

Analisis Kesenjangan Performa Layanan – Harapan Konsumen pada Sebuah Usaha Pangkas Rambut di Malang

Nicko Nur Rakhmaddian¹, Granita Hajar^{2*}, Muhammad Dzulfikar Fauzi³, Desita Nur Rachmaniar⁴, Bunga Pasha Maulidina⁵

^{1,2*,4,5}Program Studi Teknik Logistik, Fakultas Teknologi Elektro & Industri Cerdas, Institut Teknologi Telkom Surabaya, Surabaya, Indonesia

³Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Informasi dan Bisnis, Institut Teknologi Telkom Surabaya, Surabaya, Indonesia

Email: ¹nickonurrahmaddian@ittelkomsby.ac.id, ^{2*}granita@ittelkom-sby.ac.id,

³muhammad.dzulfikar.f@ittelkom-sby.ac.id, ⁴desitanurr@ittelkom-sby.ac.id,

⁵bunGapashamaulidina@student.le.ittelkom-sby.ac.id

Abstract

Mbois Barbershop is MSME that provides hair cutting services and has been affected Covid-19 pandemic. Coinciding with the new-normal era, one way to increase the income Mbois barbershop is generate consumer loyalty. Consumer loyalty can achieve by improving service quality performance. The purpose this research is to analyze Gap between service industry performance and service expectations at Mbois barbershop and determine service improvements for Mbois barbershop. The benefit this research increase consumer loyalty, which can result in an increase the number of consumers. The research stages consist of determining the number samples, collecting questionnaire data, validity, and reliability testing, calculating Gap value, analyzing Cartesian diagrams, and business improvement. A total of 30 samples were used with random sampling method. Validity testing was conducted using Pearson correlation moment method and reliability testing using Cronbach's alpha method. Gap analysis was conducted using Cartesian diagram method and Gap value calculation. The results showed that all physical evidence variables fell into quadrant two, making it a priority for improvement, especially for attributes such as healthier hair after receiving services, cleanliness after haircuts, and no itching after haircuts. The recommended improvements are purchase hair tonic, Haircut Cape, and Neck Paper Tissue. The attributes that need to be reduced from service performance are in quadrant four, which includes the skill workers in handling visitor's requests from the responsiveness variable and the workers' display visitors as priority from the empathy variable. Suggestions for further research include conducting servqual analysis with nine Likert scales to obtain more objective consumer assessment. The suggestion for implementing improvements is to consider the cost of repairs.

Keywords: Gap Analyis, Cartesian Diagram, Servqual, Micro Enterprises

Abstrak

Mbois barbershop adalah UMKM penyedia jasa potong rambut yang terdampak oleh Pandemi Covid-19. Bertepatan pada era new-normal guna meningkatkan pendapatan Mbois barbershop, salah satu caranya dengan menimbulkan loyalitas konsumen.

Loyalitas konsumen dapat ditimbulkan melalui meningkatkan performa kualitas pelayanan. Tujuan penelitian adalah menganalisis Kesenjangan antara Performa layanan industri dengan Harapan Pelayanan (Gap Analisis) pada Mbois barbershop serta menentukan perbaikan pelayanan untuk Mbois barbershop. Manfaat penelitian adalah dapat meningkatkan loyalitas konsumen sehingga jumlah konsumen bertambah. Tahapan penelitian terdiri dari penentuan jumlah sampel, pengumpulan data kuesioner, uji validitas & reliabilitas, menghitung nilai Gap, analisis diagram kartesius, dan solusi perbaikan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30 sampel dengan metode random sampling. untuk uji validitas menggunakan metode Momen Pearson Correlation dan uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's alpha. Gap analisis menggunakan metode diagram kartesius dan perhitungan nilai Gap. Hasil penelitian didapatkan variabel bukti fisik seluruhnya masuk ke kuadran dua sehingga menjadi prioritas perbaikan terlebih atribut rambut lebih sehat setelah mendapat pelayanan, atribut kebersihan konsumen setelah potong rambut, dan atribut setelah potong rambut konsumen tidak ada rasa gatal. Perbaikan yang disarankan adalah melakukan pembelian hair tonic, Cape Pangkas rambut, dan Neck Paper Tissue. untuk atribut yang perlu dikurangi dari performa pelayanan adalah atribut pada kuadran empat yaitu atribut keterampilan pekerja dalam menangani keinginan pengunjung dari variabel responsivenes dan atribut pekerja menampilkan pengunjung sebagai prioritas dari variabel empathy . Saran untuk penelitian berikutnya adalah melakukan analisis servqual dengan sembilan skala likert agar lebih objektif penilaian konsumennya. Saran untuk implementasi perbaikan adalah memperhitungkan biaya perbaikan yang timbul.

Kata Kunci: Kesenjangan Performa layanan - Harapan konsumen, Diagram Kartesius, Servqual, UMKM.

1. PENDAHULUAN

COVID-19 telah berdampak pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk pendidikan, sosial, budaya, dan perekonomian. Di Indonesia, pandemi ini juga berdampak pada sektor perekonomian negara, termasuk pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Bank Mandiri pada April 2020, sekitar 87% UMKM di Indonesia mengalami penurunan omzet pada periode Maret-April 2020 (Wicaksono, 2020). UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008). Data statistik menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia selama pandemi COVID-19. Menurut survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia pada bulan November 2020, sekitar 64,78% dari total jumlah pekerjaan di Indonesia berasal dari sektor UMKM, selain itu, pada tahun 2020, sekitar 15,9 juta UMKM terdampak langsung oleh pandemi COVID-19 (Limanseto, 2022). Dalam situasi pandemi COVID-19, sektor UMKM juga turut terdampak, dan upaya-upaya perbaikan dan pemulihan perekonomian perlu dilakukan untuk mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan UMKM serta mendorong pemulihan ekonomi nasional (Nur, 2022). Salah satu UMKM yang terdampak pandemi Covid-19 adalah UMKM yang bergerak pada bidang jasa pangkas rambut atau barbershop, hal ini dikarenakan Kebijakan pembatasan sosial dan lock down yang diterapkan oleh pemerintah Republik Indonesia dalam mengendalikan penyebaran COVID-19 telah menyebabkan banyak usaha barbershop mengalami penurunan pendapatan yang signifikan (Hidayat & Erianjoni, 2022). Dalam konteks sosial, barbershop juga memiliki peran penting dalam memberikan layanan potongan rambut bagi masyarakat secara nasional dalam konteks memberikan kerapian penampilan

dan kebersihan rambut (Husoen Mansovei, 2021). Pembatasan sosial atau lock down juga mengakibatkan masyarakat susah untuk datang ke tempat pangkas rambut atau barbershop.

Di Jl. Bareng Raya gang 2 RT.06/RW.08, Kelurahan Bareng Raya, Kecamatan Bareng, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur terdapat UMKM yang juga berdampak wabah Covid-19 sehingga mengalami penurunan penjualan. Salah satu UMKM yang terdampak adalah Mbois Barbershop yang bergerak pada bidang jasa pangkas rambut. Mbois Barbershop merupakan UMKM yang berdiri pada bulan Juli tahun 2021. Pada tahun 2022 Mbois Barbershop terjadi fenomena penurunan pemasukan hingga 30% dibandingkan tahun 2021. Jika penurunan penjualan ini dibiarkan akan dapat berdampak pada tutupnya usaha pangkas rambut ini karena Mbois barbershop masih menyewa tempat usaha.

Pada era new normal saat ini merupakan peluang yang bagus untuk meningkatkan pendapatan dari sebuah usaha. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan adalah dengan cara memenuhi kepuasan konsumen (Setiadi, 2021). Jika konsumen merasakan kepuasan dari pelayanan jasa maka akan menimbulkan loyalitas konsumen terhadap produsen jasa (Suja'i & Wafa, 2022). Adanya loyalitas konsumen dapat membuat pemasukan usaha menjadi stabil (Smith & Clark, 2019).

Kualitas pelayanan pada industri jasa dapat diartikan sebagai kemampuan suatu industri jasa dalam memberikan layanan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan (Purwasih, Aden, & Arofah, 2022). Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, seperti peningkatan kepuasan pelanggan, pengembangan loyalitas pelanggan, dan peningkatan reputasi perusahaan (Pratama, Setiawan, Alfian, Sunarni, & Budiarto, 2023). Oleh karena itu, penting bagi suatu UMKM untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dengan baik (Firmansyah, Ismiyah, & Jufriyanto, 2021).

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi menimbulkan loyalitas konsumen akan dilakukan perlu dilakukan analisis pelayanan terlebih dahulu agar diketahui variable dimensi kualitas mana saja yang memerlukan perbaikan (Prasetyawan, 2021). Analisis kualitas ini akan menggunakan metode servqual dengan teknik diagram cartesius, namun sebelum melakukan analisis dengan diagram cartesius akan dilakukan uji validitas, dan uji reliabilitas (Pratiwi & Wardi, 2019). Analisis servqual menggunakan diagram kartesius dipilih karena dapat memberikan gambaran variabel kualitas mana saja yang perlu ditingkatkan performa layanannya, variabel kualitas mana yang perlu dikurangi atau dihilangkan, variabel kualitas mana yang perlu dipertahankan pelayanannya, dan variable kualitas mana yang tidak menjadi prioritas (Zonitra & Prakosa, 2022). Perhitungan nilai Gap pada analisis servqual digunakan untuk mengetahui sejauh mana kesenjangan tersebut terjadi dan menjadi patokan prioritas perbaikan yang harus dilakukan terlebih dahulu jika kesenjangan besar (Pamungkas, 2019).

Dari penjelasan diatas dapat ditarik sebuah tujuan dari penelitian adalah menganalisis kesenjangan antara Performa layanan industri dengan Harapan Pelayanan atau bisa disebut sebagai Gap Analisis pada Mbois barbershop serta menentukan perbaikan pelayanan untuk Mbois barbershop serta menentukan perbaikan pelayanan seperti apa yang perlu dilakukan oleh UMKM Mbois Barbershop. Manfaat penelitian adalah dapat meningkatkan loyalitas konsumen sehingga jumlah konsumen bertambah. Manfaat dari penelitian ini diharapkan melalui saran saran yang telah disampaikan nantinya dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap UMKM Mbois Barbershop sehingga pendapatan akan meningkat dan lebih stabil. Penelitian servqual pada industri jasa saat ini penting untuk dibahas karena dapat menjadi rujukan industri

jasa yang lain terkait inovasi atau perbaikan seperti apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pendapatan di era new-normal saat ini.

2. KAJIAN TEORI

SERVQUAL

Servqual adalah salah satu metode pengukuran kualitas layanan dari sebuah industri jasa. Metode Servqual digunakan untuk mengukur kualitas layanan dengan mengukur selisih antara harapan pelanggan terhadap layanan dan persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan (Yuniar, Arijanto, & Liansari, 2014). Pengukuran dengan metode Servqual, data diambil melalui kuesioner dengan menggunakan skala Likert yang diisi oleh pelanggan dan juga dapat dilakukan dengan wawancara.

Metode Servqual memiliki lima variabel untuk mengukur kualitas layanan pada sebuah organisasi. Kelima variabel tersebut terdiri dari Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy), dan Bukti Fisik (Tangibles) (Jusiani, Fitriani, Sagita, Dewi, & ..., 2021). Berikut ini adalah penjelasan dari kelima variabel tersebut.

1. Tangibles (Bukti Fisik): Dimensi tangibles berkaitan dengan aspek fisik dari layanan, seperti keadaan dan kualitas fasilitas fisik, peralatan, dan bahan-bahan yang digunakan dalam penyediaan layanan. Hal ini juga termasuk penampilan dari staf, serta kemampuan mereka untuk memberikan penjelasan yang jelas dan bermanfaat. Contoh dari dimensi ini termasuk kebersihan ruang layanan, kualitas bahan dan peralatan, serta penampilan staf.
2. Reliability (Keandalan): Dimensi keandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dapat diandalkan dan konsisten. Hal ini termasuk kepercayaan pelanggan bahwa layanan yang dijanjikan akan diberikan sesuai dengan yang diharapkan, seperti waktu layanan, kemampuan staf untuk menyelesaikan tugas dengan benar, dan keandalan sistem informasi.
3. Responsiveness (Ketanggapan): Dimensi responsif berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang cepat dan efektif dalam menanggapi kebutuhan pelanggan. Hal ini termasuk kemampuan perusahaan untuk merespon permintaan dan keluhan pelanggan dengan cepat, serta kesediaan staf untuk membantu pelanggan secara efektif.
4. Assurance (Jaminan): Dimensi jaminan berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan keyakinan dan rasa percaya diri kepada pelanggan terkait dengan kualitas layanan yang diberikan. Hal ini termasuk kemampuan staf untuk memberikan penjelasan yang jelas dan terkait dengan layanan yang diberikan, serta kemampuan mereka untuk menunjukkan bahwa perusahaan benar-benar peduli terhadap kebutuhan pelanggan.
5. Empathy (Empati): Dimensi empati berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menunjukkan perhatian dan kepedulian kepada pelanggan, serta kemampuan mereka untuk memahami dan merespons kebutuhan pelanggan dengan baik. Hal ini termasuk kemampuan staf untuk berkomunikasi dengan baik dan memahami kebutuhan pelanggan, serta kemampuan mereka untuk memahami perasaan pelanggan dan memberikan dukungan yang tepat.

Servqual memiliki andil kepentingan yang besar bagi sebuah industri, terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan atau jasa. Manfaat dari servqual seperti industri dapat memahami kebutuhan pelanggan, industri mengerti tingkat pelayanan ke pelanggan, dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam pelayanan, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memicu timbulnya loyalitas konsumen (Nurwulan, Desrianty, & Fitria, 2014).

Kepuasan pelanggan adalah kondisi ketika pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau organisasi. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan seberapa jauh harapan pelanggan terpenuhi oleh produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan. Jika harapan pelanggan terpenuhi atau bahkan melebihi, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika harapan pelanggan tidak terpenuhi, maka pelanggan akan merasa tidak puas (Prahasta, Risna Aditya, 2017).

Performa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai kinerja atau kualitas aktual dari produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Performa kualitas pelayanan mencerminkan seberapa baik produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan (Rakhmaddian & Partiwi, 2020).

GAP pelayanan jasa adalah perbedaan antara ekspektasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang mereka harapkan dan kualitas performa pelayanan yang sebenarnya mereka terima dari perusahaan. GAP pelayanan jasa ini dapat diidentifikasi metode servqual (Prasetyo & Kusmindari, 2020). Perbedaan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dapat terjadi pada salah satu atau lebih dimensi tersebut, dan dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti kesenjangan antara janji perusahaan dan kenyataan, kurangnya pelatihan karyawan, ketidaktahuan pelanggan, dan lain-lain.

Secara matematis GAP dapat diketahui melalui rumus $I_{kj} = P_{ij} - E_{ij}$. I_{kj} atau konfirmasi kepuasan atau tidak puasnya pengunjung (Wijaya, 2018). Jika bernilai positif maka pengunjung puas terhadap layanan, namun jika negative pengunjung tidak puas terhadap layanan yang diberikan. P_{ij} merupakan performa kualitas pelayanan yang diberikan UMKM ke pengunjung. E_{ij} merupakan harapan konsumen dari layanan yang diberikan oleh UMKM.

3. METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan survei melalui bantuan alat berupa kuesioner. Kuesioner yang digunakan berisi pertanyaan terkait harapan konsumen dan performansi pelayanan UMKM terhadap lima variabel servqual yaitu Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy), dan Bukti Fisik (Tangibles). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengukuran skala likert dimana skala 1 memiliki arti sangat tidak puas, skala 2 memiliki arti tidak puas, skala 3 memiliki arti cukup puas, skala 4 memiliki arti puas, dan skala 5 memiliki arti sangat puas (Nicko Nur Rakhmaddian, Nisa Isrofi, 2020).

Sampel Penelitian

UMKM Mbois Barbersop Buka pada bulan Juli 2021 dengan rata rata pengunjung perbulanya sebanyak 24 konsemen. Penelitian servqual yang dilaksanakan pada artikel ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif dimana ukuran sampel penelitian minimal 10% dari populasi yang ada (Arikunto, 2002). Jumlah populasi dari pelanggan UMKM Mbois Barbershop diketahui berjumlah 293 konsumen pada Juli 2022. Untuk jumlah sampel yang akan digunakan adalah 30 konsumen, sehingga telah memenuhi minimal kebutuhan sample. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling agar semua konsumen dari UMKM memiliki kesempatan yang sama dalam mengisi kuesioner (Sugiyono, 2018). Pengumpulan hasil responden pada bulan Agustus 2022 hingga November 2022 di Kota Malang.

Uji Validasi

Uji validitas (validity test) adalah suatu teknik atau metode pengujian yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen pengukur dapat mengukur apa yang seharusnya diukur, atau sejauh mana instrumen tersebut tepat untuk digunakan dalam tujuan pengukuran tertentu. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen pengukur tersebut memang benar-benar mengukur variabel yang dimaksud dan tidak terjadi bias dalam pengukuran tersebut (Mas'ari, Hamdy, & Safira, 2020).

Pada uji validitas akan dilakukan menggunakan metode Momen Pearson Correlation. Momen Pearson Correlation merupakan metode untuk melakukan validasi dengan cara mengkorelasikan atau menghubungkan antara masing-masing skor atribut dengan skor total yang diperoleh dalam penelitian (Puspasari & Puspita, 2022). Kuesioner dinyatakan valid jika nilai $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$. R-tabel yang didapat sebesar 0,361 dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% dan jumlah sampel untuk per UMKM 30 sampel. Uji validasi pada penelitian ini dibantu menggunakan software SPSS 26. Berikut ini adalah tabel hasil uji validasi UMKM Mbois Barbershop.

Tabel 1. Hasil Uji validasi

UMKM Mbois Barbershop				
Variabel	r-hitung harapan	keterangan	r-hitung performa	keterangan
E1	0,546	valid	0,803	valid
E2	0,368	valid	0,362	valid
RS1	0,369	valid	0,786	valid
RS2	0,369	valid	0,446	valid
RL1	0,364	valid	0,711	valid
RL2	0,366	valid	0,817	valid
RL3	0,368	valid	0,634	valid
A1	0,380	valid	0,829	valid
A2	0,362	valid	0,887	valid
A3	0,371	valid	0,743	valid
A4	0,363	valid	0,814	valid
A5	0,362	valid	0,903	valid
T1	0,361	valid	0,469	valid
T2	0,362	valid	0,361	valid
T3	0,379	valid	0,409	valid
T4	0,427	valid	0,498	valid
T5	0,367	valid	0,698	valid
T6	0,371	valid	0,388	valid
T7	0,363	valid	0,457	valid
T8	0,362	valid	0,731	valid
T9	0,363	valid	0,382	valid
T10	0,533	valid	0,369	valid

Dapat diketahui bahwa seluruh pertanyaan melebihi nilai r-tabel sehingga sehingga tidak ada pertanyaan yang tidak valid dari kuesioner yang diberikan kepada konsumen UMKM Mbois Barbershop. Pada tahap berikutnya akan dilaksanakan uji reliabilitas.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (reliability test) adalah suatu teknik atau metode pengujian yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen pengukur atau alat ukur dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten atau stabil pada saat pengukuran dilakukan ulang pada waktu yang berbeda dengan kondisi yang sama atau serupa (Prayoga, Riza Akhsani Setyo. Rakhmaddian, 2022). Dalam pengukuran, reliabilitas sangat penting karena jika hasil pengukuran tidak konsisten atau stabil, maka hasil tersebut tidak dapat diandalkan atau reliabel

Pada uji reliabilitas kuesioner penelitian menggunakan metode Cronbach's Alpha. Metode Cronbach's alpha menghitung koefisien reliabilitas berdasarkan korelasi antara setiap item dalam instrumen pengukur. Koefisien reliabilitas yang dihasilkan dapat berkisar dari 0 hingga 1 (Wang, Lew, Lau, & Leow, 2019). Semakin tinggi koefisien reliabilitas, maka semakin tinggi pula tingkat konsistensi atau stabilitas hasil pengukuran. Uji ini berfungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi dari pelanggan terhadap variabel yang ada. Kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai hitung Cronbach's Alpha \geq nilai tabel Cronbach's Alpha yang sudah ditetapkan yaitu besar 0,6 untuk jumlah sampel sebesar 30. Berikut ini adalah rekap dari hasil uji Reliabilitas kuesioner dari UMKM Mbois Barbershop.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

UMKM	nilai hitung Cronbach's Alpha	keterangan
Harapan UMKM Mbois Barbershop	0,664	reliabel
Performa UMKM Mbois Barbershop	0,913	reliabel

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa nilai hitung dari Cronbach's Alpha lebih besar dibandingkan 0,6 sehingga sehingga semua pertanyaan lolos uji reliabilitas. Dapat disimpulkan bahawa semua pertanyaan telah lulus uji reliabilitas.

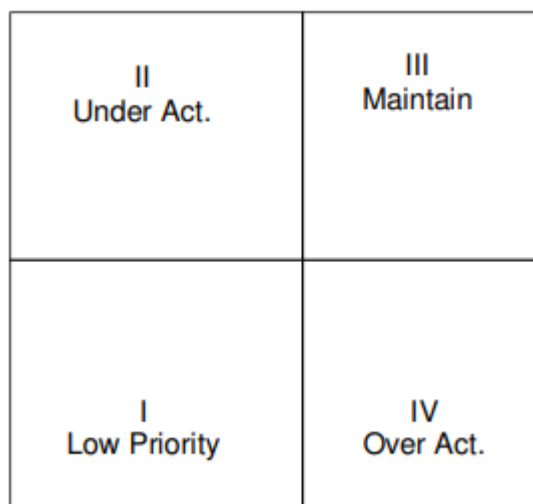
Analisis Diagram Kartesius Servqual

Analisis Diagram Kartesius (Cartesian Diagram Analysis) adalah sebuah metode analisis yang digunakan untuk menganalisis hasil survei kepuasan pelanggan menggunakan skala Servqual. Metode ini menggambarkan hubungan antara tingkat harapan pelanggan terhadap performa setiap dimensi kualitas layanan yang diberikan perusahaan (GASPERSZ, 1997).

Analisis Diagram Kartesius dilakukan dengan menggambar diagram kartesius yang terdiri dari sumbu X dan sumbu Y. Sumbu X mewakili performa setiap dimensi kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, sedangkan sumbu Y mewakili tingkat harapan pelanggan.

Tingkat harapan pelanggan diukur dengan mengajukan pertanyaan tentang keinginan pelanggan terhadap setiap dimensi kualitas layanan yang diukur. Sedangkan performa kualitas pelayanan diukur dengan mengajukan pertanyaan tentang kinerja atau performa layanan yang diberikan oleh organisasi dalam setiap dimensi kualitas layanan yang sama.

Dalam Analisis Diagram Kartesius, hasil survei dituangkan ke dalam diagram kartesius untuk melihat hubungan antara tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan pelanggan terhadap performa setiap dimensi kualitas layanan yang diukur. Berikut ini adalah ilustrasi dari diagram kartesius pada servqual.



Gambar 1. Ilustrasi empat kuadran diagram Kartesius
Sumber : Gaspersz, 1997

Dalam Analisis Diagram Kartesius, terdapat empat kuadran. Berikut ini adalah penjelasan dari keempat kuadran Diagram Kartesius:

- Kuadran II (Under Act): dimensi kualitas layanan yang memiliki tingkat harapan konsumen tinggi dan tingkat performa pelayanan industri rendah. Kuadran ini menunjukkan bahwa organisasi perlu memberikan perbaikan dalam dimensi kualitas layanan yang diukur untuk memenuhi ekspektasi pelanggan.
- Kuadran I (Low Priority): dimensi kualitas layanan yang memiliki tingkat harapan konsumen rendah dan performa pelayanan industri rendah. Kuadran ini menunjukkan bahwa organisasi dapat mengurangi sumber daya yang digunakan dalam dimensi kualitas layanan yang diukur karena tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan rendah.
- Kuadran IV (Over Act.): dimensi kualitas layanan yang memiliki tingkat harapan konsumen rendah dan performa pelayanan industri tinggi. Kuadran ini menunjukkan bahwa organisasi dapat mengurangi sumber daya yang digunakan dalam dimensi kualitas layanan yang diukur karena tingkat kepentingan rendah.
- Kuadran III (Maintain): dimensi kualitas layanan yang memiliki tingkat harapan konsumen tinggi dan tingkat performa pelayanan industri tinggi. Kuadran ini menunjukkan bahwa organisasi telah memenuhi ekspektasi pelanggan dalam dimensi kualitas layanan yang diukur.

Dengan melakukan Analisis Diagram Kartesius, organisasi dapat mengidentifikasi dimensi kualitas layanan yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Rekap Kuesioner Dan Perhitungan GAP

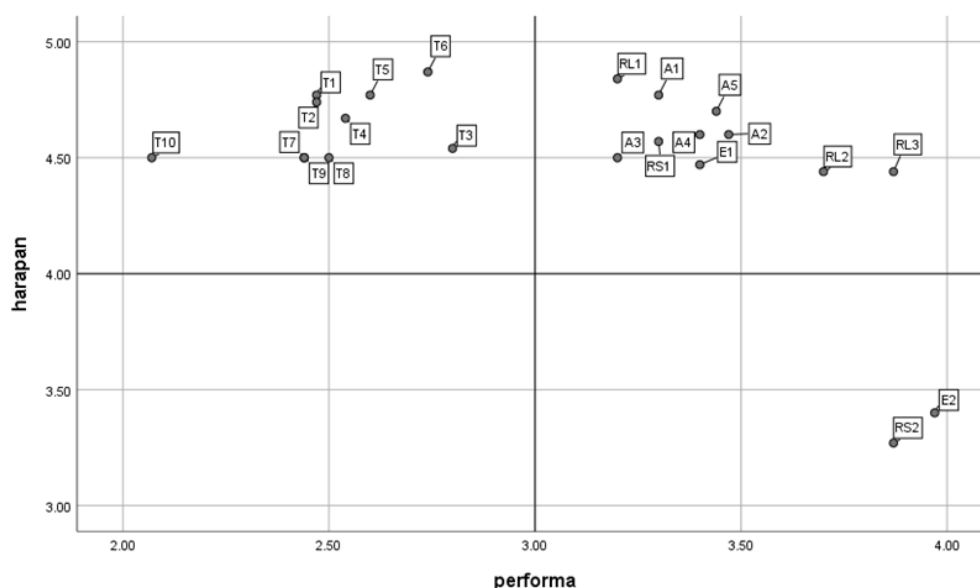
Dari hasil kuesioner yang telah disebarkan dan memperoleh respon dari konsumen UMKM Mbois Barbershop dilakukan perhitungan rata rata dari harapan dan performa UMKM Mbois Barbershop berdasarkan pendapat pengunjung. Dari rata-rata tersebut juga akan didapatkan nilai rata-rata Gap dari setiap dimensi pelayanan. Berikut ini adalah tabel 3 yang berisi rata rata harapan dan performa kualitas layanan UMKM Mbois Barbershop.

Tabel 3. Rata rata harapan konsumen dan performa pelayanan UMKM Mbois Barbershop

Kode	Variabel kuesioner UMKM Mbois Barbershop	Rata Harapan	Rata-Rata performa	GAP
		Eij	Pij	Ikj = Pij - Eij
	empathy (empati)			
E1	pekerja dapat mengetahui kebutuhan pengunjung	4,47	3,4	-1,07
E2	pekerja menampilkan pengunjung sebagai prioritas	3,4	3,97	0,57
	responsiveness (ketanggapan)			
RS1	kecepatan pekerja dalam merespon pelinggga	4,57	3,3	-1,27
RS2	keterampilan pekerja dalam menangani keinginan pengunjung	3,27	3,87	0,6
	reliability (keandalan)			
RL1	pekerja selalu siap melayani konsumen	4,84	3,2	-1,64
RL2	kemudahan dalam mendapatkan layanan	4,44	3,7	-0,74
RL3	seluruh pelayanan yang ditawarkan dapat dilayani	4,44	3,87	-0,57
	assurance (jaminan)			
A1	data privasi pelanggan terjaga	4,77	3,3	-1,47
A2	pekerja memiliki kemampuan memberikan pelayanan	4,6	3,47	-1,13
A3	pelanggan merasa percaya dengan kualitas pelayanan	4,5	3,2	-1,3
A4	citra UKM baik di masyarakat	4,6	3,4	-1,2
A5	penyampaian pekerja dalam menerangkan pelayanan	4,7	3,44	-1,26
	tangible (bukti fisik)			
T1	kebersihan konsumen setelah potong rambut	4,77	2,47	-2,3
T2	setelah potong rambut konsumen tidak ada rasa gatal	4,74	2,47	-2,27
T3	mesin cukur memiliki getaran yang halus	4,54	2,8	-1,74
T4	hasil degradasi potongan sangat detail	4,67	2,54	-2,13
T5	hasil styling tahan lama	4,77	2,6	-2,17
T6	hasil potong rambut bagian atas detail	4,87	2,74	-2,13
T7	semprotan air lembut	4,5	2,44	-2,06
T8	hasil cukuran sangat halus	4,5	2,5	-2
T9	handuk yang digunakan memadai	4,5	2,44	-2,06
T10	rambut lebih sehat setelah mendapat pelayanan	4,5	2,07	-2,43

Analisis Diagram Cartesius

Untuk analisis diagram kartesius menggunakan bantuan software SPSS 26. Berikut ini merupakan hasil analisis Diagram Kartesius Servqual pada UMKM Mbois Barbershop yang dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Analisis Diagram Kartesius UMKM Mbois Barbershop

Solusi Permasalahan Dan Urutan Prioritas Perbaikan

Dapat diketahui bahwa hasil persebaran data pada diagram kartesius variabel yang krusial untuk ditangani ada variabel yang menempati posisi Kuadran II (Under Act), karena pada kuadran ini performansi pelayanan rendah sedangkan harapan konsumen tinggi. Dimensi kualitas yang menempati kuadran dua adalah atribut tangible (bukti fisik) pada pertanyaan ke 1 hingga ke 10. Untuk membantu permasalahan pada kuadran II maka kami rekomendasikan untuk memberikan bantuan berupa peralatan agar meningkatkan performa pelayanan UMKM Barbershop. Pada tabel empat berikut ini adalah cara penyelesaian dari atribut tangible yang masuk pada kuadran dua.

Tabel 4. Tabel solusi permasalahan pada kuadran kedua

Prioritas	Kode	variabel	solusi	jumlah item	GAP
1	T10	rambut lebih sehat setelah potong rambut	pembelian Hair Tonic 200 ml	3	-2,43
2	T1	kebersihan konsumen setelah potong rambut	pembelian Cape Pangkas rambut	1	-2,3
3	T2	setelah potong rambut tidak ada rasa gatal	pembelian Neck Paper Tissue	3	-2,27
4	T5	hasil styling tahan lama	pembelian Pomade	3	-2,17
5	T4	hasil degradasi potongan sangat detail	pembelian trimmer detailer	1	-2,13
			pembelian cliper dengan baterai	1	-2,13
6	T6	hasil potong rambut bagian atas detail	pembelian sisir over comb	1	-2,13
			pembelian Gunting Potong 4 inchi	1	-2,13

Prioritas	Kode	variabel	solusi	jumlah item	GAP
7	T7	semprotan air lembut	pembelian alat Sprayer Rambut 200 ml	1	-2,06
8	T9	handuk yang digunakan memadai	pembelian Handuk Leher	5	-2,06
9	T8	hasil cukuran sangat halus	pembelian alat Shaver	1	-2
10	T3	mesin cukur memiliki getaran yang halus	pembelian minyak Pelumas Clipper 250 ml	1	-1,74

Pada tabel 4 selain di tuliskan solusi pada tiap atribut di variable tangible juga telah diurutkan berdasarkan prioritas implementasi solusi untuk perbaikan pelayanan. Urutan prioritas berdasarkan pada nilai GAP terkecil yaitu yang paling krusial adalah atribut T10 kemudian T1 lalu T2 dan seterusnya hingga T3. Penentuan prioritas ini dirasa penting karena pemilik UMKM memiliki kesempatan kecil untuk melakukan keseluruhan perbaikan. Dari penelitian ini didapatkan tiga prioritas utama dalam perbaikan pelayanan pada UMKM Mbois barbershop yaitu di variable tangible pada atribut T10 (rambut lebih sehat setelah mendapat pelayanan), T1 (kebersihan konsumen setelah potong rambut), dan T2 (setelah potong rambut konsumen tidak ada rasa gatal).

Perbaikan yang disarankan adalah dengan melakukan pembelian hair tonic untuk atribut rambut lebih sehat setelah mendapat pelayanan, pembelian Cape Pangkas rambut untuk atribut kebersihan konsumen setelah potong rambut, dan pembelian Neck Paper Tissue untuk atribut setelah potong rambut konsumen tidak ada rasa gatal. untuk atribut yang perlu di kurangi dari performa pelayanan adalah atribut yang ada pada kuadran empat yaitu atribut keterampilan pekerja dalam menangani keinginan pengunjung dari variabel responsiveness dan atribut pekerja menampilkan pengunjung sebagai prioritas dari variabel empathy. Atribut yang perlu dipertahankan dalam pelayanan Mbois Barbershop adalah atribut atribut yang masuk pada kuadran dua.

5. PENUTUP

Kesimpulan dari penelitian ini adalah seluruh variabel tangible masuk dalam kuadran kedua sehingga sangat penting untuk segera diperbaiki karena pada kuadran kedua adalah kuadran yang memiliki tingkat harapan dari konsumen tinggi namun performa kualitas pelayanan yang diberikan UMKM rendah. Pada dimensi tangible terdapat tiga atribut yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan yaitu T10 (rambut lebih sehat setelah mendapat pelayanan), T1 (kebersihan konsumen setelah potong rambut), dan T2 (setelah potong rambut konsumen tidak ada rasa gatal). Perbaikan yang disarankan adalah dengan melakukan pembelian hair tonic untuk atribut rambut lebih sehat setelah mendapat pelayanan, pembelian Cape Pangkas rambut untuk atribut kebersihan konsumen setelah potong rambut, dan pembelian Neck Paper Tissue untuk atribut setelah potong rambut konsumen tidak ada rasa gatal. untuk atribut yang perlu di kurangi dari performa pelayanan adalah atribut yang ada pada kuadran empat yaitu atribut keterampilan pekerja dalam menangani keinginan pengunjung dari variabel responsiveness dan atribut pekerja menampilkan pengunjung sebagai prioritas dari variabel empathy. Atribut dan variable yang perlu dipertahankan dalam pelayanan Mbois Barbershop adalah atribut atribut yang masuk pada kuadran dua.

Saran untuk penelitian berikutnya adalah dengan melakukan analisis serqual menggunakan Sembilan sekala linkert agar persepsi konsumen lebih objektif dan

terukur. Saran untuk implementasi perbaikan adalah setelah menerapkan tiga prioritas utama maka dapat dilanjutkan untuk memperbaiki prioritas perbaikan keempat hingga ke sepuluh dengan memperhitungkan biaya perbaikan.

6. DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Pt. Rineka Cipta.
- Firmansyah, A. F., Ismiyah, E., & Jufriyanto, M. (2021). Barbershop Dengan Menggunakan Metode Service Quality Dan Quality Function Deployment. *Jurnal Rekayasa Sistem Industr*, 7(1), 6–12.
- Gaspersz, V. (1997). *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hidayat, T., & Erianjoni, E. (2022). Resiliensi Sektor Jasa Pangkas Rambut Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Air Tawar Barat. *Jurnal Perspektif*, 5(3), 384–393. <https://doi.org/10.24036/Perspektif.V5i3.638>
- Husoen Mansovei. (2021). *Perancangan Bisnis Model Barbershop Berkelanjutan (Studi Kasus Unick Barbershop Yogyakarta)*. Universitas Islam Indonesia.
- Jusiani, N. W. A., Fitriani, N. P. R., Sagita, P. B., Dewi, N., & ... (2021). Analisis Kualitas Jasa Pengiriman Barang Menggunakan Metode Servqual Di Pt. Peln Cabang Ambon. *Simdos.Unud.Ac.Id*, 1(November), 1278–1286.
- Limanseto, H. (2022). Perkembangan Umkm Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Retrieved April 28, 2023, From Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Website: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/Perkembangan-Umkm-Sebagai-Critical-Engine-Perekonomian-Nasional-Terus-Mendapatkan-Dukungan-Pemerintah>
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79. <https://doi.org/10.24014/Jti.V5i2.8997>
- Nicko Nur Rakhmaddian, Nisa Isrofi, G. H. (2020). Pengukuran Kepuasan Mahasiswa Terhadap E-Learning Institut Teknologi Telkom Surabaya Berdasar Kriteria. *Manajemen Industri*, 372–377. Retrieved From <https://jurnal.poltekapp.ac.id/index.php/snmip/article/view/924>
- Nur, N. (2022). Pengaruh Marketing Mix Umkm X Di Surabaya Pada Era Pandemic Covid-19. *Juminten*, 1(3).
- Nurwulan, F. A., Desrianty, A., & Fitria, L. (2014). Analisis Pelayanan Jasa Pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Dki Jakarta Dengan Menggunakan Metode Service Quality. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 02(01), 435–447. Retrieved From <https://ejurnal.itenas.ac.id/index.php/rekaintegra/article/view/525>
- Pamungkas, R. P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Arfa Barbershop Di Yogyakarta Skripsi. *Molecules*,

- 9(1), 148–162. Retrieved From <Http://Jurnal.Globalhealthsciencegroup.Com/Index.Php/Jppp/Article/Download/83/65%0ahttp://Www.Embase.Com/Search/Results?Subaction=Viewrecord&From=Export&Id=L603546864%5cnhttp://Dx.Doi.Org/10.1155/2015/420723%0ahttp://Link.Springer.Com/10.1007/978-3-319-76>
- Prahasta, Risna Aditya, R. Y. E. D. H. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Kesehatan Rawat Inap Dengan Menggunakan Metode Service Quality (Servqual). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Industri*, 5(9), 1832–1841.
- Prasetyawan, C. (2021). Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Pelayanan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Pelanggan Goodboy Barbershop Ponorogo). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(4), 276. <https://doi.org/10.54144/jadbis.V9i4.6361>
- Prasetyo, C. H., & Kusmindari, D. (2020). Analisis Gap Di Pt . Bank Mandiri (Persero) Tbk . Dengan. *Bina Darma ...*, Vol.2 No.1, 612–624. Retrieved From <https://conference.binadarma.ac.id/index.php/bdces/article/view/1391%0ahttps://conference.binadarma.ac.id/index.php/bdces/article/download/1391/612>
- Pratama, Y. D., Setiawan, H., Alfian, A., Sunarni, T., & Budiarto, D. (2023). Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan (Services Quality) Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Potong Rambut (Barbershop) Di Palembang. *Jurnal Tekno*, 19(2), 116–128. <https://doi.org/10.33557/jtekn.V19i2.2130>
- Pratiwi, D. R., & Wardi, Y. (2019). The Influence Of Brand Personality, Service Quality, And Store Atmosphere Toward Repurchase Intention Ethic Barbershop Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(01), 1–7.
- Prayoga, Riza Akhsani Setyo. Rakhmaddian, N. N. (2022). *Perkembangan Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Money*. (2018), 1–10. <https://doi.org/10.29407/jae.V7i1.17110>
- Purwasih, R., Aden, A., & Arofah, I. (2022). Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa). *Jurnal Rekayasa Industri (Jri)*, 4(1), 7–10. <https://doi.org/10.55719/mv.V4i1.308>
- Puspasari, H., & Puspita, W. (2022). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan Dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 65. <https://doi.org/10.26630/jk.V13i1.2814>
- Rakhmaddian, N. N., & Partiw, S. G. (2020). *Implementasi Sun Tzu The Art Of War Pada Business Model Canvas Pada Objek Wisata Selfie* (R. A. Pratiwi, Ed.). <https://doi.org/9786329205010>
- Setiadi, A. R. (2021). Determinan Strategi Pelayanan Era New Normal Terhadap Loyalitas Konsumen Implikasi Pada Meningkatnya Hasil Penjualan (Studi Empiris Pada Ojek Online & Ukm Kota Depok) Arip. *Humanis*, 1(2), 226–239.
- Smith, J. G., & Clark, F. E. (2019). Principles Of Marketing. In *The Economic* (17th Ed., Vol. 38). <https://doi.org/10.2307/2224326>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Suja'i, I. S., & Wafa, F. H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Nextgrow Barbershop Di Desa Pandean Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(1), 163–173. Retrieved From <https://katadata.co.id/Berita/2020/01/06/Baru-83-Peserta-Bpjs-Kesehatan-Per-Akhir-2019->
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*. (1).
- Wang, L. Y. K., Lew, S. L., Lau, S. H., & Leow, M. C. (2019). Usability Factors Predicting Continuance Of Intention To Use Cloud E-Learning Application. *Heliyon*, 5(6), E01788. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.E01788>
- Wicaksono, T. Y. (2020). Sektor Umkm Lebih Adaptif Hadapi Pandemi. Retrieved April 28, 2023, From Mandiri Institute Website: <https://bankmandiri.co.id/en/news-detail?primarykey=47753943&backurl=/web/guest/news>
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa : Desain Servqual, Qfd, Dan Kano* (2nd Ed.; B. Sarwiji, Ed.). Jakarta: Pt Indeks.
- Yuniar, S. S., Arijanto, S., & Liansari, G. P. (2014). Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Berdasarkan Hasil Pengukuran Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Di Pt.X*. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 02(02), 98–109. Retrieved From <https://ejurnal.itenas.ac.id/rekaintegra/article>
- Zonitra, E., & Prakosa, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Barbershop Di Yogyakarta. *Upy Business And Management Journal (Ubmj)*, 1(1), 32–36. <https://doi.org/10.31316/ubmj.v1i1.2257>