereka terima dengan persepsi mereka terhadap jasa yang benar-benar diserahkan.
- yang tidak terampil melayani, cara berpakaian yang kurang pantas, tutur kata yang kasar dan menjengkelkan, bau badan, tampang yang sering cemberut dan lain sebagainya.
2. Tingginya intensitas tenaga kerja kerap menimbulkan masalah internal, seperti kelelahan, rendahnya upah, tekanan kerja yang berlebihan dan lain sebagainya.
 3. Dukungan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan internal kurang memadai, sehingga hubungan karyawan dan perusahaan tidak kondusif dan saling mendukung.
 4. Terjadinya kesenjangan komunikasi, dimana terdapat beberapa skenario buruk, seperti perusahaan berlebihan dalam menjanjikan sesuatu kepada pelanggan sehingga tidak bias ditepati, karyawan yang salah memberikan informasi kepada pelanggan yang bisa jadi diakibatkan kurangnya komunikasi dan pelatihan dari perusahaan, dan lain-lain.
 5. Perusahaan kerap memperlakukan seluruh pelanggannya secara sama, tanpa memperdulikan kenyataan bahwa setiap pelanggan memiliki keunikannya sendiri-sendiri.
 6. Ekspansi jasa yang terlalu meluas dilakukan perusahaan, sehingga kehilangan fokus pada satu bidang yang menjadi inti usahanya. Perusahaan kerap hanya berorientasi dengan visi-visi jangka pendek.

4.3.Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Jasa

Ada beberapa penyebab mengapa sebuah jasa dapat menjadi tidak memuaskan bagi pelanggan, diantaranya adalah:

1. Salah satu yang menjadi ciri jasa adalah inseparability, yaitu proses jasa dilakukan bersamaan dengan konsumsinya, sehingga seringkali kehadiran konsumen ikut menyaksikan bagaimana sebuah jasa diproses dan disampaikan. Kelemahan yang mungkin terjadi adalah: karyawan

4.4.Penelitian Terdahulu

- a. Duranto Sinulingga, 2009, berjudul. "Pengukuran Harapan Dan Kinerja Pengangkutan Sampah Di Kecamatan Tanggulangin, Jember". Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan yang cukup lebar antara harapan pelanggan dengan kinerja yang ditunjukkan oleh pengelola

- pengangkutan sampah. Tingkat kesesuaian antara kinerja dengan harapan hanya mencapai taraf 42,7.
- b. Fransisca Andreani, berjudul: "Analisis Kualitas Layanan Trainee Program Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra Pada Industri Hotel Berbintang Lima di Surabaya". Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara keseluruhan, kualitas layanan yang diberikan oleh trainee sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh industry hotel berbintang lima di Surabaya, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada pihak industri.
 - c. Velma Fidelia Rahmani, 2009, skripsi berjudul. "Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Jalan Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi Kasus: RSUD Bhakti Asih Tangerang)". Teknik analisis Importance Performance Analysis (IPA), hasil penelitian menyimpulkan bahwa, pasien telah merasakan kepuasan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh RSUD Bhakti Asih Tangerang.
 - d. Hotma Antoni Hutahean, Feliks Prasepta Sejahtera Surbakti, dan Ervinda, 2009, jurnal berjudul: "Application of Service Quality Improvement Method With Integration Between SERVQUAL and KANO's Model Approach". Hasil penelitian menunjukkan masih terjadi kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang dirasakan dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan X- Trans. Tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang terjadi hanya mencapai 57%.
 - e. Kristina Setyowati dan Didik Gunawan Suharto, 2007, jurnal berjudul: "Kualitas Pelayanan di Kantor Pertanahan Kabupaten Sragen". Hasil penelitian diketahui bahwa dari sepuluh indikator kualitas pelayanan yang digunakan, 6

indikator telah memenuhi harapan masyarakat, sedangkan 4 indikator kinerja kualitas pelayanan masih berada di bawah harapan masyarakat. Tingkat pemenuhan harapan yang dapat dipenuhi adalah sebesar 73,7%.

5. Hipotesis

Penulis merumuskan hipotesis penelitian menjadi: "Diduga tingkat kepuasan antara harapan dan kinerja kualitas pelayanan pengangkutan sampah di Kelurahan Tangkerang Utara masih belum memuaskan".

5. METODE PENELITIAN

5.1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kelurahan Tangkerang Utara, Kecamatan Bukit Raya, Pekanbaru.

5.2. Populasi Dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah pelanggan pengangkutan sampah yang dikelola oleh CV Trijaya Sea Mandiri, yang menurut data terakhir pada bulan Agustus 2010 berjumlah 1254 unit lokasi penjemputan.

Sampel menunjuk pada sebagian dari populasi yang dipilih dengan tehnik tertentu untuk dijadikan sumber data (Hariwijaya, 2006). Dalam penelitian ini, metode penentuan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling. Purposive sampling adalah tehnik penentuan sampel dimana peneliti memberikan kriteria tertentu untuk menentukan kelayakan untuk menjadi sampel. Kriterianya adalah:

- Pelanggan yang telah berlangganan pengangkutan sampah sedikitnya 6 (enam) bulan. Agar sampel yang terpilih memiliki pengalaman yang cukup untuk menilai kinerja petugas pengangkutan sampah yang mendatangi rumahnya.
- Sampel merupakan orang yang paling

sering berinteraksi dengan petugas pengangkutan sampah dari perusahaan.

Untuk menentukan banyaknya sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan perumusan Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(\delta^2) + 1} = \frac{1254}{1254(0.1)^2 + 1}$$

Sehingga penulis menggenapkan jumlah sampel penelitian adalah sebanyak 92 responden

5.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data mempergunakan metode angket (kuesioner), yang merupakan bentuk dari sumber data primer. Masing-masing responden akan mendapatkan 1 (satu) berkas angket yang akan dijawab dengan sebenarnya.

5.4. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan dua metode pengukuran deskriptif, yaitu:

- a) Menghitung tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan pelanggan dengan mempergunakan rumus:

$$tk = \frac{x}{y} \times 100\%$$

Tk = tingkat kesesuaian
x = skor tingkat kerja
y = skor tingkat harapan

Penilaian kesesuaian ini dimaksudkan untuk mengukur tingkat kesesuaian antara kualitas kinerja yang diharapkan terjadi oleh pelanggan dengan kenyataan yang terjadi sesungguhnya. Tabel 3.1: Acuan Tingkat Kesesuaian

% Kesesuaian	Tingkat Kesesuaian
0%-19%	Sangat tidak puas
20%-39%	Tidak puas
40%-49%	Cukup puas
60%-79%	Puas
80%-100%	Sangat puas

Sumber: supranto, 2001:239

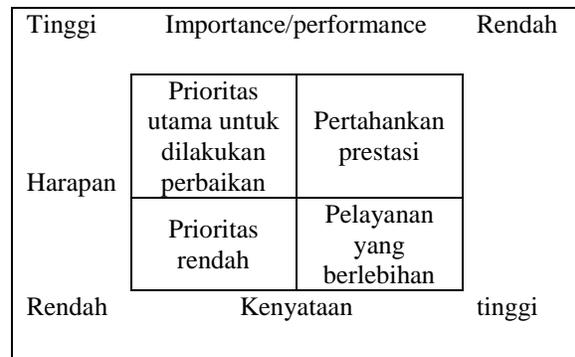
b) Analisis Kuadran (Importance Performance Analysis)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui posisi kepuasan pelanggan terhadap indikator kualitas pelayanan, berdasarkan posisi skor tanggapan responden pada kuadran Importance Performance Analysis (IPA), dengan begitu maka akan dapat dirumuskan strategi apa yang dapat diambil oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kinerja kualitas pelayanan.

IPA merupakan konsep yang dikembangkan dari konsep SERVQUAL.

Inti daripada konsep ini, adalah tingkat kepentingan (expectation) diukur dalam kaitannya dengan apa yang seharusnya dikerjakan oleh perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa yang sesuai dengan harapan (Rangkuti, 2006:109). Dalam metode IPA, sebutan expectation diganti dengan importance atau tingkat kepentingan menurut persepsi pelanggan (internal dan eksternal).

Model kuadran akan dianalisis dengan diagram Kartesius sebagai berikut:



Sumber : Rangkuti (2006:11)

6. HASIL PENELITIAN DAN PEYIBAHASAN

5.1. Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mereka yang merupakan pelanggan

sampam dari CV Trijaya Sea Mandiri, terdiri dari unit rumah tinggal, tempat usaha, lembaga pendidikan dan juga kantor-kantor instansi yang berada di wilayah Kelurahan Tangkerang Utara.

Mayoritas pelanggan CV Trijaya Sea Mandiri adalah pelanggan rumah tinggal, yaitu sebesar 64%, dan kemudian disusul dengan tempat usaha sebesar 25%. Tempat usaha yang dimaksud termasuk rumah-rumah tinggal yang merangkap sebagai tempat usaha/toko/kedai.

Mayoritas responden yang berhasil penulis temui merupakan pemilik langsung rumah tinggal atau tempat

usaha, yaitu sebesar 40%, dan kemudian disusul dengan pembantu rumah tangga/office boy sebesar 34%.

5.2.Variabel Tangible

Variabel tangible ini merupakan tanggapan responden terhadap kualitas fisik yang tampak dari aspek-aspek yang diberikan oleh pemasar. Dalam penelitian ini, pengukuran variabel tangible dilakukan dengan melakukan penilaian kepentingan (importance) dan kinerja (performance), terhadap aspek-aspek tangible pada CV Trijaya Sea Mandiri, yaitu: kelayakan kendaraan pengangkut sampah; perlengkapan untuk mengangkut sampah; seragam petugas; dan alat keselamatan dan kesehatan petugas pengangkut.

5.3.Variabel Emphaty (X₂)
Variabel emphaty ini merupakan tanggapan responden terhadap sikap kepedulian dan perhatian pribadi yang disampaikan oleh petugas perusahaan kepada para pelanggan. Dalam penelitian ini, pengukuran variabel emphaty dilakukan dengan melakukan penilaian kepentingan (importance) dan kinerja (performance), terhadap aspek-aspek emphaty yaitu: sikap petugas ketika mengambil sampah; sikap petugas ketika dimintai bantuan oleh penghuni rumah, sikap petugas ketika

menerima keluhan; dan sikap petugas dalam menjawab pertanyaan dan permintaan informasi.

5.3.Variabel Responsiveness (X₃)

Variabel responsiveness ini merupakan tanggapan responden terhadap kemauan setiap personil pemasar untuk membantu pelanggan serta memberikan tanggapan yang cepat terhadap masalah yang dihadapi oleh pelanggan, yang diukur dengan:

menginformasikan kepada pelanggan mengenai waktu penjemputan sampah. ketepatan waktu penjemputan sampah;

kesiapan dan ketanggapan perusahaan merespon keluhan pelanggan, dan kesediaan perusahaan membantu pelanggan dalam urusan administrasi, informasi, dan konsultasi yang berkenaan dengan sampah

5.4.Variabel Reliability (X₄)

Variabel reliability ini merupakan tanggapan responden terhadap kemampuan personil dari pemasar untuk melaksanakan jasa secara tepat dan terpercaya. Dalam penelitian ini, pengukuran variabel reliability dilakukan dengan melakukan penilaian kepentingan (importance) dan kinerja (performance), terhadap aspek-aspek reliability, yaitu: perusahaan dan petugasnya mengangkut sampah sesuai yang dijanjikan; dapat diandalkan dalam menangani sampah pelanggan; perusahaan memiliki catatan administrasi pelanggan dengan baik; dan petugas perusahaan terampil dalam melakukan pekerjaannya.

5.5.Variabel Assurance (X₅)

Variabel assurance ini merupakan tanggapan responden terhadap kemampuan yang dimiliki oleh personil pemasar dalam memberikan jasa yang dapat menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pada diri pelanggannya. Dalam penelitian ini,

pengukuran variabel assurance dilakukan dengan melakukan penilaian kepentingan (importance) dan kinerja (performance), terhadap aspek-aspek assurance, yaitu: pelanggan merasa aman ketika petugas sampah memasuki rumah; rasa aman ketika membayar iuran bulanan; pelanggan dapat mempercayai perusahaan dan petugasnya; dan petugas perusahaan konsisten bersikap sopan kepada pelanggan.

5.6. Analisis Tingkat Kepuasan

Analisis ini dimaksudkan untuk menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan sampah CV Trijaya Sea Mandiri terhadap aspek-aspek dalam kualitas pelayanan yang diterimanya. Tingkat kesesuaian ini akan dihitung dengan cara membagi skor kinerja dengan skor kepentingan (harapan) dan mengalikannya dengan 100%, yang kemudian dibandingkan dengan acuan kesesuaian untuk mengetahui derajat kepuasan responden terhadap indikator yang ditanyakan 5.6. Analisis Kuadran

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui aspek-aspek apa saja yang dirasakan sudah baik, harus diperbaiki, dipertahankan, atau justru dihilangkan saja dari bagian pelayanan perusahaan.

Perpotongan sumbu X yang berada pada titik 2,65, sedangkan perpotongan sumbu Y berada pada titik 4,07. Dengan telah mengetahui titik-titik perpotongan pada masing-masing sumbu X dan sumbu Y, maka selanjutnya dapat dibuat sebuah diagram Kartesius (kuadran) berikut ini:

Sumber Data olahan

Gambar 5.1 : Diagram Kuadran Kualitas Pelayanan Sampah

Maka berdasarkan Gambar 5.1 tersebut, kita dapat mengetahui strategi pelayanan yang dapat dilakukan oleh CV Trijaya Sea Mandiri, sesuai dengan posisi titik-titik kuadran untuk masing-masing indikator pelayanan.

1. Pada Kuadran A

Dari hasil penelitian diperoleh hasil bahwa masih banyak aspek-aspek pelayanan persampahan dari perusahaan yang memerlukan perbaikan segera (urgent), sebab dirasakan sangat penting bagi pelanggan, sementara kinerja yang ditunjukkan perusahaan masih jauh dari harapan pelanggan

2. Pada Kuadran B

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa terdapat beberapa aspek kualitas pelayanan yang telah baik dilakukan oleh perusahaan, dan hendaknya perusahaan mempertahankan prestasi pelayanan ini.

3. Pada Kuadran C

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa terdapat beberapa aspek kualitas pelayanan yang dirasakan bukan merupakan faktor sangat penting bagi pelanggan dan pada kenyataannya kinerja yang ditunjukkan juga tidak terlalu baik. Pada kuadran ini, peningkatan mutu pelayanan masuk pada kategori low priority yang artinya manajemen tidak perlu terlalu memprioritaskan seluruh sumber daya untuk melakukan perbaikan. Namun demikian, kuadran ini tetap membutuhkan upaya-upaya peningkatan mutu pelayanan dari pemasar, meskipun dalam batas-batas yang sesuai dengan kemampuan pemasar, tanpa membutuhkan pemaksaan terhadap sumber daya yang dimiliki.

4. Pada Kuadran D

Kuadran ini hanya diisi oleh titik No. 3, yaitu kualitas seragam petugas angkut

sampah, yang dirasakan terlalu berlebihan oleh pelanggan. Tugas keseharian para petugas ini yang akrab dengan kotor, tentu akan menjadi sia-sia apabila seragam yang dikenakan terlalu bagus hanya karena perusahaan ingin memberikan pencitraan yang baik kepada pelanggan

Dari penjelasan analisis kuadara tersebut di atas, maka telah diketahui strategi apa yang harus dilakukan oleh CV Trijaya Sea Mandiri dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan persampahannya kepada pelanggannya

6. PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Dari pembahasan hasil penelitian, maka penulis merumuskan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Indikator-indikator kualitas pelayanan yang telah dirasakan telah sesuai antara harapan dengan kenyataan yang dirasakan pelanggan CV Trijaya Sea Mandiri adalah: informasi mengenai waktu penjemputan sampah, kerapian administrasi pelanggan, rasa aman pelanggan ketika petugas angkut sampah memasuki rumah, rasa aman pelanggan dalam melakukan pembayaran iuran bulanan dan tingkat kepercayaan pelanggan kepada perusahaan dan para petugasnya.
2. Indikator-indikator kualitas pelayanan yang harus segera dilakukan perbaikan dengan segera adalah: sikap petugas dalam mengambil sampah, sikap petugas ketika dimintai bantuan, sikap petugas dalam menerima keluhan, sikap petugas dalam menjawab pertanyaan dan memberikan informasi kepada pelanggan, ketepatan waktu penjemputan sampah, kesiapan perusahaan dalam menanggapi keluhan,

kesediaan perusahaan untuk membantu kesulitan pelanggan, mengangkut sampah sesuai dengan yang dijanjikan, dan konsistensi petugas dalam bersikap sopan kepada pelanggan.

3. Indikator kualitas pelayanan yang memiliki prioritas perbaikan rendah adalah: kendaraan angkut sampah, perlengkapan angkut sampah, perbaikan pada alat-alat keselamatan dan kesehatan petugas angkut sampah, kehandalan petugas dalam menangani sampah, serta keterampilan petugas dengan pekerjaannya. Indikator kualitas pelayanan yang dirasakan terlalu berlebihan adalah pada seragam petugas angkut sampah.
4. Secara keseluruhan, tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja pelayanan yang dirasakan adalah sebesar 68,8% atau dengan kata lain, pelanggan sudah merasa puas dengan kualitas pelayanan pengangkutan sampah yang disediakan oleh CV Trijaya Sea Mandiri

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka penulis memberikan beberapa saran berikut ini:

1. Agar manajemen mempertahankan kualitas pelayanan yang telah baik, khususnya pada penginformasian jadwal penjemputan, kerapian proses administrasi serta rasa aman yang dirasakan pelanggan ketika mengizinkan petugas sampah memasuki rumah dan ketika membayar iuran bulanan, sehingga tingkat kepercayaan kepada perusahaan dapat meningkat.
2. Agar manajemen melakukan pelatihan kepada para petugasnya dalam rangka untuk memperbaiki kualitas sikap dan perilaku para petugasnya dalam menghadapi pelanggan.
3. Agar manajemen melakukan

kunjungan-kunjungan langsung ke tempat pelanggan dalam periode tertentu untuk secara langsung memperoleh informasi, keluhan dan saran-saran yang bermanfaat dari pelanggan dalam rangka memperbaiki kualitas pelayanan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker A. David, 1992, *Strategic Market Management*, 2nd edition, John Wiley & Sons, Inc., Singapore.
- Andreani, Fransisca, *Analisis Kualitas Layanan Trainee Program Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra Pada Industri Hotel Berbintang Lima di Surabaya*.
- Gronroos. C, 2000, *Service Management And Marketing: A Customer Relationship Management Approach*, 2nd ed., Chichester, John Wiley & Son, Ltd.
- Hariwijaya, M., 2006. *Teknik Menulis Skripsi & Tesis: Landasan Teori, Hipotesis, Analisa Data, Dan Kesimpulan*, Zenith Publisher, Jogjakarta
- <http://www.riapos.com>. 14 Agustus 2010
- Hutahean, Hotma Antoni, Feliks Prasepta Sejan era Surbakti, dan Ervinda, 2009, *Application of Service Quality Improvement Method with Integration Between SERVQUAL and KANO's Model Approach*"
- Istijanto, 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- J. Supranto, 2001, *Statistik Teori Dan Aplikasi*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Komunitas Blogger Pekanbaru, 28 Juli 2010
- Kotler, Philip, & Kevin Keller, 2000, *Marketing Management: Analysis, Implementation and Controlling*, Prentice Hall, US
- _____, and Gary Amstrong, 2001, *Prinsip- Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 8, Erlangga, Jakarta
- _____, dan Kevin Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit INDEKS, Jakarta
- Lovelock, Christoper H., & Lauren K. Wright, 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit Indeks, Jakarta
- _____, P. Patterson, dan R. Walker, 2004, *Service Marketing: An Asia-Pacific and Australian Perspective*, 3rd ed., French Forest, NSW: Pearson Education Australia
- Martawijaya, Elang Ilik, dan Ririn Masrina, 2008, *Panduan Praktis & Ekonomis Bisnis Cuci Motor Dan Mobil*, Penebar Plus, Depok-Jawa Barat
- Perda No 4 Tahun 2000 Tentang Retribusi Kebersihan
- Priyatno, Duwi, 2009, *SPSS Untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*, Penerbit ANDI, Jogjakarta.
- Purnama, Lingga, 2006, *Strategic Marketing Plan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rahmani, Velma Fidelia, 2009, *Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Jalan Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi Kasus: RSUD Bhakti Asih Tangerang)*.
- Rangkuti, Freddy, 2006, *Measuring Customer Satisfaction*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Riduwan, 2008. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Setiadi, J. Nugroho, 2003, *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, Penerbit Prenada Media, Jakarta.
- Setyowati, Kristina, dan Didik Gunawan Suharto, 2007, *Kualitas Pelayanan di Kantor Pertanahan Kabupaten Sragen*.

- Simamora, Bilson. 2004, Panduan Riset Perilaku Konsumen, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sinulingga, Duranto, 2009, Pengukuran Harapan dan Kinerja Pengangkutan Sampah di Kecamatan Tanggulangin, Jember
- Sugiyono, 2009. Metode Penelitian Bisnis, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, Danang, 2009, Analisis Regresi Dan Uji Hipotesis, Medpress, Jogjakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Penerbit ANDI, Jogjakarta
- Triton, P.B, 2008, Strategic Marketing, Penerbit Tugu, Yogyakarta
- Umar, Husein, 2009, Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, edisi ke 2, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- www.detikbandung.com, 21 September 2010
- Zeithaml, Valerie. A., Leonard A. Berry, dan Parasuraman, The Nature And Determinations of Customer Expectations of Service, Journal of the Academy of Marketing Science 21, no. 1, 1993.