

ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP PELANGGAN MENGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) DI PT. PAKAR BIOMEDIKA INDONESIA

Adrian Fadhil Hassya^{*1}, Ade Geovania Azwar²

^{1,2}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sangga Buana,
Jl. PHH. Mustofa No. 68, Bandung 40124

Abstrak

PT Pakar Biomedika Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dalam produksi dan distribusi alat-alat diagnostik kesehatan. Dalam menjalankan bisnisnya, kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting untuk membangun kepercayaan pelanggan dan meraih keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi pelanggan dan menawarkan solusi untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, analisis diperlukan guna memperbaiki kualitas pelayanan, sehingga PT Pakar Biomedika Indonesia dapat menentukan langkah-langkah yang tepat untuk perbaikan. Metode yang digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan dan menawarkan solusi melibatkan metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Metode ini mengevaluasi persepsi pelanggan melalui lima dimensi dan mengidentifikasi atribut yang perlu diperbaiki berdasarkan empat kuadran dalam matriks IPA. Hasil analisis *Service Quality* dan IPA menunjukkan nilai kualitas pelayanan sebesar 0,99, menandakan ketidakpuasan pelanggan. Area yang perlu perbaikan mencakup kualitas fisik produk, konsistensi dan akurasi hasil produk, kemampuan tim dalam menangani situasi darurat terkait pengiriman, rasa aman dan kepercayaan saat menggunakan produk, serta kepuasan dengan solusi yang diberikan dalam situasi sulit.

Kata kunci: *ServQual, Importance Performance Analysis, Kualitas Pelayanan*

Abstract

[Analysis of Service Quality Towards Customers using Service Quality Method (Servqual) at PT. Pakar Biomedika Indonesia] PT Pakar Biomedika Indonesia is a company engaged in the production and distribution of health diagnostic tools. In its business operations, service quality plays a pivotal role in building customer trust and achieving profitability. The aim of this research is to comprehend customer perceptions and propose solutions to enhance service quality. Consequently, an analysis is imperative to improve service quality, enabling PT Pakar Biomedika Indonesia to determine appropriate steps for enhancement. The applied methods to gauge customer perceptions and suggest solutions involve the *Service Quality* and *Importance Performance Analysis (IPA)* methods. These methods assess customer perceptions across five dimensions and identify attributes that need improvement based on the four quadrants in the IPA matrix. The results of the *Service Quality* and IPA analysis indicate a service quality score of 0.99, signifying customer dissatisfaction. Areas requiring improvement encompass the physical quality of products, consistency and accuracy of product results, team capability in handling emergency delivery situations, a sense of security and trust in product usage, as well as satisfaction with solutions provided in challenging situations.

Keywords: *ServQual, Importance Performance Analysis, Service Quality*

1. Pendahuluan

Dalam era perkembangan teknologi dan tuntutan akan layanan kesehatan yang berkualitas, sektor alat kesehatan memegang peranan sentral dalam mendukung upaya penyembuhan dan perawatan

pasien. PT. Pakar Biomedika Indonesia sebagai salah satu perusahaan swasta dalam penyediaan alat kesehatan memiliki tanggung jawab yang besar untuk menjaga standar kualitas yang tinggi guna memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan, seperti rumah sakit, klinik, praktisi medis, dan pasien. Kualitas pelayanan yang disediakan oleh PT. Pakar Biomedika Indonesia menjadi faktor penting dalam membangun citra perusahaan dan mempertahankan kepercayaan

^{*}Penulis Korespondensi.
E-mail: Adrianfadhil11@gmail.com

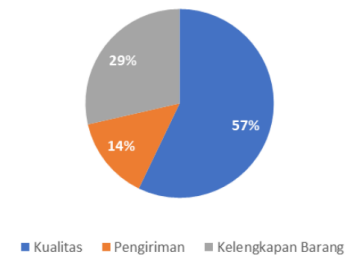
Analisis Kualitas Layanan Terhadap Pelanggan menggunakan Metode *Service Quality (Servqual)* di PT. Pakar Biomedika Indonesia

pelanggan. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan tuntutan akan pelayanan yang optimal, perusahaan ini perlu mengadopsi pendekatan ilmiah yang terstruktur untuk mengukur dan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu memberikan kepuasan bagi yang menerima pelayanan sesuai dengan kualitas standarisasi yang telah ditentukan oleh lembaga atau perusahaan pengguna jasa. Standar pelayanan adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau dan terukur (Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim, 2021). Kualitas layanan terdiri dari lima dimensi yaitu bentuk fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsive*), empati (*empathy*) dan jaminan (*assurance*) (Arifin et al., 2023). Dengan menganalisis persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dalam konteks perusahaan ini, penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam tentang kekuatan dan area perbaikan yang perlu diperhatikan.

PT. Pakar Biomedika Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang alat kesehatan yang berlokasi Jl. BKR No. 62, Pasirluyu, Kota Bandung. PT. Pakar Biomedika Indonesia didirikan oleh Dr. Bacht Alisjahbana pada 26 Juni 2007. Pakar Biomedika Indonesia memproduksi alat-alat diagnostik dengan harga yang terjangkau di Indonesia. Perusahaan ini memproduksi alat tes diagnostik yang memiliki fungsi spesifik yaitu sebagai alat diagnosis penyakit pasien seperti Uji HIV, Uji Malaria, Uji Tifoid, Uji Leptospira dan lain- lain. Dalam enam bulan terakhir, seperti yang terlihat pada gambar 1, PT. Pakar Biomedika Indonesia telah mencatat adanya 7 keluhan yang diajukan oleh pelanggan terkait dengan berbagai aspek pelayanan yang diberikan. Keluhan-keluhan ini mencakup isu-isu yang sangat penting bagi pelanggan, seperti kualitas produk, kelengkapan produk, dan keterlambatan pengiriman. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat dan tuntutan pelanggan yang semakin tinggi, masukan ini menggambarkan tantangan yang harus dihadapi oleh PT. Pakar Biomedika Indonesia dalam memenuhi ekspektasi pelanggan dan menjaga kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur yang harus diperhatikan oleh seluruh perusahaan, karena jika kualitas pelayanan baik maka pelanggan akan terus kembali dan memberikan testimoni yang baik pula. Kualitas pelayanan juga harus diberikan sesuai dengan keinginan dan harapan dari konsumen itu sendiri agar konsumen merasakan kepuasan yang mereka inginkan (Gulo & Hersusetiyati, 2023).

Keluhan di PT. Pakar Biomedika Indonesia Tahun 2023



Gambar 1. Keluhan di PT. Pakar Biomedika Indonesia

Salah satu pendekatan yang relevan untuk penelitian ini adalah metode *SERVQUAL* (*Service Quality*). Melalui penelitian ini, PT. Pakar Biomedika Indonesia dapat mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu ditingkatkan dalam pelayanannya. Hasil penelitian ini akan membantu perusahaan untuk merumuskan strategi yang lebih efektif dalam memenuhi harapan pelanggan dan mempertahankan kompetitivitas di industri alat kesehatan.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Pakar Biomedika Indonesia serta mendapatkan solusi atas atribut atau faktor pelayanan yang memiliki kualitas pelayanan rendah berdasarkan metode *Service Quality*.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada para pelanggan PT. Pakar Biomedika Indonesia. Penelitian dilakukan di PT. Pakar Biomedika Indonesia yang memproduksi serta mendistribusikan alat-alat diagnostik kesehatan yang berlokasi di Bandung, Jawa Barat.

Service Quality (SERVQUAL)

Menurut Tjiptono metode *Servqual* merupakan metode pengukuran kualitas pelayanan yang paling banyak digunakan dan dikembangkan dengan maksud untuk membantu para manajer dalam menganalisis sumber masalah kualitas dan memahami cara-cara memperbaiki kualitas layanan (Septiani et al., 2020). Analisis diawali dengan sebuah kuisisioner yang disebarkan kepada konsumen, setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skala (*Likert*), yaitu apakah menurut pelanggan hal tersebut penting untuk dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana kinerjanya, baik atau tidak baik. Setelah data dari kuisisioner didapat maka dihitung rata-rata tiap pertanyaan dari seluruh responden, dengan menggunakan persamaan (Prananda et al., 2019):

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots\dots\dots \text{(Persamaan 1)}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots\dots\dots \text{(Persamaan 2)}$$

Keterangan:

$\bar{X}$ = Skor rata-rata tingkat kepuasan/realita.

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan/ekspektasi.

n = Jumlah responden.

Importance Performance Analysis (IPA)

Teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dalam artikel mereka “*Importance-Performance Analysis*” yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*. Pada teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja sekolah, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance-Performance Matrix*, yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan. Maka nanti akan didapat hasil berupa empat kuadran sesuai Gambar 2 sebagai berikut (Wibisono, 2019):



Gambar 2. Matriks IPA

Adapun interpretasi dari kuadran tersebut sebagai berikut:

- a. **Prioritas Utama (*Concentrate Here*)**
Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.
- b. **Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)**
Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.
- c. **Prioritas Rendah (*Low Priority*)**
Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.
- d. **Berlebihan (*Possibly Overkill*)**
Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui serta menguji ketepatan dan ketetapan suatu alat ukur untuk dipergunakan sebagai pengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Uji validitas kuesioner dapat dinyatakan valid jika setiap butir pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dapat

digunakan sebagai perantara untuk mengungkapkan dan mengetahui sesuatu yang akan diukur oleh kusioner tersebut. Kemudian, kusioner dapat dinyatakan valid jika hasil nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (Rosita et al., 2021).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada suatu instrumen penelitian adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam pengambilan data penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak. Pada uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Alpha Cronbach. Di mana menurut Putri (dalam Rosita, Hidayat, and Yuliani 2021) apabila suatu variable menunjukkan nilai Alpha Cronbach >0.60 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur (Rosita et al., 2021).

Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara serta penyebaran kuesioner yang terlihat di Tabel 1 kepada para pelanggan. Wawancara dilakukan untuk menentukan atribut terbaik yang digunakan.

Tabel 1. Dimensi dan Atribut Model Servqual

No.	Dimensi	Atribut
1.	Tangible (Bukti Fisik)	1. Seberapa puas Anda dengan kelengkapan informasi yang diberikan mengenai spesifikasi produk <i>rapid diagnostics test</i> sebelum Anda melakukan pembelian?
		2. Seberapa puas Anda dengan tampilan fisik dan kemasan produk <i>rapid diagnostics test</i> yang Anda terima?
		3. Seberapa puas Anda dengan sejauh mana kualitas fisik produk mendukung kebutuhan dan ekspektasi Anda dalam melakukan uji cepat?
2.	Reliability (Kehandalan)	4. Seberapa puas Anda dengan konsistensi dan akurasi hasil uji cepat dari produk kami?
		5. Seberapa yakin Anda terhadap kemampuan produk kami untuk memberikan hasil uji yang konsisten?
		6. Seberapa puas Anda dengan ketahanan dan keandalan produk kami dalam jangka waktu penggunaan yang lama?
3.	Responsiveness (Daya Tanggap)	7. Seberapa puas Anda dengan kecepatan respons

No.	Dimensi	Atribut
		tim layanan pelanggan terhadap pertanyaan atau keluhan Anda?
		8. Seberapa puas Anda dengan tingkat informasi yang Anda terima mengenai status dan perkiraan pengiriman setelah pemesanan?
		9. Seberapa puas Anda dengan kemampuan tim dalam menangani situasi darurat yang muncul terkait pengiriman?
4.	Assurance (Jaminan)	10. Seberapa yakin Anda dengan keahlian dan pengetahuan tim kami terkait alat uji cepat atau <i>rapid diagnostics test</i> ?
		11. Seberapa puas Anda dengan panduan dan informasi yang diberikan oleh tim kami untuk penggunaan produk dengan benar?
		12. Seberapa aman dan percaya Anda ketika menggunakan produk kami untuk tujuan diagnostik atau uji cepat?
5.	Emphaty (Jaminan)	13. Seberapa puas Anda dengan kemampuan tim kami untuk memahami dan merespons kebutuhan khusus Anda terkait alat <i>rapid diagnostics test</i> ?
		14. Seberapa puas Anda dengan perhatian dan peduli tim kami terhadap masalah atau kekhawatiran yang Anda hadapi dalam menggunakan produk kami?
		15. Seberapa puas Anda dengan solusi atau rekomendasi yang diberikan oleh tim kami sesuai dengan situasi Anda terkait produk kami?

Pengolahan Data

Berdasarkan data yang didapatkan melalui persebaran kuesioner pada konsumen PT. Pakar Biomedika Indonesia, didapatkan sebanyak 32 responden. Dengan karakteristik yang ada di Tabel 2:

Tabel 2. Karakteristik Responden

Diagram Profil	Klasifikasi	Jumlah Responden	
		Orang	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	13	41
Pekerjaan	Perempuan	19	59
	Total	32	100
	ASN	2	6
	Bidan	10	31
	Freelance	1	3
	Karyawan	7	22
	Swasta	7	22
	Mahasiswa/i	1	3
	Apoteker	1	3
	TNI	1	3
	Wiraswasta	3	9
	Total	32	100

Uji validitas dilakukan pada 32 responden yaitu pelanggan PT. Pakar Biomedika Indonesia dengan ketentuan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,3494) dengan taraf signifikansi 5% dengan dua kali pengujian, yaitu Uji Validitas Skor Kenyataan Kepuasan Pelanggan dan Uji Validitas Skor Harapan Kepuasan Pelanggan yang ada pada Tabel 3 dan 4.

Tabel 3. Uji Validitas Kenyataan Pelanggan

No.	Dimensi	Atribut	r_{hitung}	Hasil
1.	Tangible	Atribut 1	0,891	Valid
		Atribut 2	0,900	Valid
		Atribut 3	0,871	Valid
		Atribut 4	0,741	Valid
2.	Reliability	Atribut 5	0,929	Valid
		Atribut 6	0,917	Valid
		Atribut 7	0,872	Valid
		Atribut 8	0,929	Valid
3.	Responsiveness	Atribut 9	0,902	Valid
		Atribut 10	0,886	Valid
		Atribut 11	0,933	Valid
4.	Assurance	Atribut 12	0,856	Valid
		Atribut 13	0,949	Valid
		Atribut 14	0,893	Valid
		Atribut 15	0,840	Valid

Tabel 4. Uji Validitas Harapan Pelanggan

No.	Dimensi	Atribut	r_{hitung}	Hasil
1.	Tangible	Atribut 1	0,912	Valid
		Atribut 2	0,902	Valid
		Atribut 3	0,906	Valid
		Atribut 4	0,867	Valid
2.	Reliability	Atribut 5	0,847	Valid
		Atribut 6	0,856	Valid
		Atribut 7	0,921	Valid
		Atribut 8	0,913	Valid
3.	Responsiveness	Atribut 9	0,921	Valid
		Atribut 10	0,903	Valid
		Atribut 11	0,898	Valid

No.	Dimensi	Atribut	r _{hitung}	Hasil
5.	Emphaty	Atribut 12	0,949	Valid
		Atribut 13	0,911	Valid
		Atribut 14	0,852	Valid
		Atribut 15	0,948	Valid

Dari hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 5 yang dilakukan terhadap 32 responden dimana reliabilitas variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 (Widyo Kristantyo, 2021) dengan dua kali pengujian, yaitu Uji Reliabilitas Skor Kenyataan Kepuasan Pelanggan dan Uji Reliabilitas Skor Harapan Kepuasan Pelanggan.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Skor Kepuasan

No	Indikator	Cronchbach's Alpha	r _{tabel}	Hasil
1.	Kenyataan	0,981	0,6	Reliabel
2.	Harapan	0,983	0,6	Reliabel

3. Hasil dan Pembahasan

Perhitungan Skor *Servqual* Kenyataan dan Harapan

Tabel 6. Skor *Servqual* Atribut-Atribut Kualitas Pelayanan di PT. Pakar Biomedika Indonesia

No	Atribut Jasa	Skor Persepsi	Skor Ekspektasi	Gap Score
1	T1	4,188	4,188	0
2	T2	4,188	4,219	-0,031
3	T3	4,00	4,219	-0,219
4	R4	4,156	4,313	-0,156
5	R5	4,250	4,063	0,188
6	R6	4,188	4,250	-0,063
7	Re7	4,219	4,125	0,094
8	Re8	4,094	4,156	-0,063
9	Re9	4,00	4,219	-0,219
10	A10	4,344	4,219	0,125
11	A11	4,281	4,188	0,094
12	A12	4,125	4,219	-0,094
13	E13	4,219	4,219	0
14	E14	4,281	4,219	0,063
15	E15	4,125	4,313	-0,188
Rata-Rata		4,177	4,209	-0,031

Rata-rata pengukuran *servqual* yang terlihat pada Tabel 6 meliputi ekspektasi (harapan) dan persepsi (kenyataan) dari responden dibawah ini adalah atribut-atribut pelayanan PT. Pakar Biomedika Indonesia. Penilaian responden terhadap atribut-atribut dikelompokkan dengan menggunakan skala likert. Kuesioner yang disebarakan kemudian diringkas berdasarkan nilai persepsi dan nilai ekspektasi responden terhadap atribut-atribut pelayanan perusahaan. Tabel 6 merupakan nilai Skor *Servqual* dari masing-masing atribut pelayanan PT. Pakar Biomedika Indonesia yang dapat digunakan untuk menentukan *gap*. Dengan mengetahui nilai *gap* skor ada yang bernilai positif dan negatif. Untuk nilai *gap* skor positif menandakan bahwa kualitas dari atribut pelayanan tersebut merupakan kekuatan, sedangkan untuk nilai *gap* skor negatif menandakan bahwa kualitas dari atribut pelayanan tersebut merupakan kelemahan. Serta melihat nilai rata-rata baik dari skor

persepsi dengan menggunakan rumus pada persamaan 1 dan skor ekspektasi dengan menggunakan rumus pada persamaan 2. Terdapat 8 (delapan) nilai *gap* skor negatif pada atribut-atribut pelayanan yang harus mendapatkan perhatian dan perbaikan.

Kualitas Layanan

Dalam menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan dari perusahaan terhadap pelanggan. Menurut Besterfield (Indrayana et al., 2022) dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Kualitas Layanan Jasa (Q)} = \frac{\text{Persepsi(P)}}{\text{Harapan(E)}} \text{ (Persamaan 3)}$$

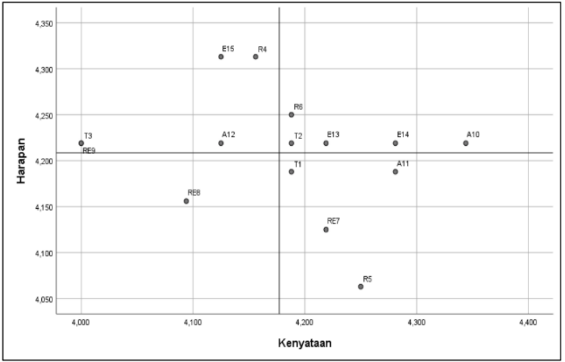
Dari hasil perhitungan tersebut jika $Q \geq 1$, maka kesenjangan atas kualitas pelayanan perusahaan dinyatakan baik. Jika melihat yang ditunjukkan pada tabel 7, maka dimensi *Assurance* memiliki nilai kualitas pelayanan diatas 1 yaitu 1.01. Untuk nilai rata-rata dari perhitungan kualitas pelayanan sebesar 0.99.

Tabel 7. Perhitungan Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi	(P)	(E)	Gap	Q
1.	Tangibles	4,13	4,21	-0,08	0,98
2.	Reliability	4,20	4,21	-0,01	1,00
3.	Responsiveness	4,10	4,17	-0,06	0,99
4.	Assurance	4,25	4,21	0,04	1,01
5.	Emphaty	4,21	4,25	-0,04	0,99
Rata-Rata		4,18	4,21	-0,03	0,99

Importance Performance Analysis (IPA)

Dari hasil perhitungan skor *Servqual* pada tabel 6 untuk nilai persepsi dan nilai harapan akan menjadi nilai *performance* dan *importance* pada matriks *Importance Performance Analysis (IPA)*. Titik perpotongan didapatkan dair nilai rata-rata tingkat harapan dan kenyataan yang ada pada tabel 6, sehingga dapat diketahui kepentingan relatif berbagai atribut terhadap kinerja perusahaan serta produknya (Wijaya, 2011).



Gambar 3. Diagram Kartesius Matrik IPA

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan Matriks IPA pada Gambar 3 di atas, maka dapat dijelaskan atribut yang ada pada masing-masing kuadran tersebut sebagai berikut:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan. Atribut-atribut ini prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan oleh Perusahaan.

Atribut 3 :Kualitas fisik produk

Analisis Kualitas Layanan Terhadap Pelanggan menggunakan Metode *Service Quality (Servqual)* di PT. Pakar Biomedika Indonesia

- Atribut 4 :Konsistensi dan akurasi hasil produk
Atribut 9 :Kemampuan tim dalam menangani situasi darurat terkait pengiriman
Atribut 12 :Rasa aman dan percaya ketika menggunakan produk
Atribut 15 :Rasa puas dengan solusi yang diberikan terkait situasi yang dihadapi

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan dan kinerja pelayanannya sangat memuaskan.

- Atribut 2 :Tampilan fisik dan kemasan produk
Atribut 6 :Ketahanan dan keandalan produk dalam jangka waktu lama
Atribut 10 :Keahlian dan pengetahuan tim terkait produk
Atribut 13 :Kemampuan tim untuk memahami kebutuhan khusus
Atribut 14 :Perhatian dan peduli terhadap masalah yang dihadapi

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut-atribut pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pelayanannya kurang memuaskan.

- Atribut 8 :Tingkat informasi yang diterima mengenai pengiriman

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya memuaskan.

- Atribut 1 :Kelengkapan informasi mengenai spesifikasi produk
Atribut 5 :Kemampuan produk untuk memberikan hasil yang konsisten
Atribut 7 :Kecepatan respon terhadap pertanyaan pelanggan
Atribut 11 :Panduan dan informasi yang diberikan tim untuk penggunaan produk

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengolahan data *Servqual* mengenai Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan di PT. Pakar Biomedika Indonesia, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- Indikator-indikator pada hasil dari Matriks IPA khususnya di Kuadran A yang perlu dilakukan perbaikan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.
 - Kualitas fisik produk.
 - Konsistensi dan akurasi hasil produk.
 - Kemampuan tim dalam menangani situasi darurat terkait pengiriman.
 - Rasa aman dan percaya ketika menggunakan produk.
 - Rasa puas dengan solusi yang diberikan terkait situasi yang dihadapi.

- Usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan yang lebih utama.
 - Melakukan evaluasi yang mendalam terhadap bahan baku dan proses produksi guna memastikan konsistensi kualitas fisik produk.
 - Terus melakukan penelitian dan inovasi untuk meningkatkan ketepatan metode pengujian produk.
 - Melaksanakan analisis terhadap waktu baku produksi menggunakan metode tertentu guna mengidentifikasi peluang peningkatan efisiensi dalam proses produksi dan pengiriman.
 - Meningkatkan keterbukaan informasi seputar produk, termasuk penggunaan bahan dan tahapan produksi, guna memperkuat kepercayaan konsumen.
 - Mengumpulkan umpan balik secara teratur dan menggunakan data tersebut untuk terus meningkatkan solusi yang diberikan dalam menangani situasi konsumen.

Daftar Pustaka

- Arifin, S., Effendi, A., Syahidin, R., & Paramarta, V. (2023). Kualitas Layanan Meningkatkan Kepuasan Pasien Bpjs Rawat Inap RSUD Ratu Aji Putri Botung. *Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen*, 1(2), 83. <https://doi.org/10.32897/jiim.2023.1.2.2240>
- Gulo, M., & Hersusetiyati, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Gaudentia Beauty Centre Bandung. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (DImmensi)*, 3(2), 78. <https://doi.org/10.32897/dimmensi.v3i2.2776>
- Indrayana, M., Kelik Fajar Kusuma, & Jono. (2022). Perbaikan Kualitas Pelayanan Hotel Kartika Chandra dengan Metode *Servqual* Dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Rekayasa Industri (JRI)*, 4(2), 63–79. <https://doi.org/10.37631/jri.v4i2.712>
- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Abdul Khannan, M. S. (2019). Penerapan Metode *Service Quality (Servqual)* Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Opsi*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>
- Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54–57. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279.

Analisis Kualitas Layanan Terhadap Pelanggan
menggunakan Metode *Service Quality (Servqual)*
di PT. Pakar Biomedika Indonesia

- <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
Septiani, Y., Aribbe, E., & Diansyah, R. (2020). ANALISIS KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI AKADEMIK UNIVERSITAS ABDURRAB TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SEVQUAL (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131–143. <https://doi.org/10.36378/jtos.v3i1.560>
- Wibisono, D. (2019). Analisis Kualitas Layanan Pendidikan Menggunakan Matriks Importance Performance Analysis di Sekolah XYZ. *Jurnal Optimasi Teknik Industri*, 1(2), 14–20.
- Widyo Kristantyo, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Bulletin of Management and Business*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.31328/bmb.v2i1.133>
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa : Desain Servqual, QFD, Dan Kano*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:115668680>