

**MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI TINGKAT
KEPENTINGAN DAN KINERJA PELAYANAN PADA RUMAH
MAKAN PEMANCINGAN LUMINTU 1001 DI DESA JANTI
KABUPATEN KLATEN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

**AYU WIJI LESTARI
NIM. 13.22.1.1.111**

**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA
2018**

**MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI TINGKAT
KEPENTINGAN DAN KINERJA PELAYANAN PADA RUMAH
MAKAN PEMANCINGAN LUMINTU 1001 DI DESA JANTI
KABUPATEN KLATEN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah

Oleh:

Ayu Wiji Lestari
NIM: 13.22.1.1.111

Surakarta, 8 Januari 2018

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi

Drs. Azis Slamet Wiyono, MM.
NIP. 19590812 198603 1 002

**MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI TINGKAT
KEPENTINGAN DAN KINERJA PELAYANAN PADA RUMAH
MAKAN PEMANCINGAN LUMINTU 1001 DI DESA JANTI
KABUPATEN KLATEN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah

Oleh:

Ayu Wiji Lestari
NIM: 13.22.1.1.111

Surakarta, 23 Januari 2018

Disetujui dan disahkan oleh:
Biro Skripsi

Ika Yoga, M.M
NIP. 19790406 201403 1 001

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum, Wr, Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : AYU WIJI LESTARI
NIM :13.22.1.1.111
JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA PELAYANAN PADA RUMAH MAKAN PEMANCINGAN LUMINTU 1001 DI DESA JANTI KABUPATEN KLATEN”.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila kemudian hari di ketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima saksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini di buat dengan kesungguhannya untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Surakarta, 8 Januari 2018

Ayu Wiji Lestari

Drs. Azis Slamet Wiyono, MM.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Ayu Wiji Lestari

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Ayu Wiji Lestari NIM: 13.221.1.111 yang berjudul:

MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA PELAYANAN PADA RUMAH MAKAN PEMANCINGAN LUMINTU 1001 DI DESA JANTI KABUPATEN KLATEN

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 8 Januari 2018
Dosen Pembimbing Skripsi

Drs. Azis Slamet Wiyono, MM
NIP. 19590812 198603 1 002

PENGESAHAN

**MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI TINGKAT
KEPENTINGAN DAN KINERJA PELAYANAN PADA RUMAH
MAKAN PEMANCINGAN LUMINTU 1001 DI DESA JANTI
KABUPATEN KLATEN**

Oleh:

AYU WIJI LESTARI
NIM. 13.22.1.1.111

Telah dinyatakan lulus dalam ujian Munaqosah
Pada hari Selasa tanggal 13 Februari 2018 / 27 Jumadil Awal 1439 H dan
dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap ketua sidang)
Zakky Fahma Auliya, SE., M.M.
NIP 19860131201403 1 004

Penguji II
Septi Kurnia Prastiwi, SE., M.M.
NIP 19830924201403 2 002

Penguji III
Dr. Awan Kostrad Diharto, SE., M.Ag.
NIP 19651225 200003 1 001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Surakarta

Drs.H.Sri Walyoto,MM.,Ph.D
NIP : 19561011 198303 1 002

MOTTO



*”Hendaklah kamu berdagang, karena di dalamnya terdapat 90% pintu rezeki
(H.R. Ahmad) “*

*“Sesungguhnya sebaik-baik usaha adalah usaha perdagangan”
(H.R. Baihaqi dan dikeluarkan oleh As-Ashabahani).”*

*“Sebuah tantangan akan selalu menjadi beban, jika itu hanya dipikirkan. Sebuah
cita-cita juga akan menjadi beban, jika itu hanya angan-angan.”*



PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa
Karya yang sederhana ini untuk:

Bapak dan Ibu tercinta,
Anakku tercinta Luvena,
Suamiku Agus Wahyono yang selalu mendukungku
Almamater IAIN Surakarta
Teman-teman yang telah mengenalku
yang selalu memberikan doa dan semangat
Terimakasih ...

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Menciptakan Keunggulan Bersaing melalui Tingkat Kepentingan dan Kinerja Pelayanan pada Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 di Desa Janti Kabupaten Klaten”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H.Mudofir, S.Ag, M.Pd.,RektorInstitut Agama Islam Negeri Surakarta.
2. Drs. H. Sri Walyoto, MM., Ph.D.,Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Datien Eriska Utami, S.E.,M.Si, Ketua JurusanManajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Drs. Basuki Raharjo, M.S., dosen Pembimbing akademik Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M., dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.

6. Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Suami, Ibu, Bapak, dan Anakku, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
9. Agus Wahyono dan Luvena Ilmia Ainun yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat seperjuangan kelas Manajemen Bisnis Syariah C angkatan 2013 yang selalu memberikan keceriaan selama berada di kampus.
11. Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti yang telah mengizinkan tempat untuk penelitian, semogabias terus memajukan bisnisnya.
12. Teman-teman angkatan 2013 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 4 Januari 2018

Penulis

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the level of importance and level of performance or customer satisfaction of the services provided by employees of Restaurant fishing Lumintu 1001 in Janti Village, Klaten District. In This study, the data were obtained from interviews and questionnaires. In term of questionnaire, the author asked question as many as 15 attribute questions. Then the data were processed using the excel program, and analyzed by using method of IPA (Importance Performance Analysis) in order to know service attributes that must be handled immediately, maintained, handled for a long term and diminished its service.

The results of this study indicate that by using the method of IPA which has 2 attributes that enter in quadrant A means that it must be handled immediately in term of the service the speed of service and the ability of staff in explaining the menu, meanwhile B quadrant should be maintained its service in term of the attributes of cleanliness of space and eating utensils, the taste of food and drinks, hospitality services, availability of food and beverages and, food and beverage safety.

While the attributes that enter the C quadrant which means can be handled long-term, are the waiter that quickly respond to problems arising, price pricing, fishing facilities, waitress appearance, and the atmosphere of the restaurant. And attributes that enter quadrant D or diminished its service are attributes ease of payment, room layout, and sanitary kit (toilet, and hand washing).

Keywords: Level of Interest, Service Performance, Importance Performance Analysis (IPA).

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atau kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 di Desa Janti Kabupaten Klaten. Penelitian ini, data yang diperoleh dari wawancara dan kuesioner. Dalam kuesioner ini, penulis menggunakan pertanyaan sebanyak 15 pertanyaan atribut. Kemudian data tersebut diolah menggunakan program *excel*, dan dianalisis dengan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) adalah untuk mengetahui atribut layanan yang harus segera ditangani, dipertahankan, ditangani jangka panjang dan dikurangi pelayanannya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan metode IPA memiliki 2 atribut yang masuk dalam kuadran A yang berarti harus segera ditangani pelayanannya yaitu kecepatan pelayanan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu, selanjutnya kuadran B harus dipertahankan pelayanannya yaitu atribut kebersihan ruang dan peralatan makan, cita rasa makanan dan minuman, keramahan pelayanan, tersedianya makanan dan minuman dan, keamanan makanan dan minuman.

Sedangkan atribut yang masuk kuadran C yang berarti dapat ditangani jangka panjang yaitu pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul, keseuaian harga, fasilitas pemancingan, penampilan pramusaji, dan suasana rumah makan. Dan atribut yang masuk kuadran D atau dapat dikurangi pelayanannya adalah atribut kemudahan pembayaran, tata letak ruangan, dan sanitary kit (toilet, dan cuci tangan).

Kata Kunci : Tingkat Kepentingan, Kinerja Pelayanan, *Importance Performance Analysis (IPA)*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERSETUJUAN BIRO SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQSAH	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	2
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	7

1.6. Manfaat Penelitian.....	7
1.7. Jadwal Penelitian.....	8
1.8. Sistematika Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Kajian Teori	10
2.1.1. Keunggulan Bersaing.....	10
2.1.2. Tingkat Kepentingan.....	13
2.1.3. Kinerja Pelayanan	15
a. Pengertian Kinerja Pelayanan.....	15
b. Dimensi Kinerja Pelayanan	16
c. Karakteristik Pelayanan	18
2.2. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	19
2.3. Kerangka Pemikiran	20
2.4. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian	23
3.2. Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	23
3.3. Data dan Sumber Data.....	25
3.4. Teknik Pengumpulan data	25
3.5. Skala Pengukuran	26
3.6. Definisi Operasional Variabel	27
3.7. Teknik Analisis Data	29

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian	32
4.1.1 Produk Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001	33
4.1.2 Struktur Organisasi	33
4.2. Pengujian dan Analisis Data.....	34
4.2.1 Deskripsi Responden	34
1. Jenis Kelamin	34
2. Usia.....	35
3. Pekerjaan	35
4.2.2 Hasil Analisis <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	36
4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data	39
1. Kuadran A	39
2. Kuadran B.....	42
3. Kuadran C.....	45
4. Kuadran D	48
4.3. Pembahasan Kaitannya Dengan Keunggulan Bersaing	52
BAB V PENUTUP	54
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Keterbatasan Penelitian	55
5.3. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	59-75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001	4
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 4.3 Daftar Menu Harga Pemancingan Lumintu 1001	33
Tabel 4.4 Data Responden Menurut Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.5 Data Responden Menurut Usia	35
Tabel 4.6 Data Responden Menurut Pekerjaan.....	35
Tabel 4.7 Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pelanggan Rumah Makan Pemacingan Lumintu	3
Gambar 2.2	Kerangka Berfikir.....	21
Gambar 3.3	Kuadran Kartesius	30
Gambar 4.4	Kuadran Kartesius	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Penelitian.....	59
Lampiran 2: Kuesioner penelitian.....	60
Lampiran 3: Daftar Data Responden	64
Lampiran 4: Rekap data Kusioner.....	67
Lampiran 5: Daftar Riwayat Hidup	75

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka perusahaan-perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Untuk itu setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Sudah seharusnya perusahaan berupaya untuk meminimalisasi kelemahan-kelemahannya dan memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan.

Bidang usaha pelayanan jasa makanan atau rumah makan adalah salah satu dari beberapa jenis usaha yang sedang diminati oleh pengusaha saat ini. Di Klaten, Jawa Tengah, jenis usaha ini sedang marak berkembang. Dengan demikian ketatnya persaingan bisnis jasa makanan, memacu setiap rumah makan untuk memberikan layanan yang terbaik dalam memuaskan pelanggan, baik dalam menyajikan makanan dengan sajian yang menarik dan dengan cita rasa yang tinggi maupun pelayanan yang cepat dan terkontrol dengan baik.

Dengan adanya tekanan persaingan begitu ketat, sehingga secara langsung atau tidak langsung sangat mempengaruhi kinerja organisasi perusahaan termasuk pada Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001. Perubahan yang begitu cepat

dalam dewasa ini, baik dalam hal teknologi, kebutuhan pelanggan dan siklus produk semakin pendek menyebabkan permasalahan serius bagi dunia usaha tak terkecuali usaha rumah makan.

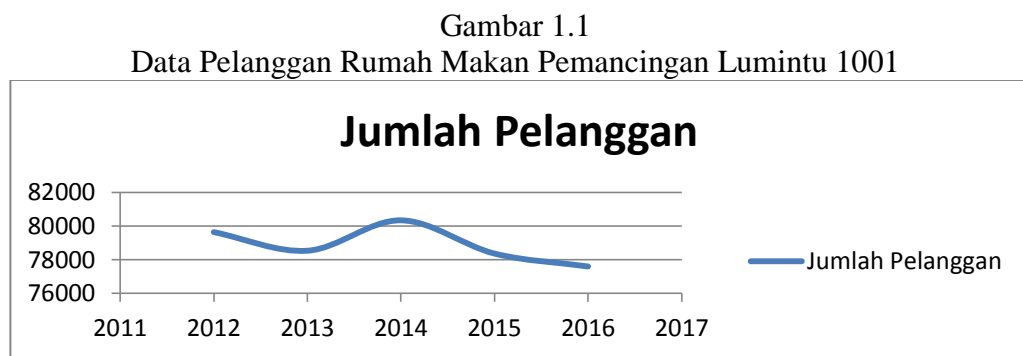
Persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan suatu usaha, di mana pesaing menggunakan pendekatan pasar yaitu dengan memuaskan kebutuhan pelanggan (Porter, 1990: 38). Sehingga pengusaha harus lebih cermat membaca serta mengantisipasi keadaan pasar sehingga dapat meningkatkan tingkat kepentingan usaha yang baik, dan memberikan kinerja pelayanan yang berkualitas yang dapat memuaskan konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan.

Keunggulan bersaing menurut porter, (1993:87), adalah strategi benefit pengusaha yang melakukan kerjasama untuk berkompetensi yang lebih efektif dalam *market place*. Sehingga pengusaha mampu mendominasi pasar lama maupun pasar baru. Keunggulan bersaing diyakini sebagai acuan bagi setiap perusahaan industri baik industri kecil, menengah dan industri yang besar sebagai tolak ukur dalam menghadapi persaingan usaha.

Rumah Makan Lumintu 1001 adalah salah satu rumah makan pemancingan yang terletak di desa Janti, Klaten, Jawa Tengah merupakan salah satu tempat rumah makan pemancingan yang besar dan mempunyai banyak pelanggan. Pengunjung tempat ini bukan saja berasal dari Klaten tetapi juga banyak berasal dari luar kota seperti Semarang dan Surabaya. Di sentra pemancingan Janti terdapat sekitar 75 unit usaha rumah makan pemancingan. Dalam situasi persaingan yang tinggi pelanggan lebih mempunyai posisi tawar

sehingga akan mudah beralih kepada pesaing lain apabila tidak mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Memuaskan pelanggan adalah pertahanan terbaik untuk melawan pesaing dengan memperhatikan tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja pelayanan terhadap pelanggan.

Dalam hal ini kepentingan pelanggan dan kinerja pelayanan dikatakan berhasil dapat dilihat dari peningkatan jumlah pelanggan. Berikut data jumlah konsumen pelanggan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 dari tahun 2011 sampai dengan 2017 berfluktuasi :



Sumber : Pemancingan Lumintu 1001 Janti

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah pelanggan dari tahun 2012 dan 2013 mengalami penurunan. tahun 2014 mengalami peningkatan, dan terjadi penurunan kembali pada tahun 2015 dan 2016. Diperkirakan menurunnya jumlah konsumen dipengaruhi oleh persaingan rumah makan pemancingan di desa Janti yang semakin ketat dan kuliner rumah makan yang semakin banyak.

Sebagaimana diketahui bahwa tingkat persaingan bisnis kuliner rumah makan pemancingan di desa Janti sudah sangat tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya pelaku usaha yang berkecimpung dalam bisnis tersebut. Pada awal

berdirinya Pemancingan Lumintu 1001 perlahan-lahan telah mendapatkan konsumen baru. Akan tetapi terjadi fluktuasi penjualan secara signifikan dengan data trend menurun, karena kenaikan hanya terjadi pada tahun 2014 dalam kurun waktu 5 tahun.

Tabel 1.1
Data Pejualan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001

Bulan	2012	2013	2014	2015	2016
Januari	224.055.000	180.810.000	177.675.000	192.810.000	173.025.000
February	74.805.000	64.245.000	89.055.000	75.435.000	74.625.000
Maret	60.975.000	60.435.000	65.880.000	79.365.000	71.670.000
April	74.475.000	72.405.000	67.395.000	73.920.000	71.505.000
Mei	70.185.000	80.730.000	65.895.000	73.905.000	74.775.000
Juni	55.305.000	79.095.000	129.540.000	133.950.000	103.275.000
Juli	113.130.000	118.815.000	199.245.000	180.975.000	190.125.000
Agustus	133.950.000	177.945.000	84.375.000	81.570.000	88.170.000
September	176.190.000	69.555.000	67.395.000	60.555.000	71.310.000
Oktober	74.805.000	79.455.000	65.760.000	65.850.000	74.670.000
November	51.390.000	89.070.000	74.355.000	74.070.000	69.975.000
Desember	85.350.000	105.450.000	118.545.000	83.070.000	100.875.000
Total	1.194.615.000	1.178.010.000	1.205.115.000	1.175.475.000	1.164.000.000

Sumber : Pemancingan Lumintu 1001 Janti

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa sebagian realisasi penjualan di Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti pada tahun ke tahun terjadi penurunan, dan mengalami kenaikan kembali tingkat penjualan pada tahun 2014. Kemudian kecenderungan penurunan kembali di tahun 2015 dan 2016 sebesar 3%.

Sehubungan hal tersebut diatas Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti perlu memperhatikan tingkat kepentingan dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan, sehingga tidak terjadi penurunan kinerja dari rumah makan tersebut yang mengakibatkan turunnya penjualan. Pelanggan akan cepat menilai kinerja dari rumah makan pemancingan yang kurang berkualitas dari segi

pelayanan sehingga pelanggan lebih memilih rumah makan pemancingan lain yang lebih baik tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja pelayanannya.

Menurut Kotler (2005: 70), secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang akan muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Rumah makan Pemancing Lumintu 1001 perlu memahami tingkat kepentingan pelanggan sehingga meningkatkan kinerja pelayanan. Dengan memperbaiki kualitas pelayanan untuk melakukan penilaian kinerja dan pentingnya menerapkan strategi bersaing dapat menciptakan nilai yang unggul dibanding pesaingnya.

Berdasarkan paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penerapan konsep kinerja pelayanan melalui tingkat kepentingan usaha maka akan mendukung pula tercapainya kepuasan pelanggan untuk menciptakan keunggulan bersaing usaha. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Menciptakan Keunggulan Bersaing Melalui Tingkat Kepentingan dan Kinerja Pelayanan Pada Pemancingan Lumintu 1001 Di Desa Janti Kabupaten Klaten”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka identifikasi masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Masalah trend pelanggan dan trend penjualan 2011-2016 mengalami fluktuasi yang mempengaruhi atribut pelayan untuk meningkatkan tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja pelayanan.
2. Ketatnya persaingan dibidang kuliner terutama di wilayah pemancingan Janti mendorong Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti dapat memperhatikan tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar dapat bersaing dalam lingkungan persaingannya.
3. Banyaknya persaingan bisnis pemancingan di desa Janti termotivasi untuk berkembang dalam meningkatkan pelayanan terhadap konsumen sehingga mampu bertahan dan menciptakan keunggulan bersaing melalui tingkat kepentingan dan kinerja pelayanan bisnis pemancingan.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi. Oleh sebab itu, dilakukan pembatasan dalam penelitian yang lebih memusatkan pada pokok masalah, tingkat kepentingan dan kinerja pelayanan pada Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan batasan masalah, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Atribut apa saja yang harus segera di tangani oleh Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti ?
2. Atribut apa saja yang harus dipertahankan pelayanannya oleh Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti ?
3. Atribut apa saja yang bisa di tangani jangka panjang oleh Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti ?
4. Atribut apa saja yang harus di kurangi pelayanannya oleh Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui atribut apa saja yang harus segera di tangani oleh Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti.
2. Untuk mengetahui atribut apa saja yang harus dipertahankan pelayanannya oleh Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti.
3. Untuk mengetahui atribut apa saja yang bisa di tangani jangka panjang oleh Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti.
4. Untuk mengetahui atribut apa saja yang harus di kurangi pelayanannya oleh Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung di dalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Sebagai masukan bagi Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti dalam mengembangkan strategi menghadapi persaingan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.
2. Sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam mempertahankan keunggulan bersaing.
3. Sebagai bahan masukan, tambahan dan referensi bagi penulis berikutnya.

1.7. Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8. Sistematika Penulisan Penelitian

Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, indentifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang kajian teori, hasil penelitian yang relevan, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variable penelitian, definisi operasional variable, instrument penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data, serta pembahasan hasil analisis (pembuktian hasil hipotesis).

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran-saran.

Daftar pustaka

Lampiran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Keunggulan Bersaing

Setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu lingkungan industri tertentu pada dasarnya memiliki keinginan untuk dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Untuk mencapai keunggulan tersebut, umumnya perusahaan menerapkan strategi-strategi mengenai kebijakan apa saja yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Keunggulan bersaing merupakan strategi-strategi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan atau memberi nilai lebih pada konsumennya dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Keunggulan bersaing adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk memformulasikan strategi yang menempatkannya pada suatu posisi yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing merupakan fungsi identifikasi dimensi produk pasar yang tepat bagi positioning perusahaan. (Hamed :2009 :87). Demikian pula Porter (1990: 24), menyatakan bahwa keunggulan bersaing sebagai upaya penciptaan nilai pelanggan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas spesifik secara ekonomis ataupun kualitas superior / pelayanan ataupun kombinasi keduanya dibandingkan dengan para kompetitornya.

Bharadwaj et al.,(1993: 83-84), keunggulan bersaing adalah hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan asset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing. Keahlian unik ialah kemampuan perusahaan untuk

menjadikan para karyawannya sebagai bagian penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Kemampuan perusahaan mengembangkan keahlian para karyawannya dengan baik akan menjadikan perusahaan unggul dalam penerapan strategi yang berbasis sumber daya manusia dan sulit untuk ditiru oleh pesaingnya. Asset atau sumber daya yang unik adalah sumber daya nyata diperlukan perusahaan guna menjalankan strategi bersaingnya. Kedua sumber daya tersebut diarahkan untuk mendukung penciptaan kinerja perusahaan yang berbiaya rendah dan memiliki perbedaan dengan perusahaan lain.

Porter, (1990: 30), keunggulan bersaing merupakan jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing digambarkan suatu strategi benefit perusahaan untuk kerjasama menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing berkelanjutan sehingga perusahaan dapat mendominasi baik di pasar maupun pasar baru. Keunggulan bersaing pada prinsipnya tumbuh dari nilai-nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya.

Pelanggan lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diharapkannya. Akan tetapi nilai tersebut akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Pembelian produk apabila pelanggan menganggap harga produk sesuai dengan nilai yang ditawarkannya. Sesuai pendapat Styagraha, (1994: 14), keunggulan bersaing merupakan kemampuan suatu badan usaha memberikan nilai lebih pada produknya dibandingkan pesaingnya dan nilai tersebut dapat

mendatangkan manfaat bagi pelanggan. Kotler (1990: 64), keunggulan bersaing dapat diukur dengan menggunakan indikator, harga, kualitas, dan time to market.

1. Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran. Sejauh mana perusahaan mampu bersaing dengan pesaing utamanya. Harga ialah salah satu atribut yang harus dievaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar memahami tentang betapa pentingnya harga untuk mempengaruhi sikap konsumen.
2. Kualitas ialah sejauh mana perusahaan mampu menawarkan kualitas produk dan kinerja yang menciptakan nilai yang lebih tinggi untuk pelanggan. Kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Perusahaan memiliki keunggulan bersaing dalam aspek kualitas jika mampu menawarkan produk yang berkualitas dan memiliki performa yang baik dan dapat memberikan nilai tambah terhadap pelanggan yang lebih jika dibandingkan dengan pesaingnya.
3. Time to market ialah sejauh mana perusahaan mampu memperkenalkan produk baru lebih cepat dari pesaing lainnya, bahwa perusahaan harus mampu memperkenalkan produk barunya kepasar lebih cepat dari pesaingnya.

2.1.2 Tingkat Kepentingan

Tingkat kepentingan pelanggan didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan, sebelum mencoba atau membeli suatu produk atau jasa, yang akan dijadikan standar acuan dalam menilai kinerja produk jasa.

Menurut Rangkuti (2006) terdapat dua tingkatan kepentingan konsumen yaitu : *adequate service* dan *desired service*. *Adequate service* adalah tingkat kinerja minimal yang masih dapat diterima berdasarkan perkiraan jasa yang mungkin akan diterima dan tergantung ada alternative yang tersedia. Sedangkan *desired service* adalah tingkat kinerja yang diharapkan pelanggan akan diterimanya, yang merupakan gabungan dari kepercayaan pelanggan mengenai apa yang dapat dan harus diterimanya.

Desired service dipengaruhi oleh factor-faktor sebagai berikut :

- a. Keinginan dilayani dengan baik dan benar

Pelanggan berharap dilayani dengan baik karena ia melihat pelanggan lain dengan baik serta dilayani dengan benar, dimana pelayanan yang benar tergantung pada falsafah individu yang bersangkutan.

- b. Kebutuhan perorangan

Pelayanan yang diharapkan pelanggan karena kebutuhan pelayan tersebut bersifat mendasar dan terkait dengan kesejahteraan pelanggan.

- c. Janji secara langsung

Pelayanan yang diharapkan pelanggan karena pelanggan dijanjikan mendapat pelayanan seperti itu oleh pemberi jasa.

- d. Janji secara tidak langsung

Pelayanan yang diharapkan pelanggan karena pelanggan memperoleh petunjuk yang berkaitan dengan pelayanan tersebut sehingga ia menarik kesimpulan tentang pelayanan seperti apa yang seharusnya diberikan, petunjuk tersebut meliputi harga serta peralatan pendukung pelayanan.

e. Komunikasi mulut ke mulut

Pelayanan yang diharapkan pelanggan karena pelanggan menerima informasi atau pernyataan yang disampaikan oleh pihak lain pemberi jasa.

f. Pengalaman masa lalu

Pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan karena ia telah memiliki pengalaman yang meliputi hak-hak yang telah diketahui.

Adequate service dipengaruhi oleh factor-faktor sebagai berikut :

a. Keadaan darurat

Pelayanan minimal yang harus diterima oleh pelanggan karena pelanggan membutuhkan pelayan tersebut untuk sementara waktu.

b. Ketersediaan alternatif

Pelayanan minimal yang diharapkan oleh pelanggan yang muncul dari persepsi pelanggan atas tingkat pelayanan perusahaan lain yang sejenis.

c. Derajat keterlibatan pelanggan

Pelayanan yang minimal diterima pelanggan karena pelanggan terlibat dalam penyediaan jasa tersebut.

d. Faktor-faktor yang bergantung situasi

Pelayanan minimal yang masih dapat diterima oleh pelanggan karena adanya peristiwa yang dapat mempengaruhi kinerja jasa yang berada diluar kendali penyedia jasa.

e. Pelayanan minimal yang masih dapat diterima pelanggan karena pelanggan telah memperkirakan akan mendapat pelayanan seminimal itu.

2.1.3 Kinerja Pelayanan

1. Pengertian Kinerja Pelayanan

Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama.

Kinerja merupakan indikator tingkat prestasi yang dapat dicapai dan mencerminkan keberhasilan suatu usaha. Kinerja dimana suatu hasil dimana orang/sumber-sumber dan pada lingkungan tertentu secara bersama membawa hasil akhir yang didasarkan tingkat mutu dan standar yang telah ditetapkan ,Azizah (2014).

Menurut Algifari (2015: 11), kinerja pelayanan (*Service Performance*) adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan. Terdapat masalah yang serius dalam kualitas jasa atau pelayanan yang dinyatakan sebagai perbedaan nilai antara harapan dan persepsi konsumen, sehingga penggunaan

pengukuran kualitas jasa yang paling tepat adalah berdasarkan kinerja atau *Performance*.

Menurut Algifari (2015: 15), Skala SERVPERF dinyatakan lebih tepat dalam mengukur kualitas jasa karena service performance lebih bias menjawab permasalahan yang muncul dalam menentukan kualitas jasa karena bagaimanapun konsumen hanya akan bisa menilai kualitas yang mereka terima dari suatu produsen tertentu bukan pada persepsi mereka atas kualitas jasa pada umumnya.

Dari beberapa teori diatas dapat didimpulkan bahwa kinerja pelayanan adalah penilaian menyeluruh konsumen terhadap hasil pelayanan yang dirasakan saat menerima pelayanan dari penyedia jasa, sehingga kualitas jasa atau pelayanan lebih tepat dan spesifik menggunakan model SERVPERF.

2. Dimensi Kinerja Pelayanan

Menurut Algifari (2015: 20), mengemukakan tentang 5 dimensi kinerja pelayanan atau SERVPERF, dimana instrument ini dapat digunakan secara umum oleh perusahaan-perusahaan jasa dalam mengukur tingkat kinerja pelayanan yang diberikan terdiri dari :

a. *Time*

Waktu (*time*) adalah dimensi kinerja pelayanan yang paling dinamis, harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu. Dalam bahasa ekonomi, waktu adalah *scare resources* karena waktu sama dengan uang yang harus digunakan secara bijak, oleh karena itu pelanggan akan tidak puas jika

waktunya terbuang percuma. Karena sudah punya kesempatan lain untuk memperoleh sumber ekonomi.

b. *Accessibility*

Dimensi kinerja pelayanan jasa yang berhubungan dengan akses atau kemudahan konsumen untuk mengakses lokasi penyedia jasa.

c. *Completeness*

Dimensi kinerja pelayanan jasa yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan fasilitas dan prasarana kepada pelanggan, karena dengan fasilitas yang memadai pelanggan akan merasa nyaman dan hal ini merupakan salah satu strategi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya.

d. *Courtesy*

Dimensi kinerja pelayanan yang meliputi sikap kontak karyawan untuk memperhatikan dan memahami kebutuhan pelanggan, pengetahuan, keramahan, kesopanan, komunikasi yang baik, kemudahan dalam melakukan komunikasi.

e. *Responsiveness*

Dimensi kinerja pelayanan yang meliputi kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen, rasa tanggung jawab karyawan dan keinginan untuk memberikan jasa yang prima serta membantu konsumen apabila menghadapi masalah yang berkaitan dengan jasa yang diberikan oleh pemberi jasa tersebut.

3. Karakteristik Pelayanan

Jasa adalah tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu Kotler, (2010 :83). Pengertian jasa dapat diperjelas dengan mengetahui karakteristik utama yang membedakannya dengan barang, yaitu :

- a. *Intangibility* (tidak berwujud), berbeda dengan barang yang merupakan objek alat atau benda, sedangkan jasa adalah perbuatan, knerja atau usaha. Oleh karena itu jasa tida dapat dilihat, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Hal ini memiliki sejumlah implikasi bagi pelanggan dan penyedia jasa. Bagi para pelanggan, ketidakpastian dalam pemberian jasa yang pembelian jasa relative tinggi, karena terbatasnya *search qualities*, yakni karakteristik fisik yang dapat dievaluasi pembeli sebelum dilakukan. Selain itu, jasa mengandung unsur *experience quality*, yaitu karakteristik yang hanya dapat dinilai setelah pembelian.
- b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan), barang biasanya diproduksi, kemudian dijual terlebih dahulu, baru diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.
- c. *Variability* (berubah-ubah), bersifat variable artinya banyak variasi, bentuk, kualitas dan jenisnya tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut di produksi.
- d. *Perishability* (daya tahan), tidak dapat disimpan, hal ini tidak menjadi masalah jika pertanyaannya tetap karena untuk menyiapkan pelayanan,

permintaan tersebut mudah tapi apabila berfluktuasi, berbagai masalah muncul.

2.2 Penelitian Yang Relevan

Penelitian Skripsi ini tidak terlepas dari hasil penelitian yang relevan antara lain :

1. Penelitian ini dilakukan oleh Rekha Mahendraswari dan Rita Nurmalina (2011) ”Tingkat Kepentingan Serta Atribut Produk dan Pelayanan di Rumah Makan Bebek Gendut, Bubulak, Kota Bogor” penelitian ini menunjukkan hasil bahwa konsumen puas terhadap kinerja produk dan pelayanan di RM Bebek Gendut.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Popong Nurhayati, Ahmad Fahrudin, Dwi Romadhani (2007) “Tingkat Kepuasan Terhadap Mutu Pelayanan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti”. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa melalui Importance Performance Analysis (IPA) Indeks tingkat kepuasan pelanggan terhadap mutu pelayanan rumah makan pemancingan Lumintu 1001 berkisar antara 61,8 sampai 77,2 artinya mutu pelayanan yang diberikan Lumintu 1001 memberikan kepuasan kepada pelanggan pada tingkat cukup puas sampai puas.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Annisa Tiara Istriastuti, Tidar Noffitri Linandar, Erika Putrinanda, dan Nyayu Lthifah Tirdasari (2009) “Analisis Preferensi dan Tingkat Kepentingan serta Kepuasan Konsumen Tas Merek Kubil Sport (Studi kasus pada pelanggan produk tas merek kubil sport di

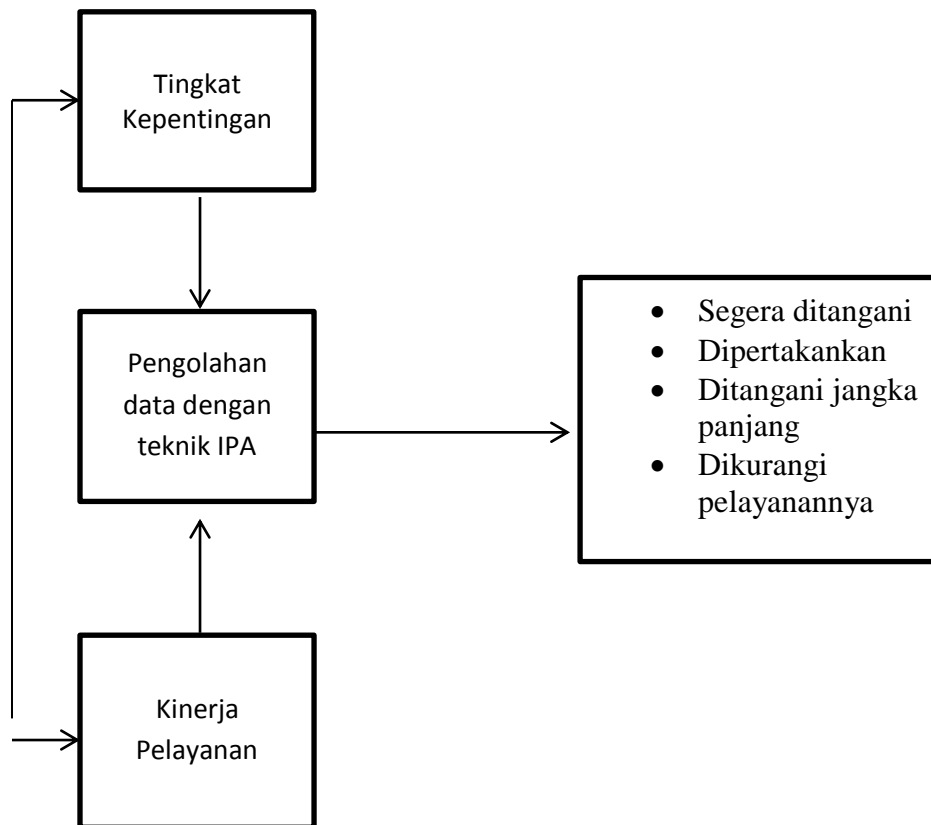
kampus Institut Pertanian Bogor)”. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Berdasarkan analisis IPA diperoleh hasil bahwa atribut-atribuy produk yang harus dipertahankan oleh produsen adalah model, warna, mutu, variasi, dan harga. Sedangkan atribut-atribut yang harus diprioritaskan dalam memproduksi tas merek kubil sport adalah waktu proses, kemampuan produsen, dan keunikan. Tiga atribut tersebut merupakan atribut yang dianggap penting oleh konsumen namun pada kenyatannya produsen belum dapat memenuhi keinginan konsumen.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Heru Eka Lodhita, Imam Santoso, dan Sakunda Anggraini (2014) “Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA(*Importance Performance Analysis*) Dan CSI(*Customer Satisfaction Index*) Studi Kasus Pada Toko Oen, Malang”. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa hubungan kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja sudah sangat baik dapat dilihat nilai rata-rata kesesuaian sebesar 90,40%, maka kesesuaian tersebut dapat dikatakan kinerja dari masing-masing atribut telah dapat memenuhi harapan dari konsumen tetapi masih perlu dilakukan perbaikan lagi.

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir digunakan sebagai acuan agar peneliti memiliki arah penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kerangka berfikir penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



Sumber : Data diolah penulis, 2017

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu ide untuk mencari fakta yang harus dikumpulkan. Hipotesis adalah suatu pernyataan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Hubungan antar variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut :

Ho : Tidak ada perbedaan pendapat responden terhadap atribut pelayanan pada Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti.

Ha : Ada perbedaan pendapatan responden terhadap atribut pelayanan pada Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini mulai dari usulan hingga penyusunan laporan penelitian adalah mulai bulan April sampai dengan bulan Desember 2017. Sedangkan wilayah penelitian dilakukan di Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti yang berlokasi di desa Janti, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah.

3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1 Populasi

Pengertian populasi menurut Ferdinand (2014: 171), adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah 300 pelanggan dalam kurun waktu observasi selama 3 bulan di pemancingan Lumintu 1001 Janti.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Ferdinand, 2014: 171). Metode penarikan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* dengan adanya *screening* terlebih dahulu. Peneliti memilih sampel berdasarkan kenyamanan memilih, dengan terlebih dahulu melakukan

penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian. Hal tersebut dikarenakan penelitian ini hanya melibatkan sampel yang telah memenuhi syarat-syarat tertentu, seperti sampel telah berusia 17 tahun atau lebih serta telah mengunjungi Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti sebanyak lebih dari satu kali. Dengan terpenuhinya syarat tersebut maka sampel diyakini telah dapat melakukan proses pengambilan keputusan pembelian dengan baik.

Kriteria lain yang telah dipenuhi yakni berupa kriteria *Slovin*. Kriteria *Slovin* digunakan untuk memenuhi berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui (Umar, 2002). Rumus kriteria Slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian yang dapat ditolerir.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus tersebut, didapatkan ukuran sampel sebesar 75, dengan asumsi jumlah populasi digambarkan oleh rata-rata jumlah pengunjung Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti per 3 bulan pada tahun 2017 serta kelonggaran ketidaktelitian yang dapat ditolerir adalah sebesar 10%. Perhitungan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0,1)^2} = 75$$

.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogeny yaitu terdapat 75 responden yang menjadi sampel (Sugiyono, 2012:118).

3.3 Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek penelitian (Bugin, 2005: 132). Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara penyebaran kuisisioner yang diisi langsung oleh pelanggan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti yang menjadi responden dalam penelitian ini.

3.4 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuisioner

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara tertulis guna memperoleh tanggapan pelanggan terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari berbagai atribut pelayanan di Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti.

2. Wawancara

Yaitu proses memperoleh keterangan dengan Tanya jawab sambil bertatap muka untuk memperoleh data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti tingkat kepentingan dan tingkat kinerja berbagai atribut.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah pengumpulan data atau informasi dari berbagai literature maupun referensi lain untuk mendapatkan data tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada berbagai atribut pelayanan.

4. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung pada objek penelitian untuk diperoleh data tingkat kepentingan dan tingkat kinerja berbagai atribut pelayananan.

3.5 Skala Pengukuran

Menurut Wicaksono (2010), mengatakan bahwa dalam meneliti pengukuran perilaku responden yang sifatnya subjektif tidak dapat diukur secara langsung, karena menyangkut aspek mental, maka dari itu digunakan skala. Skala tersebut akan menunjukkan hasil berupa angka yang diperoleh dari suatu proses

dari variabel pengukuran. Dalam penelitian ini, skala yang digunakan adalah skala likert yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan kriteria tingkat kinerja dan tingkat kepentingan sebagai berikut :

Tingkat Kinerja		Tingkat Kepentingan	
Sangat Tidak Puas	= skor 1	Sangat Tidak Penting	= skor 1
Tidak Puas	= skor 2	Tidak Penting	= skor 2
Netral	= skor 3	Cukup Penting	= skor 3
Puas	= skor 4	Penting	= skor 4
Sangat Puas	= skor 5	Sangat Penting	= skor 5

3.6 Definisi Operasional variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010: 128). Definisi operasional dan indikatornya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator (Atribut Pelayanan)
Tingkat Kepentingan	Rangkuti (2006), terdapat dua tingkatan kepentingan konsumen yaitu : <i>adequate service</i> dan <i>desired service</i> . <i>Adequate service</i> adalah tingkat kinerja minimal	1. Sanitary Kit (toilet, pencuci tangan, cermin) 2. Penampilan fisik pramusaji 3. Lay out atau tata letak

	<p>yang masih dapat diterima berdasarkan perkiraan jasa yang mungkin akan diterima dan tergantung pada alternatif yang tersedia. Sedangkan <i>desired service</i> adalah tingkat kinerja yang diharapkan pelanggan akan diterimanya, yang merupakan gabungan dari kepercayaan pelanggan mengenai apa yang dapat dan harus diterimanya.</p>	<p>ruangan</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Kebersihan ruangan dan peralatan makan 5. Cita rasa makanan dan minuman 6. Suasana rumah makan 7. Kesesuaian harga makanan dan minuman 8. Fasilitas pemancingan (Alat pancing, ikan, kolam) 9. Kecepatan pelayanan
<p>Kinerja Pelayanan</p>	<p>Kinerja Pelayanan (<i>Service Performance</i>) adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan (Algifari 2015)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 10. Pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul 11. Keramahan pelayanan 12. Kemudahan proses pembayaran 13. Tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu

		<p>14. Keamanan makanan dan minuman yang disajikan</p> <p>15. Pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu</p> <p>(Nurhayati, 2007)</p>
--	--	--

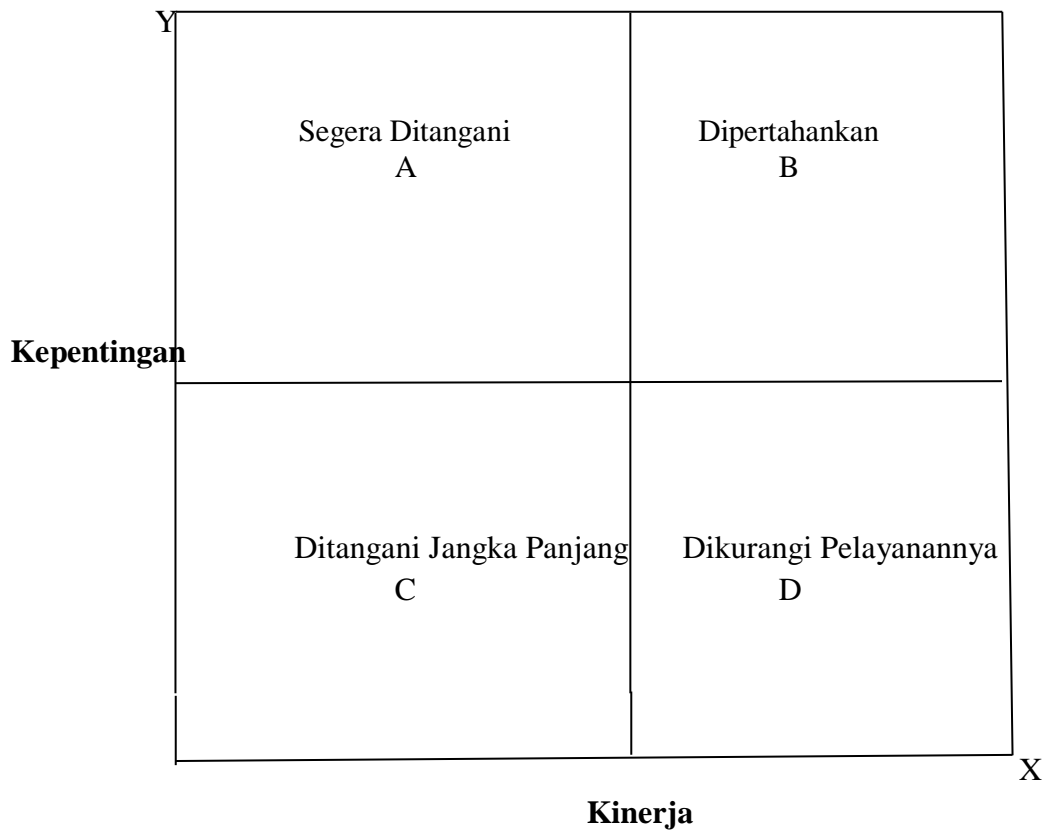
3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis *Importance and Performance Analysis* (IPA) merupakan model multi-attribute dan dapat digunakan untuk menganalisis kinerja organisasi. Model IPA digunakan untuk mengukur kinerja kepuasan yang dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Tujuan utama IPA adalah sebagai alat mendiagnostik untuk memudahkan mengidentifikasi atribut-atribut, yang didasarkan pada kepentingan masing-masing, apakah produk atau jasa tersebut berkinerja berlebih. Untuk tujuan tersebut, interpretasi terhadap kinerja produk atau jasa ditampilkan pada sebuah grafik yang memiliki 4 kuadran, yaitu kuadran A, Kuadran B, Kuadran C, dan Kuadran D. Masing-masing kuadran menunjukkan kinerja produk atau jasa yang dinilai.

Skor rata-rata penilaian tingkat kinerja menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X sedangkan posisi atribut sumbu Y ditunjukkan oleh skor rata-rata tingkat kepentingan. Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dimasukkan dan

dijabarkan kedalam empat bagian diagram katresius seperti pada gambar 3.3 di bawah ini adalah sebagai berikut :

Gambar 3.3
Kuadran Kartesius



Keterangan:

Kuadran A : wilayah yang memuat item-item dengan tingkat kepentingan yang relatif tinggi tetapi kenyataannya belum sesuai dengan harapan pelanggan. Item-item yang masuk kuadran ini harus segera ditingkatkan kinerjanya atau segera ditangani Pelayanannya.

Kuadran B : wilayah yang memuat item–item yang memiliki tingkat kepentingan relatif tinggi dengan tingkat kepuasan yang relatif tinggi pula. Item yang masuk kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan pengguna sehingga harus tetap dipertahankan karena semua item ini menjadikan produk atau jasa tersebut unggul di mata pelanggan.

Kuadran C : wilayah yang memuat item – item dengan tingkat kepentingan yang relatif rendah dan kenyataan kinerjanya tidak terlalu istimewa dengan tingkat kepuasan yang relatif rendah. Item yang masuk kuadran ini memberikan pengaruh sangat kecil terhadap manfaat yang dirasakan oleh pengguna dapat ditangani jangka panjang.

Kuadran D : wilayah yang memuat item–item dengan tingkat kepentingan yang relatif rendah dan dirasakan oleh pengguna terlalu berlebihan dengan tingkat kepuasan yang relatif tinggi. Biaya yang digunakan untuk menunjang item yang masuk kuadran ini dapat dikurangi agar dapat menghemat biaya pengeluaran.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 merupakan salah satu rumah makan pemancingan yang ada di daerah wisata desa Janti, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah didirikan oleh H. Marmo Sudirjo pada tahun 1995 di desa Janti. Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 buka pada pukul 09.00 WIB sampai pukul 17.00 WIB juga menyediakan kolam ikan untuk pemancingan yang dapat dibawa pulang sendiri hasil pancingannya. Bagi pengunjung yang tidak membawa alat pancing di Lumintu juga menyediakan sewa alat pancing.

Selain itu di Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 sendiri pengunjung dapat memesan makanan dan minuman yang telah disediakan. Pengunjung juga dapat memanfaatkan fasilitas yang ada seperti water boom, kolam renang dewasa dan anak-anak bagi keluarga yang membawa anak kecil dan hiburan orkes dangdut yang disediakan setiap akhir pekan.

Awal mula berdiri pada saat itu di desa Janti belum ada pemancingan dan rumah makan lalu pemancingan Lumintu membuat pemancingan sendiri yang sederhana khusus untuk pemancingan keluarga. Pemilik sekaligus pendiri Lumintu sendiri mempunyai Keluarga besar 10 Anak dan beberapa cucu. Seiring berjalannya waktu pemancingan ini mengalami penambahan fasilitas seperti Kolam Renang, water boom, aula yang luas, dan parkir yang luas sehingga lebih menarik pengunjung untuk datang ke Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001.

4.1.1. Produk Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001

Produk yang dimiliki Pemancingan Lumintu 1001 Janti tertulis dalam daftar tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3
Daftar Menu Harga Pemancingan Lumintu 1001

Makanan	Harga	Minuman	Harga
Lele (6-7 Ekor)	Rp 50,000.00	Es/Panas Tehh	Rp 3,000.00
Kakap (4-5 Ekor)	Rp 55,000.00	Es/Panas Jeruk	Rp 5,000.00
Gurami (2 Ekor)	Rp 70,000.00	Es Sirup	Rp 5,000.00
Ayam 1 Potong	Rp 15,000.00	Es Lemontea	Rp 5,000.00
Nasi Goreng	Rp 13,000.00	Es Cofee	Rp 5,000.00
Indomie Telor	Rp 8,000.00	Cola/Sprite/Fanta	Rp 6,000.00
Telur Ceplok/Dadar 2 Butir	Rp 7,000.00	Teh Botol	Rp 5,000.00
Nasi Cething kecil	Rp 15,000.00	Beras Kencur	Rp 5,000.00
Lalapan+Sambal	Rp 3,000.00	Soda Gembira	Rp 12,000.00
Trancam	Rp 5,000.00	Es Teh Teko	Rp 18,000.00
Ca Kangkung	Rp 5,000.00	Es Jeruk Teko	Rp 30,000.00

Sumber : Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti

Menu yang disajikan dengan harga yang terjangkau dapat menyentuh lapisan menengah ke bawah, Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti juga mengutamakan cita rasa makanan yang tinggi yang dapat menarik konsumen untuk datang lagi untuk membeli makanan sekaligus berwisata di Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti.

4.1.2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dari Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti diperoleh langsung dari pengelola pemancingan tersebut yaitu :

1. Owner atau pemilik sekaligus pendiri Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 adalah H. Marmo Sudirjo.
2. Pengelola Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti adalah Bapak Adik Parwoto yang mana beliau adalah anak kedua dari Bapak H. Marmo Sudirjo.
3. Rumah makan pemancingan Lumintu 1001 Janti memiliki 50 karyawan.

4.2. Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.2.1. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen yang mengetahui atau mengunjungi Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti dari berbagai lapisan masyarakat. Deskripsi dan karakteristik responden ditinjau dari jenis kelamin, usia, dan pekerjaan dijelaskan sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.4
Jenis Kelamin, Banyaknya, Persentase

No.	Jenis Kelamin	Banyaknya	Persentase
1	Laki-Laki	31	41,3%
2	Perempuan	44	58,6%
Jumlah		75	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki ada 31 orang atau 41,3% dan responde yang berjenis kelamin perempuan ada 44 orang atau 58,6%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.5
Usia, Banyaknya, Presentase

No.	Usia	Banyaknya	Presentase
1	>17 Tahun	34	45,3%
2	>30 Tahun	25	33,3%
3	>40 Tahun	16	21,3%
Jumlah		75	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berusia >17 Tahun ada 34 orang atau 45,3%, responden yang berusia >30 Tahun ada 25 orang atau 33,3%, dan responden yang berusia >40 Tahun ada 16 orang atau 21,3%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.6
Pekerjaan, Banyaknya, Presentase

No.	Pekerjaan	Banyaknya	Presentase
1	Pelajar/Mahasiswa	26	34,6%
2	Pegawai Negeri	12	16%
3	Pegawai Swasta	14	18,6%
4	Lainnya	23	30,6%
Jumlah		75	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa responden yang pekerjaannya pelajar atau mahasiswa ada 26 orang atau 34,6%, responden yang pekerjaannya pegawai negeri ada 12 orang atau 16%, responden yang pekerjaannya pegawai swasta ada 14 orang atau 18,6%, dan responden yang pekerjaannya lainnya ada 23 orang atau 30,6%.

4.2.2 Hasil Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) adalah alat analisis yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja guna mengetahui atribut mana yang dinilai masih rendah kinerjanya dan harus segera ditangani pelayanannya, serta atribut mana dari 15 atribut yang kinerjanya sudah dinilai baik dan harus dipertahankan, selanjutnya atribut mana yang kinerjanya baik serta dapat ditangani jangka panjang pelayanannya, dan atribut mana yang dapat dikurangi pelayanannya. Sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen guna menciptakan keunggulan bersaing perusahaan.

Selanjutnya Tingkat kepentingan dan kinerja pelayanan dimasukkan dalam kuadran kartesius, masing-masing kuadran menunjukkan kinerja produk atau jasa yang dinilai. Tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kinerja perusahaan dapat diketahui melalui penyebaran koefisien dan penghitungan rata-rata tingkat kepentingan dan rata-rata tingkat kinerja. Berikut ini hasil penghitungan nilai rata-rata tingkat kepentingan konsumen dan nilai rata-rata tingkat kinerja perusahaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7
 Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

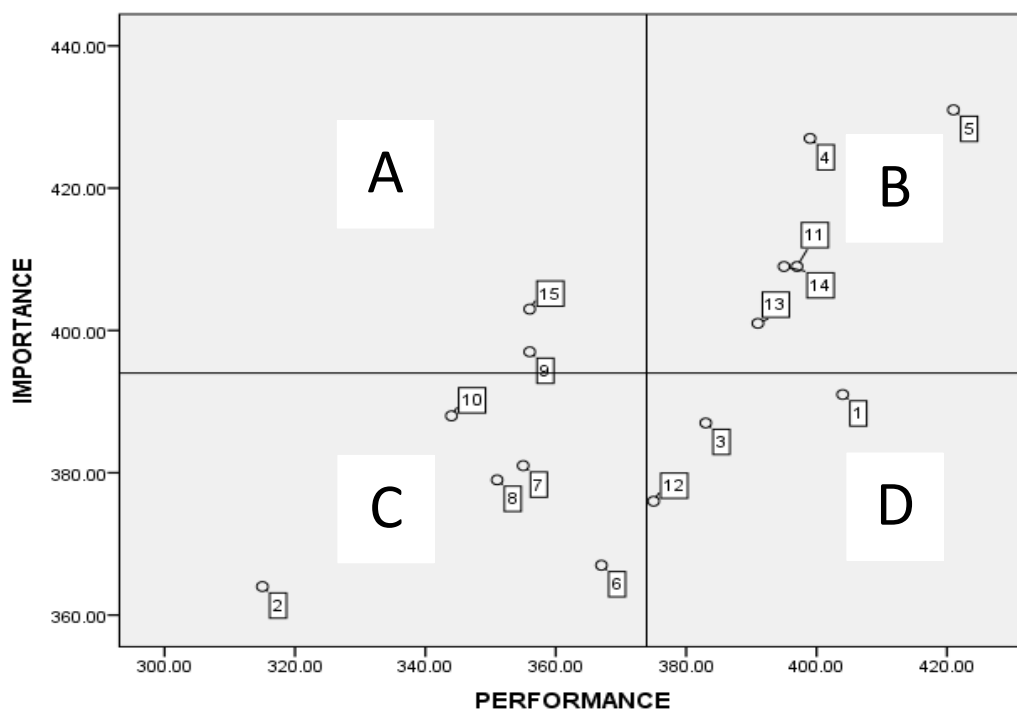
NO.	ATRIBUT	KINERJA	KEPENTINGAN
1	Sanitary kit (toilet, pencuci tangan, cermin)	4,04	3,91
2	Penampilan fisik pramusaji	3,15	3,64
3	Lay out atau tata letak ruangan	3,83	3,87
4	Kebersihan ruangan dan peralatan makan	3,99	4,27
5	Cita rasa makanan dan minuman	4,21	4,31
6	Suasana rumah makan	3,67	3,67
7	Kesesuaian harga makanan dan minuman	3,55	3,81
8	Fasilitas pemancingan (Alat pancing, ikan, kolam)	3,51	3,79
9	Kecepatan pelayanan	3,56	3,97
10	Pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul	3,44	3,88
11	Keramahan pelayanan	3,97	4,09
12	Kemudahan proses pembayaran	3,75	3,76
13	Tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu	3,91	4,01
14	Keamanan makanan dan minuman yang disajikan	3,95	4,09
15	Pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu	3,56	4,03
Total Skor Rata-rata		56,06	59,09
Rata-rata Keseluruhan		3,73	3,93

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, memiliki nilai rata-rata tingkat kinerja keseluruhan atribut sebesar 3,73 sedangkan untuk nilai rata-rata tingkat kepentingan keseluruhan atribut sebesar 3,93. Skor rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja secara keseluruhan ini akan digunakan sebagai tolak ukur untuk menentukan 15 atribut tingkat kepentingan dan tingkat kinerja mana saja yang memiliki nilai rata-rata melebihi skor rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja secara keseluruhan.

Setelah mengetahui nilai rata-rata dari tiap atribut tersebut, selanjutnya penulis memasukan rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja tiap atribut ke dalam kuadran kartesius atau diagram katresius. Diagram ini memiliki 4 bagian kuadran yang digunakan untuk menggambarkan posisi dari 15 atribut. Masing-masing ke 4 kuadran menggambarkan kondisi yang berbeda-beda. Berikut ini adalah gambar nilai rata-rata dari tiap atribut yang dimasukkan ke dalam kuadran kartesius atau diagram katresius.

Gambar 4.4
Kuadran Kartesius



Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan gambar 4.4 dapat dilihat dari 15 atribut terdapat 2 atribut yang termasuk dalam kuadran A yaitu atribut kecepatan pelayanan dan pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelsakan menu. Sedangkan atribut yang masuk dalam kuadran B adalah atribut kebersihan ruangan dan peralatan

makan, cita rasa makanan dan minuman, keramahan pelayanan, tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu, dan keamanan makanan dan minuman yang disajikan.

Selanjutnya atribut yang masuk dalam kuadran C yaitu atribut pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul, kesesuaian harga makanan dan minuman, Fasilitas pemancingan (Alat pancing, ikan, dan kolam), penampilan fisik pramusaji, suasana rumah makan. Dan yang masuk dalam kuadran D sisanya ada 3 atribut yaitu atribut kemudahan proses pembayaran, lay out tata letak ruangan, dan sanytari kit (toilet, pencuci tangan, dan cermin). Kuadran A,B,C dan D merupakan bagian dari diagram katresius yang mana dari 4 kuadran tersebut yaitu A,B,C,D memiliki gambaran kondisi yang berbeda-beda.

4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data

Hasil penelitian dan analisis menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)* dengan kuadran kartesius, masing-masing kuadran menggambarkan keadaan yang berbeda. Pemetaan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja ini memungkinkan pihak perusahaan untuk segera melakukan perbaikan-perbaikan pada atribut yang dianggap penting konsumen dalam jangka waktu yang relatif dekat. Setiap kuadran tersebut dapat dijelaskan dengan interpretasi sebagai berikut:

1. Kuadran A

Pada kuadran A menggambarkan posisi atribut sebagai prioritas utama atau segera ditangani pelayanannya, di mana kuadran ini menggambarkan tingkat

kepentingan/harapan konsumen lebih tinggi dari rata-rata sedangkan tingkat kinerjanya dinilai rendah. Dengan kata lain, atribut dalam kuadran ini, dianggap berpengaruh terhadap keunggulan bersaing perusahaan atau rumah makan karena harapan konsumen pada atribut yang ada di kuadran ini dinilai sangat penting namun kinerjanya masih dinilai rendah.

Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan perhatian khusus dan memperbaiki kinerja pada atribut yang ada di kuadran ini, agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi untuk memenangkan persaingan usaha.

Dalam kuadran ini terdapat 2 atribut yang harus mendapatkan perhatian khusus untuk perbaikan kinerja adalah

a. Atribut Kecepatan Pelayanan.

Pada atribut ini memiliki skor rata-rata tingkat kepentingan sebesar 3,97 dan skor rata-rata kinerja sebesar 3.56. Mengingat atribut ini masuk dalam kuadran A di mana harapan konsumen terhadap atribut tinggi dan kinerjanya rendah dengan kata lain pada atribut ini konsumen merasa belum puas dan artinya masih ada konsumen yang kepuasannya tidak terpenuhi. Karena tidak mendapatkan pelayanan yang memuaskan dalam kecepatan pelayanan Rumah makan pemancingan Lumintu 1001 Janti.

Konsumen/pelanggan memiliki kebutuhan dan keperluan serta kesibukan yang berbeda-beda atas dasar itulah karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan dengan cepat tanpa membuat konsumen menunggu terlalu lama. Sehingga konsumen tidak merasa kesal karena harus menunggu lama dan membuang waktu berharganya untuk mendapatkan pelayanan.

Sebagai perbaikan sebaiknya Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti mengutamakan pelayanan yang cepat dengan menambah karyawan pada saat hari libur atau weekend pada saat ramai pengunjung, selain itu pengunjung yang datang langsung di sambut oleh pelayan dan menawarkan bervariasi menu dan mencatat pesannya untuk di siapkan, untuk mempercepat pelayanan pihak Lumintu langsung mempersiapkan pesanan konsumen setelah konsumen tersebut memesan.

b. Atribut Pengetahuan dan Kemampuan Staf dalam Menjelaskan Menu.

Pada atribut ini memiliki skor rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,03 dan skor rata-rata kinerja sebesar 3,56. Mengingat atribut ini masuk dalam kuadran A dimana harapan konsumen terhadap atribut tinggi dan kinerjanya rendah berarti ada konsumen yang merasa tidak puas karena perusahaan tidak dapat menjelaskan menu yang ada pada daftar menu dan pengetahuan staf yang kurang membuat pelanggan yang datang untuk makan merasa kecewa padahal konsumen menginginkan pelayanan yang maksimal.

Pelanggan menilai bahwa setiap karyawan tentu harus memiliki pengetahuan mengenai berbagai produk yang ditawarkannya dengan berbagai keunggulannya. Dengan memiliki pengetahuan tersebut tentunya karyawan dapat menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan sehingga pelanggan dapat memperoleh informasi yang jelas mengenai produk dengan berbagai keunggulan.

Sebagai perbaikan sebaiknya pihak Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti tiap saat harus evaluasi karyawan ataupun dengan human relation atau

memberi pembelajaran cara berinteraksi yang baik dengan pelanggan untuk memperbaiki kinerja karyawan.

2. Kuadran B

Pada kuadran B ini menggambarkan kondisi atribut harus dipertahankan di mana tingkat kepentingan/harapan dari atribut-atribut tinggi dan tingkat kinerja dari atribut tersebut juga tinggi di atas skor rata-rata keseluruhan. Dengan kata lain konsumen menilai atribut yang ada dalam kuadran ini sangat penting dan kinerjanya dinilai sudah baik bahkan memuaskan.

Walaupun sudah dinilai baik hendaknya tidak membuat perusahaan berpuas diri dan sebaiknya perusahaan tetap mempertahankan bahkan meningkatkan kinerjanya atas atribut ini agar dapat memenangkan persaingan. Dalam kuadran ini terdapat 5 atribut yang kinerjanya harus dipertahankan dan dikerjakan dengan baik karena memiliki nilai yang baik dimata konsumen yaitu:

a. Atribut Kebersihan Ruangan dan Peralatan Makan.

Atribut ini memiliki nilai rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,27 dan nilai rata-rata tingkat kinerjanya sebesar 3,99. Mengingat atribut ini masuk dalam kuadran B berarti atribut ini dianggap penting dan kinerjanya sudah dinilai baik. Atribut ini memiliki nilai kepentingan yang tinggi berarti konsumen menganggap bahwa atribut ini sangat penting karena rasa nyaman bisa memberikan kepuasan pada konsumen/pelanggan. Peralatan makan, ruangan yang bersih dan didukung dengan penataan ruangan yang rapi bisa menciptakan perasaan senang dan nyaman bagi konsumen pada saat berwisata keluarga maupun sekedar untuk makan.

Selain itu ruangan yang bersih dan peralatan makan yang bersih juga mencerminkan kerapian dan kualitas kinerja karyawan sebuah perusahaan. Sebagai perbaikan upaya pihak pemancingan Lumintu 1001 juga mempertahankan kebersihan dan kerapian restoran karena karyawan akan berkeliling mendorong meja roda yang berisi alat pembersih dan tempat peralatan makanan yang kotor. Sehingga setelah konsumen selesai makan dan membayar di kasir maka akan segera dibersihkan oleh petugas *cleaning service*. Atribut ini dinilai sudah baik dan memuaskan bagi pelanggan pemancingan Lumintu 1001 Janti.

b. Atribut Cita Rasa Makanan dan Minuman.

Atribut ini memiliki nilai rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,31 dan nilai rata-rata tingkat kinerjanya sebesar 4,21. Mengingat atribut ini masuk dalam kuadran B berarti atribut ini dianggap penting dan kinerjanya sudah dinilai baik. Atribut ini memiliki nilai tingkat kepentingan yang tinggi dan nilai kinerja yang tinggi pula berarti konsumen menganggap bahwa atribut ini sangat penting karena cita rasa makanan dan minuman selalu diutamakan pelanggan.

Mengingat pelanggan/konsumen apabila berwisata keluarga selalu memesan makanan dan minuman. Atribut ini dinilai pelanggan sudah baik dan cita rasa makanan dan minuman juga sudah enak dibanding para pesaingnya. Kesesuaian rasa dirasakan konsumen penting menurut pengunjung karena menilai perbandingan rasa makanan dengan restoran lainnya yang dinilai bagi sebagian pengunjung cukup berbeda.

Upaya Rumah Makan Pemancingan Luminti 1001 Janti Sebagai perbaikan sebaiknya pihak restoran selalu mengecek rasa makanan agar tidak berubah-ubah pada tiap-tiap waktu agar konsumen merasa puas. Dengan penilaian pelanggan tentang cita rasa makanan yang enak atribut ini dapat memberi nilai lebih pada Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti dalam persaingan bisnis Rumah Makan di Desa Janti.

c. Atribut Keramahan Pelayanan.

Atribut ini memiliki nilai rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,09 dan nilai rata-rata tingkat kinerjanya sebesar 3,97. Mengingat atribut ini masuk dalam kuadran B berarti atribut ini dianggap penting dan kinerjanya sudah dinilai baik. Suasana yang nyaman dan menyenangkan yang tercipta dari sikap karyawan yang memberikan senyum dan berkata-kata ramah serta sopan saat memberikan pelayanan membuat pelanggan merasa dirinya sangat dihargai dan istimewa. Sehingga pelanggan yang datang untuk berkunjung dan berwisata merasa nyaman dan agar pelanggan nantinya kembali untuk berkunjung lagi.

d. Atribut Tersedianya Makanan dan Minuman yang Tertera dalam Daftar Menu.

Atribut ini memiliki nilai rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,09 dan nilai rata-rata tingkat kinerjanya sebesar 3,91. Mengingat atribut ini masuk dalam kuadran B berarti atribut ini dianggap penting dan kinerjanya sudah dinilai baik. Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti selalu mengutamakan dan menyediakan kebutuhan pelanggan yang datang dengan menyediakan makanan dan minuman.

Apabila Pelanggan menginginkan atau memesan makanan dan minuman yang tertera di daftar menu pihak pemancingan menyediakan apa yang dibutuhkan konsumen, pelayan juga selalu melayani dengan sepenuh hati. Atribut ini dinilai sudah baik dilihat dari karyawan yang datang merasa puas dengan pelayanan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti.

e. Atribut Keamanan Makanan dan Minuman yang Disajikan.

Atribut ini memiliki rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,09 dan nilai rata-rata tingkat kinerjanya sebesar 3,95. Mengingat atribut ini masuk dalam kuadran B berarti atribut ini dianggap penting dan kinerjanya sudah dinilai baik. Pada umumnya orang atau pelanggan apabila membeli makanan ataupun minuman selalu melihat atau meneliti makanan dan minuman tersebut seperti keamanan, kebersihan, dan rasa.

Pemancingan Lumintu 1001 Janti selalu mengutamakan itu semua karena bagi perusahaan keamanan, kebersihan dan rasa makanan adalah penting untuk kemajuan perusahaan agar dapat menciptakan keunggulan bersaing dan memenangkan persaingan usaha Rumah Makan Pemancingan di Desa Janti. Upaya Lumintu selalu menjaga kebersihan makanan dan minuman dengan menyajikan makanan yang menarik agar enak dipandang mata karena tampilan penyajian makanan merupakan persepsi konsumen terhadap tampilan fisik dari makanan yang disajikan.

3. Kuadran C

Kuadran C ini menggambarkan situasi atribut sebagai prioritas rendah atau dapat ditangani jangka panjang, di mana kuadran ini menggambarkan atribut memiliki rata-rata tingkat kepentingan dan rata-rata tingkat kinerja di bawah skor rata-rata keseluruhan yang artinya atribut yang masuk dalam kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen sedangkan Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini terdiri dari 5 atribut yaitu meliputi :pihak perusahaan menjalankan atribut ini biasa-biasa saja dan tidak diprioritaskan.

Walaupun atribut dalam kuadran ini dianggap tidak penting bagi konsumen, bukan berarti perusahaan bisa mengabaikan atribut ini, kinerja dari atribut ini juga harus diperhatikan dan dikelola dengan baik karena ketidakpuasan bisa berasal dari atribut yang ada dikuadran ini, dan bisa saja terjadi perubahan atribut ini masuk kedalam kuadran A tergantung pada perubahan tren namun atribut dalam kuadran A tetap harus jadi prioritas utama untuk diperbaiki.

a. Atribut Penampilan Fisik Pramusaji.

Karyawan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti merupakan petugas yang memberikan layanan dan berinteraksi secara langsung dengan pelanggan dan penampilan dari karyawan ini akan langsung terlihat pada saat berinteraksi, sehingga penampilan dari karyawan yang bersih, rapih dan sopan ini akan menimbulkan persepsi awal dan kesan kinerja yang diberikan baik.

Walaupun atribut ini dinilai kurang penting menurut pelanggan namun pelanggan menilai atribut ini dikerjakan dengan baik karena upaya yang dilakukan

Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti dengan mengharuskan setiap karyawan menggunakan seragam kerja yang sama dan terlihat rapih agar menarik sekaligus enak di pandang dan ini menunjukkan kesan karyawan kompeten.

b. Atribut Suasana Rumah Makan.

Atribut ini dinilai tidak penting bagi pelanggan namun kinerja pada perusahaan ini sangat dibutuhkan pelanggan karena pelanggan yang datang berkunjung ke Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti untuk berwisata keluarga seperti berenang memancing ataupun makan. Maka dari itu suasana rumah makan yang nyaman sangat dibutuhkan pelanggan karena biasanya pelanggan lebih banyak datang pada akhir pekan dan hari libur untuk menghabiskan waktu bersama keluarga ataupun untuk menghilangkan penat setelah 6 hari bekerja.

Pelanggan yang merasa nyaman berpengaruh pada pelanggan untuk datang kembali. Sebagai upaya perbaikan pihak Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 selalu menjaga kebersihan ruangan agar terlihat bersih, rapi dan nyaman, semua karyawan selalu membersihkan tempat dan ruangan setiap pagi sebelum karyawan bekerja dengan tugas masing-masing.

c. Atribut Kesesuaian Harga Makanan dan Minuman.

Dalam bisnis harga merupakan strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan untuk memenangkan persaingan, begitu juga Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti menawarkan harga yang relative murah dan sesuai dengan kantong masyarakat menengah ke bawah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan usaha rumah makan di desa Janti. Pemancingan di desa

Janti banyak yang menjual makanan yang sejenis dengan harga mahal sudah banyak.

Namun dalam kuadran ini pelanggan menganggap atribut ini tidak penting namun kinerja perusahaan pada atribut ini sudah memberikan kepuasan karena harga yang ditetapkan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 dapat membuat semua masyarakat dari seluruh kalangan dapat membeli produk dengan harga yang murah. Upaya yang dilakukan pihak Pemancingan Lumintu 1001 Janti dalam rangka memenangkan posisi persaingan usaha maka pemilik usaha harus memiliki strategi penetapan harga yang tepat. Penetapan harga disesuaikan dengan nilai serta kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

d. Atribut Fasilitas Pemancingan (Alat pancing, ikan, dan kolam).

Pemancingan Lumintu 1001 Janti adalah rumah makan dan pemancingan di Lumintu sendiri terdapat fasilitas kolam renang dan kolam pancing. Pengunjung yang datang untuk sekedar memancing dapat juga menyewa alat pancing yang telah disediakan. Fasilitas seperti alat pancing, kolam ikan yang bersih dan terawat, ikan-ikan yang besar dan sehat membuat pengunjung yang datang untuk berwisata merasa nyaman dan betah.

Walaupun atribut ini dinilai tidak penting bagi pelanggan tetapi kinerja pada atribut ini sangat baik dan dibutuhkan pelanggan. Sebagai perbaikan upaya yang dilakukan pihak Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti dengan selalu merawat ikan-ikan, membersihkan kolam ikan dan kolam renang setiap 5 hari sekali, tak lupa juga selalu mengecek alat pancing apakah masih layak pakai atau harus diganti.

e. Atribut Pramusaji Cepat Tanggap Terhadap Masalah yang Timbul

Problem yang dialami konsumen/pelanggannya dengan cepat, tepat dan benar bentuk kepedulian perusahaan terhadap pelanggan tercermin dalam sikap tanggap perusahaan terhadap setiap keluhan dan masalah yang dihadapi pelanggan sehingga kebutuhan pelanggan terpenuhi. Walaupun atribut ini dinilai kurang penting menurut pelanggan namun ada pelanggan yang berpendapat kinerja perusahaan masih dirasa kurang baik karena ada pelanggan yang merasakan karyawan perusahaan tidak tanggap terhadap keluhan dan masalah yang dihadapi pelanggan.

Bahkan karyawan perusahaan mengabaikan keluhan tersebut, namun ada juga pelanggan yang berpendapat bahwa karyawan perusahaan telah menanggapi keluhan bahkan membantu pelanggan menyelesaikan masalah yang dihadapinya dengan cepat, tepat dan benar. Upaya yang dilakukan pihak Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti sebaiknya pihak Lumintu memperbaiki kinerjanya dan memenuhi harapan pelanggan dengan selalu memperhatikan setiap keluhan pelanggan, apabila ada masalah harap langsung diselesaikan.

4. Kuadran D

Kuadran D menggambarkan posisi atribut yang pelayanannya berlebihan atau dapat di kurangi pelayanannya, dimana kuadran ini menggambarkan tingkat kepentingan/harapan konsumen rendah dari rata-rata sedangkan tingkat kinerjanya dinilai tinggi. Dengan kata lain, Atribut dalam kuadran ini, dianggap pelanggan kurang penting namun dalam pelaksanaan kinerja telah memberikan kepuasan

yang berlebih sehingga kinerja perusahaan dinilai terlalu berlebihan. Adapun atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

a. Atribut Sanytary Kit (Toilet, Pencuci Tangan, dan Cermin).

Pelanggan atau konsumen menilai kebersihan adalah cerminan pada kualitas tempat dan produk maka dari itu kebersihan toilet, pencuci tangan, dan cermin diutamakan. Pemancingan Lumintu sendiri selalu memperhatikan kebersihan itu semua karena mengutamakan kepuasan konsumen. Dengan kata lain atribut yang ada dikuadran ini nilai konsumen kurang penting namun kinerja perusahaan dirasa baik oleh karena itu sebaiknya perusahaan tetap pertahankan kinerjanya sebagaimana mestinya, apabila atribut tersebut berhubungan dengan strategi pemasaran produk, untuk memenangkan persaingan usaha.

Upaya pihak Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti adalah dengan selalu membersihkan Toilet dan pencuci tangan setiap pagi, untuk toilet dikasih wewangian agar terlihat bersih dan wangi. Tempat pencuci tangan ada pembersih sabun untuk mencuci tangan dan juga tissue agar pelanggan yang akan makan dan selesai makan dapat mencuci tangan dan menjaga kebersihan.

b. Atribut Lay out Tata Letak Ruangan.

Pemancingan juga sekaligus rumah makan banyak terdapat tempat makan dan aula untuk pengunjung yang berjumlah banyak tata letak ruangan yang di desain agar memberikan kesan nyaman bagi pengunjung tempat makan berada dipinggir kolam renang agar pengunjung yang datang bersama anaknya dapat makan dan sekaligus melihat anaknya berenang dan ada juga tempat makan di atas atau bertingkat dibuat agar pengunjung dapat makan sekaligus melihat

pemandangan dari atas. Upaya yang dilakukan pihak Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 adalah dengan menata ruangan dengan semenarik mungkin agar konsumen merasa betah dan nyaman berada di Pemancingan Lumintu karena tata letak ruangan merupakan persepsi pelanggan terhadap penataan ruangan yang terdapat di pemancingan Lumintu 1001.

c. Atribut Kemudahan Proses Pembayaran.

Pelanggan sudah merasa puas dengan atribut ini karena kemudahan pelanggan dalam proses membayar di kasir tidak berbelit-belit dan rumit apalagi bagi pelanggan yang ingin memesan tempat dan makanan dari jauh-jauh hari bisa membayar uang muka atau separo. Atribut yang dinilai konsumen melebihi harapan maka pihak managerial tidak perlu khawatir terhadap hal ini hanya perlu untuk dipertahankan supaya dapat berdampak positif bagi kepuasan pelanggan.

Sebagai perbaikan upaya yang dilakukan pihak Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti adalah dengan memudahkan konsumen dalam membayar makanan karena pelanggan yang datang langsung memesan makanan di tempat yang telah disediakan dan langsung membayar makanan pada saat itu juga, selanjutnya karyawan mencarikan tempat untuk pelanggan yang ingin makan. Ketelitian perhitungan pembayaran yang sesuai dengan makanan yang pengunjung pesan di rasa sudah puas karena telah sesuai dengan harapan pelanggan.

4.4 Pembahasan Kaitannya Dengan Keunggulan Bersaing

a. Kuadran A

Atribut-atribut dalam kuadran ini memiliki tingkat harapan tinggi namun kinerjanya masih rendah. Atribut yang masuk dalam kuadran ini yaitu kecepatan pelayanan, dan pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu. Dalam Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti kecepatan, dan pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu dituntut untuk dapat memuaskan pelanggan dengan tidak membuat pelanggan kecewa, dan melayani pelanggan dengan cepat karena kepuasan pelanggan berpengaruh besar pada pelanggan untuk datang kembali. Pelayanan yang cepat dan kemampuan staf mempunyai nilai lebih dibanding pesaingnya dan dapat memenangkan persaingan usaha Rumah Makan Pemancingan.

b. Kuadran B

Atribut-atribut dalam kuadran ini memiliki harapan tinggi dan kinerjanya dinilai juga sudah baik atribut pada kuadran ini perlu dipertahankan. Atribut yang masuk dalam dalam kuadran ini adalah kebersihan ruangan dan peralatan makan, cita rasa makanan dan minuman, keramahan pelayanan, tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu, keamanan makanan dan minuman yang disajikan.

Pelanggan menilai atribut-atribut pada kuadran B dinilai sudah baik dan memuaskan, Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti perlu mempertahankan itu semua demi kelangsungan usaha Rumah Makan Pemancingan. Pelanggan yang sudah merasa puas karena telah memenuhi

keinginan pelanggan dapat menjadi strategi bersaing usaha untuk memenangkan persaingan usaha Rumah Makan Pemancingan di desa Janti

c. Kuadran C

Atribut-atribut dalam kuadran ini dianggap tidak terlalu penting untuk konsumen dan perusahaan menjalankannya juga biasa-biasa saja. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah penampilan fisik pramusaji, suasana rumah makan, kesesuaian harga makanan dan minuman, fasilitas pemancingan (Alat pancing, ikan, dan kolam), pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul. Suasana yang nyaman, harga yang sesuai, fasilitas yang baik memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen, dalam rangka memenangkan posisi persaingan usaha.

d. Kuadran D

Atribut-atribut dalam kuadran ini dianggap konsumen kurang penting tetapi kinerjanya memberi kepuasan yang lebih sehingga kinerjanya terlalu berlebihan. Atribut dalam kuadran ini yaitu sanytari kit (toilet, pencuci tangan, dan cermin), lay out tata letak ruangan, kemudahan proses pembayaran, atribut ini dinilai pelanggan kinerjanya sudah baik pelanggan yang puas cenderung untuk datang kembali, kepuasan pelanggan dapat menjadi strategi perusahaan agar lebih unggul dibanding pesaingnya untuk menciptakan keunggulan bersaing usaha Rumah Makan Pemancingan di Desa Janti.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap 15 Atribut pelayanan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 yang mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kuadaran A harus menjadi prioritas utama atau dapat segera di tangani pelayanannya, yaitu atribut dengan kode nomer 15 (Pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu) dan kode nomer 9 (Kecepatan pelayanan).
2. Kuadran B harus dipertahankan pelayanannya yaitu atribut dengan kode nomer 4 (kebersihan ruangan dan peralatan makan), kode nomer 5 (cita rasa makanan dan minuman), kode nomer 11 (keramahan pelayanan), kode nomer 13 (Tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu), dan kode nomer 14 (keamanan makanan dan minuman yang disajikan).
3. Kuadran C termasuk prioritas rendah atau segera di tangani jangka panjang pelayanannya yaitu atribut dengan kode nomer 10 (pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul), kode nomer 7 (kesesuaian harga makanan dan minuman), kode nomer 8 (Fasilitas pemancingan (alat pancing ikan dan kolam), kode nomer 2 (penampilan fisik pramusaji), dan kode nomer 6 (suasana rumah makan).
4. Kuadran D dinilai terlalu berlebihan atau dapat di kurangi pelayanannya ini yaitu atribut dengan kode nomer 12 (kemudahan proses pembayaran),

atribut nomer 3 (Layout atau tata letak ruangan), dan kode nomer 1 (Sanitary kit (toilet,pencuci tangan,cermin)).

4.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan analisis IPA (Importance Performance Analysis) hanya terbatas pada atribut-atribut tingkat kepentingan dan kinerja pelayanan saja.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.
3. Sampel dalam penelitian ini hanya terbatas pada pelanggan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti.

5.1.1 Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang penulis ajukan ke pihak-pihak terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pihak perusahaan sebaiknya segera melakukan upaya-upaya perbaikan terutama pada atribut yang masuk di kuadran A yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pelaksanaannya belum memuaskan yaitu kecepatan pelayanan dan pengetahuan kemampuan staf dalam menjelaskan menu.
2. Dapat dilakukan penelitian lanjutan mengenai aspek diluar perilaku konsumen untuk mendukung penelitian ini, seperti penelitian mengenai

manajemen keuangan, manajemen produksi, maupun manajemen strategi, sehingga sikap yang negatif ataupun positif dari konsumen dapat ditanggapi dengan baik oleh pihak perusahaan dengan mengoptimalkan produksi dan kinerja internal manajemen perusahaan.

Daftar Pustaka

- Algifari, (2015). Mengukur Kualitas Pelayanan dengan Indeks Kepuasan Metode *Importance-Performance Analysis (IPA)*, dan Model Kano. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Azizah, (2014). Kinerja Pelayanan Publik. *Jurnal Administrasi Pembangunan, Volume 2, Nomer 3, Juli 2014, hlm. 227-360*
- Bharadwaj, Sundar G., Varadarajan, P . Rajan dan Fahy, John, (1993). Sustainable Competitive Advantage in Source Industries : A Conceptual Model and Research Proposition. *Journal of Marketing. October, Vol. 57. 154.4,pg. 83,17pgs*
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Ferdinand, (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamed, Imran, (2009). Sources of Business Competitive Advantage: A review *Journal of Business and Economics. July-December. Pp. 222-223*
- Istriastuti, T., Annisa., Linandar, N. T., Putrinanda, Erika., dan Tirdasari, L. N. (2009). Analisis Preferensi Dan Tingkat Kepentingan Serta Kepuasan Konsumen Tas Merek Kubil Sport (Kasus pada Pelanggan Produk Tas Merek Kubil Sport di Kampus Institut Pertanian Bogor). *Jurnal Ilmiah IPB*.
- Kotler, D, (2005). *Manajemen Pemasaran : Alih Bahasa*. Hendra Teguh dan Rooney A. Rusli. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Lhodita, Eka, Heru., Santosa, Imam., dan Anggraini, Sakunda. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode *IPA(Importance Performance Analysis)* dan *CSI(Customer Satisfaction Index)* Studi Kasus Pada Toko Oen, Malang. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian. UNBRA Malang*.
- Mahendraswari, Rekha., dan Nurmalina, Rita. (2011). Tingkat Kepentingan Serta Atribut Produk dan Pelayanan di Rumah Makan Bebek Gendut, Bubulak, Kota Bogor. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol. 11, No. 3, September 2013*.

- Nurhayati, Popong., Fahrudin, Ahmad., dan Romadhani, Dwi. (2007). Tingkat Kepuasan terhadap Mutu Pelayanan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001 Janti. *Jurnal Buletin Ekonomi Perikanan, Vol. VII, No. 2, Th. 2007.*
- Porter, Michael, E., (1990). *Competitive Strategy*. The Free Press. New York p-20
- Porter, Michael, E., (1993). *Advantage Sweden*. Stockholm: Norstedts.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelayanan plus Analisis Kasus PLN – JP*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Satyagraha, Hadi. (1994). Keunggulan Bersaing dan Aliansi *Strategis : Referensi SWOT. Usahawan. No. 4. Th. XXIII*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.

LAMPIRAN 2 :Kuesioner

DAFTAR PERTANYAAN (KUESIONER)

A. Judul Penelitian : MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING
MELALUI TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA PELAYAN
PADA RUMAH MAKAN PEMANCINGAN LUMINTU 1001 DI DESA
JANTI KABUPATEN KLATEN

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda centang (√) sesuai identitas responden / pilihan anda.

C. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : (Boleh tidak di isi)

Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan

Usia : > 17 Tahun
 > 30 Tahun
 > 40 Tahun

Pekerjaan : Pelajar/ Mahasiswa
 Pegawai Negeri
 Pegawai Swata
 Lainnya

Tingkat kainerja/ Kepuasan

NO	Pertanyaan / Atribut	Tingkat Kinerja				
		STS	TS	N	S	SS
1	Sanitary kit (toilet, pencuci tangan, cermin)					
2	Penampilan fisik pramusaji					
3	Lay out atau tata letak ruangan					
4	Kebersihan ruangan dan peralatan makan					
5	Cita rasa makanan dan minuman					
6	Suasana rumah makan					
7	Kesesuaaian harga makanan dan minuman					
8	Fasilitas pemancingan (Alat pancing, ikan, kolam)					
9	Kecepatan pelayanan					
10	Pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul					
11	Keramahan pelayanan					
12	Kemudahan proses pembayaran					
13	Tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu					
14	Keamanan makanan dan minuman yang disajikan					
15	Pengetahuan dan kemampuan staf dalam					

menjelaskan menu					
------------------	--	--	--	--	--

Tingkat Kepentingan/ Harapan

NO	Pertanyaan / Atribut	Tingkat Kepentingan/Harapan				
		STP	TP	CP	P	SP
1	Sanitary kit (toilet, pencucitangan, cermin)					
2	Penampilan fisik pramusaji					
3	Lay out atau tata letak ruangan					
4	Kebersihan ruangan dan peralatan makan					
5	Cita rasa makanan dan minuman					
6	Suasana rumah makan					
7	Kesesuaaian harga makanan dan minuman					
8	Fasilitas pemancingan (Alat pancing, ikan, kolam)					
9	Kecepatan pelayanan					
10	Pramusaji cepat tanggap terhadap masalah yang timbul					
11	Keramahan pelayanan					
12	Kemudahan proses pembayaran					
13	Tersedianya makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu					

14	Keamanan makanan dan minuman yang disajikan					
15	Pengetahuan dan kemampuan staf dalam menjelaskan menu					

LAMPIRAN 3 : Daftar Data Responden

Daftar Data Responden

No Res	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	1	1	3
2	1	1	4
3	2	3	3
4	1	2	2
5	2	1	1
6	2	1	4
7	2	1	1
8	2	1	1
9	2	1	1
10	1	1	1
11	2	3	2
12	1	3	2
13	2	3	2
14	2	3	3
15	2	3	3
16	1	3	2
17	1	1	4
18	2	2	4
19	1	1	1
20	1	1	1
21	1	1	1
22	2	2	2
23	2	2	4
24	2	2	4
25	1	3	2
26	2	1	1
27	2	2	4
28	1	2	4
29	1	2	4
30	2	3	3
31	1	1	1
32	2	2	3
33	2	2	3
34	1	2	3
35	1	1	1
36	2	1	1
37	2	2	3
38	1	4	4

39	2	3	4
40	2	3	2
41	1	1	1
42	1	2	4
43	1	1	1
44	2	2	4
45	2	2	4
46	2	1	1
47	2	2	4
48	2	1	1
49	1	1	1
50	2	1	3
51	1	2	4
52	2	3	2
53	1	3	3
54	1	2	2
55	2	1	1
56	2	1	1
57	2	1	1
58	2	1	1
59	2	1	1
60	2	1	1
61	2	1	1
62	1	2	2
63	2	1	1
64	2	1	1
65	1	3	4
66	1	2	4
67	2	2	2
68	1	1	4
69	1	2	3
70	2	1	4
71	2	1	4
72	1	2	3
73	1	2	4
74	1	3	4
75	2	2	2

Sumber :Kuesioner diolah dengan Ms.Excel

Keterangan

1	Jenis Kelamin	1. Laki-laki	2. Perempuan		
2	Umur	1. > 17 tahun	2. > 30 tahun	3. >40 tahun	
3	Pekerjaan	1. Pelajar/mahasiswa	2. Pegawai negeri	3. Pegawai swasta	4. Lainnya

Lampiran4 : Rekap Data Kuesioner

Data Kuesioner Tingkat Kinerja/ Kepuasan

NOMER URUT	BUTIRAN PERTANYAAN TINGKAT KINERJA															
	RESPONDEN	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15
1	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
2	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3	4	3
3	5	3	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	3	3
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
6	5	3	4	5	5	3	3	5	4	3	5	4	5	4	4	4
7	4	3	3	4	4	4	2	1	1	4	4	4	3	4	4	4
8	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
9	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4
10	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
11	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
12	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
14	5	3	3	4	3	3	3	3	3	5	4	3	3	4	3	3
15	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	3
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	3	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4
19	4	3	3	4	5	3	3	3	4	3	5	3	3	3	5	4

20	4	3	3	5	5	4	3	3	5	4	5	3	4	4	5
21	5	3	5	5	5	3	4	3	5	3	5	4	3	3	3
22	4	4	3	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3
24	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4
25	2	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3
26	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
27	5	4	3	3	5	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4
28	4	3	4	5	4	3	4	3	5	4	4	3	4	5	3
29	5	2	3	3	4	5	4	3	3	4	5	4	3	4	3
30	4	3	4	4	4	5	4	3	4	5	4	2	3	4	4
31	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	3	5	5	5	5
32	4	2	3	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	3	5
33	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	5	5	3
34	5	3	3	4	4	3	2	4	3	4	4	4	5	3	4
35	4	3	4	4	5	4	3	4	3	2	3	4	5	4	4
36	5	4	3	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4
37	3	3	4	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
38	4	2	3	4	5	5	4	2	4	3	4	5	5	5	2
39	5	3	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5
40	5	1	3	5	4	3	2	3	4	3	5	2	5	5	1
41	5	2	4	5	5	3	2	2	5	3	5	2	3	5	2
42	4	2	3	4	5	3	3	3	4	3	5	3	4	3	3
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	5	2	3	4	4	4	4	3	5	4	5	3	4	5	4

45	5	2	3	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	5
46	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	3	5	4
47	3	2	3	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5
48	5	3	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5
49	4	3	3	5	4	3	5	4	5	4	4	3	3	4	4
50	4	3	3	5	5	3	3	5	5	3	5	3	5	5	4
51	3	3	5	4	5	4	3	2	1	2	3	5	4	4	3
52	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	5
53	4	3	4	3	4	3	4	2	2	3	2	4	4	3	2
54	4	3	5	3	4	4	5	3	2	3	3	4	4	3	2
55	4	3	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	2	4	3
56	4	3	3	4	3	4	2	3	3	2	3	3	4	3	3
57	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	4	3	2
58	5	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3
59	4	3	4	5	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3
60	3	3	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	3	5	3
61	3	3	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	2	5	2
62	5	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
63	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
64	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3
65	4	3	5	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	5
66	3	2	5	4	5	2	3	4	1	2	3	3	4	3	5
67	4	2	4	4	5	3	5	4	4	2	3	4	5	4	2
68	2	3	4	3	4	2	5	4	5	3	3	4	5	3	5
69	3	5	4	3	5	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4

70	4	2	4	4	3	3	4	2	2	2	3	4	4	5	2
71	5	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	3	3	5
72	3	4	4	4	5	3	4	3	1	2	5	3	5	3	2
73	3	5	4	3	3	3	2	3	2	3	3	5	2	3	5
74	3	4	5	4	3	5	5	4	3	3	4	2	5	5	2
75	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
JUMLAH	303	236	287	299	316	275	266	263	267	258	298	281	293	296	267
RATA-RATA	4.04	3.15	3.83	3.99	4.21	3.67	3.55	3.51	3.56	3.44	3.97	3.75	3.91	3.95	3.56

Data Kuesioner Tingkat Kepentingan/ Harapan

NOMER URUT	BUTIRAN PERTANYAAN TINGKAT KEPENTINGAN/HARAPAN														
RESPONDEN	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15
1	5	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	3	5	4
2	3	3	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	3	3	3
3	3	5	4	4	5	3	3	3	4	5	5	3	4	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
6	4	3	4	5	5	3	4	3	4	5	4	5	4	3	3
7	3	4	4	5	5	3	2	3	2	3	4	3	4	4	4
8	5	4	4	4	4	3	4	4	5	3	5	3	3	3	3
9	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
10	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
11	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
14	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3	4	3
15	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
17	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5
19	5	3	4	4	4	3	4	5	5	3	5	4	5	5	3
20	3	4	4	5	5	3	3	3	4	3	5	3	4	3	4
21	4	3	3	4	4	4	3	3	5	3	5	4	3	3	3

22	3	3	4	4	3	3	3	5	4	3	5	3	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	3	3	5	3
24	5	4	3	5	4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5
25	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	5
28	3	3	4	5	4	3	4	3	5	4	4	3	4	5	3
29	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	5	3	4	3	5
30	5	4	3	3	4	4	5	3	4	4	3	5	4	3	4
31	4	3	3	4	4	5	3	4	4	5	3	3	2	4	3
32	5	2	3	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	3	5
33	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5
34	3	4	2	3	4	3	5	4	3	3	4	4	5	2	3
35	5	4	4	3	4	3	3	4	2	2	3	4	4	3	5
36	4	3	3	4	4	4	3	4	2	3	3	4	5	3	4
37	4	2	3	5	4	2	3	2	5	3	5	3	3	5	3
38	4	2	2	5	5	4	3	5	4	3	5	3	5	5	4
39	3	2	5	5	5	4	3	5	5	5	5	3	4	5	5
40	5	2	3	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5
41	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3
42	4	2	3	5	5	3	3	4	4	4	4	3	5	5	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	5	3	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	5
45	4	3	3	5	5	5	2	5	5	3	4	2	4	5	5
46	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	3	4	5	4

47	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
48	4	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5
49	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5
50	5	3	5	5	5	3	4	5	5	3	4	3	5	5	5
51	5	4	4	5	5	4	3	2	2	2	3	4	3	4	2
52	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3	5	2	3	4
53	4	4	3	3	3	4	4	2	2	3	4	3	3	3	3
54	3	3	4	4	3	3	3	3	2	5	4	4	3	3	4
55	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
56	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
57	3	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	4
58	3	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5
59	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
60	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4
63	3	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
64	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	4	3	5	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3
66	5	2	4	4	5	2	3	4	1	5	3	3	4	5	3
67	2	4	5	4	5	3	5	4	5	2	3	4	5	4	5
68	2	3	4	5	5	2	4	4	5	3	3	4	5	3	4
69	4	5	4	4	5	3	5	3	2	4	4	4	4	3	3
70	3	3	5	4	5	3	4	2	5	4	2	4	5	3	3
71	4	5	4	4	5	2	4	4	5	3	5	4	4	5	4

72	5	4	3	4	5	1	4	3	4	3	3	4	3	3	5
73	5	3	4	5	4	3	4	3	2	5	3	5	4	3	4
74	3	4	3	4	5	3	5	4	3	5	4	4	5	3	4
75	3	3	3	3	5	3	3	3	5	5	2	2	5	4	5
JUMLAH	293	273	290	320	323	275	286	284	298	291	307	282	301	307	302
RATA-RATA	3.91	3.64	3.87	4.27	4.31	3.67	3.81	3.79	3.97	3.88	4.09	3.76	4.01	4.09	4.03

LAMPIRAN 5 :Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Ayu Wiji Lestari
Tempat, TanggalLahir : Sragen, 6 Juni 1995
Agama : Islam
Alamat : Sengkleyan RT 18 ,Kelurahan
Jenggrik, Kecamatan Kedawung,
Sragen
NomerHp :085654996516

B. PENDIDIKAN

TK Pertiwi :Tahun 1997 – Tahun 1999
SD Jenggrik I :Tahun 2002 – Tahun 2007
SMP Muhammadiyah 4 Mojogedang :Tahun 2007 – Tahun 2010
SMK Muhammadiyah 1 Sragen :Tahun 2010 – Tahun 2013
IAIN Surakarta :Tahun 2013 – Tahun 2018