

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN PASAR TRADISIONAL BESUKI TULUNGAGUNG

**Eni Minarni
Ahmad Nurhadi**

Fakultas Ekonomi Universitas Tulungagung

Email: eni_min@ymail.com

Abstrak

Kualitas pelayanan merupakan suatu strategi yang sangat penting bagi perkembangan dan keberhasilan organisasi bisnis. Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Konsep kualitas pelayanan terdiri dari lima variabel yaitu: variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan kualitas layanan pasar tradisional Besuki Tulungagung. Rancangan penelitian ini termasuk penelitian survey dengan tujuan studi deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan insidental sampling dan ukuran sampel ditetapkan berdasarkan populasi tak terbatas sebesar 100 responden, sedangkan pengumpulan data primer menggunakan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan indeks kepuasan konsumen (CSI), analisis tingkat kinerja dan kepentingan (IPA), dan analisis kuadran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen atas kualitas layanan pasar tradisional Besuki rata-rata menunjukkan cukup puas. Ditinjau dari tingkat kinerja dan kepentingan atas kualitas layanan pasar tradisional Besuki rata-rata masih dibawah harapan, sehingga konsekuensinya pihak pengelola pasar tradisional harus memprioritaskan beberapa faktor untuk ditingkatkan dan mempertahankan faktor-faktor yang dianggap telah sesuai dengan harapan serta menurunkan faktor-faktor yang dianggap berlebihan ke dalam posisi yang wajar berdasarkan persepsi pelanggan/masyarakat.

Kata kunci : Kualitas layanan, indeks kepuasan, tingkat kinerja, tingkat kepentingan,

Abstract

Quality of service is a very important strategy for the development and success of business organizations. The concept of quality is often regarded as a relative measure of the good of a product or service that consists of the quality of design and quality of conformity. The concept of service quality consists of five variables, namely: direct evidence variables, reliability, responsiveness, and guarantee. The purpose of this study is to describe the quality of traditional market services Besuki Tulungagung. The design of this study included survey research with the aim of descriptive study. Sampling was done by incidental sampling and sample

size was determined based on unlimited population of 100 respondents, while primary data collection using questionnaire. Data analysis was performed using consumer satisfaction index (CSI), performance and interest level (IPA), and quadrant analysis. The results showed that the index of consumer satisfaction over the quality of traditional Besuki market services on average show quite satisfied. Judging from the level of performance and the importance of the quality of traditional market service Besuki average still below expectations, so the consequences of traditional market managers must prioritize several factors to be improved and maintain the factors that are considered to be in line with expectations and reduce the factors that are considered excessive into a reasonable position based on customer / community perceptions.

Keywords: Service quality, satisfaction index, performance level, importance level,

PENDAHULUAN

Bagian dari pelayanan publik adalah sarana dan prasarana pasar. Secara umum kita mengenal ada dua pasar yaitu pasar tradisional dan moderen. Pasar tradisional adalah tempat (lokasi) bertemunya penjual dan pembeli berhadap-hadapan secara langsung melakukan transaksi jual beli yang biasanya dengan pola tawar-menawar, pembayaran secara tunai, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Pada umumnya menjual kebutuhan sehari-hari, seperti bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik dan lain-lain.

Pasar moderen, penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung, melainkan pembeli melihat label harga yg tercantum dalam barang (*barcode*), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan-makanan seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang

lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama.

Fenomena menunjukkan bahwa pelanggan lebih memilih berbelanja di tempat yang memberikan kemudahan serta kenyamanan, baik akses menuju pasar, infrastruktur pasar, maupun pelayanan yang diberikan pedagang. Sisi lain gaya berdagang para pedagang di pasar tradisional yang tidak berubah menyebabkan banyak pembeli beralih ke pasar moderen seperti pasar swalayan.

Studi empiris menunjukkan bahwa pedagang kecil atau menengah mempunyai andil yang cukup besar dalam menggerakkan roda perekonomian. Oleh sebab itu, pasar tradisional harus dibina sehingga dapat mengikuti perkembangan ekonomi dan tuntutan pembeli. Pasar tradisional memberikan kehidupan kepada sebagian besar masyarakat. Demikian juga pasar tradisional di Kecamatan Besuki yang jumlahnya 1 lokasi dengan jumlah pedagang kurang-lebih 170 orang. Berdasarkan hasil studi A.C. Nielsen, pasar moderen di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun,

sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun.

Tidak bisa dipungkiri bahwa munculnya pasar modern (pasar swalayan, *minimarket*, *supermarket*, *hypermarket*) dengan segala atributnya telah mengancam kelangsungan hidup pasar tradisional. Selama ini pasar tradisional identik dengan pasar yang kumuh, becek dan bau. Persepsi ini harus diubah menjadi tempat yang bersih,nyaman, sehingga masyarakat tertarik untuk berbelanja di pasar tradisional. Berdasarkan kondisi inilah penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pasar tradisional di Kecamatan Besuki.

Dalam penelitian ini agar pembahasan dapat lebih terarah dan sesuai dengan topik bahasan,maka diperlukan pembatasan, yaitu kualitaslayanan berdasarkan lima komponen/ dimensi kualitas jasa yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Adapun rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah: “Seberapa tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Pasar Tradisional Besuki di Tulungagung”.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan pengelola Pasar Tradisional Besuki kepada publik/masyarakat/pelanggan dan mendeskripsikan tingkat kepuasan, tingkat kinerja dan kepentingan atas layanan Pasar Tradisional Besuki di Kabupaten Tulungagung.

TINJAUAN PUSTAKA

Banyak para ahli yang telah berupaya untuk mendefinisikan kualitas berdasarkan

persepsi mereka masing-masing. Perbedaan persepsi membuat semakin lengkap dan semakin beragam pengertian dari kualitas. Berikut ini adalah definisi dari kualitas yang dikemukakan oleh empat guru besar kualitas, yaitu:

Menurut Joseph Juran: ”Strategi perbaikan kualitas Juran menekankan implementasi proyek-proyek dan rangkaian terobosan.Ia juga menekankan pentingnya identifikasi dan pemecahan/eliminasi penyebab suatu masalah, menurutnya langkah ini sangat krusial,karena jika mencari jalan pintas dari gejala langsung diberikan solusi, maka sumber persoalan sesungguhnya belum diatasi dan sewaktu-waktu bisa terulang lagi. Juran mendefinsikan kualitas sebagai kecocokan untuk pemakaian (*fitness for use*). Definisi ini menekankan orientasi pada pemecahan harapan pelanggan (Tjiptono, 2006: 11).

Philip B. Crosby menjelaskan: Pendekatan Crosby menaruh perhatian besar pada transformasi pada budaya kualitas. Ia mengemukakan pentingnya melibatkan setiap orang dalam organisasi pada proses, yaitu dengan jalan menekankan kesesuaian individual terhadap persyaratan/tuntutan. Pendekatan Crosby merupakan proses Top down (Tjiptono, 2006: 11).

Menurut Deming bahwa ”Strategi dunia didasarkan pada alat-alat statistic. Strategi ini cenderung bersifat *bottom up*. Pendekatan utama strategi ini adalah pendekatan dan pengukuran kualitas secara terus-menerus.Strategi Deming berfokus pada proses untuk mengeliminasi variasi, karena sebagian sebagian besar variasi kurang lebih 92 % dapat dikendalikan manajemen. Deming sangat yakin bahwa

karyawan diberdayakan untuk memecahkan masalah (dengan catatan manajemen menyediakan alat-alat yang cocok), maka kualitas dapat disempurnakan terus-menerus (Tjiptono, 2006: 11-12).

Taguchi berpendapat bahwa: "Filosofi Taguchi didasarkan pada premis bahwa biaya dapat diturunkan dengan cara memperbaiki kualitas, dan kualitas tersebut secara otomatis dapat diperbaiki dengan cara mengurangi variasi dalam produk atau proses. Strategi Taguchi difokuskan pada Loss function, yang mendefinisikan kualitas sebagai kerugian yang ditimbulkan oleh suatu produk atau bagi masyarakat setelah produk tersebut dikirim, selain kerugian-kerugian yang disebabkan fungsi intrinsik produk" (Tjiptono, 2006: 12).

Definisi-definisi yang *dikemukakan* oleh para ahli terdapat beberapa kesamaan. Kesamaan tersebut terdiri dari elemen-elemen berikut:

- Kualitas meliputi usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atau bahkan dapat memberikan yang lebih, melebihi harapan pelanggan.
- Kualitas mencakup produk, jasa, proses dan lingkungan baik internal maupun eksternal.
- Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah dengan tujuan untuk dapat menyesuaikan diri dengan perubahan jaman. Sesuatu yang dianggap berkualitas saat ini mungkin bisa dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang.

Dijelaskan Kotler (1997: 83) bahwa: "Jasa merupakan tiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak

terwujud serta tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Proses produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik".

Dewasa ini produk apapun tidak lepas dari unsur jasa atau layanan, baik jasa tersebut sebagai produk inti (jasa murni) maupun jasa yang hanya digunakan sebagai pelengkap (layanan pelanggan).

Pada dasarnya ada tiga untuk memberikan layanan pelanggan yang unggul, menurut buku *Total Quality Service*, meliputi: "Pertama, memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, termasuk tipe-tipe pelanggan. Kedua, pengembangan data base yang lebih akurat dibanding pesaing. Ketiga, memanfaatkan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka *strategic*" (Tjiptono)

Menurut Philip Kotler (1996), terdapat beberapa metode yang bisa digunakan perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumennya:

- Sistem keluhan dan sarana
- *Ghost Shopping*
- *Losst Customer Analysis*
- Survey Kepuasan Pelanggan

METODOLOGI

Lokasi penelitian ini adalah UPT Dinas Pendapatan (Pasar Besuki) di Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung.

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian selam kurang lebih 3 bulan.

Sampel

Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden, jumlah ini ditetapkan berdasarkan Malhotra (2005: 368-

369), bahwa jumlah sampel atau responden dengan jumlah populasi yang tak terbatas paling sedikit empat atau lima kali jumlah sub-variabel yang diteliti. Jumlah sub-variabel/indikator yang diteliti dalam penelitian ini sebanyak 20 item.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode yang dipergunakan adalah: kuisisioner, wawancara, observasi, dokumentasi, dan kepustakaan.

Definisi Operasional Variabel

- *Tangible* (Bukti Nyata)
Sebagai tampilan fisik seperti sarana parkir, toilet, penataan kios, kebersihan pasar dan fasilitas gedung.
- *Reliability* (Kehandalan)
Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan etika dan kejujuran, misalnya: ramah, rasa nyaman, sepenuh hati dan jujur.
- *Responsiveness* (Daya Tanggap)
Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan segera dan tepat.
- *Assurance* (Jaminan)
Pengetahuan dan kemampuan karyawan atau pedagang untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap pasar tradisional.
- *Emphaty* (Empati)
Perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa (karyawan atau pedagang), sehingga pelanggan merasa diperhatikan dan dihargai.

Teknik Analisa Data

Customer Satisfaction Index (CSI)

Merupakan metode pengukuran kepuasan konsumen yang populer dan banyak digunakan pada perusahaan besar.

Bisa digunakan untuk membandingkan tingkat kepuasan dua produk/lebih, maupun melihat perkembangan tingkat kepuasan konsumen akan sebuah produk dari waktu ke waktu (*time series*). Rumus yang digunakan:

$$IKP = \frac{X_1}{Y_1} \times 100\%$$

Dimana :

IKP = Indeks Kepuasan Pelanggan

X₁ = Skor penilaian kinerja pelayanan

Y₁ = Skor penilaian harapan/kepentingan pelanggan

Dari perhitungandengan menggunakan rumus diatas dapat diketahui puas atau tidaknya konsumen,dengan ketentuan yang diadopsi dari Arikunto (1998:246) sebagai berikut:

- (1) IKP > 100% berarti konsumen sangat puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Pasar Tradisional Besuki.
- (2) IKP 76% - 100% berarti konsumen puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Pasar Tradisional Besuki.
- (3) IKP 56% - 75% berarti konsumen cukup puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Pasar Tradisional Besuki.
- (4) IKP 40% - 55% berarti konsumen tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Pasar Tradisional Besuki.

Importance – Performance Analysis (IPA)

Metode yang dipergunakan untuk menganalisis data tingkat kepuasan pelanggan di pasar tradisional adalah metode *Importance and Performance Analysis*.

Analisis *importance - performance* digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat

pelaksananya. Tingkat kepentingan dari kualitas pelayanan adalah seberapa penting suatu variabel pelayanan bagi pelanggan.

Analisis Kuadran

Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan dapat menghasilkan suatu diagram kartesius yang dapat menunjukkan letak faktor-faktor atau unsur-unsur yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, dimana di dalam faktor tersebut akan dijabarkan dalam empat kuadran. Sumbu mendatar (X) dalam diagram kartesius memuat nilai rata-rata skor kinerja (*Performance*), sedangkan sumbu tegak (Y) memuat nilai rata-rata skor kepentingan (*Importance*), yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana:

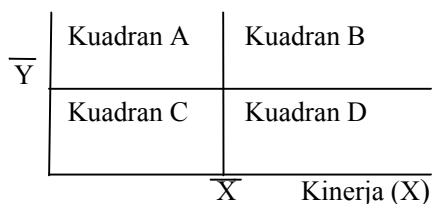
\bar{X} : Skor rata-rata penilaian tingkat kinerja

\bar{Y} : Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan

n : Jumlah responden terhadap kinerja pelayanan.

Grafik 1: Diagram Kartesius

Kepentingan/Harapan (Y)



Keterangan:

(1) Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan faktor yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan termasuk unsur jasa yang dianggap

sangat penting, namun manajemen belum melaksanakan sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga membuat pelanggan menjadi kecewa. Sebaiknya perusahaan harus melakukan perbaikan kinerja terhadap faktor ini.

(2) Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan pelaksanaannya sudah sesuai dengan yang diharapkan, sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Karenanya atribut yang termasuk pada kuadran ini wajib untuk dipertahankan karena dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

(3) Kuadran C (Prioritas Rendah)

Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan serta pelaksanaannya oleh perusahaan dianggap kurang memenuhi harapan pelanggan, dengan kata lain perusahaan tidak memprioritaskan untuk memperbaiki kinerjanya.

(4) Kuadran D (Berlebihan)

Menunjukkan faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan namun pelaksanaannya telah dilakukan dengan baik oleh perusahaan bahkan cenderung berlebihan.

PEMBAHASAN

Sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung No: 5 Tahun 2008 tentang Organisasi dan tata kerja Dinas Daerah Kabupaten Tulungagung, Unit Pelaksana Teknis Daerah merupakan unsur pelaksana teknis dinas yang mempunyai tugas melaksanakan tugas dari Dinas

Pendapatan Daerah di bidang pelayanan pasar (penarikan retribusi dan pajak daerah).

Misi adalah sesuatu yang harus diemban atau dilaksanakan oleh instansi pemerintah sebagai penjabaran visi yang telah ditetapkan, adapaun dari pernyataan misi dapat diharapkan seluruh anggota organisasi dan pihak yang berkepentingan dapat mengetahui dan mengenal keberadaan dalam peran instansi pemerintah dalam menyelenggarakan pemerintahan.

Misi suatu instansi harus jelas yang sesuai dengan tugas pokok dan fungsi yang terkait dengan sumber daya manusia.

Misi Unit Pelaksana Teknis Daerah Pendapatan Besuki yang meliputi:

- (1) Meningkatkan Sumber Pendapatan Daerah
- (2) Menciptakan Kinerja terhadap Pendapatan Daerah
- (3) Meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat.

Memperhatikan Instruksi Presiden RI nomor 7 Tahun 1999 tentang Perencanaan Strategis dimana di dalamnya mengandung tujuan dan sasaran yang merupakan suatu proses yang berorientasi pada hasil yang diinginkan dengan memperhitungkan kendala yang ada untuk mencapai tujuan dan sasaran yang dicapai, maka secara realitas adalah meraih Pendapatan Daerah untuk peningkatan perkembangan kearah depan dengan memperhatikan:

- (1) Meningkatkan Pendapatan Daerah
- (2) Meningkatkan mutu Sumber Daya Manusia (SDM)
- (3) Meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat
- (4) Menumbuhkan kesadaran terhadap Obyek Pajak dan Retribusi.

Indeks Kepuasan Pelanggan (*Consumer Satisfaction Index*)

Perhitungan dengan menggunakan rumus Indeks Kepuasan pelanggan dapat diketahui puas atau tidaknya pelanggan, dengan ketentuan sebagaimana yang diadopsi dari Arikunto (1998: 246) sebagai berikut:

- (1) IKP > 100% berarti pelanggan sangat puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan;
- (2) IKP 76% - 100% berarti pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan;
- (3) IKP 56% - 75% berarti pelanggan cukup puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan;
- (4) IKP 40% - 55% berarti pelanggan tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan;
- (5) IKP < 40% berarti pelanggan sangat tidak puas terhadap kualitas pelayanan

Rincian Indeks Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Layanan pada Pasar Tradisional Besuki, sebagaimana terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 1: Indeks Kepuasan Pelanggan

Keterangan	IKP	Hasil
1. Bukti Langsung (Tangible)		
a. Tersedianya lahan parkir yang luas	71,68	CukupPuas
a. Kios dibagi berdasarkan jenis barang yang dijual	69,81	CukupPuas
b. Pasar tradisional bersih dan tidak becek	67,82	CukupPuas
c. Tersedianya toilet yang bersih & pos keamanan	66,67	CukupPuas
2. Keandalan (Reliability)		
d. Pedagang pasar tradisional melayani pembeli dengan ramah	67,47	CukupPuas
e. Saya merasa nyaman dengan pelayanan pedagang di pasar tradisional	70,86	CukupPuas
f. Saya merasa Pedagang melayani dengan sepenuh hati	68,21	CukupPuas
g. Pedagang sangat jujur dalam menjelaskan produk yang dijual	70,73	CukupPuas
3. Daya Tanggap (Responsiveness)		
h. Pedagang selalu memberitahukan kondisi barang yang dijual	71,36	CukupPuas
i. Pedagang memberikan saran-saran mengenai produk yang akan dijual sesuai dengan kebutuhan pelanggan	73,57	CukupPuas
j. Pedagang menerima keluhan pelanggan terhadap produk yang dijual di kiosnya	72,07	CukupPuas
k. Pedagang melayani pelanggan dengan cepat	73,27	CukupPuas
4. Jaminan (Assurance)		
l. Pedagang menawarkan produk yang dijualnya dalam keadaan bersih	70,98	CukupPuas
m. Pedagang menawarkan produk yang di jualnya dengan ramah	72,99	CukupPuas
n. Anda merasa nyaman untuk membeli barang dipasar tradisional	72,38	CukupPuas
o. Anda merasa aman untuk berbelanja di pasar tradisional	67,30	CukupPuas
5. Empati (Empathy)		
p. Pasar tradisional berada dilokasi yang sangat strategis sehingga mudah dijangkau	69,91	CukupPuas
q. Produk yang dijual dipasar tradisional sesuai dengan kebutuhan anda	72,74	CukupPuas
r. Kios – kios di pasar tradisional mudah dijangkau	66,08	CukupPuas
s. Pelayanan dipasar tradisional sangat memuaskan	67,01	CukupPuas

Tabel2: Rata-Rata Indeks Kepuasan Pelanggan

No.	Keterangan	Rata-Rata IKP (%)	Hasil
1	BuktiLangsung (Tangible)	69,00	CukupPuas
2	Kehandalan (Reliability)	69,32	CukupPuas
3	DayaTanggap (Responsiveness)	72,57	CukupPuas
4	Jaminan (Assurance)	70,91	CukupPuas
5	Empati (Empathy)	68,94	CukupPuas

Sumber: Data primer diolah, 2015.

Berdasarkan hasil pengukuran indeks kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa secara keseluruhan kepuasan masyarakat/pelanggan atas dimensi kualitas layanan UPT Dinas Pendapatan (Pasar) Besuki merasa cukup puas.

IPA (Index Performance Analysis)

Analisis ini dilakukan dengan cara memetakan atribut-atribut yang dianalisis, dimana pemetaan atribut-atribut tersebut

menggunakan nilai rata-rata dari hasil penilaian pelanggan antara tingkat kinerja (*performance*) dengan tingkat harapan/kepentingan (*importance*). Hasil pemetaan atas skor tingkat kinerja terhadap tingkat kepentingan/harapan kualitas pelayanan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3: Skor Tingkat Kinerja Kualitas Layanan

Keterangan	Total Skor	Rata-rata
1. Bukti Langsung (Tangible)		
a. Tersedianya lahan parkir yang luas	324	3,176
b. Kios dibagi berdasarkan jenis barang yang dijual	309	3,029
c. Pasar tradisional bersih dan tidak becek	310	3,039
d. Tersedianya toilet yang bersih & pos keamanan	308	3,020
2. Keandalan (Reliability)		
a. Pedagang pasar tradisional melayani pembeli dengan ramah	305	2,990
b. Saya merasa nyaman dengan pelayanan pedagang di pasar tradisional	309	3,029
c. Saya merasa Pedagang melayani dengan sepenuh hati	315	3,088
d. Pedagang sangat jujur dalam menjelaskan produk yang dijual	319	3,127
3. Daya Tanggap (Responsiveness)		
a. Pedagang selalu memberitahukan kondisi barang yang dijual	314	3,078
b. Pedagang memberikan saran-saran mengenai produk yang akan dijual sesuai dengan kebutuhan pelanggan	323	3,167
c. Pedagang menerima keluhan pelanggan terhadap produk yang dijual di kiosnya	320	3,137
d. Pedagang melayani pelanggan dengan cepat	329	3,225
4. Jaminan (Assurance)		
a. Pedagang menawarkan produk yang dijualnya dalam keadaan bersih	318	3,118
b. Pedagang menawarkan produk yang di jualnya dengan ramah	327	3,206
c. Anda merasa nyaman untuk membeli barang dipasar tradisional	325	3,186
d. Anda merasa aman untuk berbelanja di pasar tradisional	315	3,088
5. Empati (Empathy)		
a. Pasar tradisional berada dilokasi yang sangat strategis sehingga mudah dijangkau	316	3,098
b. Produk yang dijual dipasar tradisional sesuai dengan kebutuhan anda	331	3,245
c. Kios – kios di pasar tradisional mudah dijangkau	304	2,980
d. Pelayanan dipasar tradisional sangat memuaskan	325	3,108

Tabel 4: : Skor Tingkat Kepentingan/Harapan Kualiatas Layanan

Keterangan	Total Skor	Rata-rata
1. Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)		
a. Tersedianya lahan parkir yang luas	452	4,431
b. Kios dibagi berdasarkan jenis barang yang dijual	449	4,402
c. Pasar tradisional bersih dan tidak becek	460	4,510
d. Tersedianya toilet yang bersih & pos keamanan	462	4,529
2. Kehandalan (<i>Reliability</i>)		
a. Pedagang pasar tradisional melayani pembeli dengan ramah	452	4,431
b. Saya merasa nyaman dengan pelayanan pedagang di pasar tradisional	453	4,441
c. Saya merasa Pedagang melayani dengan sepenuh hati	445	4,363
d. Pedagang sangat jujur dalam menjelaskan produk yang dijual	451	4,422
3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)		
a. Pedagang selalu memberitahukan kondisi barang yang dijual	440	4,314
b. Pedagang memberikan saran-saran mengenai produk yang akan dijual sesuai dengan kebutuhan pelanggan	439	4,304
c. Pedagang menerima keluhan pelanggan terhadap produk yang dijual di kiosnya	444	4,353
d. Pedagang melayani pelanggan dengan cepat	449	4,402
4. Jaminan (<i>Assurance</i>)		
a. Pedagang menawarkan produk yang dijualnya dalam keadaan bersih	448	4,392
b. Pedagang menawarkan produk yang di jualnya dengan ramah	439	4,304
c. Anda merasa nyaman untuk membeli barang dipasar tradisional	449	4,402
d. Anda merasa aman untuk berbelanja di pasar tradisional	468	4,588
5. Empati (<i>Emphaty</i>)		
a. Pasar tradisional berada dilokasi yang sangat strategis sehingga mudah dijangkau	452	4,431
b. Produk yang dijual dipasar tradisional sesuai dengan kebutuhan anda	455	4,461
c. Kios – kios di pasar tradisional mudah di jangkau	460	4,510
d. Pelayanan dipasar tradisional sangat memuaskan	473	4,637

Tabel 5: Rata-Rata Skor Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

No.	Keterangan	Rata-Rata Skor Tingkat Kinerja	Rata-Rata Skor Tingkat Kepentingan	Keterangan
1	Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)	3,07	4,46	Dibawahharapan
2	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	3,06	4,41	Dibawahharapan
3	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	3,15	4,34	Dibawahharapan
4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	3,15	4,42	Dibawahharapan
5	Empati (<i>Emphaty</i>)	3,10	4,51	Dibawahharapan

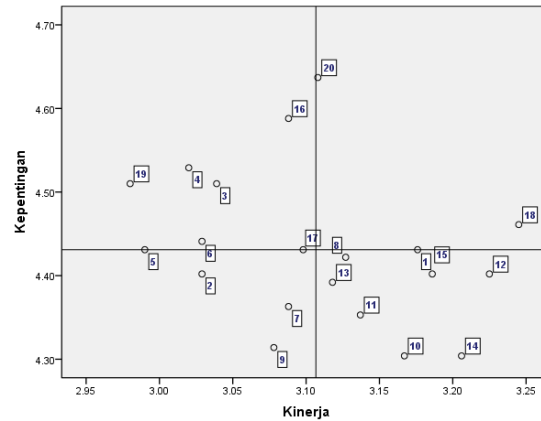
Sesua idengan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa tingkat kinerja kualitas layanan untuk semua dimensi kualitas layanan masih dibawah kepentingan/harapan masyarakat/pelanggan.

Analisis Kuadran

Sumbu mandatar (X) dalam diagram kartesius memuat nilai rata-rata skor

kinerja (*performance*), sedangkan sumbu tegak (Y) memuat nilai rata-rata skor kepentingan (*importance*). Rekapitulasi rata-rata sumbu X dan Y serta diagram kartesius diuraikan pada tabel berikut:

Grafik1 : Diagram Kartesius Tingkat Kinerja dan Kepentingan



Sumber: Data primer diolah 2015.

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor-faktor yang berada dalam kuadran ini perlu diprioritaskan oleh instansi, karena faktor-faktor ini dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat kinerja masih belum memuaskan. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran A adalah:

- Pasar tradisional bersih dan tidak becek.
- Tersedianya toilet yang bersih & pos keamanan.
- Perlunya Pedagang pasar tradisional melayani pembeli dengan ramah.
- Saya merasa nyaman dengan pelayanan pedagang di pasar tradisional.

- Anda merasa aman untuk berbelanja di pasar tradisional.
- Pasar tradisional berada dilokasi yang sangat strategis sehingga mudah dijangkau.
- Kios – kios di pasar tradisional mudah dijangkau.

2. Kuadran B (Pertahankan)

Kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor-faktor yang berada di kuadran ini harus dipertahankan oleh instansi, karena faktor-faktor yang berada dalam kuadran ini dianggap oleh pelanggan sudah sesuai antara kinerja instansi dengan yang diharapkan pelanggan. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran B adalah:

- Tersedianya lahan parkir yang luas.
- Produk yang dijual dipasar tradisional sesuai dengan kebutuhan anda.
- Pelayanan dipasar tradisional sangat memuaskan.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor-faktor yang berada di kuadran ini dinilai kurang penting oleh pelanggan dan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran C adalah:

- Kios dibagi berdasarkan jenis barang yang dijual.
- Saya merasa pedagang melayani dengan sepenuh hati.
- Pedagang selalu memberitahukan kondisi barang yang dijual.

Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor-faktor yang berada di kuadran ini dinilai oleh pelanggan terlalu berlebihan, karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi dilaksanakan dengan baik sekali oleh instansi sehingga sangat memuaskan. Faktor-faktor yang termasuk dalam Kuadran D adalah:

- Pedagang sangat jujur dalam menjelaskan produk yang dijual.
- Pedagang memberikan saran-saran mengenai produk yang akan dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- Pedagang menerima keluhan pelanggan terhadap produk yang dijual di kiosnya.
- Pedagang melayani konsumen dengan cepat.
- Pedagang menawarkan produk yang dijualnya dalam keadaan bersih.
- Pedagang menawarkan produk yang di jualnya dengan ramah.
- Anda merasa nyaman untuk membeli barang dipasar tradisional.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah disebutkan pada bab sebelumnya mengenai analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pasar tradisional di UPT Dinas Pendapatan Besuki, maka hasil penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dilihat dari Indeks Kepuasan Pelanggan bahwa kualitas layanan Pasar Besuki

- berdasarkan dimensi pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* masing-masing menunjukkan kategori cukup puas.
2. Hasil analisis tingkat kepentingan (*Important Performance Analysis*) bahwa kualitas layanan Pasar Besuki masih dibawah harapan masyarakat/pelanggan, sehingga belum bias memenuhi harapan masyarakat/pelanggan.
 3. Sesuai hasil pemetaan pada diagram kartesius dari masing-masing dimensi kualitas layanan jasa Pasar Besuki adalah:
 - Atribut yang menjadi prioritas utama karena dianggap mempengaruhi kepuasan masyarakat/pelanggan dan termasuk unsur jasa yang dianggap sangat penting oleh masyarakat/pelanggan, namun manajemen belum melaksanakan sesuai dengan keinginan masyarakat/pelanggan adalah:
 - Pasar tradisional bersih dan tidak becek
 - Tersedianya toilet yang bersih & pos keamanan
 - Perlunya Pedagang pasar tradisional melayani pembeli dengan ramah
 - Saya dan anda merasa nyaman dengan pelayanan pedagang di pasar tradisional
 - Pasar tradisional berada dilokasi yang sangat strategis sehingga mudah dijangkau
 - Kios – kios di pasar tradisional mudah dijangkau.
 2. Atribut yang harus dipertahankan prestasinya karena dianggap penting oleh masyarakat/pelanggan dan pelaksanaannya sudah sesuai dengan yang diharapkan, sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi adalah:
 - Tersedianya lahan parkir yang luas
 - Produk yang dijual dipasar tradisional sesuai dengan kebutuhan anda
 - Pelayanan dipasar tradisional sangat memuaskan.
 3. Atribut dimensi kualitas pelayanan yang termasuk dalam kategoriprioritas rendah karena dianggap kurang penting pengaruhnya bagimasyarakat/pelanggan serta pelaksanaan oleh perusahaan dianggap kurang memenuhi harapan masyarakat/pelanggan adalah:
 - Kios dibagi berdasarkan jenis barang yang dijual
 - Saya merasa Pedagang melayani dengan sepenuh hati
 - Pedagang selalu memberitahukan kondisi barang yang dijual.
 4. Atribut dimensi kualitas pelayanan yang dianggap kurang penting oleh masyarakat/pelanggan namun pelaksanaannya telah dilakukan dengan baik oleh pengelola layanan bahkan cenderung berlebihan adalah:
 - Pedagang sangat jujur dalam menjelaskan produk yang dijual
 - Pedagang memberikan saran-saran mengenai produk yang akan dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen
 - Pedagang menerima keluhan pelanggan terhadap produk yang dijual di kiosnya
 - Pedagang melayani konsumen dengan cepat
 - Pedagang menawarkan produk yang dijualnya dalam keadaan bersih
 - Pedagang menawarkan produk yang di jualnya dengan ramah

- Anda merasa nyaman untuk membeli barang dipasar tradisional.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat dikemukakan beberapa saran yang sekiranya dapat menjadi masukan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan UPT Dinas Pendapatan Besuki Kabupaten Tulungagung, yaitu:

1. Meskipun pelayanan yang diberikan kepada masyarakat/pelanggan dirasa sudah cukup memuaskan bagi masyarakat/pelanggan, namun belum memenuhi harapan masyarakat/pelanggan maka hendaknya pengelola Pasar Besuki selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya kepada masyarakat/pelanggan. Selain itu karena tingkat kepuasan masyarakat/pelanggan yang dapat berubah-ubah, diharapkan ada pengukuran tingkat kepuasan masyarakat/pelanggan secara berkala.
2. Pengelola Pasar Besuki dalam rangka meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat/pelanggan sebaiknya menekankan pada atribut yang termasuk pada kuadran prioritas utama tanpa mengabaikan atribut pada kuadran yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Arianty, Nel. 2013. *Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Tradisional Ditinjau dari Strategi Tata Letak dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional*. <http://portalgaruda.org/article.php?article=173082&val=6151>. diakses 15 Mei 2015.

Badan Peneliti dan Pengembangan Kota Medan. 2013. *Survei Kepuasan Pelanggan Terhadap Pasar Tradisional Kota Medan*. (Online), <http://balitbang.pemkomedan.go.id/tinymcepuk/gambar/file/Survey%20Pasar%20Tradisional%20Convert.pdf>. Diakses 12 Mei 2015.

Djarwanto PS., dan Subagyo P. 199. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE,.

Hartiningtyas, E.P. 2005. *Persepsi Masyarakat terhadap Tingkat Pelayanan Fasilitas Pasar Kutoarjo, Purworejo, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota FTUndip Semarang* (Online). <http://eprints.undip.ac.id/4643/1/hartiningtyas.pdf>. Diakses Tanggal 24 Juni 2015.

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis – Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran – Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Jilid 1*. Edisi Ke Enam. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Jilid 2*. Edisi Ke Enam. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Malhotra Naresh, K. 2005. *Riset Pemasaran (Pendekatan Terapan)*. Terjemahan Soleh Rusyadi. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Santosa, Singgih dan Tjiptono, F. 2001. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2006, *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, Jakarta: LP3ES.
- Suparmoko M. 1989. *Ekonomika Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, DH. Basu. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip- Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

