

Analisa Dalam Mengukur Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode PIECES

This study aims to determine the measurement of customer satisfaction on the quality of services seen from PIECES measurement methods on employee performance so that companies know things to do to improve customer satisfaction. Questionnaire data in the measurement of service quality are performance indicator, information indicator, economic indicator, indicator control, indicator efficiency and service indicator. The results of this study provide an overview of the company in viewing the value of each employee in providing services based on performance indicators, information indicator, economic indicator, indicator control, indicator efficiency and service indicators. With the application of model analysis PIECES can see directly the employees and can make improvements for each employee and facilitate the company.

Keywords: *service analysis, service quality, PIECES*

Yuli Asbar¹,
Mochamad Ari Saptari
¹*Dosen Fakultas Ekonomi*
dan Bisnis Universitas
Malikussaleh

PENDAHULUAN

Pemberian kualitas pelayanan dalam sebuah perusahaan sangat berpengaruh dalam memberikan suatu layanan kepada pelanggan. Hal ini untuk menjaga pelanggan dalam jangka panjang dan pelanggan agar tambah tetap bertahan dengan adanya pelayanan yang baik. Dengan demikian perusahaan akan dapat meningkatkan kepuasan langganan dalam perusahaan dan meminimumkan kurangnya pelanggan.

Menurut Kotler, kepuasan nasabah (customer) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000). Oleh karena itu setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas pelayanan sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para nasabahnya.

Kualitas pelayanan dalam salah satu syarat dari suatu perusahaan dalam menjaga pelanggan, tingginya kualitas pelayanan yang diberikan akan tercermin pada aspek kepuasan pelanggan. Peranan pelayanan bagian yang sangat penting dalam rangka keberhasilan suatu bisnis. Banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memuaskan konsumen. Banyak ragam pengungkapannya, karena kepuasan itu adalah sesuatu yang abstrak dan sulit diukur.

Salah satu indikator penilaian dalam menjaga keberlangsungan pelanggan dalam menjaga agar tetap dan berkelanjutan. Peningkatan kelangsungan hubungan dengan pelanggan lama dan terus mengakuisisi pelanggan baru dengan konsep kepuasan pelanggan, akan mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap bagian pasar (market share) dalam menjaga pelanggannya.

Salah satu faktor kunci keberhasilan perusahaan dalam menjaga persaingan antar perusahaan otomotif lain adalah dengan meningkatkan kemampuan suatu layanan kepada pelanggan untuk memajukan kepentingan para pelanggannya. Salah satu keinginan perusahaan dalam menyelesaikan masalah sekaligus memuaskan pelanggan adalah bagian dari komitmen karyawan. Kepedulian terhadap konsumen merupakan hal yang penting. Untuk meningkatkan kemampuan para karyawan dilakukan pelatihan kepada karyawan baru dan karyawan lama sehingga karyawan akan dapat meningkatkan produktivitasnya dalam menjaga pelanggan dan memberikan kualitas layanan terbaik.

Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumendalam pertumbuhan ekonomi pasar di perusahaan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Adapun pendekatan yang digunakan guna mengetahui kepuasan konsumen di perusahaan yaitu metode PIECES, analisis PIECES (*Performance, Information, Economy, Control, Eficiency, dan Service*) merupakan teknik untuk mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan

yang terjadi. Dari analisis ini akan menghasilkan identifikasi masalah utama dari suatu sistem serta memberikan solusi dari permasalahan tersebut. Berdasarkan uraian diatas, analisis sistem dilakukan untuk menghasilkan suatu laporan tertulis yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah dari suatu sistem yang diterapkan guna mendapatkan gambaran tentang keadaan sistem yang akan sedang diterapkan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Menurut Day (dalam Tse dan Wilson) dikutip oleh Fandy (2000:147) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Menurut Engel dikutip oleh Fandy (2000:147) bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Soeling (2007) Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas konsumen akan membawa *profit* pada penjualan. *Profit* merupakan motif utama konsistensi bisnis, karena dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dari variasi produk dan jasa yang ditawarkan maupun perluasan pasar yang dilayani. Dalam jangka panjang, memperbaiki loyalitas umumnya akan lebih profitabel, yakni konsumenbersedia membayar harga lebih tinggi, penyediaan layanan yang lebih murah danbersedia merekomendasikan ke konsumenyang baru.

Elu (2007). Kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumenyang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas konsumentapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas konsumenterhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Pelayanan yang baik, sangat penting untuk para karyawan memperhatikan pelanggannya. Kualitas pelayanan dapat dinilai dari banyak faktor yang berhubungan, dimana kualitas pelayanan dapat dinilai dari persepsi konsumendalam menikmati jasa yang ditawarkan kepada pelanggan, sehingga yang dirasakan oleh pelanggan.

Pelayanan menurut Usmara (2003:231) merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang di hasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil).

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Kepuasan Pelanggan

Kotler (2006) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen.

Model Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen. Tjiptono (2007) mengemukakan terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan pelanggan..

2. Survei kepuasan konsumen

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumen (Tjiptono, 2007):

a. Directly reported satisfaction

Pengukuran dilakukan secara langsung, melalui pertanyaan dengan skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

b. Derived dissatisfaction

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.

c. Problem analysis

Konsumen yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama,

masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. Importance-performance analysis

Dalam teknik ini, responden diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/ atribut tersebut.

Perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya konsumen ke perusahaan pesaing. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan nasabah jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pemakaian ulang dan terciptanya kepuasan nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata nasabah, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

Kotler dkk (2001), dengan indikator-indikator didalamnya adalah: Sistem Keluhan dan saran, Survei Kepuasan pelanggan, Pembeli Bayangan, Analisa nasabah yang lari. Dan selanjutnya penelitian ini akan mengacu pada teori.

Framework PIECES

Whitten dan Bentley (2007, h.78) James Wetherbe mengembangkan suatu kerangka kerja yang berguna untuk mengklasifikasikan permasalahan yang disebut PIECES (*Performance Information Economics Efficiency Service*). Kerangka kerja PIECES dapat dijabarkan sebagai berikut :

➤ Performance

Produksi – jumlah kerja selama periode waktu tertentu

Waktu respon – penundaan rata-rata antara transaksi atau permintaan dengan respons ke transaksi atau permintaan tersebut

➤ Information

Input : (1) Data tidak diambil; (2) Data tidak diambil tepat waktu untuk berguna; (3) Data tidak diambil secara akurat – terdapat error; (4) Data sulit diambil; (5) Data diambil secara berlebihan – data yang sama diambil lebih dari sekali; (6) Terlalu banyak data diambil

Output : (1) Kurangnya informasi; (2) Kurangnya informasi yang diperlukan; (3) Kurangnya informasi yang relevan; (4) Terlalu banyak informasi – “kelebihan informasi”; (5) Informasi yang tidak akurat; (6) Informasi yang tidak tepat waktunya untuk penggunaan selanjutnya.

Penyimpanan data Data disimpan secara berlebihan dalam banyak file dan/atau database Item-item data sama memiliki nilai-nilai berbeda dalam file-file berbeda (integrasi data yang jelek).

Data tersimpan tidak akurat Data tidak diorganisasikan dengan baik. Data tidak fleksibel – tidak mudah untuk memenuhi kebutuhan informasi baru dari data tersimpan Data tidak dapat diakses.

- **Economy**
Biaya tidak dapat dilacak ke sumber
Biaya terlalu tinggi
Keuntungan
Pasar-pasar baru dapat dieksplorasi
Pemasaran saat ini dapat diperbaiki
- **Control**
Keamanan/control terlalu lemah Input data tidak diedit dengan cukup Kejahatan (misalnya, penggelapan atau pencurian) terhadap data
- **Efficiency**
Orang, mesin, atau komputer membuang waktu, Data secara berlebihan di-input atau disalin. Data secara berlebihan diproses Informasi secara berlebihan dihasilkan Orang, mesin, atau komputer membuang material dan persediaan
- **Services**
Sistem menghasilkan produk yang tidak akurat Sistem menghasilkan produk yang tidak konsisten Sistem menghasilkan produk yang tidak dapat dipercaya, Sistem tidak mudah dipelajari.
Analisis PIECES (*Performance, Information, Economy, Control, Eficiency, dan Service*) merupakan teknik untuk mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan yang terjadi pada kualitas pelayanan. Dari analisis ini akan menghasilkan identifikasi masalah utama dari suatu kinerja serta memberikan solusi dari permasalahan tersebut.

Analisa Data

Data yang diperoleh pada penelitian ini ada dua yaitu data kualitatif yaitu data yang berupa informasi dari hasil pendekatan pieces sedangkan data kuantitatif yaitu data yang berupa angka didapatkan dari data primer dalam penelitian pada data peramalan yang akan dimasukkan kedalam metode double exponential smoothing. Dari data tersebut dilakukan pengolahan analisis data sebagai berikut :

1. Pengolahan data berdasarkan penilaian responden pada kuesioner yang seperti dalam tabel berikut :

Tabel 1. Hubungan Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
	Positif	Negatif
a. SS (Sangat Setuju)	5	1
b. S (Setuju)	4	2
c. R (Ragu-ragu)	3	3
d. TS (Tidak Setuju)	2	4
e. STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

2. Uji validitas, tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data hasil penilaian.
3. Melakukan uji reliabilitas, dalam pengujian reliabilitas terdapat nilai untuk mengukur tingkat reliabilitas menggunakan instrument pieces.
4. Analisis pieces digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumenterhadap pelayanan kemudian memberikan gambaran bagaimana pengaruh pelayanan yang ada saat ini dan untuk kedepannya menjadi bahan referensi kepada direktur PT.Dunia Barusa dalam pengambilan keputusan.

Data Kuisisioner PIECES

1. IndikatorPerformance.

Tabel 2. Indikator Performance.

No	Pertanyaan	SS	S	R	G	T	S	STS
1	Pilihan menu dan navigasi yang tersedia Memudahkan Anda menggunakan program							
2	Menu dan navigasi yang disediakan dapat dijalankan Dengan mudah dan interaktif							
3	Menu-menu yang tersedia secara instan dapat memunculkan informasi sesuai dengan yang Anda							
4	Tersedia instruksi instruksi pembatalan perintah dengan mudah manakala diperlukan							

2. Indikator Information

Tabel 3. Indikator Information

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Aplikasi Sistem Inventory Peramalan mudah digunakan					
2.	Aplikasi Sistem Inventory Peramalan tidak memerlukan proses input data yang rumit.					
3.	Aplikasi Sistem Inventory Peramalan mudah untuk dipelajari.					
4.	output yang dibuat mudah dibaca.					

3. Indikator Economics

Tabel 4 Indikator Economic

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Aplikasi Sistem Inventory Peramalan mempercepat penyelesaian pekerjaan.(efisiensi waktu)					
2.	Aplikasi Sistem Inventory Peramalan memiliki hasil yang akurat.(efisiensi target)					
3.	Aplikasi Sistem Inventory Peramalan menghemat biaya operasional.(efisiensi biaya)					
4.	Dengan menggunakan aplikasi Sistem Inventory Peramalan, pekerjaan menjadi lebih mudah diselesaikan. (efisiensi tenaga dan pikiran)					

3. Indikator Economics

Tabel 5 Indikator Control

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1	Program tidak pernah mengalami <i>error</i> saat Digunakan					
2	Program terbebas dari virus					
3	Proses pencarian data berlangsung cepat					
4	Data yang ada tidak dapat dirubah oleh pengguna (keamanan data terjamin)					

4. Indikator Efficiency

Tabel 6. Indikator Efficiency

No	Pertanyaan	SS	SRG	TS	STS
1.	Aplikasi Sistem Inventory Peramalan sesuai dengan kebutuhan				
2.	Aplikasi sistem akuntansi memberikan informasi yang relevan dengan aturan.				
3.	Aplikasi Sistem Inventory Peramalan digunakan dalam seluruh organisasi.				
4.	Aplikasi Sistem Inventory Peramalan memberikan berbagai keuntungan bagi organisasi.				

5. Indikator Service

Tabel 7. Indikator Service

No	Pertanyaan	SS	SRG	TS	STS
1	Manual/panduan operasional dapat dipelajari dengan Mudah				
2	Program dapat digunakan dengan mudah				
3	Setiap menu dapat diakses dengan mudah				
4	Informasi dapat diakses dengan mudah				
5	Menggunakan fitur <i>filter</i> dalam melakukan pencarian nama barang				
6	Program dilengkapi sistem pembetulan otomatis (<i>autocorrect</i>) terhadap kata kunci yang diketikan				

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisa Sistem

Sistem manager SDM, kepala bagian teknik, dan manager data penjualan. Kemudian analisis metode pieces digunakan untuk melihat tingkat kepuasan layanan yang diberikan oleh petugas terhadap konsumen. Hal ini akan berdampak pada analisa kualitas pelayanan penting bagi perusahaan untuk menjaga konsumen.

Desain Tabel

Desain tabel merupakan proses dalam perancangan file-file database yang berfungsi analisa dalam mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode pieces kedalam sistem. Adapun bentuk pemodelan basidata tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel Hasil PIECES

Tabel ini berfungsi untuk menyimpan data hasil penilaian PIECES yang dilakukan oleh pengguna aplikasi dalam memilih jawaban dari pertanyaan kuisisioner. Tabel ini terdiri dari 7 field, yaitu : id_hasil, id_pengguna, SS, S, RG, TS, dan STS.

Tabel 8. Tabel Hasil Pieces

Nama	Type	Ukuran	Keterangan
*Id_hasil	Int	11	Primarykey
Id_pengguna	Varchar	15	
SS	Int	11	Sangat Setuju
S	Int	11	Setuju
RG	Int	11	Ragu-Ragu
TS	Int	11	Tidak Setuju
STS	Int	11	Sangat Tidak Setuju

Tabel Tingkat Kepuasan

Tabel ini berfungsi untuk menyimpan data parameter tingkat kepuasan dengan menggunakan model yang didefinisikan oleh Kaplan dan Norton. Tabel ini terdiri dari 4 field, yaitu : id_tingkat, tingkat, nilai_max dan nilai_min.

Tabel 9. Tabel Hasil Pieces

Nama	Type	Ukuran	Keterangan
*Id_tingkat	Varchar	10	Primarykey
Tingkat	Varchar	20	
Nilai_max	Float	0	
Nilai_min	Float	0	

Perhitungan Manual Pieces

Berdasarkan hasil penilaian kuisisioner terhadap pengguna aplikasi analisa dalam mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan dengan menggunakan skala Likert untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna sistem inventory sesuai dengan pilihan jawaban dan skornya, maka untuk mendapatkan rata-rata tingkat kepuasan dengan menggunakan rumus:

$$RK = \frac{JSK}{JK}$$

RK = Rata-Rata Kepuasan

JSK = Jumlah Skor Kuesioner

JK = Jumlah Kuesioner

Sedangkan untuk menentukan tingkat kepuasan menggunakan model yang didefinisikan oleh Kaplan dan Norton dengan tingkatan sebagai berikut :

1 – 1.79 = Sangat Tidak Puas
 1.8 – 2.59 = Tidak Puas
 2.6 – 3.39 = Ragu-Ragu
 3.4 – 4.91 = Puas
 4.92 – 5 = Sangat Puas

Dengan Penentuan tingkat kepuasan seperti diatas untuk tingkat kepuasan pengguna terhadap sistem analisa dalam mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Adapun langkah-langkah dalam melihat tingkat kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Performance

Tabel 10. Tabulasi Kuesioner Domain Performance Sistem Inventori Peramalan.

PERFORMANCE					
RESP SKOR	SS	S	RG	TS	STS
	5	4	3	2	1
R1	0	4	0	0	0
R2	1	3	0	0	0
R3	2	2	0	0	0
R4	1	3	0	0	0
R5	2	1	1	0	0
R6	2	2	0	0	0
R7	3	1	0	0	0
R8	2	1	1	0	0
R9	1	2	1	0	0
R10	2	1	1	0	0
R11	1	2	1	0	0
R12	1	3	0	0	0
R13	2	2	0	0	0
R14	0	3	1	0	0
R15	1	3	0	0	0
R16	4	0	0	0	0
R17	3	1	0	0	0
R18	4	0	0	0	0
R19	2	0	1	1	0
R20	2	0	1	1	0
JUMLAH	36	34	8	2	0

$$RK = \frac{(5 * 36) + (4 * 34) + (3 * 8) + (2 * 2) + (1 * 0)}{80}$$

$$RK = \frac{344}{80} = 4.3$$

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah rata-rata tingkat kepuasan diperoleh nilai 4.33 pada domain kinerja sistem dan bila dipadukan dengan tingkat kepuasan menurut Kaplan dan Norton, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat diperoleh rata-rata tingkat kepuasan berdasarkan domain yang terdapat pada PIECES Framework adalah sebagai berikut:

Kepuasan pengguna terhadap sistem inventori peramalan termasuk dalam kategori PUAS. Sehingga hal ini menunjukkan indikasi yang positif yaitu pengguna sudah merasa puas dengan kinerja dari Sistem Inventory Peramalan.

2. Information and Data

Tabel 11. Tabulasi Kuesioner Domain Information

INFORMATION AND DATA					
RESP.	SS	S	RG	TS	STS
SKOR	5	4	3	2	1
R1	4	0	0	0	0
R2	3	1	0	0	0
R3	4	0	0	0	0
R4	4	0	0	0	0
R5	4	0	0	0	0
R6	4	0	0	0	0
R7	4	0	0	0	0
R8	4	0	0	0	0
R9	3	0	1	0	0
R10	4	0	0	0	0
R11	4	0	0	0	0
R12	3	1	0	0	0
R13	4	0	0	0	0
R14	4	0	0	0	0
R15	3	1	0	0	0
R16	4	0	0	0	0
R17	4	0	0	0	0
R18	4	0	0	0	0
R19	4	0	0	0	0
R20	3	1	0	0	0
JUMLAH	75	4	1	0	0

$$RK = \frac{(5 * 75) + (4 * 4) + (3 * 1) + (2 * 0) + (1 * 0)}{80}$$

$$RK = \frac{394}{80} = 4.925$$

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah rata-rata tingkat kepuasan diperoleh nilai 4.925 pada domain data dan informasi, dan bila dipadukan dengan tingkat kepuasan menurut Kaplan dan Norton, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pengguna terhadap Sistem Inventory Peramalan termasuk dalam kategori SANGAT PUAS. Sehingga hal ini menunjukkan indikasi yang positif yaitu pengguna sudah merasa sangat puas atas data yang diolah sampai dengan informasi yang dihasilkan oleh Sistem Inventory Peramalan.

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah rata-rata tingkat kepuasan diperoleh nilai 4.017 pada bidang layanan dan bila dipadukan dengan tingkat kepuasan menurut Kaplan dan Norton, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pengguna terhadap Sistem Inventory Peramalan termasuk dalam kategori PUAS. Sehingga hal ini menunjukkan indikasi yang positif yaitu pengguna sudah merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh Konsumen.

3. Aplikasi Pengujian Pieces

I. Form Kuisisioner

Adapun tampilan pengujian pieces untuk form kuisisioner adalah sebagai berikut

Gambar 1 Form Kuisisioner

II. Form Kuisisioner Penilaian Penggunaan Aplikasi

Adapun tampilan pengujian pieces untuk form kuisisioner peninalaian penggunaan aplikasi untuk masing-masing indikator adalah sebagai berikut:

Gambar 2. Form Kuisisioner Penilaian

III. Analisa Pieces untuk penilaian aplikasi Pieces

Adapun tampilan pengujian pieces untuk form kuisisioner penilaian analisa pieces untuk penilaian aplikasi pieces adalah sebagai berikut:

Gambar 3. Penilaian Aplikasi Pieces

PENUTUP

Kesimpulan

Analisa dalam mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut;

1. Dengan adanya analisis metode pieces memberikan gambaran pada perusahaan dalam melihat nilai setiap karyawan dalam memberikan pelayanan berdasarkan indicator performasnce, indicator information, indicator economic, indicator control, indicator efficiency dan indicator layanan.
2. Dengan adanya aplikasi model analisa pieces dapat melihat secara langsung karyawan dan dapat melakukan perbaikan untuk masing-masing karyawan dan memudahkan pihak perusahaan.

Saran

1. analisa metode pieces dalam mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen setiap karyawan dapat dilakukan untuk masing-masing divisi.
2. Adanya pengujian dengan metode lain agar mendapatkan model mana yang lebih baik dalam melakukan analisa kepuasan pelanggan.

REFERENSI

- Bentley, Lonnie D dan Whitten, Jeffrey L. (2007). *Systems Analysis and Design for the Global Enterprise*. (7th edition). New York : McGrawHill.
- Elu, Balthasar. 2007. Manajemen Penanganan Komplain Konsumen di Industri Jasa. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi*, Vol. 13, No. 3 (September)
- Kotler, Philip. 2001, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jakarta : PT. Prehallindo.
- Klaten. Jakarta. Lamb, Hair dan McDaniel. 2001. *Pemasaran. Buku 1. Edisi Pertama*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. Alih Bahasa : Benyamin Molan. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 2. PT. Intan Sejati
- Kotler, Philip. 2001, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jakarta : PT. Prehallindo.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2007. *Manajemen Jasa*. Jakarta : Penerbit Andi
- Tjiptono, 2007, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Publishing, Jawa Timur.
- Usmara, 2003, *Implementasi Manajemen Strategik: Kebijakan dan Proses* PT. Amara Books, Jogjakarta.