

**ANALISIS SERVICESCAPE MENGGUNAKAN METODE IPA
(Studi Kasus Bank X KC Surapati Unit Kredit Mikro Bandung Tahun 2018)**

**SERVICESCAPE ANALYSIS USING IPA METHOD
(Bank X KC Surapati Micro Credit Unit Bandung in 2018)**

Nadiya Parwati¹, Rennyta Yusiana²

Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom
email: nadiyaparwati12@gmail.com, rennyta@tass.telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Perbankan membutuhkan kepercayaan dari nasabah dalam menjalankan setiap tugasnya. Untuk mendapatkan kepercayaan tersebut maka perbankan harus dapat bekerja secara profesional mulai dari segi pelayanan dan strategi pemasarannya. Salah satu strategi tersebut adalah membangun lingkungan layanan (*servicescape*) pada bank. Bank X KC Surapati Unit Kredit Mikro Bandung adalah salah satu bank yang menyediakan Kredit Usaha Mikro bagi orang-orang yang membutuhkan Kredit. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kinerja, harapan, tingkat kepuasan pelanggan dan menentukan atribut Lingkungan Layanan (*servicescape*) yang harus ditingkatkan.

Terdapat tiga dimensi *Servicescape* dalam penelitian ini yaitu *Ambient Condition, Spatial Layout and Functionality, Sign Symbol and Artifact*. Pengambilan sampel penelitian dilakukan menggunakan metode *Probability Sampling*, dengan jumlah sampel 85 responden. *Importance Performance Analysis (IPA)* dilakukan untuk mengetahui atribut atau dimensi yang perlu dibenahi tingkat kerjanya dan atribut atau dimensi yang perlu dipertahankan kerjanya oleh perusahaan.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah harapan konsumen Bank X KC Surapati Unit Kredit Mikro Bandung adalah sangat baik dengan presentase 84,65%. Sedangkan persepsi konsumen atas kinerja yang telah diberikan Bank X KC Surapati Unit Kredit Mikro Bandung adalah baik dengan presentase 69,02%. Tingkat kepuasan nasabah atas kinerja adalah 11,78 sedangkan tingkat harapan adalah 13,6. Hal tersebut menunjukkan nasabah belum puas dengan layanan karena tingkat harapan lebih besar dibandingkan tingkat kinerja yang diberikan. Terdapat 11 atribut yang perlu diperbaiki Bank X KC Surapati Unit Kredit Mikro Bandung.

Kata Kunci: *Servicescape, Importance Performance Analysis, Kepuasan Konsumen*

ABSTRACT

*Banking needs trust from customers in performing their duties. To gain the trust banking must be able to work professionally from the aspect of service and marketing strategy. One of these strategies is to build a service environment for banks. Bank X KC Surapati Micro Credit Unit Bandung is one of the banks that provide Micro Credit for people who need Credit. This research is conducted to know the performance, expectation, level of customer satisfaction and determine service environment attribute (*servicescape*) that must be improved.*

There are three dimensions of Servicescape in this research are Ambient Condition, Spatial Layout and Functionality, Sign Symbol and Artifact. The sampling of the research was conducted using Probability Sampling method, with the total sample of 85 respondents. Importance Performance Analysis (IPA) is conducted to determine the attributes or dimensions that need to be addressed the level of performance and attributes or dimensions that need to be maintained by the company's performance.

The conclusion of this research is consumer expectation of Bank X KC Surapati Bandung Micro Credit Unit is very good with percentage 84.65%. While consumer perceptions on the performance that has been given by Bank X KC Surapati Bandung Micro Credit Unit is good with a percentage of 69.02%. The level of customer satisfaction on performance is 11.78 while the expectation level is 13.6. It shows the customer is not satisfied with the service because the level of expectations is greater than the level of performance provided. There are 11 attributes that need to be fixed by Bank X KC Surapati Bandung Micro Credit Unit.

Keywords: *Servicescape, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Perbankan sebagai suatu lembaga keuangan kepercayaan masyarakat yang memegang peranan penting dalam sistem perekonomian, sehingga dapat dikatakan bank merupakan urat nadi dari sistem keuangan yang beraktifitas menerima simpanan dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro, deposito dll, yang kemudian dana yang terkumpul dari masyarakat tersebut disalurkan kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit.

Kondisi persaingan bisnis, kemajuan teknologi, perkembangan ekonomi, dan sejarah masyarakat mendorong terjadinya pengembangan kualitas pelayanan (*service quality*) yang menekankan pada pentingnya pemenuhan harapan dan kebutuhan pelanggan. Keberadaan kinerja pelayanan yang baik akan memberikan kontribusi pada pencapaian kepuasan pelanggan yang memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan *Micro Banking Manager* Bank X, Pada Mei 2017, Bank X mendapatkan posisi sebagai *The Best Bank Service Excellent* yang terjaga selama 10 tahun berturut-turut. Bank X berhasil mempertahankan posisinya sebagai bank dengan skor tertinggi dalam pelayanan prima versi BSEM (*Banking Service Excellent Monitor*), dengan menjaga kualitas layanan ketika saluran distribusi bertambah dan makin beragam, jumlah nasabah berkembang, dan volume transaksi yang bertambah dari tahun ke tahun

Bank X menyediakan Kredit Usaha Mikro bagi orang-orang yang membutuhkan Kredit Investasi (KI) dan atau Kredit Modal Kerja (KMK) untuk pengembangan usaha produktif maupun konsumtif skala mikro. Fasilitas pembiayaan ini dapat diberikan kepada semua pemilik usaha mikro dan usaha rumah tangga baik berbentuk perusahaan, kelompok usaha, dan perorangan (seperti pedagang, petani, peternak, dan nelayan).

Ada beberapa kendala yang terjadi pada Unit Kredit Mikro Bank X terutama dalam fasilitas lingkungan layanan seperti kebisingan yang belum bisa ditoleransi dan mengganggu kenyamanan nasabah, ukuran dan banyaknya furnitur yang membuat ruangan terlihat lebih sempit, mesin yang tersedia belum berfungsi dengan baik, dan pencahayaan ruangan yang kurang. Kendala-kendala tersebut menyebabkan kualitas pelayanan pada Bank X Unit Kredit Mikro sedikit menurun.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang akan diangkat pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana harapan konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh Bank X Unit Kredit Mikro?
2. Bagaimana pelayanan yang diterima konsumen atas Bank X Unit Kredit Mikro?
3. Bagaimana kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh Bank X Unit Kredit Mikro ?
4. Aspek apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh Bank X Unit Kredit Mikro?

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui harapan konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh Bank X Unit Kredit Mikro.
2. Untuk mengetahui pelayanan yang diterima konsumen atas Bank X Unit Kredit Mikro.
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh Bank X Unit Kredit Mikro.
4. Untuk mengetahui aspek apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh Bank X Unit Kredit Mikro.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan satu variabel *independent* yaitu *servicescape* dan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*).

2. DASAR TEORI

2.1 Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:51) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan bagi organisasi dan pemangku kepentingan.

2.2 Pemasaran Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2016:422) mendefinisikan pemasaran jasa merupakan tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat non fisik (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

2.3 Servicescape (Lingkungan Layanan)

Menurut Lupiyoadi (2013:120) *Servicescape* adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa tersebut.

2.4 Dimensi Servicescape

Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:296) *servicescape* memiliki tiga dimensi yaitu, sebagai berikut:

1. *Ambient conditions*

Meliputi latar belakang karakteristik lingkungan yang umumnya digunakan untuk mempengaruhi panca indera. Misalnya temperatur udara, pencahayaan, kebisingan, musik, aroma atau bau, dan warna. Semua faktor ini sangat mempengaruhi bagaimana orang merasakan, berpikir dan merespon terhadap keberadaan suatu produk atau jasa.

2. *Spatial layout and functionality*

Lingkungan layanan pada umumnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, oleh karena itu tata ruang tentu sangat penting. *Spatial layout* menunjukkan bagaimana mesin, peralatan dan furnitur diatur dan disusun, ukuran dan bentuk dari item tersebut, dan hubungan spesial diantara semuanya, sedangkan *functionality* menunjukkan pada kemampuan dari setiap item untuk memfasilitasi pencapaian tujuan konsumen dan karyawan.

3. *Signs, symbol and artifact*

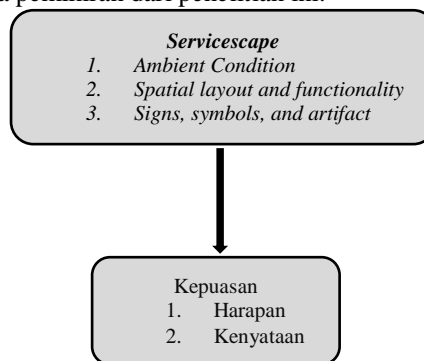
Signs digunakan untuk mengkomunikasikan label, tujuan dan peraturan, sedangkan *symbol and artifact* memberikan isyarat kepada pengunjung mengenai tempat, norma dan perilaku yang diharapkan dalam tempat tersebut.

2.5 Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan suatu produk atau jasa (atau hasil) dengan harapannya. Jika kinerja gagal memenuhi harapannya, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapannya, maka pelanggan akan merasa sangat puas atau senang.

2.6 Kerangka Pemikiran

Berikut adalah kerangka pemikiran dari penelitian ini:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

3. PEMBAHASAN

3.1 Hasil Uji Validitas

Tabel 1 Tabel Validitas *Servicescape Importance* dan *Performance*

Dimensi	No Item	r-hitung		r-tabel	Keterangan
		Importance	Performance		
	P1	0,629	0,475	0,361	Valid

<i>Ambient Conditions</i>	P2	0,501	0,736	0,361	Valid
	P3	0,512	0,806	0,361	Valid
	P4	0,541	0,391	0,361	Valid
	P5	0,675	0,598	0,361	Valid
	P6	0,573	0,761	0,361	Valid
	P7	0,577	0,830	0,361	Valid
	P8	0,618	0,748	0,361	Valid
	P9	0,606	0,804	0,361	Valid
	P10	0,548	0,907	0,361	Valid
	P11	0,612	0,609	0,361	Valid
	P12	0,616	0,749	0,361	Valid
	P13	0,675	0,736	0,361	Valid
	P14	0,512	0,769	0,361	Valid
	<i>Spatial Layout and Functionality</i>	P15	0,639	0,654	0,361
P16		0,661	0,804	0,361	Valid
P17		0,573	0,576	0,361	Valid
P18		0,675	0,665	0,361	Valid
P19		0,807	0,663	0,361	Valid
P20		0,790	0,683	0,361	Valid
P21		0,635	0,723	0,361	Valid
P22		0,809	0,537	0,361	Valid
<i>Sign, symbol and artifact</i>	P23	0,742	0,777	0,361	Valid
	P24	0,571	0,769	0,361	Valid
	P25	0,675	0,783	0,361	Valid
	P26	0,710	0,812	0,361	Valid

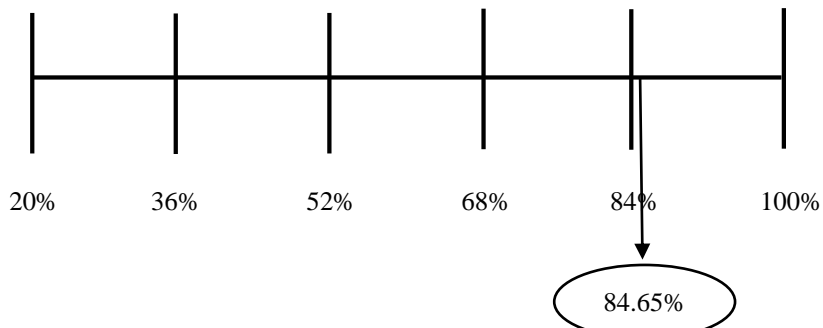
3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas n=90 *Importance*

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Item
0,937	26

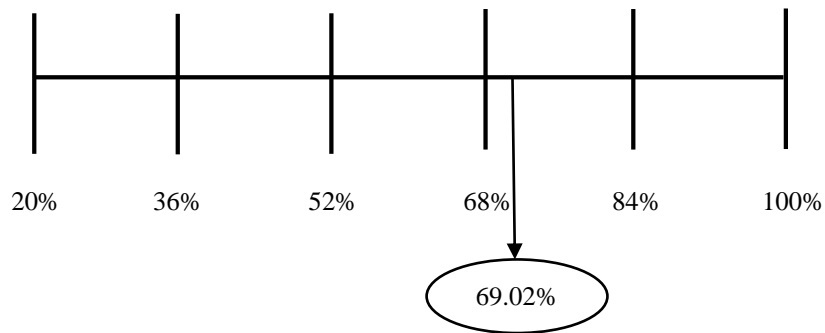
Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas n=90 *Performance*

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Item
0,957	26



Gambar 2 Garis Kontinum Nilai *Importance Servicescape*

Berdasarkan gambar 1 diperoleh hasil perhitungan atribut harapan (*Importance*) di Bank X KC Surapati Unit Kredit Mikro Bandung sebesar 84,65% dan dari garis kontinum dapat diketahui hasil perhitungan harapan (*Importance*) nasabah pada Bank X KC Surapati Unit Kredit Mikro Bandung dinyatakan “Sangat Baik”.

Gambar 3 Garis Kontinum Nilai *Performance Servicescape*

Berdasarkan gambar 4.7 diperoleh hasil perhitungan atribut kenyataan (*Performance*) di Bank X KC Surapati Unit Kredit Mikro Bandung sebesar 69.02% dan dari garis kontinum dapat diketahui hasil perhitungan kenyataan (*Performance*) nasabah pada Bank X KC Surapati Unit Kredit Mikro Bandung dinyatakan “Baik”.

3.3 Hasil Perhitungan Kesenjangan (*gap*)

Tabel 4 Hasil Perhitungan Kesenjangan (*gap*)

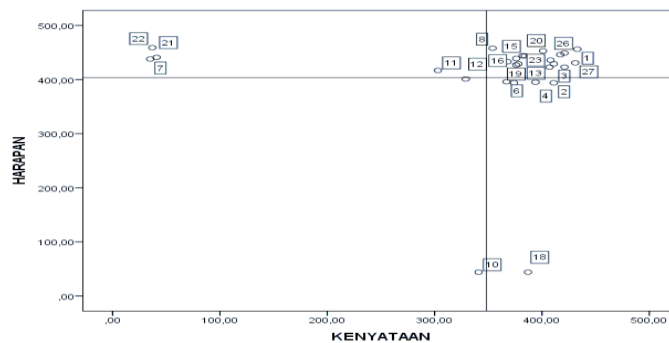
Dimensi	Item	Kenyataan (<i>Performance</i>)	Harapan (<i>Importance</i>)	Rata-rata <i>performance</i>	Rata-rata <i>importance</i>	Gap $Q_i (P_i - I_i)$
<i>Ambient Conditions</i>	P1	390	410	4.33	4.56	-0.23
	P2	370	355	4.11	3.94	0.17
	P3	366	381	4.07	4.23	-0.16
	P4	315	355	3.94	3.95	-0.01
	P5	337	388	3.74	4.31	-0.57
	P6	330	396	3.67	4.4	-0.73
	P7	315	394	3.5	4.38	-0.88
	P8	319	412	3.54	4.58	-1.04
	P9	331	390	3.68	4.33	-0.65
	P10	307	396	3.41	4.4	-0.99
	P11	273	375	3.03	4.17	-1.14
	P12	296	361	3.29	4.01	-0.72
	P13	370	386	4.11	4.29	-0.18
	P14	379	381	4.21	4.23	-0.02
Rata-rata				3.76	4.27	-7.15
<i>Spatial Layout and Functionality</i>	P15	338	395	3.76	4.39	-0.63
	P16	331	418	3.68	4.64	-0.96
	P17	348	396	3.87	4.4	-0.53
	P18	340	386	3.78	4.29	-0.51
	P19	344	400	3.82	4.44	-0.62
	P20	370	397	4.1	4.41	-0.31
	P21	333	413	3.7	4.59	-0.89
	P22	368	392	4.08	4.36	-0.28
Rata-rata				3.84	4.44	-0.66
<i>Sign, Symbol and Artifact</i>	P23	361	408	4.01	4.53	-0.52
	P24	379	404	4.21	4.49	-0.28
	P25	388	388	4.31	4.31	0
	P26	375	401	4.17	4.46	-0.29
Rata-rata				4.18	4.45	-0.27
Rata-rata total				11.78	13.16	-8.08

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua pernyataan bernilai negatif, yang berarti bahwa semua pernyataan mempunyai kesenjangan (*gap*). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pada *servicescape* saat ini masih berada dibawah harapan pengunjung/nasabah Bank X Unit Kredit Mikro.

3.4 Importance Performance Analysis (IPA)

Tabel 5 Skor Rata-rata *Importance Performance* Kepuasan Konsumen

Dimensi	Item	Performance (Pi)	Importance (Ii)	Kuadran
<i>Ambient Conditions</i>	P1	4.33	4.56	B
	P2	4.11	3.94	D
	P3	4.07	4.23	B
	P4	3.94	3.95	D
	P5	3.74	4.31	B
	P6	3.67	4.4	D
	P7	3.5	4.38	A
	P8	3.54	4.58	B
	P9	3.68	4.33	B
	P10	3.41	4.4	C
	P11	3.03	4.17	A
	P12	3.29	4.01	C
	P13	4.11	4.29	B
	P14	4.21	4.23	B
Nilai Rata-rata		3.76	4.27	
<i>Spatial Layout and Functionality</i>	P15	3.76	4.39	B
	P16	3.68	4.64	B
	P17	3.87	4.4	B
	P18	3.78	4.29	D
	P19	3.82	4.44	D
	P20	4.1	4.41	B
	P21	3.7	4.59	A
P22	4.08	4.36	A	
Nilai Rata-rata		3.84	4.44	
<i>Sign, Symbol and Artifact</i>	P23	4.01	4.53	B
	P24	4.21	4.49	B
	P25	4.31	4.31	B
	P26	4.17	4.46	B
Nilai Rata-rata		4.18	4.45	
Nilai Rata-rata Total		11.78	13.16	



Gambar 4 Diagram Kartesius *Importance-Performance Analysis*

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan mengenai analisis kepuasan konsumen berdasarkan dimensi *Servicescape* dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pada Bank X KC Surapati Unit Kredit Mikro Bandung, dari penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Konsumen mempunyai harapan yang besar atas lingkungan layanan (*servicescape*) pada Bank X Unit Kredit Mikro, berdasarkan analisis deskriptif harapan secara keseluruhan berada dalam kategori **Sangat Baik** yaitu sebesar **84,65%**.
2. Berdasarkan persepsi konsumen terhadap lingkungan layanan (*servicescape*) pada Bank X Unit Kredit Mikro diukur dengan analisis deskriptif kenyataan secara keseluruhan berada dalam kategori **Baik** yaitu sebesar **69,02%**.
3. Tingkat kepuasan pada nasabah diukur dalam harapan dan kenyataan yang ditujukan untuk Bank X Unit Kredit Mikro, dengan nilai rata-rata harapan **13.16** sementara persepsi/kenyataan yang nasabah berikan dengan hasil nilai rata-rata **11.78**. Maka dapat diberikan kesimpulan bahwa nasabah belum puas dengan layanan yang diberikan karena nilai rata-rata harapan lebih besar daripada kenyataan.
4. Berdasarkan penelitian dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pada diagram kartesius terdapat empat atribut prioritas utama pada Kuadran A, enam belas atribut bertahan di Kuadran B, dua atribut prioritas rendah di Kuadran C dan lima atribut berlebihan di Kuadran D yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen serta lingkungan layanan Bank X Unit Kredit Mikro.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- [1] Darmawan, Deni. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- [2] Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2016), *Principles of Marketing*, 15th Pearson Education Limited
- [3] Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016), *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education Limited
- [4] Lupiyoadi, Rambat. (2015). Praktikum Metode Riset Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- [5] Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Ke Tujuh Belas. Bandung: Alfabeta
- [6] Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- [7] Sujarweni, W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS
- [8] Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- [9] Zeithaml, Valerie A, dan Bitner, Mary Jo, (2013), *Service Marketing*, 6th Edition, McGraw-Hill Education

Penelitian Terdahulu dan Jurnal

- [1] Anri Citra Annisa, Rennyta Yusiana, 2017. Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Dimensi *Servicescape* Menggunakan Metode *Importance Performance Anlysis*
- [2] Ghina Fakhroh Z, Fanni Husnul Hanifa, 2017. Analisis *Service Quality* Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Website

www.bankmandiri.co.id