



STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN MENGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE* *ANALYSIS* PADA KIMIA FARMA APOTEK 067 JEMBER

*Strategy For Improving Quality of Service Using Importance Performance Analysis Method
At Chemical Farma Apotek 067 Jember*

^{1*)}Elen Yolana, ^{2*)}Rahmat Agus Santoso

^{1,2)} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Gresik.

*Email: ¹⁾yolanaelen@gmail.com, ²⁾ra_santoso@umg.ac.id

*Correspondence: yolanaelen@gmail.com

DOI:

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Penjualan Kimia Farma Apotek 067 Jember yang semakin menurun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai kualitas pelayanan di Apotek Kimia Farma dalam rangka merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan bagaimana kualitas layanan di Apotek Kimia Farma Jember. Untuk Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan lima dimensi kualitas Tjipto, antara lain: berwujud, daya tanggap, keandalan, jaminan, dan yang terakhir adalah empati. Populasi sampel penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kimia Farma Apotek dihadapi selama masa penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah non probability samples atau non statistic.

Histori Artikel:

Diajukan:
15/11/2021

Diterima:
17/11/2021

Diterbitkan:
24/01/2022

Kata kunci: Strategi; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This research was motivated by the declining sales of Kimia Farma Apotek 067 Jember. The purpose of this study was to assess the quality of service at Kimia Farma Pharmacy in order to formulate the right strategy to improve the quality of service at Kimia Farma Pharmacy Jember. responsiveness, reliability, assurance, and finally empathy. The sample population of this study were all of Kimia Farma Apotek's customers during the research period. The samples in this study are non-probability samples or non-statistics.

Keywords: Strategy; Service quality; Customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Pesatnya persaingan di dunia usaha setiap waktu terus meningkat, perkembangan teknologi yang begitu cepat serta perubahan sosial yang ada, menyebabkan keputusan dan pola pikir yang dilakukan oleh para konsumen/pelanggan menjadi dinamis dan lebih selektif dalam pemilihan kualitas jasa yang ditawarkan oleh para pelaku bisnis. Begitu juga dengan industry layanan kesehatan salah satunya adalah Apotek, apotek adalah tempat dilaksanakannya pekerjaan kefarmasian mempunyai peran penting sebagai tempat untuk memperoleh informasi tentang obat. Pelayanan kefarmasian semakin berkembang, tidak terbatas hanya pada penyiapan obat dan penyerahan obat pada pelanggan, tetapi

perlu melakukan interaksi atau komunikasi dengan pelanggan, dengan melaksanakan pelayanan secara menyeluruh oleh tenaga farmasi.

PT. Kimia Farma Apotek yang merupakan anak perusahaan PT. Kimia Farma (Persero) Tbk. yang bergerak di bidang retail farmasi dengan jumlah apotek mencapai 1.266 apotek yang tersebar di seluruh Indonesia, yang mempunyai visi yaitu “Menjadi Perusahaan Jaringan Layanan Kesehatan yang Terkemuka dan Mampu Memberikan Solusi Kesehatan Masyarakat di Indonesia” dengan visi ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam layanan kesehatan dengan memberikan layanan prima (*service excellence*) dalam satu tempat atau dikenal dengan istilah “*One Stop Healthcare Solution*” dan mampu *Sustainable Competitive Advantage*. Untuk menjaga loyalitas konsumen, maka kepuasan pelanggan perlu dipertahankan dan ditingkatkan karena ketatnya persaingan mengingat bahwa jumlah apotek peasaing lain yang cukup banyak, maka konsumen dapat dengan mudah berpindah ke apotek lain. Sesuai dengan pendapat Kotler (dalam (Boroallo, 2013)), bahwa pelanggan yang hanya merasa puas dapat berubah pikiran bila mendapatkan tawaran yang lebih baik. Jadi Tujuan dari Penelitian ini adalah bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui strategi serta arahan yang sesuai untuk peningkatan kualitas pelayanan di Kimia Farma Apotek 067 Jember.

Menurut (Keller, 2012), Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan konsumen adalah hal yang menentukan keberhasilan ataupun kegagalan sebuah perusahaan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2010), pengukuran kepuasan pelanggan dalam metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu: *Dictly Reported Satisfaction*, *Derived Satisfaction*, *Problem Analysis* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Kepuasan dapat diteliti dengan mengidentifikasi 5 dimensi antara lain yaitu *Tangible* (Bukti Fisik), *Emphaty* (Empati), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Reability* (Kehandalan) dan *Assurance* (Jaminan) (Tjiptono & Chandra, 2011).

Alasan Utama dari penulis memilih 5 dimensi kualitas pelayanan dari Tjipto karena Teori tersebut sudah mampu untuk mewakili pengukuran dari keseluruhan dimensi kualitas pelayanan itu sendiri.

METODE

Dalam Penelitian ini penulis menggunakan 2 variabel yang diwakili oleh X dan Y, dimana X adalah tingkat kinerja Kimia Farma Apotek 067 Jember sedangkan Y merupakan tingkat Kepentingan/harapan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif (Sugiyono, 2016). Populasi menurut (Sugiyono, 2012) diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau sumber yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya dan populasi dari penelitian ini adalah konsumen/pelanggan yang melakukan pembelian obat di Kimia Farma Apotek 067 Jember.

Pada penelitian ini, penulis tidak memiliki informasi mengenai besarnya populasi pelanggan Apotek Kimia Farma 067 Jember, sehingga penulis tidak memiliki sampling frame untuk dapat menentukan jumlah populasi dengan metode statistic (Ferdinand, 2006). Dikarenakan keterbatasan hal tersebut maka untuk menentukan jumlah sampel penulis melakukan dengan cara non probability samples atau non statistic pada setiap pengunjung yang datang di Apotek Kimia Farma 067 Jember.

Untuk Teknik dari pengumpulan data dalam penelitian ini penulis menggunakan kuisisioner sebagai metode pengumpulan data dan tipe pertanyaan dalam kuisisioner ini adalah pertanyaan tertutup (Sekaran, 2006). Skala jawaban responden atas pertanyaan penelitian berada pada rentang 1 – 5 mulai

dari sangat baik sampai dengan sangat tidak baik. Kemudian untuk metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

Berikut adalah pengkategorisasiannya:

1. Kelas Tertinggi = 5
Kelas Terendah = 1
Nilai = $100\% : 5 = 20\%$
2. Lebar dari Interval = Jarak Pengukuran : Jumlah Kelas (x) 20%
 $= 4 : 5 \times 20\%$
 $= 16\%$

Tabel 1
Perhitungan Kategorisasi

No	Nilai	Kepuasan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1	20,1 – 36 %	Sangat Rendah	Sangat Rendah	Sangat Rendah
2	36,1 – 52 %	Rendah	Rendah	Rendah
3	52,1 – 68 %	Sedang	Sedang	Sedang
4	68,1 – 84 %	Tinggi	Tinggi	Tinggi
5	84,1 – 100 %	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

Adapun untuk rumus yang di pakai:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Penjabaran:

Tki = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Skor Penilaian Kinerja Kimia Farma Apotek 067 Jember

Yi = Skor Penilaian Kepentingan Pelanggan

Tabel 2
Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan

No	Atribut Pengukuran	Skor		Tki
		Kinerja	Harapan	
1	Atribut Pengukuran 1	Xn1	Yn1	$Xn1 / Yn1 \times 100\%$
2	Atribut Pengukuran 2	Xn2	Yn2	$Xn2 / Yn2 \times 100\%$
3	Atribut Pengukuran 3	Xn3	Yn3	$Xn3 / Yn3 \times 100\%$
4	Atribut Pengukuran 4	Xn4	Yn4	$Xn4 / Yn4 \times 100\%$
N	Atribut Pengukuran n	Xnn	Ynn	$Xnn / Ynn \times 100\%$

Langkah selanjutnya yaitu untuk sumbu mendatar (x) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (y) akan diisi oleh skor tingkat dari harapan. Berikut penyederhanaan rumus dari atribut – atribut diatas sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Penjelasan:

\bar{X} = Skor Rata – Rata Tingkat Kinerja

\bar{Y} = Skor Rata – Rata Tingkat Harapan

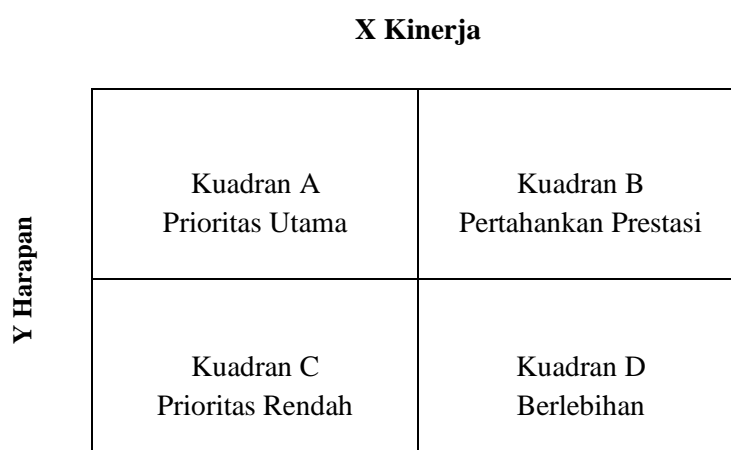
N = Sampel

Diagram kartesius merupakan diagram yang terdiri dari empat bagian yang di batasi oleh garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (x,y) yang dimana x merupakan rata – rata dari rata – rata skor tingkat kinerja dari seluruh factor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Keterangan:

K = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Setelah hasilnya diketahui kemudian hasil – hasil tersebut dipetakan kedalam diagram kartesius sesuai gambar di bawah ini:



Gambar 1
Diagram Kartesius

Berikut ini adalah penjelasan dari masing – masing kuadran di atas:

1. Prioritas Utama
Pada kuadran ini dinilai kinerja perusahaan belum memuaskan sehingga perusahaan perlu untuk berkonsentrasi meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.
2. Pertahankan Prestasi

Pada kuadran ini perusahaan sudah menjalankan kinerjanya dengan baik sehingga perusahaan wajib mempertahankan prestasi tersebut.

3. Prioritas Rendah

Pada kuadran ini kinerja yang rendah dan tidak terlalu diharapkan pelanggan sehingga perusahaan tidak perlu untuk memberi perhatian khusus / lebih pada atribut tersebut.

4. Berlebihan

Pada kuadran ini terdapat atribut yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan atau konsumen sehingga sebaiknya perusahaan lebih mengalokasikan perhatiannya kepada factor / atribut lain yang memiliki prioritas lebih tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Importance-Performance Analysis

Pada bagian ini akan disajikan mengenai perhitungan rata-rata dari rata-rata penilaian pelaksanaan/kinerja (y) dengan tingkat kepentingan/harapan (x) dari kelima dimensi kualitas pelayanan PT Kimia Farma Apotek Jember yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 9 dibawah ini:

Tabel 3
Perhitungan Rata-Rata Dari Rata-Rata Penilaian Kinerja Dengan Harapan Pada Kelima Dimensi Kualitas Pelayanan

	Kinerja	Kepentingan	X	Y	Tki	Kuadran
Tangibles						
Tang1	70	96	3.5	4.8	72.9%	A
Tang2	73	96	3.65	4.8	76%	A
Tang3	73	100	3.65	5	73%	A
Tang4	81	99	4.05	4.95	81.8%	B
Tang5	83	88	4.15	4.4	94%	D
Tang6	78	90	3.9	4.5	86%	C
Rata – Rata			3.8	4.9	80%	
Reability						
Reli 1	81	90	4.05	4.5	90%	D
Reli 2	80	89	4	4.45	89.8%	D
Reli 3	66	95	3.3	4.75	69%	A
Reli 4	79	94	3.95	4.7	84%	B
Rata – Rata			3.8	4.6	83%	
Responsive						
Resp1	78	85	3.9	4.25	91.7%	C
Resp2	78	87	3.9	4.35	89.6%	C
Rata – Rata			3.9	4.3	90%	
Assurance						
Ass1	84	91	4.2	4.55	92%	D

Ass2	87	91	4.35	4.55	95.6%	D
Ass3	87	91	4.35	4.55	95.6%	D
Ass4	87	91	4.35	4.55	95.6%	D
Rata – Rata			4.3	4.6	94%	
Empaty						
Emp1	81	90	4.05	4.5	90%	D
Emp2	78	90	3.9	4.5	86.6%	C
Emp3	79	89	3.95	4.45	88.7%	D
Emp4	76	94	3.8	4.7	80.8%	A
Rata – Rata			3.9	4.5	85%	

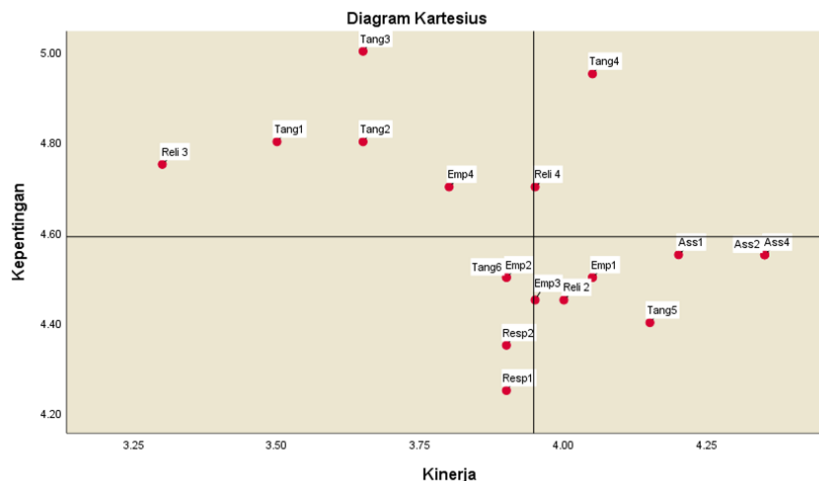
Tabel 3 menggambarkan kondisi dari masing-masing indicator setiap dimensi kualitas pelayanan PT Kimia Farma Apotek 067 Jember.

Tabel 4
Perhitungan Tingkat Kesesuaian Antara Harapan dan Kinerja Atas Kelima Dimensi Kualitas Pelayanan

No	Harapan	Kinerja	Tki
<i>Tangible</i>	99.20%	76.30%	80.00%
<i>Reliability</i>	92.00%	76.50%	83.00%
<i>Responsiveness</i>	86.00%	78.00%	90.00%
<i>Assurance</i>	91.00%	86.25%	94.00%
<i>Empathy</i>	90.75%	78.50%	85.00%
Rata-rata	91.79%	79.11%	86.40%

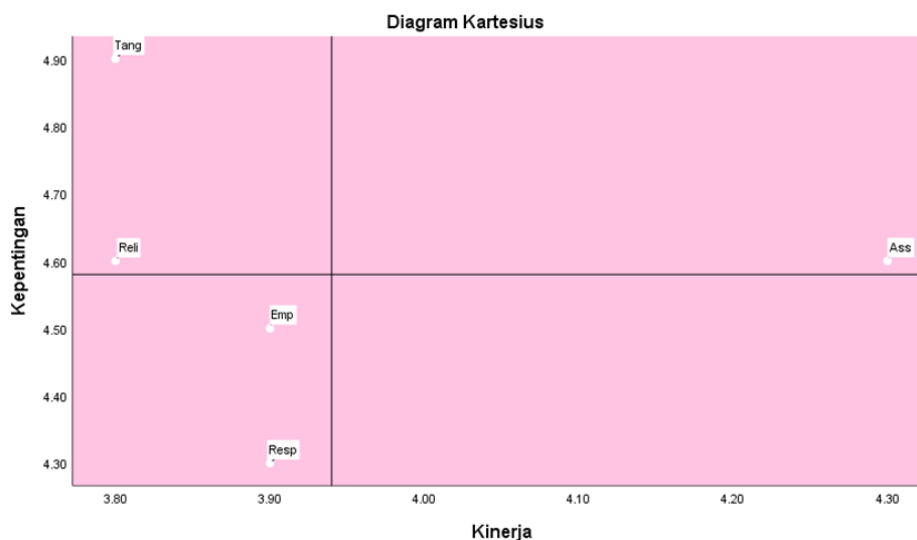
Dari tabel diatas maka dapat diuraikan nilai rata-rata tingkat kesesuaian dari masing-masing dimensi kualitas pelayanan. Rata-rata tingkat kesesuaian yang diperoleh dari kelima dimensi adalah sebesar 86.40%. Tingkat kesesuaian tertinggi adalah pada dimensi Assurance sedangkan yang paling rendah adalah pada Dimansi Tangible.

Berdasarkan hasil perhitungan pada *Importance performance analysis* (IPA) selanjutnya pada keseluruhan atribut kualitas pelayanan diperoleh Diagram Kartesius sebagai berikut:



Gambar 2
Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan

Berdasarkan gambar diatas dapat di simpulkan yang perlu menjadi prioritas utamana untuk di perhatikan dan di tingkatkan lagi yaitu *Tangible 3* (Toilet yang bersih), *Reliability 3* (Proses pembayaran yang cepat), *Tangible 1* (Ruang Tunggu yang nyaman), *Tangible 2* (Ketersediaan obat di apotek yang sudah lengkap), *Empaty 4* (Karyawan sabar dalam menghadapi pelanggan) menjadi prioritas yang besar dan utama untuk harus ditingkatkan untuk menghasilkan kinerja bengkel yang lebih baik.



Gambar 3
Diagram Kartesius Dimensi Kualitas Pelayanan

Dari diagram Kartesius tersebut diperoleh bahwa atribut menempati Kuadran A Kuadran B dan Kuadran C. Dimensi Reliability dan Tangible berada pada Kuadran A yang berarti

bahwa atribut yang dianggap penting oleh konsumen akan tetapi kinerja Kimia Farma Apotek 067 dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

Pada Kuadran B ditempati oleh Assurance yang berarti bahwa pada kuadran ini terdapat atribut kepentingan yang dianggap sangat penting dan Kimia Farma Apotek 067 sudah menjalankan kerjanya dengan baik sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

Pada Kuadran C ditempati oleh Responsiveness dan Empathy yang berarti bahwa keduanya dinilai tidak terlalu penting dan dengan kinerja yang masih kurang baik sehingga masih memberikan prioritas yang rendah pada dimensi tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Kimia Farma Apotek 067, maka dapat disimpulkan sebagai bahwa kinerja dari pelayanan yang diberikan Kimia Farma Apotek 067 kepada pelanggan sudah sangat tinggi terlihat pada tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja sebesar 86,40%. Tetapi masih ditemukan selisih antara harapan dan kinerja pada setiap dimensi kualitas pelayanan. Untuk meningkatkan kinerja, hal-hal yang perlu ditingkatkan dari berbagai dimensi pelayanan sesuai prioritas, dll. Pada Dimensi Tangibles terlihat bahwa atribut bukti fisik fasilitas ruang tunggu masih belum memuaskan dan menjadi prioritas utama perbaikan untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan kinerja. Pada Dimensi Reliability terlihat bahwa beberapa atribut pembayaran cepat kurang memuaskan dan menjadi prioritas utama yang perlu ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kinerja. Pada dimensi Responsiveness terlihat bahwa atribut-atribut tertentu pegawai dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan masih kurang memuaskan dan menjadi prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kinerja. Pada Dimensi Empati terlihat bahwa atribut Patient Employee masih kurang memuaskan saat berhadapan dengan pelanggan dan menjadi prioritas tinggi untuk ditingkatkan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kinerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Boroallo, W. (2013). *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada AHASS Remaja Motor Makassar*. Universitas Hasanuddin.
- Ferdinand, A. (2006). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, P. K. & K. L. (2012). *Marketing Management Edisi 14, Global Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. London: Pearson education.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business (Edisi 4 Buku 1)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.

Elen Yolana, Rahmat Agus Santoso

Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* Pada Kimia Farma Apotek 067 Jember

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3* (Vol. 1). Yogyakarta: Andi.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).