JAPSI
Jurnal Aplikasi dan Pengembangan Sistem Industri
https://jurnal.fti.umi.ac.id/index.php/JAPSI
ISSN :3021-8489

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DISTRIBUSI PUPUK DENGAN METODE *SERVQUAL* DAN IGA DI PT. BIOTANI

Laode Muhamad Osama Al Azar[1)], Nurhayati Rauf[2)], Muhammad Fachry Hafid[3)]
[123)] Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia.
Email: azarosama12@gmail.com[1], nurhayati.rauf@umi.ac.id[2], fachry.hafid@umi.ac.id[3]

INFORMASI ARTIKEL

Diterima:
23/04/2024

Diperbaiki:
06/05/2024

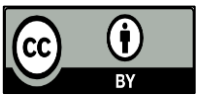
Disetujui:
29/05/1014

Diterbitkan:
30/06/2024

ABSTRAK

Tujuan : Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Tingkat kepuasan pelayanan distribusi dari konsumen PT. Biotani dan memberikan usulan untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan distribusi.
Desain/Metodologi/Pendekatan: Penelitian ini menggunakan metode *Service Quality* dan *Improvement GAP Analysis*, dengan melibatkan uji statistik pada 89 responden.
Temuan/Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelayanan distribusi pada PT Biotani adalah atribut yang masuk dalam kuadran I atau dianggap penting untuk dilakukan perbaikan.
Dampak: Penelitian ini menyoroti perlunya perbaikan cepat dan segera untuk meningkatkan kepuasan pelayanan distribusi pupuk dari konsumen PT. Biotani.
Kesimpulan: Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat aspek-aspek yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan sesuai dengan harapan konsumen. Dari hasil analisis tingkat kepuasan pelayanan distribusi pada PT.Biotani, atribut yang masuk dalam kuadran I adalah kemampuan dan keterampilan karyawan dalam distribusi baik, jadwal pelaksanaan distribusi yang teratur, pihak perusahaan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan distributor, dan jaminan kebersihan dan keutuhan produk sampai dengan aman pada pihak distributor.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, *Service Analysis*, *Improvement GAP Analysis*.



DOI: https://doi.org/10.3926/japsi.v2i2.1575

2024 The Author(s). This open-access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.

Situs web: https://jurnal.fti.umi.ac.id/index.php/JAPSI

1. PENDAHULUAN

Kepuasan Konsumen adalah sejauh mana tanggapan kinerja produk memenuhi harapan, pembeli adalah penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat produk yang didasarkan dari apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan (Naini et al., 2022). Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai keberhasilan dalam usahanya Kepuasan konsumen menjadi salah satu kunci untuk mempertahankan konsumen (Wahyuni & Praninta, 2021). Kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang/persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang/persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Saleh et al., 2023). Selain kualitas pelayanan, persepsi harga juga mempengaruhi kepuasan pada konsumen (Hijra et al., 2024). Persepsi harga ialah pandangan tentang

harga tentang bagaimana konsumen dalam memandang persepsi harga dengan maksud harga yang tinggi atau rendah dan masuk akal itu memiliki pengaruh yang kuat dengan maksud membeli serta kepuasan membeli (Balinado et al., 2021; Pinna et al., 2023).

Distribusi merujuk pada jaringan terorganisir yang melibatkan berbagai proses untuk mengalirkan barang atau jasa dari produsen hingga konsumen, termasuk pengelolaan, penyimpanan, transportasi, dan penyebaran produk serta kepemilikannya (Kusrini et al., 2020). Distribusi adalah sebuah proses kegiatan penyaluran suatu barang atau jasa siap untuk dipakai atau konsumsi oleh para konsumen, Distribusi yang efektif akan memperlancar arus atau akses barang sehingga konsumen dapat diperoleh kemudahan untuk memperoleh produknya (Kusrini et al., 2022). Jalur distribusi terdiri dari berbagai entitas yang bertanggung jawab atas semua proses yang diperlukan untuk mengalirkan produk dan kepemilikannya dari produsen kepada konsumen akhir atau pengguna bisnis (Astutik et al., 2024; Fole, 2022; Malik et al., 2024).

PT.Biotani merupakan perusahaan yang menghasilkan produk-produk pupuk organik yang berlokasi di daerah lingkungan Bonto Marannu, Kec. Moncong Loe, Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan. PT Biotani salah satu perusahan yang bergerak di bidang pertanian terbesar di makassar dan perusahan ini di dirikan 2010, dan juga sudah tersebar di berbagai daerah yang ada pulau sulawesi seperti di sulawesi tenggara dan Gorontalo.

PT.Biotani merupakan salah satu perusahaan terbesar yang ada di Kab. Maros yang bergerak di bidang pertanian. Dalam proses distribusi pada PT. Biotani sering mengalami permasalahan hal pendistribusian pupuk seperti kualitas produk setelah ditempat tujuan,keterlambatan pengeriman, Tantangan dalam memastikan pengiriman tepat waktu sesuai dengan permintaan pelanggan atau jadwal yang ditentukan dan memastikan barang tiba dengan kondisi yang baik dan sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan. Hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam hal pendistribusian produk pupuk. Baiknya perusahaan bisa mengantisipasi masalah yang terjadi agar tidak kehilangan konsumen.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dalam menyelesaikan masalah kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan, penulis memilih metode *Sevice Quality* dan *Improvment GAP Analysis*. *Service Quality* atau Servqual adalah suatu metode pengukuran kepuasan pelanggan dengan menggunakan pilihan skala yang ringkas tetapi memiliki tingkat kepercayaan dan kebenaran yang cukup tinggi yang dapat digunakan oleh pihak manajemen perusahaan untuk mengetahui tingkat persepsi dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan (Alamsyah & Dahda, 2022; Imansyah et al., 2023). Metode Servqual ini didasarkan pada skala multiitem yang mengukur persepsi dan harapan pelanggan serta *gap* diantara keduanya berdasarkan 5 dimensi kualitas yaitu kehandalan, bukti fisik, kepastian, empati, dan daya tanggap. Penggunaan metode ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kualitas, meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan daya saing (Setiawan & Leksono, 2022). *Improvement Gap Analysis* merupakan metode yang memiliki kesamaan dengan metode *Importance Performance Analysis* yaitu model analisis kuadran pada kualitas jasa (Fole et al., 2024; Safutra et al., 2024).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan pelayanan distribusi dari konsumen PT. Biotani dan memberikan usulan untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan distribusi.

2. METODE

Pada pengumpulan data dilakukan dengan menyusun kuesioner berdasarkan dimensi servqual pada konsumen atau pembeli pupuk di PT. Biotani dengan sampel 50 konsumen.

Sebelum melakukan proses analisis data, dilakukan pengujian uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner.

Dalam proses analisis data dengan menggunakan 2 metode yaitu metode *Service Quality* dan *Improvement Gap Analysis*. Dimulai dari metode *service quality*, langkah pertama menghitung *mean* dan *gap* tiap atribut. Langkah selanjutnya menghitung *gap* dan nilai Q tiap dimensi. Dan langkah terakhir yaitu menghitung rata-rata nilai Q.

Sedangkan dengan metode *Improvment Gap Analysis*, dimulai dari menghitung jumlah masing-masing kategori IGA dalam tiap atribut. Lalu menentukan kategori IGA untuk tiap atribut. Dan langkah terakhir adalah mennetukan tingkat atribut layanan kategori IGA.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengukuran Service Quality

Dalam identifikasi kebutuhan pelanggan ini akan dihitung seberapa besar kesenjangan/Gap yang terjadi. Untuk perhitungan kinerja dan harapan dapat dilihat pada rumus sebagai berikut.

Tabel 1. Identifikasi GAP Kebutuhan Pelanggan

No	Daftar Pertanyaan	Kinerja	Harapan	Nilai GAP
TANGIBLES (Bukti Nyata)				
1	Kemampuan dan keterampilan karyawan dalam distribusi baik	3.05	4.52	-1.47
2	Menjaga komunikasi yang baik antar distributor	3.50	4.50	-1.00
3	Jadwal pelaksanaan distribusi yang teratur	3.08	4.48	-1.40
4	Perusahaan selalu memeriksa Kembali distribusi apakah sampai dengan aman	3.51	4.38	-0.87
5	Pelayanan yang diberikan perusahaan baik	3.95	4.44	-0.49
RELIABILITY (Konsistensi)				
6	Daftar permintaan distributor sesuai dengan produk yang dikirim	3.88	4.50	-0.62
7	Informasi mengenai stok pupuk yang diberikan kepada distribusi sesuai dengan kondisi gudang	3.04	4.53	-1.49
8	Kemudahan dalam pembayaran	3.82	4.52	-0.70
9	Ketersediaan produk yang sesuai dengan data yang diperlihatkan	4.04	4.50	-0.46
RESPONSIVENESS (Daya Tanggap)				
10	Kemudahan dalam memesan pupuk	3.01	4.46	-1.45
11	Pihak perusahaan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan distributor	2.98	4.56	-1.58
12	Tingkat kesabaran karyawan dalam menerima keluhan distributor	4.07	4.57	-0.50
13	Karyawan mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk pupuk	3.40	4.51	-1.11
ASSURANCE (Jaminan)				
14	Jaminan keamanan dalam proses distribusi	4.06	4.51	-0.45
15	Kemudahan mendapat pelayanan distribusi	3.83	4.51	-0.68
16	Jaminan kebersihan dan keutuhan produk sampai dengan aman pada pihak distributor	3.10	4.43	-1.33
17	Jaminan penggantian produk jika ditemukan kecacatan	3.11	4.55	-1.44
EMPHATY (Empati)				
18	Sistem komunikasi yang baik antar perusahaan dan distributor	4	4.47	-0.47
19	Jam buka perusahaaan sesuai	3.84	4.48	-0.64
20	Solusi yang diberikan pihak perusahaan dalam menangani keluhan distributor	3.08	4.42	-1.34

Sumber: data diperoleh (2024)

Dari hasil identifikasi kesenjangan/Gap kebutuhan pelanggan diatas, maka dapat dibuat rangking/urutan Gap. Berikut adalah hasil rekap rangking GAP dimensi Servqual:

Tabel 2. Rangking Gap Dimensi *Servqual*

No Atribut	Nilai GAP	Rangking GAP
11	-1.58	1
7	-1.49	2
1	-1.47	3
10	-1.45	4
17	-1.44	5
3	-1.40	6
20	-1.34	7
16	-1.33	8
13	-1.11	9
2	-1.00	10
4	-0.87	11
8	-0.70	12
15	-0.68	13
19	-0.64	14
6	-0.62	15
12	-0.50	16
5	-0.49	17
18	-0.47	18
9	-0.46	19
14	-0.45	20

Sumber: Data Olah, 2024

Dari hasil perhitungan tersebut jika Q ≥ 1, maka kesenjangan atas kualitas pelayanan perusahaan dinyatakan baik atau dengan kata lain kualitas pelayanan dikatakan baik.

Tabel 3. Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi

No	Dimensi	Kinerja (P)	Harapan (E)	GAP	Q =P/E
1	*Tangible*	3.41	4.46	-1.05	0.76
2	*Reliability*	3.69	4.51	-0.82	0.81
3	*Responsiveness*	3.36	4.52	-1.16	0.74
4	*Assurance*	3.52	4.50	-0.98	0.78
5	*Empahty*	3.64	4.45	-0.81	0.81
Mean		3.52	4.48	0.96	0.78

Sumber: Data Olah, 2024

2. *Improvement Gap Analysis*

Pada tahap ini, terdapat 3 kuesioner yang di gunakan yaitu kuesioner *customer satisfaction,* kuesioner fungsional dan kuesioner disfungsional. Dengan skala likert -3 hingga 3. Adapun hasil perhitungan data pada metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) adalah sebagai berikut:

$IG = AESFQ_1 – ACS_1$

$IG = 1.95 – 1.46 = 0.49$

Matriks Improvement Gap Analysis (IGA) dapat digolongkan berdasarkan nilai IGk dan AESDQk yang telah ternormalisasi oleh sumbu X dan sumbu Y. Nilai tersebut dapat ditentukan dengan persaaan sebagai berikut:

$$IGk = \frac{IG - \overline{IG}}{\sigma IG}$$

$$IGk1 = \frac{0.49 - 0.47}{9.4} = 0.21$$

$$AESDQk = \frac{\overline{AESDQ} - AESDQk}{\sigma AESDQ}$$

$$AESDQk1 = \frac{1.59 - 1.02}{31.91} = 0.17$$

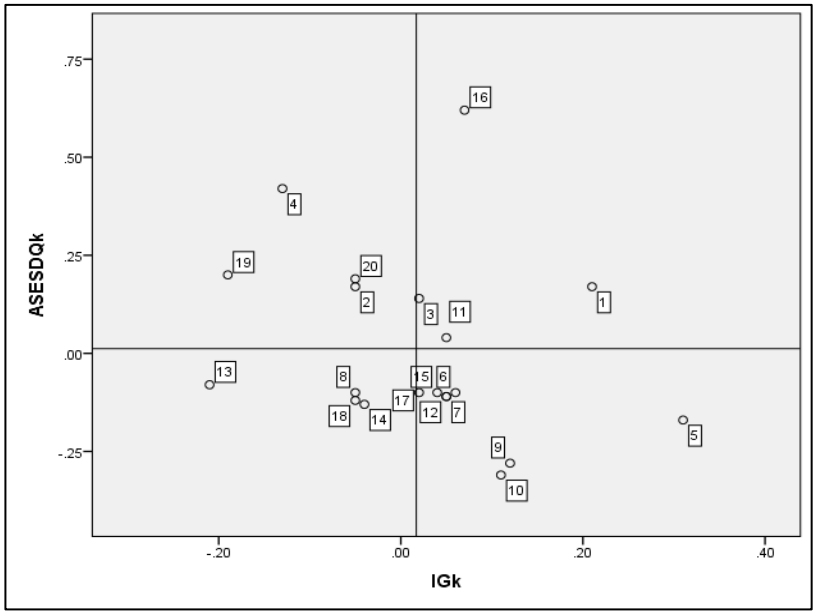
Tabel 4. Hasil Perhitungan *Improvement Gap Analysis*

No	Daftar Pertanyaan	ACS	AESFQ	AESDQ	IG	IGk	ASESDQk
TABGIBLES (Bukti Nyata)							
1	Kemampuan dan keterampilan karyawan dalam distribusi baik	1.46	1.95	1.02	0.49	0.21	0.17
2	Menjaga komunikasi yang baik antar distributor	1.95	1.93	1.02	-0.02	-0.05	0.17
3	Jadwal pelaksanaan distribusi yang teratur	1.44	2.05	1.14	0.61	0.02	0.14
4	Perusahaan selalu memeriksa Kembali distribusi apakah sampai dengan aman	2.03	1.28	0.24	-0.75	-0.13	0.42
5	Pelayanan yang diberikan perusahaan baik	1.98	2.48	2.14	0.5	0.31	-0.17
RELIABILITY (Konsistensi)							
6	Daftar permintaan distributor sesuai dengan produk yang dikirim	1.01	2.05	1.94	1.04	0.06	-0.10
7	Informasi mengenai stok pupuk yang diberikan kepada distribusi sesuai dengan kondisi gudang	0.53	1.50	1.96	0.97	0.05	-0.11
8	Kemudahan dalam pembayaran	2.50	2.49	1.94	-0.01	-0.05	-0.10
9	Ketersediaan produk yang sesuai dengan data yang diperlihatkan	0.89	2.49	2.49	1.6	0.12	-0.28
RESPONSIVENESS (Daya Tanggap)							
10	Kemudahan dalam memesan pupuk	0.91	2.40	2.59	1.49	0.11	-0.31
11	Pihak perusahaan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan distributor	1.05	2.01	1.46	0.96	0.05	0.04
12	Tingkat kesabaran karyawan dalam menerima keluhan distributor	1.47	2.47	1.96	1.00	0.05	-0.11
13	Karyawan mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk pupuk	1.60	2.05	1.87	0.45	-0.21	-0.08
ASSURANCE (Jaminan)							
14	Jaminan keamanan dalam proses distribusi	1.93	2.02	2.01	0.09	-0.04	-0.13
15	Kemudahan mendapat pelayanan distribusi	1.52	2.03	1.91	0.51	0.04	-0.10

No	Daftar Pertanyaan	ACS	AESFQ	AESDQ	IG	IGk	ASESDQk
16	Jaminan kebersihan dan keutuhan produk sampai dengan aman pada pihak distributor	0.82	2.02	1.39	1.20	0.07	0.62
17	Jaminan penggantian produk jika ditemukan kecacatan	1.00	1.66	1.93	0.66	0.02	-0.10
EMPHATY (Empati)							
18	Sistem komunikasi yang baik antar perusahaan dan distributor	1.97	1.95	1.98	-0.02	-0.05	-0.12
19	Jam buka perusahaaan sesuai	2.39	1.06	0.95	-1.33	-0.19	0.20
20	Solusi yang diberikan pihak perusahaan dalam menangani keluhan distributor	1.51	1.47	0.97	-0.04	-0.05	0.19

Sumber: Data Olah, 2024

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4, kemudian nilai *Average Expectation with Disfungsional Question* (AESDQk) yang ternormalisasi dan nilai *Improvement Gap* yang ternormalisasi (IGk) ditampilkan dalam matriks IGA. nilai *Improvement Gap* yang ternormalisasi (IGk) merupakan sumbu x dan nilai *Average with Disfungsional Question* (AESDQ) merupakan sumbu y.



Gambar 1. Matriks *Improvement Gap Analysis*
Sumber: data olah (2024)

3.2 Pembahasan

1. Metode *Service Quality*

a. Dimensi Bukti Nyata (*Tangible*)

Pada dimensi ini kesenjangan terbesar terjadi pada atribut Kemampuan dan keterampilan karyawan dalam melayani distribusi baik yang mempunyai nilai kesenjangan sebesar -1,47. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa kurang puas pada kemampuan dan keterampilan karyawan dalam melayani konsumen pada Perusahaan biotani. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah atribut Pelayanan yang diberikan perusahaan baik yang mempunyai nilai

kesenjangan sebesar -0,49. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan puas dengan pelayanan perusahaan yang ramah. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah Kemampuan dan keterampilan karyawan dalam distribusi baik dengan nilai gap sebesar -1,47, Jadwal pelaksanaan distribusi yang teratur dengan nilai gap sebesar -1,40, Menjaga komunikasi yang baik antar distributor dengan nilai gap sebesar -1,00 Perusahaan selalu memeriksa Kembali distribusi apakah sampai dengan aman dengan nilai gap sebesar -0,87, dan Pelayanan yang diberikan perusahaan baik dengan nilai gap sebesar -0,49. Skor rata-rata dimensi *tangible* untuk kinerja sebesar 3,41 dan untuk harapan sebesar 4,46 dan terjadi kesenjangan/gap sebesar -1,05. Dari hasil Analisa kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Tingkat kualitas layanan untuk dimensi bukti nyata (*tangible*) masih perlu ditingkatkan agar sesuai dengan harapan pelanggan.

b. Dimensi Konsistensi (*Reliability*)

Pada dimensi kesenjangan terbesar terjadi pada Informasi mengenai stok pupuk yang diberikan kepada distribusi sesuai dengan kondisi gudang dengan nilai kesenjangan sebesar -1,49. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan belum merasa puas dengan informasi yang terdapat pada label produk atau informasi belum lengkap. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah ketersediaan produk yang sesuai dengan data yang diperlihatkan dengan nilai kesenjangan sebesar -0,46. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa puas terhadap atribut ini. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah atribut Informasi mengenai stok pupuk yang diberikan kepada distribusi sesuai dengan kondisi gudang dengan nilai gap sebesar -1,49, kemudahan dalam pembayaran dengan nilai gap sebesar -0,70, Daftar permintaan distributor sesuai dengan produk yang dikirim dengan nilai gap sebesar -0,62, dan ketersediaan produk yang sesuai dengan data yang diperlihatkan dengan nilai gap sebesar -0,46. Skor rata-rata dimensi reliability untuk kinerja sebesar 3,69 dan untuk harapan sebesar 4,51 dan terjadi kesenjangan/gap sebesar -0,82. Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi konsistensi (*reliability*) masih perlu ditingkatkan.

c. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Pada dimensi ini, kesenjangan terbesar terjadi pada Pihak perusahaan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan distributor dengan nilai kesenjangan sebesar -1,58, hal ini membuktikan pelanggan merasa jika pihak perusahaan belum tanggap ketika menerima keluhan dari pelanggan. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah Tingkat kesabaran karyawan dalam menerima keluhan distributor dengan nilai kesenjangan sebesar -0,50. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa puas terhadap atribut ini. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah atribut Pihak perusahaan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan distributor dengan nilai gap sebesar -1,58, Kemudahan dalam memesan pupuk dengan nilai gap sebesar -1,45, Karyawan mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk pupuk dengan nilai gap sebesar -1,11, dan Tingkat kesabaran karyawan dalam menerima keluhan distributor dengan nilai gap sebesar -0,50. Skor rata-rata dimensi *responsiveness* untuk kinerja sebesar 3,36 dan untuk harapan sebesar 4,52 dan terjadi kesenjangan/gap sebesar -1,16. Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi daya tanggap (*responsiveness*) masih perlu ditingkatkan.

d. Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Pada dimensi ini, kesenjangan terbesar terjadi pada Jaminan penggantian produk jika ditemukan kecacatan dengan nilai kesenjangan sebesar -1,44, hal ini membuktikan pelanggan belum merasa puas pada jaminan penggantina produk jika ditemukan kecacatan. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah Jaminan keamanan dalam proses distribusi dengan nilai kesenjangan sebesar -0,45. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa puas terhadap atribut ini. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah atribut Jaminan penggantian produk jika ditemukan kecacatan dengan nilai gap sebesar -1,44 Jaminan kebersihan dan keutuhan produk sampai dengan aman pada pihak distributor dengan nilai gap sebesar -1,33, Kemudahan mendapat pelayanan distribusi dengan nilai gap sebesar -0,68, dan Jaminan keamanan dalam proses

distribusi dengan nilai gap sebesar -0,45. Skor rata-rata dimensi *assurance* untuk kinerja sebesar 3,52 dan untuk harapan sebesar 4,50 dan terjadi kesenjangan/gap sebesar -0,98. Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi jaminan (*assurance*) masih perlu ditingkatkan.

e. Dimensi Empati (*Emphaty*)

Pada dimensi ini, kesenjangan terbesar terjadi pada Solusi yang diberikan pihak perusahaan dalam menangani keluhan distributor dengan nilai kesenjangan sebesar -1,34, hal ini membuktikan pelanggan belum merasa puas pada Solusi yang diberikan pihak toko dalam menangani keluhan palanggan. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah Sistem komunikasi yang baik antar perusahaan dan distributor dengan nilai kesenjangan sebesar -0,47. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa puas terhadap atribut ini. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah atribut Solusi yang diberikan pihak perusahaan dalam menangani keluhan distributor dengan nilai gap sebesar -1,34, Jam Jam buka perusahaaan sesuai dengan nilai gap sebesar -0,64, Sistem komunikasi yang baik antar perusahaan dan distributor dengan nilai gap sebesar -0,47. Skor rata-rata dimensi *emphaty* untuk kinerja sebesar 3,64 dan untuk harapan sebesar 4,45 dan terjadi kesenjangan/gap sebesar -0,81. Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi empaty (*emphaty*) masih perlu ditingkatkan.

2. Metode *Improvement Gap Analysis*

a. Kuadran I

Faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah Kemampuan dan keterampilan karyawan dalam distribusi baik (1), Jadwal pelaksanaan distribusi yang teratur (3), Pihak perusahaan tanggap dengan cepat ketika menerima keluhan distributor (11), dan Jaminan kebersihan dan keutuhan produk sampai dengan aman pada pihak distributor (16). Skor *Improvement Gap* (IG) tinggi dan skor ketidakpuasan tinggi pada pertanyaan *Average Expectation with Disfungsional Question* (AESDQ), dianggap penting untuk dilakukan perbaikan.

b. Kuadran II

Faktor yang termasuk dalam kuadran ini Menjaga komunikasi yang baik antar distributor (2), Perusahaan selalu memeriksa Kembali distribusi apakah sampai dengan aman (4), jam buka perusahaan sesuai (19), dan Solusi yang diberikan pihak perusahaan dalam menangani keluhan distributor (20). Skor *Average Expectation with Disfungsional Question* (AESDQ) tinggi dan nilai *Improvement Gap* (IG) rendah. Menjelaskan bahwa atribut ini tidak perlu dilakukan perbaikan lebih lanjut, tetapi perusahaan harus berhati-hati untuk tidak menurunkan kinerjanya, jika tidak makan akan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan.

c. Kuadran III

Faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah kemudahan dalam pembayaran (8), karyawan mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk pupuk (13), Jaminan keamanan dalam proses distribusi (14), jaminan penggantian produk jika ditemukan kecacatan (17), Sistem komunikasi yang baik antar perusahaan dan distributor (18).Skor *Improvement Gap* (IG) rendah dan rendahnya ketidakpuasan dengan pertanyaan *Average Expectation with Disfungsional Question* (AESDQ) dianggap sebagai sifat netral. Menyatakan bahwa ada atau tidaknya atribut ini tidak memengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan konsumen.

d. Kuadran IV

Faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah Pelayanan yang diberikan perusahaan baik (5), Daftar permintaan distributor sesuai dengan produk yang dikirim (6), Informasi mengenai stok pupuk yang diberikan kepada distribusi sesuai dengan kondisi gudang (7), ketersediaan produk yang sesuai dengan data yang diperlihatkan (9), kemudahan dalam memesan pupuk (10), Tingkat kesabaran karyawan dalam menerima keluhan distributor (12), dan kemudahan mendapat pelayanan distribusi (15). Skor *Improvement Gap* (IG) tinggi dan skor ketidakpuasan rendah dengan pertanyaan *Average*

Expectation with Disfungsional Question (AESDQ) dianggap sebagai atribut rangsang. Tidak adanya atribut tersebut tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen, tetapi nilai yang tinggi meningkatkan kepuasan konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis tingkat kepuasan pelayanan distribusi pada PT. Biotani menyoroti atribut-atribut krusial yang diperlukan untuk diperbaiki guna meningkatkan kualitas layanan. Atribut-atribut seperti kemampuan dan keterampilan karyawan dalam distribusi, jadwal pelaksanaan distribusi yang teratur, respons cepat terhadap keluhan distributor, dan jaminan kebersihan produk tampak menjadi fokus utama. Usulan perbaikan yang disarankan mencakup pelatihan untuk meningkatkan kemampuan karyawan, peninjauan kembali jadwal distribusi, peningkatan responsivitas toko terhadap keluhan, serta penjagaan kebersihan produk selama proses distribusi. Dengan implementasi perbaikan yang tepat pada aspek-aspek ini, diharapkan PT. Biotani dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, dan reputasi perusahaan dalam industri distribusi pupuk. Perhatian yang diberikan pada aspek-aspek kunci ini tidak hanya dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan tetapi juga memperkuat hubungan dengan mitra distribusi dan pelanggan, menciptakan lingkungan yang lebih responsif dan profesional dalam layanan distribusi pupuk.

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah, A. T., & Dahda, S. S. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Distributor Pupuk Dengan Metode Service Quality dan Improvement Gap Analysis. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, *20*(1), 80–89. https://doi.org/10.24014/sitekin.v20i1.19575

Astutik, W., Mujaddid, Kulsaputro, J., Fole, A., & Yanasim, N. (2024). Enhancing Risk Mitigation Strategies In Innovative Poultry Slaughterhouses: A House Of Risk Method Approach. *Scientifica: Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi*, *2*(11), 1-21. https://jurnal.kolibi.org/index.php/scientica/article/view/3644/3512

Balinado, J. R., Prasetyo, Y. T., Young, M. N., Persada, S. F., Miraja, B. A., & Perwira Redi, A. A. N. (2021). The effect of service quality on customer satisfaction in an automotive after-sales service. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *7*(2), 1–12. https://doi.org/10.3390/joitmc7020116

Fole, A. (2022). *Peningkatan Kinerja Pada Industri Kerajinan Songko Recaa (Studi Kasus : UKM ISR Bone)*. https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/39404

Fole, A., Safutra, N. I., Alisyahbana, T., Almuhajirin, Y., & Safitri, K. N. (2024). Peningkatkan Efisiensi Rantai Pasok melalui Material Requirement Planning untuk Bahan Baku dalam Produksi Lemari: Studi Kasus CV. Indo Mebel. *JT-IBSI: Jurnal Teknik Ibnu Sina*, *9*(01), 11–21. https://doi.org/10.36352/jt-ibsi.v9i01.792

Hijra, A., Saleh, A., Hafid, M. F., & Fole, A. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Pdam Kota Makassar Menggunakan Metode CSI Dan IPA. *JAPSI : Jurnal Aplikasi Dan Pengembangan Sistem Industri*, *2*(1), 38–47. https://doi.org/10.3926/japsi.v2i1.1261

Imansyah, M. R., Ismiyah, E., & Dhartikasari, E. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Service Quality dan Improvement Gap Analysis pada Kouna Kafe. *Jurnal Serambi Engineering*, *8*(1), 4294–4305. https://doi.org/10.32672/jse.v8i1.5037

Kusrini, E., Safitri, K. N., & Fole, A. (2020). Design Key Performance Indicator for Distribution Sustainable Supply Chain Management. *2020 International Conference on Decision Aid Sciences and Application, DASA 2020*, 738–744. https://doi.org/10.1109/DASA51403.2020.9317289

Kusrini, E., Safitri, K. N., & Fole, A. (2022). Mitigasi Resiko di Distribusi Sustainable Supply Chain Management Menggunakan Metode House Of Risk (HOR). *Integrasi : Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, *7*(1), 14–23. https://doi.org/10.32502/js.v7i1.4348

Malik, R., Safutra, N. I., Fole, A., & Pangestu, F. A. (2024). Improving Resilience in Water Distribution Systems: An Application of the House of Risk Method at PDAM Gowa Unit Tompobulu. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, *26*(2), 199–209. https://doi.org/10.32734/jsti.v26i2.16171

Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, *7*(1), 34–50. https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50

Pinna, R., Cicotto, G., & Jafarkarimi, H. (2023). Student's Co-Creation Behavior in a Business and Economic Bachelor's Degree in Italy: Influence of Perceived Service Quality, Institutional Image, and Loyalty. *Sustainability (Switzerland)*, *15*(11), 1–20. https://doi.org/10.3390/su15118920

Safutra, N. I., Fole, A., Dahlan, M., & Yusuf, R. (2024). *Transformasi Kualitas Pelayanan E-Commerce Lazada: Pendekatan Inovatif dengan Metode Importance Performance Analisis (IPA) di Kecamatan Sinjai Barat*. https://doi.org/10.58227/jiei.v2i01.116

Saleh, A., Herdianzah, Y., Pawennari, A., & Ahmad, A. (2023). Planning to improve the quality of public services using servqual and Quality Function Deployment integration. In *Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering* (Vol. 2023, Issue 1). https://doi.org/10.22441/oe.2023.v15.i1.068

Setiawan, A., & Leksono, E. B. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Di Dispenduk Capil Gresik Dengan Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Dan Improvement Gap Analysis (IGA). *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, *2*(2), 186–193. https://doi.org/10.30587/justicb.v2i2.3640

Wahyuni, S., & Praninta, A. (2021). The Influence of Brand Equity and Service Quality on Purchase Decisions on Garuda Indonesia Airline Services. *Research Horizon*, *1*(1), 28–38. https://doi.org/10.54518/rh.1.1.2021.28-38