

Analisis Kualitas Layanan Pegadaian *Application Support System Integrated Online (PASSION)* Menggunakan Metode *Service Quality (Servqual)*

Atika Arpan¹, Rusmala Santi², Evi Fadilah³

atikaarpan14@gmail.com¹, Rusmalasanti_uin@radenfatah.ac.id², evifadilah_uin@radenfatah.ac.id³

¹Prodi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Raden Fatah Palembang

²Prodi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Raden Fatah Palembang

³Prodi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Raden Fatah Palembang

Diterima: 12 Juni 2017 | Direvisi: 26 Juni 2017 | Disetujui: 24 Juli 2017

© 2017 Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi,
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

Abstrak: *Kualitas Layanan Pegadaian Application Support System Integrated Online (PASSION) perlu dilakukan evaluasi untuk mengukur dan meningkatkan kualitas layanan dengan menggunakan metode Service Quality (Servqual) yang berfokus pada lima variabel yaitu : Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty, serta menghitung nilai dari persepsi dan harapan dari layanan. Hasil penelitian ini menghasilkan nilai persepsi kualitas layanan PASSION sebesar 5,938 sedangkan nilai harapan pengguna layanan PASSION sebesar 6,386 yang artinya kualitas layanan PASSION belum memenuhi harapan dari pengguna layanan. Dari hasil penelitian ini sebagai masukan bagi penyedia layanan dan pihak pengembang layanan PASSION untuk lebih meningkatkan layanan PASSION dari segi fasilitas hingga keamanan dalam menggunakan layanan PASSION agar dapat meningkatkan kualitas layanan kedepannya dan dapat memberikan layanan yang memuaskan kepada pengguna layanan PASSION.*

Kata Kunci: *Servqual, PASSION, Kualitas Layanan*

Abstract: *Quality of Service Pawnshop Application Support System Integrated Online (PASSION) needs to be evaluated to measure and improve service quality by using Service Quality (Servqual) method which focus on five variables: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Emphaty, and calculate value from perceptions and expectations of the service. The results of this study resulted in PASSION service quality perceptions value of 5.938 while the value of PASSION service user expectations of 6.386 which means the quality of PASSION service has not met the expectations of service users. From the results of this research as input for service providers and service developers PASSION to further improve the PASSION services in terms of facilities to security in using PASSION services in order to improve the quality of services in the future and can provide satisfactory service to users of PASSION services.*

Keywords: *Servqual, PASSION, Quality of Service*

1 PENDAHULUAN

Kepuasan pengguna merupakan salah satu faktor atau ukuran keberhasilan bagi setiap pengembangan dan implementasi sistem informasi pada suatu perusahaan. Citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia layanan, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pengguna. Pengguna yang menikmati layanan perusahaan yang menentukan kualitas layanan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu layanan.

Dalam memenuhi kebutuhan pengguna sistem informasi maka perlu melakukan pengukuran kualitas layanan agar dapat mengetahui seberapa puas pengguna terhadap layanan sistem informasi tersebut. Kualitas layanan sebagai keseluruhan evaluasi untuk

layanan perusahaan yang dilakukan melalui perbandingan kinerja perusahaan yang dilakukan dengan harapan umum pengguna. Dengan adanya pengukuran kualitas layanan maka perusahaan dapat mengetahui kualitas dari layanan dan dapat meningkatkan layanan untuk kedepannya.

Terdapat banyak metode kualitas jasa yang dikenal seperti *Total Perceived Quality Model*, *Synthesized Model of Perceived Service Quality*, *Gummesson 4Q Model of Offering Quality*, *Model INTQUAL*, *Retail Service Quality Model*, *Relationship Quality Model*, dan *Service Quality (Servqual)*. Metode *Servqual* ini dikembangkan oleh parasuraman, Zeithmal, dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka. *Servqual* merupakan metode kualitas jasa yang populer dan hingga kini masih dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa.

Servqual memiliki 5 dimensi yaitu *Tangibels*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphanty*. *Servqual* terdiri atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima (*Perceived Service*) dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan/diinginkan (*Expected Service*). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan tersebut memuaskan. Metode ini sudah berapa kali digunakan dalam mengukur tingkat kepuasan pengguna layanan.

Pegadaian adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang didirikan pada tanggal 1 April 1901. Perusahaan ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil dan untuk mendukung program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional. PT.Pegadaian telah menerapkan sistem informasi yaitu *Pegadaian Application Support System Integrated Online (PASSION)* yang merupakan suatu sistem informasi yang digunakan oleh pegawai dalam bertransaksi pada nasabah secara *online* dan *Pegadaian Application Support System Integrated Online (PASSION)* sudah digunakan sejak tahun 2014. Adanya *Pegadaian Application Support System Integrated Online (PASSION)* pada pegadaian diharapkan dapat memberikan layanan yang akurat, cepat dan tepat agar dapat memberikan kepuasan pada penggunanya. *Pegadaian Application Support System Integrated Online (PASSION)* masih memiliki beberapa kesalahan yang tidak dapat di hindari akan terjadi misalnya kesalahan dalam memberikan informasi maupun gangguan secara teknis. Pengukuran kualitas layanan suatu sistem informasi ini sangat perlu dilakukan agar dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh pengguna sistem.

2 METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, telah diketahui bahwa metode kuantitatif ini dinamakan juga metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode penelitian. Metode ini sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit-empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut juga metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2015). Metode Kuantitatif ini merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang merupakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui (Thoifah, 2016). Beberapa ciri khas penelitian kuantitatif dapat dikemukakan melalui cara membedakan dengan penelitian yang berpendekatan kuantitatif, sebagai berikut ini:

1. Penelitian kuantitatif dilakukan untuk mengukur satu atau lebih variabel penelitian.
2. Penelitian kuantitatif dilakukan untuk menguji teori (*retest*) yang sudah ada yang dipilih oleh peneliti sedangkan kualitatif menemukan konsep atau hubungan antar konsep.

- Penelitian kuantitatif memfungsikan teori sebagai titik tolak menemukan konsep (yang terdapat dalam teori tersebut) yang kemudian dijadikan variabel.
3. Penelitian kuantitatif lebih mengutamakan teknik pengumpulan data kuesioner.
 4. Penelitian kuantitatif penyajian datanya berupa tabel distribusi pilihan jawaban responden yang ditentukan oleh peneliti (berupa angka)
 5. Penelitian kuantitatif menggunakan perspektif etik, yakni data yang dikumpulkan dibatasi atau ditentukan oleh peneliti dalam hal pilihan indikator (atribut) variabel baik jumlah maupun jenisnya
 6. Penelitian kuantitatif menggunakan definisi operasional karena hendak mengukur variabel, karena definisi operasional pada dasarnya merupakan petunjuk untuk mengukur variabel.
 7. Penelitian kuantitatif penentuan jumlah respondennya dengan persentase, rumus atau tabel populasi-sampel.
 8. Penelitian kuantitatif instrument penelitiannya berupa kuesioner atau angket.
 9. Penelitian kuantitatif analisis datanya dilakukan setelah data terkumpul dengan menggunakan perhitungan data-data atau analisis statistik (Hamidi, 2010).

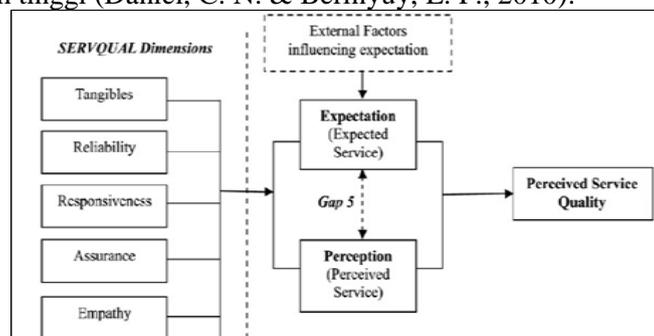
2.1 Service Quality (ServQual)

Metode Servqual adalah metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dengan mengetahui kesenjangan (*Gap*) antara kualitas yang diberikan (*Perceived service*) dan diharapkan (*Expected service*). Metode ini dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka. Metode servqual juga merupakan metode yang populer dalam mengukur kualitas jasa dan hingga kini dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa.

Pengukuran kualitas jasa dalam metode Servqual didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap diantara keduanya pada lima dimensi utama kualitas jasa (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik). Kelima dimensi utama tersebut dijabarkan kedalam masing masing 22 atribut rinci untuk variabel harapan dan persepsi. Evaluasi kualitas jasa menggunakan model Servqual mencakup perhitungan perbedaan diantara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor Servqual untuk setiap pasang pernyataan, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut (Tjiptono, 2016):

$$\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

Perbedaan antara harapan dan persepsi (Persepsi-Ekspektasi) membentuk skor kesenjangan yang digunakan untuk menilai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Skor gap negatif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan kepuasan miskin dan karenanya tidak ada pelanggan sementara skor gap positif menunjukkan bahwa kualitas layanan yang lebih tinggi (Daniel, C. N. & Berinyuy, L. P., 2010).



Gambar 1. Mengukur Kualitas Layanan Metode Servqual

Gambar 1 menjelaskan bahwa mengukur kualitas layanan menggunakan metode servqual menunjukkan bahwa harapan pelanggan terdapat pada faktor eksternal yang berada di bawah kontrol dari penyedia layanan seperti yang ditunjukkan pada diagram. Kesenjangan lima (5) pada diagram mewakili perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan yang disebut sebagai kualitas layanan yang dirasakan. Pada kesenjangan ini berfokus pada perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelayanan. Terdapat lima (5) dimensi metode Servqual diantaranya:

1. *Tangibels* (Tampilan Fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung/wujud merupakan satu indikator yang paling konkrit. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.
2. *Reliability* (Kehandalan), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap), berkenaan dengan kesediaan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. *Assurance* (Jaminan), perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggan. Jaminan juga berarti para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
5. *Empathy* (Empati), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Penilaian terhadap kualitas pelayanan dimaksudkan untuk menentukan prioritas tindakan perbaikan yang harus dilakukan oleh pengelola layanan *PASSION* Pegadaian, sehingga didapatkan peningkatan kinerja pelayanan. Penilaian itu didapatkan dari perhitungan terhadap nilai harapan dan persepsi pada setiap dimensi yang telah dilakukan sebelumnya. Data ditampilkan dalam tabel dan akan dihitung rata-rata keseluruhannya. Sehingga dapat diketahui kontribusi tiap tiap dimensi dalam kualitas layanan *PASSION*.

Untuk memperoleh nilai kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan menghitung nilai *Servqual Score* yang didapat dari selisih nilai persepsi dengan nilai ekspektasi. Sebagai contoh perhitungan untuk mendapatkan nilai *Servqual Score* bisa diambil pada salah satu dimensi kualitas yakni *tangibility*:

$$\text{SERVQUAL}_{\text{Score}} = \text{Nilai Persepsi} - \text{Nilai Ekspektasi}$$

$$\text{SERVQUAL}_{\text{Score Tangibles}} = 6.14 - 6.37 = -0.22$$

Jadi nilai gap pada dimensi *tangibles* adalah -0.22.

Berikut hasil perhitungan masing masing item dari setiap dimensi yang membentuk *Servqual Score*:

Tabel 1. Kesenjangan Gap Setiap Dimensi

Dimensi						
Dimensi Pernyataan	Indikator Pernyataan	Jumlah Rata-Rata Persepsi	Persepsi ((X Di) ⁻	Jumlah Rata-Rata Harapan	harapan ((Y Di) ⁻	Skor (SQi)
Tangibles	1,2,3,4	24.57	6.14	25.47	6.37	-0.22
Reliability	5,6,7,8,9	28.70	5.74	31.47	6.29	-0.55
Responsiveness	10,11,12,13	23.27	5.82	25.47	6.37	-0.55
Assurance	14,15,16,17	23.07	5.77	25.80	6.45	-0.68
Empathy	18,19,20,21,22	31.10	6.22	32.27	6.45	-0.23

Pada Tabel 1. Kesenjangan Gap Setiap Dimensi menunjukkan hasil dari perhitungan gap per setiap dimensi. Pada dimensi *Assurance* memiliki kesenjangan gap yang tinggi antara persepsi dan harapan yaitu yaitu -0,68 maka dapat diartikan pada dimensi *assurances* kualitas layanan yang diberikan belum dapat memuaskan pengguna layanan PASSION. Hal ini berarti Pihak penyedia layanan PASSION harus berusaha lagi untuk memperkecil gap yang terjadi hingga dapat memenuhi harapan pengguna. Berikut grafik nilai antara persepsi dan harapan dari hasil yang telah dianalisis:

**Gambar 2. Grafik Persepsi dan Harapan**

Dari hasil nilai persepsi dan harapan tersebut dapat dihitung kembali nilai total perbandingan antara skor persepsi dan harapan.

Tabel 2. Nilai Persepsi dan Harapan

DIMENSI	PERSEPSI	HARAPAN
<i>Tangibles</i>	6.14	6.37
<i>Reliability</i>	5.74	6.29
<i>Responsiveness</i>	5.82	6.37
<i>Assurance</i>	5.77	6.45
<i>Emphaty</i>	6.22	6.45
TOTAL	29.69	31.93
RATA-RATA	5.938	6.386

Dari hasil perhitungan diatas nilai rata-rata persepsi adalah sebesar 5,938 maka dapat diartikan bahwa nilai persepsi dari rentang nilai 1 sampai 7 terdapat pada rentang nilai 5 dan 6. Maka persepsi atau kenyataan yang terjadi pada kualitas layanan *PASSION* cukup tinggi sedangkan nilai harapan adalah sebesar 6,386 terdapat pada rentang nilai 6 dan 7. Maka harapan dari pengguna terhadap layanan sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa nilai persepsi lebih kecil dari nilai harapan yang berarti bahwa penyedia layanan *PASSION* belum sepenuhnya memenuhi harapan penggunaannya.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Dimensi Tangibels

Pada dimensi *Tangibels* pernyataan TA1 dan TA2 memiliki kesenjangan GAP yang tinggi antara persepsi dan harapan yaitu: -0.50 dan -0.33 Maka dapat dikatakan bahwa kualitas pada pernyataan yang berkaitan dengan fasilitas yang mendukung layanan *PASSION* masih rendah.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pihak penyedia layanan *PASSION* Pegadaian hendaknya lebih memperhatikan aspek pada dimensi *tangibles* yang berkaitan dengan dukungan fasilitas yang ada di layanan *PASSION*. Karena dukungan fasilitas pada *PASSION* sangat diperlukan dalam penggunaan sistem.

Untuk dapat meningkatkan layanan dari segi fasilitas pada layanan *PASSION* agar dapat meningkatkan layanan untuk kedepannya. Maka perusahaan harus lebih meningkatkan fasilitas layanan *PASSION* agar pengguna dapat nyaman dalam menggunakan layanan.

3.2.2 Dimensi Reliability

Pada dimensi *Reliability* pada pernyataan RE5, RE7, RE 8 dan RE 9 memiliki kesenjangan GAP yang tinggi antara persepsi dan harapan. Maka dapat dikatakan bahwa kualitas pada pernyataan yang berkaitan dengan kehandalan sistem layanan *PASSION* masih rendah.

Urutan pertama yang harus diperbaiki adalah atribut RE5 yakni *PASSION* sudah menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dengan nilai -0.57. Atribut kedua yang perlu diperbaiki adalah atribut RE7 yang bernilai -0.53. Pada atribut ini menyatakan Kemudahan dalam penggunaan *PASSION* bagi pengguna (tersedia petunjuk penggunaan, kemudahan login). Selanjutnya pada RE8 yaitu *PASSION* memberikan informasi yang *uptodate* dengan nilai -0,70. Dan terakhir RE 9 dengan nilai -0,63.

Untuk perbaikan agar dapat meningkatkan kehandalan sistem bagi pengguna maka perusahaan harus lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan dari pada pengguna layanan *PASSION*.

3.2.3 Dimensi Responsiveness

Pada dimensi *Responsiveness* pernyataan pertama yang harus diperbaiki adalah atribut RS11 dengan gap -0.63, yakni atribut yang menyatakan apakah *PASSION* memiliki tenggang waktu dalam melakukan proses transaksi (gadai, penebusan emas). Urutan kedua dan ketiga yang perlu diperbaiki adalah atribut RS12 dan RS 13 dengan kesenjangan gap sebesar -0,60 yakni atribut yang menyatakan apakah pengelola *PASSION* mampu mengatasi keluhan anda dan apakah Pengelola *PASSION* cepat tanggap terhadap keluhan pengguna sistem.

Agar layanan dapat meningkatkan kualitas layanan untuk kedepannya maka yang perlu dilakukan pihak perusahaan yaitu mendengarkan pandangan pengguna terhadap solusi yang diharapkan, agar masalah yang sama tidak terjadi lagi, serta perusahaan harus lebih cepat merespon keluhan daripada pengguna (Tjiptono, 2016).

3.2.4 Dimensi Assurance

Pada dimensi *Assurance* atribut yang paling memerlukan perhatian adalah atribut AS17 yakni pernyataan yang menyatakan bahwa apakah *PASSION* sudah mampu membantu memberikan informasi yang dibutuhkan dengan nilai negatif sebesar -0.83.

Untuk dapat meningkatkan kualitas dalam memberikan informasi kepada pengguna, perusahaan dapat meningkatkan kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna.

3.2.5 Dimensi *Emphanty*

Pada dimensi *Emphanty* pada atribut EM18 memiliki nilai kesenjangan GAP yang tinggi yaitu sebesar -0,43. Maka pada pernyataan yang menyatakan pengelola *PASSION* bersungguh sungguh dalam menyikapi keluhan pengguna belum memenuhi keinginan dari pengguna.

Untuk memperbaiki agar dapat memenuhi keinginan pengguna maka pengelola layanan harus selalu berkomunikasi kepada pengguna agar dapat mengetahui keluhan-keluhan yang dirasakan oleh pengguna.

4 KESIMPULAN

Penelitian ini mengukur dan meningkatkan kualitas layanan *Pegadaian Application Support System Integrated Online (PASSION)* menggunakan metode *Service Quality (Servqual)* di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Palembang menggunakan metode *servqual* dengan lima (5) dimensinya yaitu *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Emphaty* untuk meneliti kualitas pelayanan pada layanan *PASSION*. Adapun simpulan dari penelitian ini adalah:

1. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan metode *Servqual* menghasilkan kualitas layanan atau nilai persepsi sebesar 5,938 sedangkan nilai harapan sebesar 6,386. Dari hasil tersebut menyatakan bahwa nilai persepsi lebih kecil dari pada nilai harapan maka dapat diartikan bahwa kualitas layanan dari *PASSION* belum memenuhi harapan dari pengguna layanan.
2. Dari nilai persepsi yang lebih kecil dari nilai harapan pengguna maka pihak pegadaian sangat diharapkan dapat meningkatkan layanan *PASSION* dengan menjalin komunikasi kepada pengguna agar pihak pengelola dapat mengerti kebutuhan atau keinginan dari pengguna.

DAFTAR RUJUKAN

- Daniel, C. N. & Berinyuy, L. P. (2010). *Using The Servqual Model to Assess Service Quality and Customer Saticfaction*. Umea Universitet.
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: pendekatan praktis penulisan proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thoifah, I. (2016). *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: Madani.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

