

PENERAPAN METODE CORRESPONDENCE ANALYSIS DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS TERHADAP PERSAINGAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA FOTOKOPI SEP (SETENGAH ENAM PAGI) JEMBER

Maria Ulfa, Trias Setyowati, Yusron Rozzaid
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Jember

ABSTRAK

Penelitian mengenai penerapan metode *correspondence analysis* dan *importance performance analysis* terhadap persaingan dan kepuasan konsumen pada fotokopi SEP Jember. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis persaingan usaha fotokopi SEP Jember dengan pesaing terdekat, menganalisis persepsi dan harapan konsumen pada fotokopi SEP Jember, serta menganalisis upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan kepuasan konsumen pada fotokopi SEP Jember. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori persaingan bisnis dan kepuasan konsumen. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen fotokopi SEP Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 120 responden dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis menggunakan *corresponden analysis* dan *importance performance analysis* dengan *software* SPSS versi 19. Hasil metode *correspondence analysis* menyatakan bahwa terdapat 16 atribut yang berada pada daerah unggul atau memiliki penilaian yang baik bagi konsumen. Selain itu juga terdapat 6 atribut yang termasuk dalam daerah bersaing atau memiliki kualitas yang cukup baik. Sedangkan atribut yang termasuk dalam daerah tertinggal terdapat 2 atribut. Hasil metode *importance performance analysis* menyatakan bahwa terdapat 3 atribut yang berada pada kuadran I, terdapat 10 atribut yang berada pada kuadran II, terdapat 8 atribut yang berada pada kuadran III, dan terdapat 3 atribut yang berada pada kuadran IV.

Kata kunci: *Marketing Mix 7P, Correspondence Analysis, Importance Performance Analysis.*

ABSTRACT

Research on the application of correspondence analysis methods and importance performance analysis to competition and customer satisfaction on photocopies of SEP Jember. The purpose of this study was to analyze the business competition of the SEP Jember photocopy with the nearest competitor, analyze consumer perceptions and expectations on the photocopy of SEP Jember, and analyze efforts that could be made to improve competitiveness and customer satisfaction on the photocopy of SEP Jember. The theory used in this study is the theory of business competition and customer satisfaction. Type of quantitative descriptive research with explanatory research design. The population in this study were all consumers photocopying SEP Jember. The sample used was 120 respondents with purposive sampling technique. The analytical tool uses corresponden analysis and importance performance analysis with SPSS version 19. The results of the correspondence analysis method state that there are 16 attributes that are in the superior area or have good ratings for consumers. In addition, there are also 6 attributes that are included in competing areas or that have good quality. While the attributes included in the underdeveloped area are 2 attributes. The result of the importance performance analysis method states that there are 3 attributes that are in quadrant I, there are 10 attributes that are in quadrant II, there are 8 attributes that are in quadrant III, and there are 3 attributes that are in quadrant IV.

Keywords: *Mix 7P Marketing, Correspondence Analysis, Importance Performance Analysis.*

Latar Belakang

Perkembangan era globalisasi saat ini, suatu perusahaan barang atau jasa keduanya harus mampu menjalankan usahanya dengan melakukan inovasi produk atau pengembangan produk, menentukan lokasi yang strategis, melakukan promosi penjualan, menambah fasilitas pelayanan, menetapkan harga yang kompetitif, serta memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Dalam suatu aktivitas pemasaran pasti akan dihadapkan pada sebuah persaingan bisnis, yang mana persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Secara umum, persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula (Mujahidin, 2007). Banyak perusahaan yang saling berlomba-lomba untuk mendapatkan pangsa pasar didalam persaingan, sehingga hal ini memicu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnis perusahaan. Perusahaan harus berkompetensi dengan para pesaingannya agar dapat bertahan dan tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2009). Setiap perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kepuasan pada pelanggannya dengan penawaran dan pelayanan yang optimal, mengingat perusahaan harus mampu mempertahankan posisinya di tengah persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang ini terutama dalam bidang jasa seperti usaha fotokopi yang berada di Jember.

Sekarang ini, di kota Jember sudah banyak berdiri usaha-usaha fotokopi seperti usaha fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember yang berdiri sejak tahun 2005 yang beralamatkan di Jalan Mastrib no. 15 Jember dan telah memiliki tujuh cabang fotokopi yang berada di daerah Jember. Fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember dari tahun ke tahun selalu mengembangkan produk dengan menambah fasilitas serta terus membuka cabang diberbagai daerah yang memiliki letak strategis dan sampai saat ini fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember telah memiliki tujuh cabang di kota Jember. Adapun daftar 7 cabang fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember dapat dilihat melalui tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Daftar Cabang Fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember

No	Nama	Alamat
1	SEP Cabang 1	Jl. Mastrib no. 15 Jember
2	SEP Cabang 2	Jl. Kalimantan no. 23 Jember
3	SEP Cabang 3	Jl. Jawa no. 20 Jember
4	SEP Cabang 4	Jl. Jawa no. 48 C Jember
5	SEP Cabang 5	Jl. Karimata no. 72 Jember
6	SEP Cabang 6	Jl. Karimata no. 53 Jember
7	SEP Cabang 7	Jl. Jawa no. 28 E Jember

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 1.1 diatas diketahui bahwa terdapat tujuh cabang fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember antara lain berada di Jl. Mastrib no. 15 Jember, Jl. Kalimantan no. 23 Jember, Jl. Jawa no. 20 Jember, Jl. Jawa no. 48 C Jember, Jl. Karimata no. 72 Jember, Jl. Karimata no. 53 Jember, Jl. Jawa no. 28 E Jember, yang mana lokasi dari setiap cabang tersebut sangatlah strategis yaitu dekat dengan Universitas, sekolah, kantor dan lain-lain, serta juga dekat dengan pasar sasaran mereka yaitu mahasiswa.

Persaingan bisnis fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember sangatlah ketat menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggan karena terlalu banyak pesaing dengan keunggulan serta nilai lebih yang ditawarkan oleh para pesaing, sehingga sulit bagi fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember untuk merebut pangsa pasar pesaing. Adapun daftar pesaing dari fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember dapat dilihat melalui tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2
Daftar Pesaing Fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember

No	Nama	Alamat
1	Amore 3	Jl. Mastrib no. 22 Jember
2	Mentari	Jl. Mastrib no. 22 Jember
3	Corner	Jl. Mastrib no. 22 Jember
4	M.A.S	Jl. Mastrib no. 25 Jember
5	Surya Adi Shifa	Jl. Kalimantan no. 27 Jember
6	Nirwana	Jl. Kalimantan no. 32 Jember
7	Raya Printing	Jl. Kalimantan no. 24 Jember
8	Venus Panasonic	Jl. Jawa no. 27 A Jember
9	Evana Komputer	Jl. Jawa no. 43 Jember
10	Percetakan Offset	Jl. Jawa no. 23 Jember
11	Pukiluk	Jl. Karimata no. 28 Jember
12	Al-Aziz	Jl. Karimata no. 55 Jember
13	Gladys	Jl. Karimata no. 78 Jember
14	Rumah D-Zaind Jember	Jl. Karimata no. 06 Jember
15	Ar-Rohman	Jl. Karimata no. 20 Jember
16	Al-Malik	Jl. Karimata no. 23 Jember
17	A2MFC Digital Copier	Jl. Jawa 4 Ruko Wiwasya Jember

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 1.2 diatas diketahui bahwa persaingan bisnis yang terjadi pada fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember sangatlah ketat, yang mana mereka memiliki lokasi yang cukup berdampingan dengan fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember, sehingga tidak menutup kemungkinan akan mempengaruhi jumlah konsumen yang ada pada fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember. Jika dilihat berdasarkan pesaing terkuat dan terdekat maka ada 3 pesaing yaitu fotokopi Amore 3, Mentari, dan Al-aziz. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang sangat ketat, maka fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember harus memiliki keunggulan bersaing untuk dapat terus bertahan pada pelayanan yang mereka tawarkan pada konsumen.

Fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember berusaha memberikan layanan terbaik bagi pelanggan yaitu dengan jam kerja 17 jam, selain itu lokasi yang dimiliki cukup strategis serta karyawan fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember juga melayani dengan cepat, rapi, dan ramah. Hal tersebut sesuai dengan lima konsep yang dimiliki oleh fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember ini yaitu melayani lebih pagi dengan sepenuh hati, menggunakan mesin copy digital terbaik (Canon iR5000/6000), menggunakan kertas merek terkenal (Paper One, Gold, dan Bola Dunia), menggunakan tinta berkualitas (Canon iR5000/6000), dan menjadikan pelanggan sebagai sahabat dan mitra kami. Hal ini dimaksudkan agar konsumen mendapatkan pelayanan prima sehingga tercipta suatu kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: bagaimana persaingan usaha fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember dengan pesaing terdekat?, bagaimana persepsi dan harapan konsumen pada fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember?, dan bagaimana upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan kepuasan konsumen pada fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember?.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan ini merupakan pendekatan yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk mensandarkan karakteristik individu atau kelompok (Syamsudin dan Damayanti, 2011). Metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran perbandingan pesaing dan kepuasan konsumen fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh

data dengan menggunakan kuesioner dan wawancara yang kemudian data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember. Apabila jumlah populasi tidak diketahui, jumlah sampel minimal adalah lima kali dari jumlah butir pertanyaan yang terdapat di kuesioner. Indikator dalam penelitian ini apabila populasi tidak diketahui terdiri dari satu variabel bebas. Variabel bebas terdiri dari jumlah total pertanyaan dalam penelitian ini adalah 24 Indikator. Sehingga besar sampel dalam penelitian ini adalah $24 \times 5 = 120$ (Malhotra, 2006). Jadi, jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti sebanyak 120 responden.

Hasil dan Pembahasan

Correspondence Analysis (CA)

Correspondence Analysis (CA) digunakan untuk menggambarkan posisi dari suatu objek penelitian terhadap objek lainnya dalam hal ini adalah fotokopi SEP Jember (sebagai objek penelitian), fotokopi Amore 3 (sebagai pesaing 1), fotokopi Mentari (sebagai pesaing 2), dan fotokopi Al-Aziz (sebagai pesaing 3) dalam bentuk pembuatan grafik beserta dengan atribut objeknya. Berdasarkan atribut tersebut maka akan dilakukan pembobotan terhadap empat perusahaan fotokopi tersebut yang dimana rangking 1 (unggul) menyatakan penilaian yang baik, rangking 2 (bersaing) menyatakan penilaian cukup baik, dan rangking 3 (tertinggal) menyatakan penilaian kurang baik. Hasil tabulasi penyebaran kuesioner berkaitan tentang pembobotan kinerja fotokopi SEP Jember terhadap kompetitor yang telah didapatkan melalui penyebaran koesioner kepada 120 responden, dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Tabulasi Rata-Rata Tingkat Kinerja Fotokopi SEP Jember Dan Kompetitor

No	Atribut	SEP	Amore 3	Mentari	Al-Aziz
X1.1	Menyediakan kertas dan ATK dengan merek yang terkenal	2.8000	2.8667	2.6667	2.4667
X1.2	Kelengkapan kertas dan ATK yang dijual	2.7667	2.8333	2.6333	2.7000
X1.3	Kertas dan ATK yang dijual memiliki kualitas yang baik	3.1667	2.9667	3.0000	2.7667
X1.4	Kertas dan ATK ditata dengan rapi, teratur sesuai jenisnya didalam etalase	2.6000	2.6333	2.5000	2.4667
X2.1	Harga jual kertas dan ATK yang terjangkau	3.1667	3.0667	2.9000	2.8667
X2.2	Harga jual kertas dan ATK sudah sesuai kualitas	2.9667	2.8000	2.8000	2.7667
X2.3	Harga jual kertas dan ATK yang kompetitif	2.8000	2.5000	2.6333	2.7000
X3.1	Lokasi toko dekat dengan konsumen	3.1667	3.0333	2.9667	2.9667
X3.2	Kemudahan transportasi menuju lokasi toko	2.9667	2.8000	2.9000	2.8000
X3.3	Keamanan toko bagi konsumen	2.8000	2.6667	2.7000	2.7667
X4.1	Promosi produk melalui banner	3.0000	2.8000	2.7667	2.7000
X4.2	Promosi produk melalui <i>wordl of mouth</i>	2.8667	2.7333	2.7000	2.6667
X5.1	Keramahan karyawan dalam melayani konsumen.	2.3667	2.1333	2.1000	2.5333
X5.2	Kecekatan karyawan dalam melayani konsumen.	2.5667	2.5333	2.3333	2.2000
X5.3	Ketersediaan karyawan memberikan informasi bila konsumen bertanya (berwawasan)	2.5667	2.6000	2.3000	2.6333
X5.4	Karyawan berpakaian rapi dan bersih	2.7000	2.6333	2.4667	2.6333
X5.5	Kecepatan pelayanan	3.0333	2.9000	2.7333	2.8667
X6.1	Kebersihan di dalam dan di luar toko	2.3667	2.3333	2.3333	2.1000
X6.2	Tersedianya kursi tunggu yang cukup	2.6000	2.6667	2.5000	2.7333
X6.3	Suasana toko yang nyaman	2.4667	2.4333	2.4000	2.5333

X6.4	Fasilitas parkir yang luas dan aman	2.7333	2.5667	2.6333	2.8000
X7.1	Tersedianya pelayanan komplain bagi konsumen.	2.5333	2.4000	2.4667	2.4333
X7.2	Proses penjilidan yang rapi	2.9667	2.8667	2.8333	2.8667
X7.3	Waktu penjilidan bisa ditunggu	3.1000	2.9667	2.9333	2.9333

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan tabel 3.1 diatas dapat diketahui bahwa atribut yang termasuk dalam rangking 1 (unggul) atau mendapatkan penilaian yang baik bagi konsumen dari fotokopi SEP Jember diantaranya X1.3, X2.1, X2.2, X2.3, X3.1, X3.2, X3.3, X4.1, X4.2, X5.2, X5.4, X5.5, X6.1, X7.1, X7.2, dan X7.3. Adapun atribut yang termasuk dalam rangking 2 (bersaing) atau mendapatkan penilaian cukup baik bagi konsumen dari fotokopi SEP Jember diantaranya X1.1, X1.2, X1.4, X5.1, X6.3, dan X6.4. Adapun atribut yang termasuk dalam rangking 3 (tertinggal) atau mendapatkan penilaian kurang baik bagi konsumen dari fotokopi SEP Jember diantaranya X5.3 dan X6.2.

Importance Performance Analysis (IPA)

Analisis persepsi dan harapan konsumen melalui tingkat pelayanan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang dilakukan pada fotokopi SEP Jember kepada 120 responden, akan dapat menganalisis sampai sejauh mana antara kinerja yang dirasakan oleh konsumen terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja perusahaan dengan skor kepentingan. Adapun hasil perbandingan skor kinerja dan skor kepentingan dari fotokopi SEP Jember dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2

Tabulasi Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Fotokopi SEP Jember

No	Atribut	Kinerja	Kepentingan
X1.1	Menyediakan kertas dan ATK dengan merek yang terkenal	2.8000	3.0000
X1.2	Kelengkapan kertas dan ATK yang dijual	2.7667	3.1000
X1.3	Kertas dan ATK yang dijual memiliki kualitas yang baik	3.1667	2.9333
X1.4	Kertas dan ATK ditata dengan rapi, teratur sesuai jenisnya didalam etalase	2.6000	2.4333
X2.1	Harga jual kertas dan ATK yang terjangkau	3.1667	3.3333
X2.2	Harga jual kertas dan ATK sudah sesuai kualitas	2.9667	2.7000
X2.3	Harga jual kertas dan ATK yang kompetitif	2.8000	2.6667
X3.1	Lokasi toko dekat dengan konsumen	3.1667	3.0000
X3.2	Kemudahan transportasi menuju lokasi toko	2.9667	2.6333
X3.3	Keamanan toko bagi konsumen	2.8000	2.6000
X4.1	Promosi produk melalui banner	3.0000	2.7333
X4.2	Promosi produk melalui <i>word of mouth</i>	2.8667	2.5000
X5.1	Keramahan karyawan dalam melayani konsumen.	2.3667	2.2667
X5.2	Kecekatan karyawan dalam melayani konsumen.	2.5667	3.3000
X5.3	Ketersediaan karyawan memberikan informasi bila konsumen bertanya (berwawasan)	2.5667	2.2000
X5.4	Karyawan berpakaian rapi dan bersih	2.7000	2.1000
X5.5	Kecepatan pelayanan	3.0333	2.8000
X6.1	Kebersihan di dalam dan di luar toko	2.3667	2.8333
X6.2	Tersedianya kursi tunggu yang cukup	2.6000	2.4333
X6.3	Suasana toko yang nyaman	2.4667	2.4000
X6.4	Fasilitas parkir yang luas dan aman	2.7333	2.5333
X7.1	Tersedianya pelayanan komplain bagi konsumen.	2.5333	2.2667
X7.2	Proses penjilidan yang rapi	2.9667	2.7667

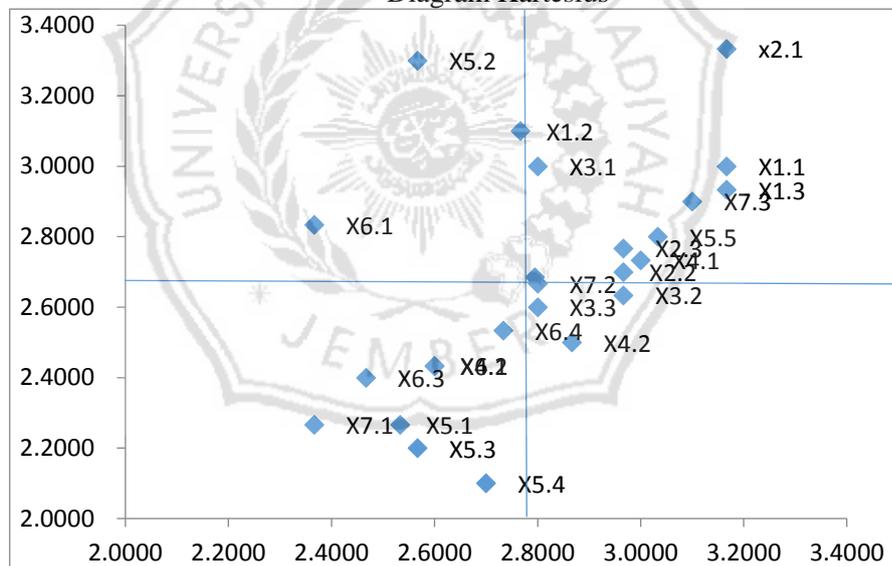
X7.3 Waktu penjiilidan bisa ditunggu	3.1000	2.9000
Rata-rata	2.7944	2.6847

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan tabel 3.2 diatas menyatakan bahwa jika dilihat dari tingkat kinerja maka terdapat 3 atribut yang sangat baik kinerjanya menurut responden diantaranya X1.3, X2.1, dan X3.1. Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata kinerjanya yang mendapat nilai tertinggi yaitu 3.1667. Sedangkan atribut yang paling rendah nilai kinerjanya menurut responden diantaranya X5.1 dan X6.1. Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata kinerjanya yang mendapat nilai terendah yaitu 2.3667. Dilihat dari tingkat kepentingan maka terdapat 1 atribut yang sangat penting menurut responden yaitu X2.1. Atribut ini dikatakan sangat penting karena memiliki nilai rata-rata kepentingan tertinggi yaitu 3.3333. Sedangkan atribut yang paling rendah nilai kepentingannya adalah X5.5. Atribut ini dikatakan kurang penting bagi responden karena memiliki nilai rata-rata kepentingan terendah yaitu 2.1000. Perbandingan tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan pada fotokopi SEP Jember menyatakan bahwa tingkat kinerja lebih tinggi dibandingkan tingkat kepentingan. Nilai rata-rata tingkat kinerja yaitu 2.7944 sedangkan nilai rata-rata tingkat kepentingan yaitu 2.6847. jadi dapat disimpulkan bahwa konsumen fotokopi SEP Jember merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Importance Performance Analysis (IPA) menggabungkan pengukuran faktor tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dalam diagram kartesius yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Dalam diagram kartesius akan dilakukan pemetaan atribut mana saja yang termasuk dalam Kuadran I (Prioritas Utama), Kuadran II (Pertahankan Prestasi), Kuadran III (Prioritas Rendah), dan Kuadran IV (Berlebihan). Interpretasi diagram kartesius dibagi menjadi empat buah kuadran seperti pada gambar 3.1 berikut:

Gambar 3.1
Diagram Kartesius



Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan gambar 3.1 diagram kartesius diatas menyatakan bahwa sebagai berikut:

1) Kuadran I

Kuadran I merupakan "Prioritas Utama" yaitu dimana atribut-atribut yang dianggap sangat penting tetapi pihak fotokopi SEP Jember belum melaksanakan sesuai keinginan konsumen. Berikut adalah beberapa atribut yang termasuk dalam kuadran I adalah sebagai berikut:

- Atribut X1.2 : Kelengkapan kertas dan ATK yang dijual
- Atribut X5.2 : Kecekatan karyawan dalam melayani konsumen.
- Atribut X6.1 : Kebersihan di dalam dan di luar toko

2) Kuadran II

Kuadran II merupakan “Pertahankan Prestasi” yaitu dimana atribut-atribut telah berhasil dilaksanakan pihak fotokopi SEP Jember, untuk itu wajib dipertahankannya, dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Berikut adalah beberapa atribut yang termasuk dalam kuadran II adalah sebagai berikut:

- a. Atribut X1.1 : Menyediakan kertas dan ATK dengan merek yang terkenal
- b. Atribut X1.3 : Kertas dan ATK yang dijual memiliki kualitas yang baik
- c. Atribut X2.1 : Harga jual kertas dan ATK yang terjangkau
- d. Atribut X2.2 : Harga jual kertas dan ATK sudah sesuai kualitas
- e. Atribut X2.3 : Harga jual kertas dan ATK yang kompetitif
- f. Atribut X3.1 : Lokasi toko dekat dengan konsumen
- g. Atribut X4.1 : Promosi produk melalui banner
- h. Atribut X5.5 : Kecepatan pelayanan
- i. Atribut X7.2 : Proses penjilidan yang rapi
- j. Atribut X7.3 : Waktu penjilidan bisa ditunggu

3) Kuadran III

Kuadran III merupakan “Prioritas Rendah” yaitu dimana atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaan dari pihak fotokopi SEP Jember kurang memuaskan. Berikut adalah beberapa atribut yang termasuk dalam kuadran III adalah sebagai berikut:

- a. Atribut X1.4 : Kertas dan ATK ditata dengan rapi, teratur sesuai jenisnya didalam etalase
- b. Atribut X5.1 : Keramahan karyawan dalam melayani konsumen
- c. Atribut X5.3:Kemampuan karyawan memberikan informasi bila konsumen bertanya (berwawasan)
- d. Atribut X5.4 : Karyawan berpakaian rapi dan bersih
- e. Atribut X6.2 : Tersedian kursi tunggu yang cukup
- f. Atribut X6.3 : Suasana toko yang nyaman
- g. Atribut X6.4 : Fasilitas parkir yang luas dan aman
- h. Atribut X7.1 : Tersedianya pelayanan komplain bagi konsumen.

4) Kuadran IV

Kuadran IV merupakan “Berlebihan” yaitu dimana atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan, dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Berikut adalah beberapa atribut yang termasuk dalam kuadran IV adalah sebagai berikut:

- a. Atribut X3.2 : Harga jual kertas dan ATK sudah sesuai kualitas
- b. Atribut X3.3 : Harga jual kertas dan ATK yang kompetitif
- c. Atribut X4.2 : Kemudahan transportasi menuju lokasi toko

Penentuan Prioritas Perbaikan

Penentuan prioritas perbaikan dilakukan dengan melihat hasil metode *Correspondence Analysis* dan metode *Importance Performance Analysis*. Prioritas perbaikan berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh terdapat pada tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3
Prioritas Atribut

No	Usulan Atribut	Daerah CA	Kuadran IPA	Prioritas
X5.3	Memberikan pelatihan karyawan mengenai informasi-informasi yang berkaitan dengan pekerjaannya agar memiliki wawasan yang luas.	Tertinggal	3	1
X6.2	Menyedikan kursi yang cukup bagi konsumen atau menyediakan kursi lebih bagi konsumen.	Tertinggal	3	
X1.1	Bekerjasama dengan supplier-supplier kertas dan ATK dengan memesan produk yang terkenal.	Bersaing	2	2
X1.2	Pihak fotokopi SEP Jember harus bekerjasama dengan <i>supplier</i> dalam menyediakan ukuran ataupun	Bersaing	1	3

	tipe kertas dan ATK yang diinginkan konsumen serta memperhatikan penyediaan barang atau penyetokan barang.			
X1.4	Pihak fotokopi SEP Jember harus melakukan penataan etalase setiap hari sesuai dengan jenisnya masing-masing agar penataan kertas dan ATK tertata secara rapi ditempatnya.	Bersaing	3	
X5.1	Melakukan pelatihan karyawan dalam pelayanan kepada konsumen, membuat standart operasional prosedur agar para karyawan memiliki standart dalam melakukan pelayanan.	Bersaing	3	4
X6.3	Menyediakan fasilitas-fasilitas tambahan seperti televisi, kipas angin, music, dan lain-lain agar konsumen merasa nyaman berada di toko.	Bersaing	3	
X6.4	Menyediakan fasilitas parkir yang luas bagi konsumen serta menugaskan satpam agar konsumen merasa nyaman dan aman.	Bersaing	3	
X1.3	Berkerja sama dengan supplier agar menyediakan kertas dan ATK dengan kualitas yang baik.	Unggul	2	
X2.1	Melakukan penetapan harga yang terjangkau	Unggul	2	
X2.2	Melakukan penetapan harga dengan melihat kualitas kertas dan ATK terlebih dahulu agar harga produk sesuai dengan kualitas produk.	Unggul	2	5
X2.3	Melakukan survey mengenai pasaran harga setiap produk, khususnya pada pesaing utamanya.	Unggul	2	
X3.1	Tidak ada usulan perbaikan	Unggul	2	
X3.2	Tidak ada usulan perbaikan	Unggul	4	
X3.3	Menugaskan satpam untuk berjaga di toko	Unggul	4	6
X4.1	Menggunakan banner di toko untuk melakukan promosi penjualan serta menarik minat konsumen.	Unggul	2	7
X4.2	Meningkatkan kualitas pelayanan dan keramahan terhadap konsumen agar konsumen bersedia melakukan promosi kepada teman-teman maupun keluarga mereka.	Unggul	4	8
X5.2	Karyawan harus dapat berkomunikasi dengan konsumen lebih baik lagi agar apa yang diinginkan konsumen sesuai dengan apa yang diterimanya. Jangan asal cepat saja, tetapi tidak sesuai dengan apa yang dimaksudkan konsumen.	Unggul	1	9
X5.4	Mengharuskan karyawan berseragam, berpakaian rapi dan bersih, apabila adayang melanggar maka harus dikenakan sanksi oleh perusahaan agar karyawan jera dan tidak mengulangi kesalahannya lagi.	Unggul	3	10
X5.5	Melakukan pelatihan karyawan agar memiliki skill atau kualitas pelayanan yang baik agar karyawan memiliki kecepatan pelayanan.	Unggul	2	11
X6.1	Perlunya dilakukan pembersihan ruangan toko setiap hari agar terlihat bersih dari luar maupun dari dalam toko.	Unggul	1	12
X7.1	Menyediakan pelayanan komplain bagi konsumen agar konsumen dapat memberikan saran atau masukan kepada perusahaan.	Unggul	3	13
X7.2	Melakukan pelatihan karyawan agar dapat melakukan	Unggul	2	14

proses penjilidan yang rapi.

X7.3	Melakukan pelatihan karyawan agar memiliki skill yang baik sehingga memiliki kecepatan pelayanan sehingga proses penjilidan tidak terlalu lama atau bisa ditunggu oleh konsumen.	Unggul	2
------	--	--------	---

Sumber: Lampiran 7

Kesimpulan

- 1) Adapun kekuatan yang dimiliki oleh fotokopi SEP Jember yaitu fotokopi SEP Jember menyediakan kertas dan ATK dengan merek yang terkenal, kertas dan ATK yang dijual memiliki kualitas yang baik, harga jual kertas dan ATK yang terjangkau, sesuai kualitas, dan kompetitif, selain itu memiliki lokasi yang strategis, memiliki kecepatan dalam pelayanan, proses penjilidan yang rapi serta memiliki suasana toko yang nyaman. Atribut-atribut tersebut sudah sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen selama ini, pelayanan berdasarkan atribut tersebut harus dipertahankan bahkan ditingkatkan oleh pihak fotokopi SEP Jember untuk mendapatkan kepuasan konsumen dan bertahan dalam persaingan bisnis dengan cara bekerja sama dengan *supplier* untuk memesan kertas dan ATK dengan merek yang terkenal dan dengan kualitas yang baik, melakukan penetapan harga yang terjangkau, melakukan pelatihan karyawan agar memiliki skill yang berkualitas serta menyediakan fasilitas tambahan seperti televisi, kipas angin, dan lain lain agar konsumen merasa nyaman berada di toko.
- 2) Adapun kelemahan yang dimiliki oleh fotokopi SEP Jember yaitu fotokopi SEP Jember kurang lengkap didalam menyediakan kertas dan ATK yang dijual, karyawan fotokopi SEP Jember kurang cekatan didalam melayani konsumen, serta kurang menjaga kebersihan toko. Jadi, pihak fotokopi SEP Jember perlu melakukan perbaikan sebaik mungkin untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut tersebut dengan cara melakukan kerja sama dengan *supplier* dalam menyediakan ukuran maupun tipe kertas dan ATK yang diinginkan konsumen, karyawan fotokopi SEP Jember harus dapat berkomunikasi dengan konsumen lebih baik lagi agar apa yang diinginkan konsumensesuai dengan apa yang diterimanya. Jangan asal cepat saja, tetapi tidak sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, serta perlunya dilakukan pembersihan ruangan toko setiap hari agar terlihat bersih dari luar maupun dari dalam toko.
- 3) Hasil analisis pesaingan fotokopi SEP Jember dengan kompetitornya menggunakan metode *Correspondence Analysis* menyatakan bahwa terdapat 16 atribut yang berada pada daerah unggul atau memiliki penilaian yang baik bagi konsumen, akan tetapi juga terdapat 6 atribut yang termasuk dalam daerah bersaing atau memiliki kualitas yang cukup baik. Sedangkan atribut yang termasuk dalam daerah tertinggal terdapat 2 atribut.
- 4) Hasil analisis kepuasan konsumen pada fotokopi SEP Jember dengan metode *Importance Performance Analysis* pada diagram kartesius menyatakan bahwa atribut-atribut dalam kuadran I terdiri dari kelengkapan kertas dan ATK yang dijual, kecekatan karyawan dalam melayani konsumen, dan kebersihan di dalam dan di luar toko. Adapun atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran II diantaranya menyediakan kertas dan ATK dengan merek yang terkenal, kertas dan ATK yang dijual memiliki kualitas yang baik, harga jual kertas dan ATK yang terjangkau, harga jual kertas dan ATK sudah sesuai kualitas, harga jual kertas dan ATK yang kompetitif, lokasi toko dekat dengan konsumen, promosi produk melalui banner, kecepatan pelayanan, proses penjilidan yang rapi, dan suasana toko yang nyaman. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran III adalah kertas dan ATK ditata dengan rapi, teratur sesuai jenisnya didalam etalase, keramahan karyawan dalam melayani konsumen, kemampuan karyawan memberikan informasi bila konsumen bertanya (berwawasan), karyawan berpakaian rapi dan bersih, tersedian kursi tunggu yang cukup, suasana toko yang nyaman, fasilitas parkir yang luas dan aman, dan tersedianya pelayanan komplain bagi konsumen. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran IV adalah harga jual kertas dan ATK sudah sesuai kualitas, harga jual kertas dan ATK yang kompetitif, dan kemudahan transportasi

menuju lokasi toko. Perbandingan tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan (harapan) pada fotokopi SEP Jember menyatakan bahwa tingkat kinerja lebih tinggi dibandingkan tingkat kepentingan. Nilai rata-rata tingkat kinerja yaitu 2.7944 sedangkan nilai rata-rata tingkat kepentingan yaitu 2.6847. jadi dapat disimpulkan bahwa konsumen fotokopi SEP Jember merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

- 5) Penentuan prioritas perbaikan dilakukan dengan melihat penggabungan hasil metode *Correspondence Analysis* dan metode *Importance Performance Analysis*. Dari tabel prioritas perbaikan dapat diketahui bahwa atribut yang perlu diperbaiki adalah sebagai berikut:
- a. Prioritas pertama, terdiri dari 2 atribut yaitu X5.3 dan X6.2.
 - b. Prioritas kedua, terdiri dari 1 atribut yaitu X1.1.
 - c. Prioritas ketiga, terdiri dari 1 atribut yaitu X1.2.
 - d. Prioritas keempat, terdiri dari 4 atribut yaitu X1.4 , X5.1, X6.3, dan X6.4.
 - e. Prioritas kelima, terdiri dari 5 atribut yaitu X1.3, X2.1, X2.2, X2.3, dan X3.1.
 - f. Prioritas keenam, terdiri dari 2 atribut yaitu X3.2 dan X3.3 .
 - g. Prioritas ketujuh, terdiri dari 1 atribut yaitu X4.1.
 - h. Prioritas kedelapan, terdiri dari 1 atribut yaitu X4.2.
 - i. Prioritas kesembilan, terdiri dari 1 atribut yaitu X5.2.
 - j. Prioritas kesepuluh, terdiri dari 1 atribut yaitu X5.4.
 - k. Prioritas kesebelas, terdiri dari 1 atribut yaitu X5.5.
 - l. Prioritas kedua belas, terdiri dari 1 atribut yaitu X6.1.
 - m. Prioritas ketiga belas, terdiri dari 1 atribut yaitu X7.1.
 - n. Prioritas keempat belas, terdiri dari 2 atribut yaitu X7.2 dan X7.3.

Saran

Adapun saran dari peneliti yang ditujukan kepada pihak fotokopi SEP Jember guna peningkatan kualitas pelayanannya, antara lain:

- 1) Pihak fotokopi SEP Jember perlu meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara pengadaan pelatihan dan evaluasi kinerja karyawan setiap bulan sekali agar kualitas karyawan dalam melayani konsumen dapat memuaskan dan memenangkan persaingan bisnis.
- 2) Menjalinkan komunikasi yang baik dengan konsumen agar mendapat nilai tambah dari konsumen atas pelayanan yang diberikan.
- 3) Perlu adanya penambahan fasilitas dan peralatan yang modern guna memenuhi kebutuhan konsumen. Misalnya: toilet, kursi tunggu yang cukup, mesin kasir, dan lain-lain.

Daftar Pustaka

- [1] Alma, Buchari. 2013. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung. Alfabeta.
- [2] Arifin, Johan. 2009. **Etika Bisnis Islami**. Semarang. Walisongo Press. Cetakan 1, Hlm. 97- 107.
- [3] Daft, Ricard L. 2010. **Era Baru Manajemen**. Jakarta. Salemba Empat.
- [4] Fandy, Tjiptono. 2011. **Service Management Mewujudkan Layanan Prima**. Edisi 2. Yogyakarta.
- [5] Kotler, Philip. 2008. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 12, Jilid 2. Jakarta. Indeks.
- [6] Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- [7] Kuncoro, Mudrajad. 2008. **Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif**. Jakarta. Erlangga. Hlm. 86.
- [8] Pratama, Nanda Bagus, dkk. 2015. **Analisis Persaingan Dan Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Correspondance Analysis Dan Importance Performance Analysis**. Jurnal Teknik Industri, Vol. 16, No. 2.
- [9] Sarvia, Elty, dkk. 2009. **Analisis Persaingan Dan Kepuasan Konsumen Dengan Metode Importance-Performance Analysis Dan Correspondence Analysis (Studi Kasus : T Refill Centre, Bandung)**. Proceedings Seminar Nasional Teknologi Industri. Semarang.
- [10] Sudaryono. 2016. **Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi**. Banten. Andi
- [11] Sugiyono. 2009. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D**. Bandung. Alfabeta.