

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SYARIAH DI SURYA MART PONOROGO 2019

Arif Dwi Septian

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Email: arif.dwi.septian84@gmail.com

Abstract

Companies need a measurement tool to evaluate the level of customer satisfaction and evaluation of service quality. Therefore, every companies realize that in order to compete in the world of tight trade today, companies need an evaluation of the level of customer satisfaction and evaluation of service quality. This study aims (1) to evaluate Surya Mart Ponorogo in prioritizing its sharia service quality attributes 2. to show the quality attributes of sharia services as the top priority to be improved (3) to show the value level of CSI. This study uses a quantitative approach with the object of research at Surya Mart Ponorogo. The data were tested by validity and reliability then analyzed by IPA (Importance Performance Analysis), Cartesius Diagram and CSI (Customer Satisfaction Index). This study produced three findings. First, the results of IPA (Importance Performance Analysis) at the level of conformity then get the priority sequence gap as follows: Priority 1, KPT/S 10 with a value of 83,09%; and the last is 18th, KPT/S 2 with a value of 93,48%. Second, from the results of the Cartesius Diagram analysis the attributes included in quadrant A (top priority) are sharia service quality attributes number 4, 9, 13, 14, 17, and 18. Third, the value of customer satisfaction on the quality of sharia services at Surya Mart Ponorogo according to CSI analysis is 75,2%, which means that customers feel satisfied.

Abstrak

Perusahaan memerlukan suatu alat ukur untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan dan evaluasi kualitas pelayanan. Oleh karena itu, setiap perusahaan menyadari agar dapat bersaing dalam dunia perdagangan yang ketat saat ini, perusahaan membutuhkan evaluasi tingkat kepuasan pelanggan dan evaluasi kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan (1) mengevaluasi Surya Mart Ponorogo dalam memprioritaskan atribut-atribut kualitas pelayanan syariahnya (2) menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan syariah yang menjadi prioritas utama agar ditingkatkan (3) menunjukkan nilai tingkat CSI kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif

dengan objek penelitian di Surya Mart Ponorogo. Data-data diuji dengan uji validitas dan reliabilitas kemudian dianalisis dengan IPA (Importance Performance Analysis), Diagram Kartesius dan CSI (Customer Satisfaction Index). Penelitian ini menghasilkan tiga temuan. Pertama, hasil analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) pada tingkat kesesuaian maka didapatkan urutan prioritas kesenjangan atau gap sebagai berikut: Prioritas ke 1, KPT/S 10 dengan nilai 83,09%; dan yang terakhir ke 18, KPT/S 2 dengan nilai 93,48%. Kedua, dari hasil analisis Diagram Kartesius atribut yang masuk dalam kuadran A (prioritas utama) yaitu atribut kualitas pelayanan syariah nomer 4, 9, 13, 14, 17, dan 18. Ketiga, nilai tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan syariah pada Surya Mart Ponorogo menurut analisis CSI yaitu 75,2% yang artinya pelanggan merasa puas.

Keywords: Quality of Sharia Services CARTER, IPA, Cartesius Diagram, CSI..

A. Pendahuluan

Pada saat ini kompetisi global telah menjadi fenomena yang tidak dapat dihindari dalam dunia perdagangan, yang ditandai dengan perubahan yang cepat di sektor komunikasi, informasi, dan teknologi. Produksi dan layanan sangat membutuhkan kemampuan baru untuk membuat perusahaan sukses di dunia perdagangan.¹ Pelayanan prima telah menjadi tuntutan yang harus dipenuhi untuk setiap perusahaan agar dapat bersaing secara efektif pada persaingan dunia perdagangan. Sekarang ada paradigma dislokasi dari logika barang dominan menjadi logika layanan dominan, yang terpenting adalah bertujuan untuk pertukaran ekonomi dan pemasaran. Individu dan organisasi mengubah layanan satu sama lain, sementara barang-barang, uang, jaringan, atau organisasi menjadi mediator atau lembaga tambahan yang memudahkan proses pertukaran layanan dari satu ke layanan lain.²

Dikutip dari data BPS Ponorogo pada tahun 2017 jumlah kepemilikan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) yang telah diterbitkan oleh Kantor Pelayanan Perijinan Terpadu (KPPT) Kabupaten Ponorogo mencapai 913 ijin usaha. Sementara bila dilihat menurut sektor usahanya, sebagian besar usaha yang mendaftar bergerak di sektor perdagangan (36,80%), sektor pertanian (16,43%), dan sektor jasa kemasyarakatan (13,47%). Dengan melihat perkembangan usaha perdagangan yang ada, maka tiap

¹ Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 8

² Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi 2 (Yogyakarta: ANDI, 2012), v

usaha baik itu usaha besar menengah kecil maupun mikro dituntut agar dapat berkompetisi agar dapat bertahan dan berkembang.³

Perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan untuk memenangkan kompetisi di era globalisasi ini, seperti memberikan kualitas yang lebih baik dari beberapa produk terbaik, harga yang lebih murah, layanan yang lebih cepat, dan lebih baik dari pesaing lainnya.⁴ Dengan kondisi ini, pengukuran kepuasan pelanggan sangat berguna untuk perusahaan dalam mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan pesaing dan untuk mengetahui bagian yang perlu perbaikan.⁵

Tabel Struktur Komponen Konsumsi Rumah Tangga Kabupaten Ponorogo 2013-2017⁶

No	Kelompok Konsumsi	2013	2014	2015	2016*	2017**
	A	B	C	D	E	F
1	Makanan, Minuman, dan Rokok	36,34%	35,21%	34,95%	34,57%	34,00%
2	Pakaian dan Alas Kaki	3,34%	3,28%	3,22%	3,16%	3,16%
3	Perumahan, Perkakas, Perlengkapan dan Penyelenggaraan Rumah Tangga	8,62%	8,58%	8,49%	8,47%	8,46%
4	Kesehatan & Pendidikan	8,86%	8,65%	9,04%	9,12%	9,29%
5	Transportasi, Komunikasi, Rekreasi, dan Budaya	22,69%	23,67%	23,78%	23,83%	24,02%
6	Hotel & Restoran	14,73%	15,13%	15,17%	15,46%	15,62%
7	Lainnya	5,41%	5,48%	5,35%	5,39%	5,44%
	Total Konsumsi	100%	100%	100%	100%	100%
Keterangan : * sementara ** sangat sementara						

Dari data di atas dapat dilihat meskipun proporsi pengeluaran untuk makanan cenderung menurun dari tahun ke tahun, yaitu 36,34% (2013);

³ Badan Pusat Statistik Kabupaten Ponorogo, Statistik Daerah Kabupaten Ponorogo 2018, Katalog 1102001.3502, Nomer Publikasi 35020.1826, 20

⁴ Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 1

⁵ Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, 5

⁶ Badan Pusat Statistik Ponorogo, Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Ponorogo Menurut Pengeluaran 2013 – 2017, Katalog : 9302023.3502, Nomor Publikasi : 35020.1803, 38

35,21% (2014); 34,95 % (2015); 34,57% (2016); dan 34,00% (2017). Sementara untuk kelompok pengeluaran bukan makanan tertinggi ada pada sub komponen transportasi, komunikasi, rekreasi dan budaya yang berada pada kisaran 22 sampai 24 persen dari total konsumsi akhir rumah tangga, namun tingkat konsumsi rumah tangga tertinggi di Ponorogo masih pada sektor pertama, yaitu makanan, minuman dan rokok. Maka dapat diketahui bahwa mayoritas rumah tangga di Ponorogo akan membelanjakan uangnya untuk makanan, minuman dan rokok yang dapat diperoleh di swalayan, supermarket, dan warung-warung, karena tingginya konsumsi rumah tangga di Ponorogo maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitiannya di salah satu unit perekonomian retail, yaitu swalayan.

Islam adalah agama yang sempurna (komprehensif) yang mengatur aspek kehidupan manusia, baik akidah, ibadah, akhlak maupun muamalah. Salah satu ajaran yang sangat penting adalah bidang ekonomi Islam. Namun dalam perjalanan waktu yang panjang dan demi meraup keuntungan sebesar-besarnya ajaran muamalah ekonomi Islam cenderung diabaikan oleh umat Islam, padahal muamalah dengan syariah Islam ialah satu rangkaian pada ekonomi Islam. Akibat terlupakannya ajaran syariat Islam maka umat Islam tertinggal dalam ekonomi dan banyak orang Islam yang melanggar prinsip ekonomi Islam dalam mencari nafkah kehidupan, seperti transaksi dan barang-barang yang mengandung unsur riba, *maysir*, *gharar*, haram dan *bathil*.⁷

Pelanggan akan lebih puas jika ada pelaksanaan pengukuran kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan dan sistem bisnis syariah. Dan untuk membuat pelanggan mereka menjadi konsisten, loyal dan puas perusahaan atau pasar perlu penelitian untuk masyarakat Ponorogo, yang berjumlah 855.281 orang.⁸

⁷ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah, Cet. 2* (Jakarta: KENCANA, 2013), 5-6

⁸ <https://ponorogokab.bps.go.id/statictable/2015/01/19/32/jumlah-penduduk-kabupaten-ponorogo-hasil-sensus-penduduk-tahun-2000-dan-2010.html> diakses 14 November 2018

Tabel Data Pertumbuhan Bank-Bank di Indonesia Menurut Data BPS 2017⁹

Rincian	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Bank-Bank Umum								
Bank Persero								
Jumlah bank	4	4	4	4	4	4	4	4
Jumlah kantor bank	4189	14145	15632 ^r	16637	17430 ^r	17809	18106	18262
Bank Pemerintah Daerah								
Jumlah bank	26	26	26	26	26	26	26	27
Jumlah kantor bank	1413	1 472	2 802 ^r	3254 ^r	3524 ^r	3781	3926	4130
Bank Swasta Nasional								
Jumlah bank	57	56	56	56	56	55 ^r	52	50
Jumlah kantor bank	6 526	7108	9275 ^r	9465 ^r	9226 ^r	9052	8384	7680
Bank Umum Syariah								
Jumlah bank	11	11	11	11	12	12	13	13
Jumlah kantor bank ¹	1215	1390	1734	1987	2163	1990	1869	1825
Bank Asing dan Campuran								
Jumlah bank	24	23	23	23	21	21 ^r	21	21
Jumlah kantor bank	494	465	502 ^r	504 ^r	396 ^r	331	445	388
Jumlah								
Bank	122	120	120	120	119	118	116	115
Kantor bank	13837	24580	29945 ^r	31847 ^r	32739 ^r	32963	32730	32285

⁹ <https://www.bps.go.id/statictable/2015/09/28/1856/bank-dan-kantor-bank--2010---2017.html> diakses 12 November 2018

Rincian	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Catatan : ¹ Angka Diperbaiki								
¹ Tidak Termasuk Gerai Muamalat								

Dari pemaparan data BPS tersebut dapat diperhatikan bahwa tingkat pertumbuhan bank syariah mengalami pertumbuhan yang baik dengan bukti bertambahnya jumlah bank yang ada dari tahun 2010-2017 sebesar 18 persen. Sedangkan selain bank syariah yang mengalami pertumbuhan hanya bank pemerintah daerah saja sebesar 0,3 persen. Dan bank-bank lain mengalami penurunan hingga 14 persen, yaitu pada bank swasta nasional, bank asing, dan campuran. Dari sini dapat diketahui bahwa minat masyarakat Indonesia pada produk syariah, yaitu perusahaan yang menerapkan konsep syariah ialah tinggi, berkaitan dengan penelitian penulis mencantulkannya karena berkaitan dengan objek penelitian yang mana berkonsep syariah di Surya Mart Ponorogo.

Sejak dibangun Surya Mart Ponorogo yaitu Badan Usaha Milik Muhammadiyah (BUMM) pada tanggal 10 November 1999 selalu menerapkan kualitas pelayanan syariah untuk mendapatkan kepuasan pelanggan, walaupun kepuasan pelanggan bersifat abstrak, tetapi dapat diukur melalui penelitian ilmiah. Untuk memahami kebutuhan dan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah hal penting yang harus dilakukan oleh Surya Mart Ponorogo untuk menjaga pelanggan tidak pindah ke toko lainnya. Guna mengetahui kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan syariah di Surya Mart Ponorogo dibutuhkan penelitian untuk membandingkan tingkat kepentingan pelanggan pada atribut dari kualitas pelayanan syariah dengan tingkat kinerjanya, yang pada akhirnya memberikan hasil tingkat kepuasan pelanggan Surya Mart Ponorogo. Selain itu penelitian ini harus dilakukan, karena penelitian tentang kepuasan pelanggan belum pernah dilakukan sebelumnya di Surya Mart Ponorogo.

Terdapat beberapa hal yang sekiranya penting untuk dibahas lebih mendalam lagi dalam bentuk-bentuk sub masalah yang dirumuskan menjadi tiga. Bagaimana Surya Mart Ponorogo memprioritaskan atribut-atribut kualitas pelayanan syariahnya menurut hasil analisis IPA pada tingkat kesenjangan atau gap? Apa atribut-atribut kualitas pelayanan syariah yang menjadi prioritas utama agar ditingkatkan Surya Mart Ponorogo dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan menurut analisis diagram kartesius? Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan

pada kualitas pelayanan syariah pada Surya Mart Ponorogo menurut analisis CSI?

B. Prioritas Surya Mart Ponorogo dalam Memprioritaskan Atribut Kualitas Pelayanan Syariahnya Menurut Hasil Analisis IPA pada Tingkat Kesenjangan atau Gap

Untuk menentukan nilai tingkat kualitas pelayanan syariah Surya Mart Ponorogo dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*)¹⁰ yang merupakan teknik aplikasi untuk mengukur atribut-atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Pada Tabel 4.14 terlihat urutan prioritas peningkatan mutu pelayanan pada setiap atribut mutu pelayanan yang diperoleh berdasarkan tingkat kesesuaian. Atribut “Terdapat fasilitas seperti toilet, musholla, kantor administrasi dan tempat parkir yang cukup bagi pelanggan” (10) merupakan atribut yang menjadi prioritas utama, karena memiliki skor kesesuaian terendah yaitu 83,09%.

Pada tabel 4.14 dapat dilihat bahwa atribut “Para pelanggan swalayan Surya Ponorogo tidak mendapatkan produk-produk haram seperti minuman keras, daging babi, dll.” (2) ialah atribut dengan tingkat kesesuaian tertinggi yaitu dengan nilai 93,48 persen mendekati sempurna 100%, maka atribut ini menjadi prioritas terendah karena telah memiliki nilai tingkat kesesuaian tertinggi. Sedangkan ke enam belas atribut lainnya memiliki persentase tingkat kesesuaiannya masih di bawah 100%, sehingga pelanggan belum merasa sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja dari Surya Mart Ponorogo terhadap ke enam belas atribut tersebut belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan untuk mencapai nilai tingkat kesesuaian 100%, sehingga harus senantiasa melakukan peningkatan secara berkesinambungan.

Secara umum, rata-rata tingkat kesesuaian dari seluruh atribut pelayanan yang telah diberikan belum ada yang mencapai 100%, namun dapat dikatakan bahwa tingkat kinerja Surya Mart Ponorogo relatif baik karena mendekati nilai 100%. Dengan begitu dapat diketahui bahwa rata-rata tingkat kesesuaian tertinggi adalah atribut (2) “Para pelanggan swalayan Surya Ponorogo tidak mendapatkan produk-produk haram seperti minuman keras, daging babi, dll.” ialah atribut dengan tingkat kesesuaian tertinggi yaitu dengan nilai 93,48%. Sedangkan rata-rata tingkat kesesuaian terendah adalah (10), Atribut “Terdapat fasilitas

¹⁰ Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, 109

seperti toilet, musholla, kantor administrasi dan tempat parkir yang cukup bagi pelanggan” merupakan atribut yang menjadi prioritas utama, karena memiliki skor kesesuaian terendah yaitu 83,09%. Untuk lebih lengkapnya bisa melihat tabel tingkat prioritas dari setiap tingkat kesesuaian berikut ini:

Tabel Tingkat Prioritas dari setiap Tingkat Kesesuaian

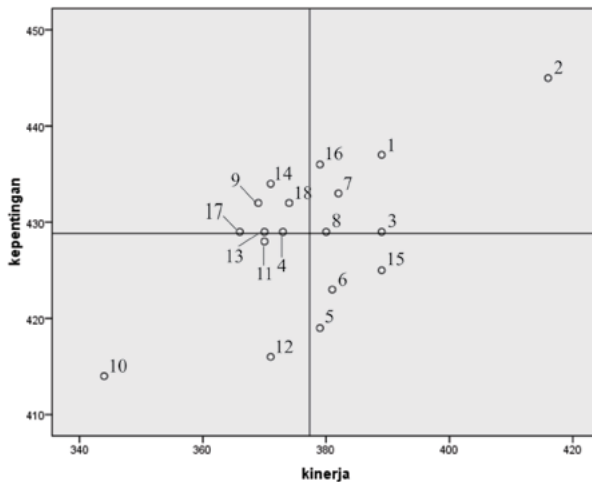
No	Nama	Tingkat Kesesuaian %	Prioritas ke
1	KPT/S 10	83,09	1
2	KPT/S 17	85,31	2
3	KPT/S 9	85,41	3
4	KPT/S 14	85,48	4
5	KPT/S 13	86,24	5
6	KPT/S 11	86,44	6
7	KPT/S 18	86,57	7
8	KPT/S 16	86,92	8
9	KPT/S 4	86,94	9
10	KPT/S 7	88,22	10
11	KPT/S 8	88,57	11
12	KPT/S 1	89,01	12
13	KPT/S 12	89,18	13
14	KPT/S 6	90,07	14
15	KPT/S 5	90,45	15
16	KPT/S 3	90,67	16
17	KPT/S 15	91,52	17
18	KPT/S 2	93,48	18

1. Atribut-atribut Kualitas Pelayanan Syariah yang menjadi prioritas utama agar ditingkatkan Surya Mart Ponorogo dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan menurut analisis Diagram Kartesius

Dalam upaya mengetahui atribut-atribut kualitas pelayanan syariah yang menjadi prioritas utama agar ditingkatkan Surya Mart Ponorogo dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan ialah menggunakan

analisis Diagram Kartesius yang dibentuk dari dua garis. Kedua garis disebut dengan garis horisontal (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, dan garis vertikal (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Skor yang digunakan untuk mengisi setiap atribut adalah rata skor yang diperoleh dengan membagi total skor tingkat kepentingan dengan total responden yang dilambangkan dengan Y_i dan X_i adalah hasil dari pembagian total skor tingkat kinerja dengan total responden ¹¹

Dengan memperhatikan Gambar 4.8 Analisis Diagram Kartesius 2, maka peneliti berhasil menganalisis atribut-atribut kualitas pelayanan syariah pada Surya Mart Ponorogo dengan mengelompokkan kepada empat kuadran sebagai berikut:



Gambar Analisis Diagram Kartesius 2

a) Kuadran A (Prioritas Utama)

Atribut-atribut yang berada di kuadran A menunjukkan atribut-atribut mutu pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi atau di atas rata-rata, tetapi memiliki tingkat kinerja rendah. Atribut-atribut ini perlu mendapatkan perhatian yang khusus atau diprioritaskan oleh Surya Mart Ponorogo, karena keberadaannya dinilai sangat penting bagi pelanggan, tetapi pihak Surya Mart Ponorogo belum dapat melaksanakannya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga kinerjanya masih belum memuaskan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini ada enam, yaitu:

¹¹ Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, 241

- 1) Atribut ke empat: Para pelanggan terjamin dengan konsistennya para karyawan swalayan Surya Ponorogo dalam menjaga kesopanan terhadap pelanggannya.

Total nilai kepentingan atribut ini adalah 429. Tingkat kepentingan pelanggan terhadap atribut ini berada di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini 373, dengan rata-rata tingkat kinerja keseluruhan (377,33), maka atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Surya Mart Ponorogo telah menetapkan standarisasi kesopanan terhadap para pelanggannya, karena dengan bertingkah sopan maka pelanggan akan segan kepada karyawan dan perusahaan. Namun dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran A yaitu prioritas utama oleh para pelanggan. Nilai tingkat kepentingan yang didapat di atas nilai tingkat rata-rata kepentingan sedangkan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo belum memenuhi nilai tingkat rata-rata kinerja. Maka dari itu pihak Surya Mart Ponorogo wajib memperbaiki dan menginvestasikan banyak terhadap atribut ini agar nilai tingkat kinerjanya naik.

- 2) Atribut ke sembilan: Swalayan Surya Ponorogo handal dalam penyusunan barang-barang sehingga memudahkan bagi para pelanggan untuk membeli

Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 432, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 369 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Pelanggan yang berbelanja di Surya Mart Ponorogo tentunya membutuhkan kemudahan ketika mereka ingin mencari suatu barang pada rak-rak yang berada di dalam swalayan. Itu semua harus dipikirkan dengan baik oleh pihak Surya Mart Ponorogo dengan cara penyusunan barang-barang pada rak-rak yang memudahkan bagi para pelanggannya. Namun dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran A yaitu prioritas utama oleh para pelanggan. Nilai

tingkat kepentingan yang didapat di atas nilai tingkat rata-rata kepentingan, sedangkan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo belum memenuhi nilai tingkat rata-rata kinerja. Maka dari itu pihak Surya Mart Ponorogo wajib memperbaiki dan menginvestasikan banyak terhadap atribut ini agar nilai tingkat kerjanya naik.

- 3) Atribut ke tiga belas: Para pelanggan merasa dilayani dengan penuh ketulusan oleh karyawan swalayan Surya Ponorogo. Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 429, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 370 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Pelayanan yang tulus akan menghadirkan kenyamanan bagi para pelanggannya. Prinsip ini selalu dirasakan oleh para pelanggan Surya Mart Ponorogo ketika berbelanja. Karena dengan ketulusan pelayanan akan menjadikan pembeli sebagai pelanggan yang loyal karena merasa nyaman. Namun dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran A yaitu prioritas utama oleh para pelanggan. Nilai tingkat kepentingan yang didapat di atas nilai tingkat rata-rata kepentingan sedangkan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo belum memenuhi nilai tingkat rata-rata kinerja. Maka dari itu pihak Surya Mart Ponorogo wajib memperbaiki dan menginvestasikan banyak terhadap atribut ini agar nilai tingkat kerjanya naik.

- 4) Atribut ke empat belas: Para pelanggan merasa kebutuhan dan keinginannya diperhatikan oleh swalayan Surya Ponorogo. Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 434, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 371 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Para pelanggan selalu merasa apa yang mereka butuhkan dan apa yang mereka inginkan selalu diperhatikan oleh Surya Mart

Ponorogo. Karena pihak Surya Mart Ponorogo sendiri telah menyediakan barang-barang yang lengkap, mulai dari sabun, makanan, minuman, kosmetik, parfum, sandal, dll. ada di Surya Mart Ponorogo, walaupun terkadang pada suatu saat barang itu habis stoknya, tetapi pihak Surya Mart Ponorogo akan menyediakannya lagi secepat mungkin agar para pelanggan merasa segala kebutuhan dan keinginannya terpenuhi. Namun dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran A yaitu prioritas utama oleh para pelanggan. Nilai tingkat kepentingan yang didapat di atas nilai tingkat rata-ran kepentingan sedangkan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo belum memenuhi nilai tingkat rata-ran kinerja. Maka dari itu pihak Surya Mart Ponorogo wajib memperbaiki dan menginvestasikan banyak terhadap atribut ini agar nilai tingkat kinerjanya naik.

- 5) Atribut ke tujuh belas: Para pelanggan merasa karyawan swalayan Surya Ponorogo tanggap dalam menerima keluhan. Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 429, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-ran tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 366 dengan rata-ran tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-ran tingkat kinerja.

Kadang kala dalam bertransaksi pasti ada kesalahan atau kelalaian serta timbul keluhan yang terjadi, hal ini selalu ditanggapi serius oleh pihak Surya Mart Ponorogo untuk memajukan usahanya. Terlebih lagi agar para pelanggan yang datang merasa puas dengan keluhan yang mereka sampaikan kepada pihak Surya Mart Ponorogo yang nantinya ditanggapi dengan serius. Entah itu jika ada barang yang stoknya habis sampai ada barang yang hampir kadaluarsa, namun dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran A yaitu prioritas utama oleh para pelanggan. Nilai tingkat kepentingan yang didapat di atas nilai tingkat rata-ran kepentingan sedangkan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo belum memenuhi nilai tingkat rata-ran kinerja. Maka dari itu pihak Surya Mart

Ponorogo wajib memperbaiki dan menginvestasikan banyak terhadap atribut ini agar nilai tingkat kinerjanya naik.

- 6) Atribut ke delapan belas: Para pelanggan merasa karyawan swalayan Surya Ponorogo berdisiplin dalam melayani.

Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 432, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 374 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Dengan menerapkan jam kerja yang dibagi menjadi dua waktu yaitu pagi dari jam 07.00-14.00, dan malam dari jam 14.00-22.00. Maka kita akan mendapatkan kedisiplinan yang baik dari para karyawan Surya Mart Ponorogo. Hal ini jelas terlihat dari bagaimana para karyawan disiplin ketika mereka bergantian untuk datang menjaga dengan datang lebih awal sebelum waktu yang ditentukan. Namun dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran A yaitu prioritas utama oleh para pelanggan. Nilai tingkat kepentingan yang didapat di atas nilai tingkat rata-rata kepentingan sedangkan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo belum memenuhi nilai tingkat rata-rata kinerja. Maka dari itu pihak Surya Mart Ponorogo wajib memperbaiki dan menginvestasikan banyak terhadap atribut ini agar nilai tingkat kinerjanya naik.

b) Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut pelayanan Surya Mart Ponorogo yang perlu dipertahankan atau ditingkatkan kinerjanya, karena tingkat kinerja yang telah dilaksanakan pada umumnya telah sesuai dengan tingkat kepentingan atau harapan pelanggan. Atribut-atribut mutu pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini ada enam yaitu:

- 1) Atribut pertama: Para pelanggan swalayan Surya Ponorogo tidak merasa tertipu setelah membeli produk atau barang.

Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 437, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total

nilai kinerja atribut ini adalah 389 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Harapan dari setiap para pelanggan di manapun tidak akan ingin merasa tertipu dengan segala macam produk yang mereka beli di manapun. Maka dari itu pihak Surya Mart Ponorogo harus sangat fokus untuk memberikan harga dan kualitas terbaik untuk para pelanggannya. Sehingga setiap dari para pelanggannya tidak pernah merasa tertipu setelah membeli produk di Surya Mart Ponorogo. Karena salah satu prinsip syariah dalam jual beli adalah tidak menipu para pembeli dengan harga dan kualitas dari barang tersebut. Dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran B yaitu Pertahankan Prestasi. Nilai tingkat kepentingan yang didapat ialah di atas nilai tingkat rata-rata kepentingan dan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo ialah di atas nilai tingkat rata-rata kinerja. Dengan demikian pihak Surya Mart Ponorogo telah sukses dalam mengoprasionalkan atribut pelayanan ini serta perlu dipertahankan kinerjanya, namun baiknya pihak Surya Mart Ponorogo tetap meningkatkan kinerjanya terhadap atribut ini agar kepuasan pelanggan tetap terjaga dengan baik.

- 2) Atribut ke dua: Para pelanggan Swalayan Surya Ponorogo tidak mendapatkan produk-produk haram seperti minuman keras, daging babi, dll.

Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 445, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 416 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Salah satu motto dari Surya Mart Ponorogo ialah menerapkan prinsip syariah dalam sistem dagangannya dengan motto “Murah Ramah Islami”. Yaitu dengan melayani produk-produk halal serta menjauhi produk-produk haram. Dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran B yaitu Pertahankan Prestasi. Nilai tingkat kepentingan yang didapat ialah di atas nilai tingkat rata-rata

kepentingan dan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo ialah di atas nilai tingkat rata-rata kinerja. Dengan demikian pihak Surya Mart Ponorogo telah sukses dalam mengoprasionalikan atribut pelayanan ini serta perlu dipertahankan kinerjanya, namun baiknya pihak Surya Mart Ponorogo tetap meningkatkan kinerjanya terhadap atribut ini agar kepuasan pelanggan tetap terjaga dengan baik.

- 3) Atribut ke tiga: Para pelanggan mendapatkan para karyawan Swalayan Surya Ponorogo berbusana Islami, yaitu rapi, sopan dan menutup auratnya.

Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 429, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 389 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Salah satu ciri khas dari Surya Mart Ponorogo ialah mewajibkan para pelayannya untuk selalu berbusana Islami, yaitu rapi, sopan dan menutup auratnya. Karena inilah salah satu kebanggaan mereka dengan menerapkan prinsip syariah dalam berbusana. Dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran B yaitu Pertahankan Prestasi. Nilai tingkat kepentingan yang didapat ialah di atas nilai tingkat rata-rata kepentingan dan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo ialah di atas nilai tingkat rata-rata kinerja. Dengan demikian pihak Surya Mart Ponorogo telah sukses dalam mengoprasionalikan atribut pelayanan ini serta perlu dipertahankan kinerjanya, namun baiknya pihak Surya Mart Ponorogo tetap meningkatkan kinerjanya terhadap atribut ini agar kepuasan pelanggan tetap terjaga dengan baik.

- 4) Atribut ke tujuh: Para pelayan swalayan Surya Ponorogo handal dan mampu berkomunikasi dengan baik.

Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 433, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 382 dengan rata-rata tingkat kinerja

(377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Pada kenyataannya sudah merupakan kewajiban bagi siapapun agar mudah dalam berkomunikasi dengan orang lain harus mempunyai pemahaman terhadap pertanyaan yang diajukan, maka dari itu merupakan kewajiban bagi para karyawan/karyawati Surya Mart Ponorogo untuk mampu mengetahui dan menguasai hal-hal yang berkaitan dengan produk-produk yang ada, dengan demikian akan mudah bagi karyawan/karyawati untuk berkomunikasi, menerangkan, menjelaskan dan memahamkan kepada para pelanggan tentang hal-hal yang berhubungan dengan produk-produk Surya Mart Ponorogo sehingga tidak ada ketidakjelasan pada diri pelanggan. Dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran B yaitu Pertahankan Prestasi. Nilai tingkat kepentingan yang didapat ialah di atas nilai tingkat rata-rata kepentingan dan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo ialah di atas nilai tingkat rata-rata kinerja. Dengan demikian pihak Surya Mart Ponorogo telah sukses dalam mengoprasionalkan atribut pelayanan ini serta perlu dipertahankan kinerjanya, namun baiknya pihak Surya Mart Ponorogo tetap meningkatkan kinerjanya terhadap atribut ini agar kepuasan pelanggan tetap terjaga dengan baik.

- 5) Atribut ke delapan: Para karyawan Swalayan Surya Ponorogo handal dalam pencatatan transaksi.

Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 429, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 380 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Dalam urusan perdagangan seorang kasir harus handal dalam pencatatan transaksinya, yaitu tidak boleh salah, tidak boleh lambat, serta harus teliti dan detail. Karena jika tidak handal akan membuat para pembeli merasa tidak nyaman serta pembeli yang antri di belakangnya akan merasa lama dan jenuh. Di Surya Mart sendiri sudah menempatkan karyawan yang sangat handal dibidang pencatatan transaksi setiap kasirnya. Dengan

melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran B, yaitu Pertahankan Prestasi. Nilai tingkat kepentingan yang didapat ialah di atas nilai tingkat rata-rata kepentingan dan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo ialah di atas nilai tingkat rata-rata kinerja. Dengan demikian pihak Surya Mart Ponorogo telah sukses dalam mengoprasionalikan atribut pelayanan ini serta perlu dipertahankan kinerjanya, namun baiknya pihak Surya Mart Ponorogo tetap meningkatkan kinerjanya terhadap atribut ini agar kepuasan pelanggan tetap terjaga dengan baik.

- 6) Atribut ke enam belas: Para pelanggan merasa karyawan Swalayan Surya Ponorogo siap untuk melayani.

Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 436, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 379 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Para pelanggan yang hadir berkunjung ke Surya Mart Ponorogo selalu mendapatkan para karyawannya siap dalam melayani. Karena di Surya Mart Ponorogo sendiri diterapkan peraturan jam kerja yaitu pagi dan malam yang mana setiap waktu itu mereka bergantian untuk menjaga. Sehingga jika kita berbelanja di Surya Mart Ponorogo kita tidak akan mendapatkan karyawan yang lemas, tidak semangat ataupun kelaparan. Dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran B yaitu Pertahankan Prestasi. Nilai tingkat kepentingan yang didapat ialah di atas nilai tingkat rata-rata kepentingan dan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo ialah di atas nilai tingkat rata-rata kinerja. Dengan demikian pihak Surya Mart Ponorogo telah sukses dalam mengoprasionalikan atribut pelayanan ini serta perlu dipertahankan kinerjanya, namun baiknya pihak Surya Mart Ponorogo tetap meningkatkan kinerjanya terhadap atribut ini agar kepuasan pelanggan tetap terjaga dengan baik.

c) **Kuadran C (Prioritas Rendah)**

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut mutu pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja rendah. Atribut-atribut

mutu pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dirasakan tidak penting oleh pelanggan dan pihak Surya Mart Ponorogo hanya melaksanakannya secara biasa, sehingga pihak perusahaan belum terlalu perlu mengalokasikan biaya dan investasi untuk memperbaiki kinerjanya (prioritas rendah). Kuadran ini hampir sama dengan kuadran A, hanya saja atribut-atribut pada kuadran A tingkat kepentingannya tinggi, sehingga perlu diprioritaskan kinerjanya. Sedangkan tingkat kepentingan pelanggan di kuadran C rendah, sehingga prioritasnya juga rendah. Oleh karena itu, walaupun kinerjanya ditingkatkan, tidak akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara maksimal dan merupakan suatu ketidakefektifan biaya. Karena lebih baik anggaran yang tersedia digunakan untuk meningkatkan pelayanan pada atribut-atribut yang berada di kuadran A (prioritas utama). Adapun atribut-atribut yang berada di kuadran ini ada tiga yaitu:

- 1) Atribut ke sepuluh: Terdapat fasilitas seperti toilet, musholla, kantor administrasi dan tempat parkir yang cukup bagi pelanggan.

Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 414, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 344 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Adanya fasilitas seperti toilet, musholla, kantor administrasi dan tempat parkir yang cukup bagi para pelanggan ialah modal kunci sukses dari suatu usaha swalayan atau super market. Dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran C yaitu prioritas rendah. Nilai tingkat kepentingan yang didapat ialah di bawah nilai tingkat rata-rata kepentingan dan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo ialah di bawah nilai tingkat rata-rata kinerja. Dengan demikian pihak Surya Mart Ponorogo telah mengoprasionalkan atribut pelayanan ini sebagaimana mestinya yaitu biasa biasa saja tanpa perlu ditingkatkan karena nilai kepentingannya sendiri di bawah rata-rata yang mana dirasa pelanggan kurang penting. Maka Surya Mart Ponorogo tidak perlu memprioritaskan untuk ditingkatkan kinerjanya pada

atribut ini dan lebih baik memfokuskan pada atribut-atribut pada kuadran A.

- 2) Atribut ke sebelas: Lingkungan dalam dan luar Swalayan Surya Ponorogo bersih dan nyaman.

Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 428, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 370 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Ketika para pelanggan mendatangi Surya Mart Ponorogo mereka selalu mendapatkan lingkungan dalam dan luar Surya Mart Ponorogo bersih, tidak bau, rapi dan nyaman. Keadaan seperti ini tentu sangat menjadi sebuah pertimbangan besar bagi para pelanggan ketika mereka hendak mengunjungi suatu tempat. Dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran C yaitu prioritas rendah. Nilai tingkat kepentingan yang didapat ialah di bawah nilai tingkat rata-rata kepentingan dan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo ialah di bawah nilai tingkat rata-rata kinerja. Dengan demikian pihak Surya Mart Ponorogo telah mengoprasionalikan atribut pelayanan ini sebagaimana mestinya yaitu biasa biasa saja tanpa perlu ditingkatkan karena nilai kepentingannya sendiri di bawah rata-rata yang mana dirasa pelanggan kurang penting. Maka Surya Mart Ponorogo tidak perlu memprioritaskan untuk ditingkatkan kinerjanya pada atribut ini dan lebih baik memfokuskan pada atribut-atribut pada kuadran A.

- 3) Atribut ke dua belas: Bangunan gedung swalayan Surya Ponorogo sederhana serta bernuansa Islami tidak bermegah-megahan.

Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 416, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 371 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Bangunan gedung serta desain interior dan eksterior dari Surya Mart Ponorogo sederhana serta telah bernuansa islami tidak muluk, aneh, ketinggalan zaman serta tidak bermegah-megahan, karena dalam islam sendiri bermegah-megahan dilarang. Dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran C yaitu prioritas rendah. Nilai tingkat kepentingan yang didapat ialah di bawah nilai tingkat rata-rata kepentingan dan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo ialah di bawah nilai tingkat rata-rata kinerja. Dengan demikian pihak Surya Mart Ponorogo telah mengoprasionalakan atribut pelayanan ini sebagaimana mestinya yaitu biasa biasa saja tanpa perlu ditingkatkan karena nilai kepentingannya sendiri di bawah rata-rata yang mana dirasa pelanggan kurang penting. Maka Surya Mart Ponorogo tidak perlu memprioritaskan untuk ditingkatkan kinerjanya pada atribut ini dan lebih baik memfokuskan pada atribut-atribut pada kuadran A.

4) **Kuadran D (Berlebihan)**

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut mutu pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan rendah, tapi pelaksanaannya tinggi. Atribut-atribut mutu pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dalam pelaksanaannya dirasakan terlalu berlebihan oleh pelanggan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini ada tiga yaitu:

- 1) Atribut ke lima: Para pelanggan Swalayan Surya Ponorogo terjamin dengan para karyawan yang ahli dan berpengalaman. Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 419, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 379 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Para pelanggan yang datang ke Surya Mart Ponorogo akan selalu terjamin dengan adanya para karyawan yang ahli serta berpengalaman dalam melayani para pelanggannya. Mulai dari direktur administrasi, kasir, pelayan hingga tukang parkir yang beroperasi di sana. Karena jika hal ini tidak tercapai maka pelanggan akan merasa tidak nyaman dengan berbelanja di Surya Mart Ponorogo. Dengan melihat hasil penghitungan

pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran D yaitu berlebihan. Nilai tingkat kepentingan yang didapat ialah di bawah nilai tingkat rata-rata kepentingan dan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo ialah di atas nilai tingkat rata-rata kinerja. Dengan demikian pihak Surya Mart Ponorogo telah berlebihan dalam mengoprasionalkan atribut pelayanan ini. Maka Surya Mart Ponorogo tidak perlu memprioritaskan untuk ditingkatkan kinerjanya pada atribut ini cukup hanya dengan mempertahankan kinerjanya saja dan lebih baik memfokuskan pada atribut-atribut pada kuadran A.

- 2) Atribut ke enam: Para pelanggan Swalayan Surya Ponorogo terjamin dengan para karyawan yang dapat dipercaya.

Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 423, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 381 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Kepercayaan mutlak yang diberikan kepada para pelanggan oleh para karyawan Surya Mart Ponorogo menjadi salah satu cara memikat para pelanggan yang baik. Setiap pembeli yang masuk ke Surya Mart Ponorogo akan selalu merasa terjamin dengan para karyawan yang selalu dapat dipercaya, sehingga para pembeli tidak akan pernah berfikir yang tidak baik untuk Surya Mart Ponorogo. Dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran D yaitu berlebihan. Nilai tingkat kepentingan yang didapat ialah di bawah nilai tingkat rata-rata kepentingan dan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo ialah di atas nilai tingkat rata-rata kinerja. Dengan demikian pihak Surya Mart Ponorogo telah berlebihan dalam mengoprasionalkan atribut pelayanan ini. Maka Surya Mart Ponorogo tidak perlu memprioritaskan untuk ditingkatkan kinerjanya pada atribut ini cukup hanya dengan mempertahankan kinerjanya saja dan lebih baik memfokuskan pada atribut-atribut pada kuadran A.

- 3) Atribut ke lima belas: Para pelanggan merasa diperhatikan dengan waktu jam buka yang tepat oleh Swalayan Surya Ponorogo.

Total nilai tingkat kepentingan atribut ini adalah 425, jadi tingkat kepentingan Pelanggan pada atribut ini di atas rata-rata tingkat kepentingan yaitu (428,83), berarti atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Sedangkan total nilai kinerja atribut ini adalah 389 dengan rata-rata tingkat kinerja (377,33) berarti atribut ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Surya Mart Ponorogo memang terkenal dengan jam buka yang tepat serta nyaman bagi para pelanggannya. Hal ini dapat diperhatikan dengan mereka membuka toko dari jam 07.00 pagi hingga 22.00 malam dan khusus di Surya Jl Soekarno Hatta jam 11.30 akan tutup sebentar guna menunaikan shalat berjamaah. Dengan melihat hasil penghitungan pada atribut ini masuk dalam kategori kuadran D yaitu berlebihan. Nilai tingkat kepentingan yang didapat ialah di bawah nilai tingkat rata-rata kepentingan dan nilai tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak Surya Mart Ponorogo ialah di atas nilai tingkat rata-rata kinerja. Dengan demikian pihak Surya Mart Ponorogo telah berlebihan dalam mengoprasionalikan atribut pelayanan ini. Maka Surya Mart Ponorogo tidak perlu memprioritaskan untuk ditingkatkan kinerjanya pada atribut ini cukup hanya dengan mempertahankan kinerjanya saja dan lebih baik memfokuskan pada atribut-atribut pada kuadran A.

2. Tingkat Kepuasan Pelanggan di Surya Mart Ponorogo

Berdasarkan pada tabel hasil hitung tingkat kepuasan pelanggan Surya Mart Ponorogo pada Tabel 4.16, dapat dilihat bahwa indeks kepuasan pelanggan Surya Mart Ponorogo 75,2 persen. Dengan melihat pada tabel nilai tingkat kepuasan pada tabel 3.8, nilai tersebut berada pada rentang nilai CSI, yaitu 0,66 – 0,80 yang berarti secara keseluruhan pelanggan Surya Mart Ponorogo merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh Surya Mart Ponorogo.

Walaupun pada dasarnya kepuasan pelanggan bersifat abstrak, labil dan relatif, akan tetapi dengan kehadiran penelitian ini dapat memberikan kejelasan secara ilmiah terkait tingkat kepuasan pelanggan pada Surya Mart Ponorogo. Untuk memahami kebutuhan dan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah hal sangat penting yang harus dilakukan oleh Surya Mart Ponorogo, untuk menjaga pelanggan menjadi

loyal tidak pindah ke toko lainnya. Untuk lebih lengkapnya bisa melihat tabel berikut ini:

Tabel Tabel Perhitungan *Customer Service Indeks* Atau Indeks Kepuasan Pelanggan

No	Nomor Atribut	Rataan Tingkat Kepentingan (Y)	Weighted Factor (WF) (persen)	Rataan Tingkat Kinerja (X)	Weighted Score (WS)
1	KPT/S 1	4,37	5,66 ^a	3,89	0,22 ^b
2	KPT/S 2	4,45	5,76	4,16	0,23
3	KPT/S 3	4,29	5,55	3,89	0,21
4	KPT/S 4	4,29	5,55	3,73	0,20
5	KPT/S 5	4,19	5,42	3,79	0,20
6	KPT/S 6	4,23	5,47	3,81	0,20
7	KPT/S 7	4,33	5,60	3,82	0,21
8	KPT/S 8	4,29	5,55	3,80	0,20
9	KPT/S 9	4,32	5,59	3,69	0,21
10	KPT/S 10	4,14	5,36	3,44	0,24
11	KPT/S 11	4,28	5,54	3,70	0,22
12	KPT/S 12	4,16	5,38	3,71	0,22
13	KPT/S 13	4,29	5,55	3,70	0,21
14	KPT/S 14	4,34	5,62	3,71	0,19
15	KPT/S 15	4,25	5,50	3,89	0,21
16	KPT/S 16	4,36	5,64	3,79	0,20
17	KPT/S 17	4,29	5,55	3,66	0,19
18	KPT/S 18	4,32	5,59	3,74	0,20
19	Jumlah	77,19	100	67,92	3,76^c
20	Weighted Total (WT)				
21	Customer Satisfaction Index (CSI)				75,2%^d

Keterangan:

- a. $(4,37 : 77,19 \times 100) = 5,66$
- b. $(5,66 \times 3,89) : 100 = 0,22$
- c. $0,22 + 0,23 + 0,21 + 0,20 + 0,20 + 0,20 + 0,21 + 0,20 + 0,21 + 0,24 + 0,22 + 0,22 + 0,21 + 0,19 + 0,21 + 0,20 + 0,19 + 0,20 = 3,76$
- d. $(3,76/5 \times 100) = 75,2\%$

C. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari uraian pembahasan yang telah dipaparkan di atas, penulis dapat menyimpulkan tiga hal yang berkaitan dengan rumusan masalah, yaitu; **Pertama**, berdasarkan analisis IPA pada tingkat kesesuaian maka didapatkan urutan prioritas kesenjangan atau gap dari hasil analisis kesenjangan atau gap antara tingkat kepentingan dan kinerja di Surya Mart Ponorogo sebagai berikut: Prioritas ke 1, KPT/S 10 = 83,09; Prioritas ke 2, KPT/S 17 = 85,31; Prioritas ke 3, KPT/S 9 = 85,41; Prioritas ke 4, KPT/S 14 = 85,48; Prioritas ke 5, KPT/S 13 = 86,24; Prioritas ke 6, KPT/S 11 = 86,44; Prioritas ke 7, KPT/S 18 = 86,57; Prioritas ke 8, KPT/S 16 = 86,92; Prioritas ke 9, KPT/S 4 = 86,94; Prioritas ke 10, KPT/S 7 = 88,22; Prioritas ke 11, KPT/S 8 = 88,57; Prioritas ke 12, KPT/S 1 = 89,01; Prioritas ke 13, KPT/S 12 = 89,18; Prioritas ke 14, KPT/S 6 = 90,07; Prioritas ke 15, KPT/S 5 = 90,45; Prioritas ke 16, KPT/S 3 = 90,67; Prioritas ke 17, KPT/S 15 = 91,52; Prioritas ke 18, KPT/S 2 = 93,48. **Kedua**; dengan melihat pada analisis diagram kartesius 2, maka dapat dilihat atribut yang masuk dalam kuadran A (prioritas utama) yaitu atribut pelayanan syariah yang harus diprioritaskan dan ditingkatkan Surya Mart Ponorogo dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan ada enam, yaitu atribut pelayanan syariah nomor (4) Para pelanggan terjamin dengan konsistennya para karyawan Swalayan Surya Ponorogo dalam menjaga kesopanan terhadap pelanggannya, (9) Swalayan Surya Ponorogo handal dalam penyusunan barang-barang sehingga memudahkan bagi para pelanggan untuk membeli, (13) Para pelanggan merasa dilayani dengan penuh ketulusan oleh karyawan Swalayan Surya Ponorogo, (14) Para pelanggan merasa kebutuhan dan keinginannya diperhatikan oleh swalayan Surya Ponorogo, (17) Para pelanggan merasa karyawan Swalayan Surya Ponorogo tanggap dalam menerima keluhan dan (18) Para pelanggan merasa karyawan Swalayan Surya Ponorogo berdisiplin

dalam melayani. **Ketiga**; nilai tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan syariah pada Surya Mart Ponorogo menurut analisis CSI yaitu 75,2% yang artinya pelanggan merasa puas.

Daftar Pustaka

- Amran, Tiena, “Pengukuran Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Kano dan Root Cause Analysis (Studi Kasus PLN Tangerang)” dalam *Jurnal Teknik Industri*, ISSN: 1411-6340.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BPPD) Kabupaten Ponorogo, *Analisis Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Ponorogo tahun 2014*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Ponorogo, Statistik Daerah Kabupaten Ponorogo 2018, Katalog 1102001.3502, Nomer Publikasi 35020.1826
- Badan Pusat Statistik Ponorogo, Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Ponorogo Menurut Pengeluaran 2013 – 2017, Katalog : 9302023.3502, Nomor Publikasi : 35020.1803
- Dokumentasi Profil Perusahaan Surya Mart Ponorogo.
- Furchan, Arief. *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan*, Surabaya: Usaha Nasional, 1982.
- Hartono. *Statistik Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Hatta, Ahmad. *Tafsir Qur’an Perkata dilengkapi dengan asbabul nuzul dan terjemah*, Jakarta: Maghfirah Pustaka, 2009, Cet.3.
- Indah, Nina Febriana, Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. *Jurnal AN-NISBAH*, Vol. 03, No. 01, Oktober 2016.
- Kusuma, Estie Wardhani, Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang - jakarta) dalam *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Volume 3, Nomor 1, Januari, Tahun 2006*.

- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah, Cet. 2*, Jakarta: KENCANA, 2013.
- Marsudi, Hidup, “Kualitas Layanan yang Menentukan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Baitul Mall Wal Tamwil/BMT) Adopsi Model CARTER” dalam *Jurnal GRADUASI*. Vol. 26 Edisi November 2011, ISSN 2088 – 6594.
- Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Muhammad, Ahmad Yusuf, *Himpunan Dalil Dalam Al-Quran dan Hadits, jilid 5* Jakarta: PT Segoro Madu Pustaka, 2008.
- Nasukah, Binti, *Analisis Kepuasan Mahasiswa atas Kualitas Pelayanan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (Studi Kasus di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)*, Program Magister Manajemen Pendidikan Islam, Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2014).
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2002.
- Rangkuti, Freddy, *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Ratih, Dini Priyanti, *Analisis Mutu Pelayanan di Bank Syariah (Studi Kasus pada Unit Usaha Syariah – Bank Permata)*. Program Magister Manajemen, Universitas Gunadarma, 2013.
- Safitri, Junaidi. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta*, Program Studi Hukum Islam Kesenjangan Keuangan dan Perbankan Syariah, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014)
- Soeratno et. al, *Metodologi Penelitian*, UPP STIM YKPN, Juni 2008.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, 2016.
- Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: CV Alpa Beta, 2007.
- Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.

Tjiptono, Fandy, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi 2, Yogyakarta: ANDI, 2012.

Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Widyaningrum, Retno, *Statistika Edisi Revisi*, Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2014.

Yola, Melfa, Duwi Budianto. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). Program Studi Teknik Industri, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dalam *Jurnal Optimasi Sistem Industri ISSN 2088-4842*, Mei, Tahun 2013.

Zeithaml et. al. dalam Fajar Laksana, *Kualitas Pelayanan dalam Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

Gambo, Musa., Customer Perception of the Effectiveness of Service Quality Delivery of Islamic Banks in Nigeria: An Evaluation of Jaiz Bank. *Journal of Marketing and Consumer Research - An Open Access International Journal* Vol.1, 2013.

Parasuraman and Zeithaml. Spring, SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*. Volume 64. Number 1, 1988.

Qawi, Abdul Othman & Lynn Owen. Adopting and Measuring Customer Service Quality in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Service* . Vol. 3 No. 1

<https://ponorogokab.bps.go.id/statictable/2015/01/19/32/jumlah-penduduk-kabupaten-ponorogo-hasil-sensus-penduduk-tahun-2000-dan-2010.html> diakses 14 November 2018

<https://www.bps.go.id/statictable/2015/09/28/1856/bank-dan-kantor-bank--2010---2017.html> diakses 12 November 2018