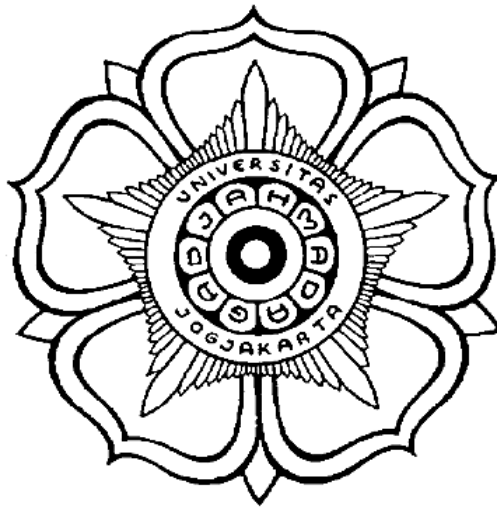


**MODUL PRAKTIKUM
PELAYANAN PELANGGAN
V3AIM210P (2 SKS)**



Disusun Oleh:

Diklusari Isnarosi Norsita, STP, M.Si.

Ika Restu Revulaningtyas, S.T.P., M. Sc.

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III AGROINDUSTRI
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN
MODUL PRAKTIKUM

Nama Mata Kuliah : Pelayanan Pelanggan
Kode (SKS) : V3AIM210P (2 SKS)
Pelaksanaan : Semester Genap
Prasyarat : -
Dosen Pengampu : Diklusari Isnarosi Norsita, STP, M.Si
Ika Restu Revulaningtyas, S.T.P., M. Sc.
Teknisi : -
Program Studi : Diploma III Agroindustri
Fakultas : Sekolah Vokasi

Mengetahui,
Plt. Ketua Program Studi
Diploma III Agroindustri SV UGM

Yogyakarta, 2 Januari 2019
Ketua Tim Penyusun Modul Praktikum

Ratih Hardiyanti, STP, M.Eng
NIP. 19850602 201504 2 002

Diklusari Isnarosi Norsita, STP, M.Si
NIKA. 111198601201105201

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, kami telah menyelesaikan penulisan modul untuk praktikum Pelayanan Pelanggan. Mata praktikum ini dirancang sebagai mata praktikum pilihan dan terintegrasi dengan mata kuliah Pelayanan Pelanggan yang memberikan bekal lulusan dalam aplikasi di dunia industri maupun usaha industri dalam memberikan pelayanan bagi pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal. Keberhasilan pelayanan pelanggan dapat ditinjau dari tingkat kepuasan konsumen dalam memberikan tanggapan atau respon suatu produk serta perilaku konsumen yang mempunyai loyalitas dalam pengambilan keputusan pembelian.

Materi praktikum ini disesuaikan dengan kondisi yang terjadi di dunia kerja di Indonesia, baik yang dilakukan oleh industri kecil menengah maupun industri besar yang sudah mapan. Kami menyadari, masih banyak kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam tulisan ini, oleh karena itu saran dan kritik perbaikan untuk penyempurnaan tulisan ini sangat diharapkan.

Yogyakarta, 2 Januari 2019

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI.....	4
TATA TERTIB PRAKTIKUM.....	5
IDENTITAS PRAKTIKUM.....	9
FORMAT LAPORAN PRAKTIKUM.....	12
ACARA 1 ASISTENSI PRAKTIKUM	15
ACARA 2.....	16
ACARA 3.....	24
ACARA 4.....	25
ACARA 5.....	31
ACARA 6.....	33
ACARA 7.....	34

TATA TERTIB PRAKTIKUM UNTUK PRAKTIKAN

Praktikum Mikrobiologi Industri dilaksanakan terintegrasi dengan pelaksanaan kuliah Mikrobiologi Industri. Aturan-aturan umum yang harus diikuti oleh praktikan adalah sebagai berikut :

1. Praktikan wajib mengisi daftar hadir sebelum praktikum dimulai.
Keterlambatan praktikum :
 - a. 5 menit dipersilahkan mengikuti pretest tetapi tidak ada penambahan waktu dan masih diperkenankan untuk mengikuti praktikum
 - b. 10 menit tidak diperkenankan untuk mengikuti pretest tetapi diperkenankan mengikuti praktikum
 - c. 15 menit tidak diperkenankan untuk mengikuti praktikum dan dianggap **GUGUR**.
2. Praktikan wajib memakai pakaian yang sopan dan rapi (pakaian berkerah dan celana atau rok panjang) sepatu tertutup, dilarang keras memakai perhiasan yang berlebihan, sandal, sandal jepit, berjaket maupun kaos oblong selama praktikum berlangsung. Bagi praktikum Laboratorium Kimia (Lab. Pengawasan Mutu, Lab. Rekayasa Proses, dan Lab. Uji Sensoris) wajib memakai jas laboratorium, mengenakan masker, sarung tangan, membawa kain lap, dan kalkulator *scientific*.
3. Praktikan dilarang merokok, membawa makanan, minuman, atau bahan yang sifatnya dapat merusak alat/peralatan percobaan ke dalam laboratorium.
4. Praktikan yang berambut panjang diharapkan mengikat atau menutup rambutnya agar tidak mengganggu pelaksanaan praktikum.
5. Praktikan yang berjilbab diharapkan untuk mengatur jilbab sehingga tidak mengganggu pelaksanaan praktikum.
6. Praktikan wajib membuat **TIKET MASUK** sesuai dengan ketentuan masing-masing praktikum.
7. Praktikan **DILARANG** menggunakan *Handphone* dan menyentuh alat praktikum yang tidak ada hubungannya dengan acara praktikum.

8. Praktikan **WAJIB MEMPELAJARI MODUL SEBELUM PRAKTIKUM** dimulai.
9. Praktikan wajib menjaga kebersihan, kerapian dan keutuhan alat laboratorium sebelum dan setelah praktikum selesai.
10. Jika terjadi kerusakan atau kehilangan alat dalam pelaksanaan praktikum maka menjadi tanggung jawab pemakai dan wajib mengganti dengan barang/ alat yang sama maksimal 2 hari setelah kejadian.
11. Praktikan diwajibkan mengikuti semua rangkaian acara praktikum tanpa terkecuali, apabila perlu adanya **INHAL** dikarenakan sakit harus menyertakan:
 - a. Sakit (rawat inap) adanya bukti rawat inap
 - b. Sakit yang dibuktikan dengan surat keterangan dokter dari Rumah Sakit minimal kelas D atau Pemberi Pelayanan Kesehatan (PPK) Tingkat 2.
 - c. Lelayu keluarga inti (bapak, ibu, saudara kandung, kakek, nenek kandung) adanya bukti dan surat keterangan.
 - d. Apabila sakit maka maksimal 30 menit sebelum masuk praktikum, harus konfirmasi ke teknisi, koass dan menyusulkan surat keterangan sakit maksimal H+2
 - e. Jika tidak memenuhi syarat di atas maka dianggap **GUGUR** pada acara tersebut, dan apabila 1 mahasiswa **INHAL** 3 acara atau lebih maka dianggap **GUGUR** pada mata praktikum tersebut. Mata Praktikum yang gugur berarti praktikan mendapatkan **Nilai E**.
 - f. **Mekanisme INHAL:**
 - 1) Apabila dalam 1 minggu masih ada shift yang dapat sebagai pengganti, maka bisa ikut shift lain untuk menggantikan praktikum.
 - 2) Apabila praktikum INHAL tidak dapat dilakukan/ dilaksanakan maka akan diberikan tugas dengan nilai maksimal 50%.
 - 3) Praktikan yang dinyatakan melanggar tata tertib ini dan atau terbukti berlaku curang, dapat dikenakan sanksi, paling berat dinyatakan **TIDAK LULUS PRAKTIKUM.**

- 4) Semua praktikan maupun asisten harus mematuhi semua peraturan yang telah disepakati.
12. **MINIMAL KEHADIRAN** untuk dapat mengikuti responsi adalah 75% seluruh acara.
13. Wajib mengisi kuesioner yang telah diberikan oleh asisten instruktur sebagai tiket masuk responsi.
14. Hal-hal yang belum tercantum dalam tata tertib ini akan diatur kemudian.

Ketentuan :

1. Mahasiswa yang dapat melakukan inhal adalah yang memenuhi 3 persyaratan sesuai ketentuan.
2. Jika memenuhi persyaratan, dan diberikan tugas maka nilai maksimal adalah 50%.
3. Tugas pengganti hanya boleh diberikan oleh Dosen Pengampu (bukan teknisi, aslab, ataupun koas).
4. Jika tidak mengikuti acara, maka tidak ada nilai untuk seluruh rangkaian praktikum (pre-test, laporan akhir, keaktifan, dll).
5. **Bobot asistensi sama dengan 1 acara praktikum.**
6. **Minimal kehadiran untuk dapat mengikuti response adalah 75% seluruh acara.**

TATA TERTIB PRAKTIKUM UNTUK (CO-)ASISTEN

1. Asisten praktikum harus mengisi daftar hadir yang telah disediakan.
2. Asisten harus memakai jas lab, berpakaian yang sopan dan rapi, sepatu tertutup, dilarang keras memakai perhiasan berlebihan dan tidak diperkenankan untuk memakai sandal, berjaket maupun kaos selama praktikum berlangsung.
3. Asisten harus menjaga sopan santun dan kebersihan ruang laboratorium. Selama praktikum berlangsung, praktikan tidak diperbolehkan merokok dan makan dan minum di dalam laboratorium.
4. Asisten wajib membimbing praktikan dalam melaksanakan praktikum dan tidak bersikap superior.
5. Asisten bersama-sama dengan teknisi harus membuat laporan pelaksanaan praktikum di akhir masa praktikum. Laporan diserahkan kepada Dosen Pembimbing Praktikum (DPP) dan dijadikan dokumen laboratorium.
6. Asisten boleh memberikan pre-test untuk setiap acara praktikum dan memberikan penilaian pre-test maupun pelaksanaan praktikum.
7. HP mohon disenyapkan dan dilarang keras membuat keributan, kegaduhan, bermain games dan menyentuh alat praktikum yang tidak ada hubungannya dengan acara praktikum.
8. Asisten wajib hadir tepat waktu dan jika berhalangan hadir harus memberi tahu lebih dahulu kepada Teknisi paling lambat 1 hari sebelum praktikum.
9. Asisten yang dinyatakan melanggar tata tertib maka dinyatakan gugur hak-haknya sebagai asisten.
10. Hal-hal penting lainnya yang terkait dengan praktikum dan belum tercantum dalam tata tertib ini, akan diatur kemudian oleh Dosen Pengampu Praktikum.

IDENTITAS PRAKTIKUM

- 1) Nama Mata kuliah : Pelayanan Pelanggan
- 2) Kode (SKS) : V3AIM210P (2 SKS)
- 3) Pelaksanaan : Semester Genap
- 4) Prasyarat : -
- 5) Dosen Pengampu : Diklusari Isnarosi Norsita, STP, M.Si
Ika Restu Revulaningtyas, S.T.P., M. Sc.
- 6) Asisten Laboratorium : Wahyu Prasetya

1. Deskripsi Singkat Pembelajaran

Praktikum Pelayanan Pelanggan bertujuan untuk memberikan pemahaman pelayanan yang membahas keterkaitan antara kebutuhan dan pelayanan, pemahaman posisi diri, proses layanan kepada pelanggan dengan pendekatan kemampuan (*ability*) yang berkaitan dengan bidang kerja, komunikasi yang efektif dengan mengutamakan konsep pelayanan berdasarkan konsep perhatian dan konsep.

2. Tujuan Umum Praktikum

- a. Mahasiswa mengetahui konsep pelayanan pelanggan dan implementasinya dalam kegiatan agroindustri.
- b. Mahasiswa mengetahui metode, alat ukur dan metode pengukuran untuk pengumpulan data dan analisis dalam mengukur kepuasan pelanggan. mampu menerapkan metode pelayanan pelanggan dan menggunakan alat ukur

3. *Outcome* Pembelajaran

- a. Mengetahui konsep manajemen pelayanan pelanggan secara umum dan keterkaitannya dengan penerapan di industri pertanian.
- b. Peserta didik mampu mengembangkan kemampuan berpikir kritis dalam pengambilan keputusan dan mampu menerapkan fungsi pelayanan pelanggan dalam dunia kerja.

4. Rencana Kegiatan Praktikum pelayanan pelanggan

Acara ke-	Topik (Pokok Bahasan)	Metode dan Alat Bantu Pembelajaran
1	Asistensi	Klasikal, diskusi, modul
2	Dimensi Pelayanan, Metode IPA, Metode CSI, dan Pembuatan Kuesioner	Praktek, diskusi, modul, jurnal
3	Penilaian Kepuasan Konsumen	Studi lapangan
4	Profil usaha, Olah Data Kuesioner, Metode IPA	Praktek, diskusi, modul
5	Metode CSI dan Pembuatan slide presentasi	Praktek, diskusi, modul
6	Presentasi	Pratek, diskusi
7	Responsi	Individu

5. Evaluasi dan Penilaian Hasil Belajar Mahasiswa

Nilai praktikum diambil dari :

- a. Pretest/ Postest 20%
- b. Pelaksanaan 30 % (Tanya jawab, berpendapat, keaktifan)
- c. Laporan 30%
- d. Responsi 20%
- e. Bagi praktikan yang tidak mengumpulkan laporan, akan diberikan nilai NOL untuk laporan praktikum yang bersangkutan.
- f. Tidak dibenarkan membuat laporan tanpa mengikuti praktikum.
- g. Laporan harus dikumpulkan tepat waktunya yang telah ditentukan oleh ko- asisten. Keterlambatan dalam mengumpulkan dapat mengurangi nilai laporan yang telah disepakati.

6. Referensi

- Aritonang, R.L. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Gramedia
- Churchill, Gilbert A. 2005. *Dasar-Dasar Riset Pemasaran. Edisi 4, Jilid I*, Alih Bahasa Oleh Andriani, Dkk, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kotler P, Keller KL. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Bob Sabran, penerjemah; Adi M, Wibi H, editor. Jakarta (ID): Erlangga. Terjemahan dari: Marketing Management Thirteenth Edition
- Pujihastuti, Isti. 2010. *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian*. Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah Vol.2 No. 1 hlm. 43

- Supranto, J. 2004. *Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi*. PT Adi Mahasatya.Jakarta
- Umar, H. 2010. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*.PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Wood, I Vonne. 2009. *Layanan Pelanggan*. Graha Ilmu. Yogyakarta

FORMAT LAPORAN PRAKTIKUM


A. LAPORAN SEMENTARA

Lembar laporan sementara berisi data-data hasil kunjungan dan studi lapangan.

B. LAPORAN RESMI

Didalam laporan akhir menggunakan dua format sampul yang terdiri dari sampul depan dan isi (pada tiap acara).

1. Halaman Depan (Cover)

LAPORAN RESMI PRAKTIKUM PELAYANAN PELANGGAN V3AIM210P (2 SKS)	
	
Disusun Oleh :	
Nama	:
NIM	:
Kelompok	:
Co.Ass	:
Hari / Jam	:
LABORATORIUM MANAJEMEN SISTEM AGROINDUSTRI PROGRAM DIPLOMA III AGROINDUSTRI SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS GADJAH MADA YOGYAKARTA 2019	

Halaman Isi (Cover Tiap Acara)

LAPORAN ACARA

(Judul Acara

PRAKTIKUM PELAYANAN PELANGGAN



Disusun Oleh :

Nama :

NIM :

Kelompok :

Co.Ass :

Hari / Jam :

**LABORATORIUM MANAJEMEN SISTEM AGROINDUSTRI
PROGRAM DIPLOMA III AGROINDUSTRI
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA
2019**

C. FORMAT PENYUSUNAN LAPORAN

BAB I. PENDAHULUAN

- a. Latar Belakang
- b. Tujuan Praktikum

BAB II. PROSEDUR PRAKTIKUM

- a. Alat dan Bahan
- b. Cara Kerja

BAB III. HASIL DAN PEMBAHASAN

- a. Hasil
- b. Pembahasan→(dilengkapi literatur)

BAB IV. PENUTUP

- a. Kesimpulan
- b. Saran

Daftar Pustaka (minimal 4 literatur)

Lampiran

D. TATA PENULISAN

- Laporan ditulis tangan pada buku folio bergaris, sampul buku folio bergaris diberi cover depan sesuai format.
- Tiap lembar halaman diberi garis pembatas 2 cm dari sisi tepi kanan kiri buku
- Laporan dibuat per acara
- Cover buku warna biru muda

Laporan praktikum dibuat **Perseorangan**, laporan **dikerjakan dan diselesaikan** di saat jam praktikum. Acara asistensi dan acara presentasi tidak membuat laporan resmi. Acara studi lapangan laporan membuat laporan sementara. **Tiket masuk** setiap acara adalah **4 sumber pustaka** yang akan digunakan untuk membuat laporan resmi.

ACARA I

ASISTENSI

TUJUAN PRAKTIKUM

1. Praktikan memahami tata tertib pelaksanaan praktikum, jadwal praktikum, pembagian kelompok dalam praktikum, dan metode penilaian praktikum.
2. Praktikan memahami materi yang akan dipelajari dalam setiap acara dalam praktikum.
3. Praktikan mengetahui format dan tata cara pembuatan laporan praktikum.

PROSEDUR PRAKTIKUM

1. Alat dan Bahan

- a. Modul praktikum
- b. Alat tulis

2. Cara Kerja

- a. Praktikan mendapatkan modul praktikum.
- b. Praktikan mendengarkan penjelasan dari asisten praktikum, asisten laboratorium, teknisi, dan dosen mengenai hal-hal yang terkait dengan praktikum.
- c. Diskusi dan tanya jawab.

ACARA II

A. KONSEP KEPUASAN PELANGGAN, DIMENSI KUALITAS JASA, METODE IPA, DAN METODE CSI

TUJUAN PRAKTIKUM

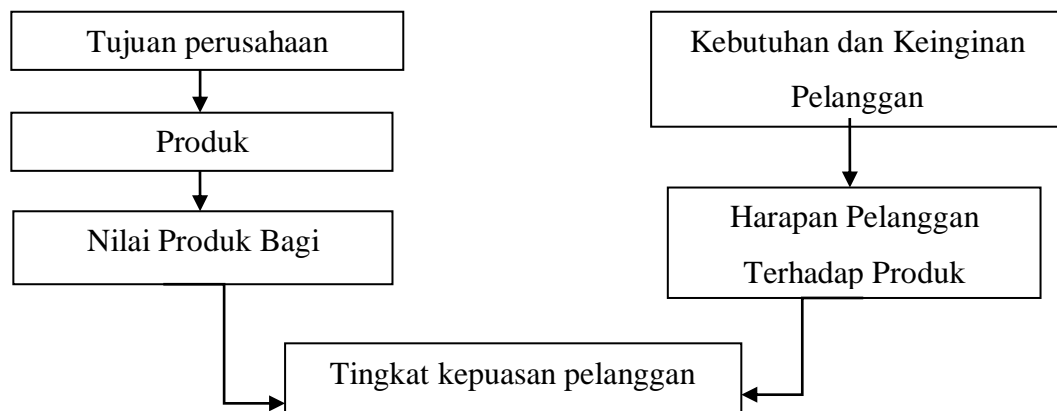
1. Praktikan dapat menjelaskan konsep kepuasan pelanggan, dan lima dimensi kualitas jasa.
2. Praktikan dapat menjelaskan tahapan metode IPA dan metode CSI sebagai metode pengukuran kepuasan pelanggan.

LANDASAN TEORI

Konsep Kepuasan Konsumen

Konsumen menurut Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 butir 2 adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Kotler (2009) mengemukakan bahwa kepuasan mencerminkan penilaian konsumen terhadap kinerja produk/jasa yang dikonsumsi dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasinya, konsumen akan merasa tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasinya maka konsumen akan merasa puas dan jika kinerja produk melebihi ekspektasinya maka konsumen akan merasa senang.



Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Konsumen

Dengan kata lain, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja produk terhadap harapan mereka.

Dimensi kualitas jasa/layanan

Menurut Zeithaml (1996) dalam Umar (2005) terdapat 5 dimensi dalam menentukan kualitas jasa yaitu

- a. Reliability, kemampuan memberikan pelayanan sesuai janji yang ditawarkan.
- b. Responsiveness, kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
- c. Assurance, merupakan kemampuan karyawan mengenai pengetahuan produk, kesopanan dalam pelayanan dan kemampuan dalam menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
- d. Empathy, perhatian secara individual kepada konsumen oleh perusahaan seperti kemudahan akses, komunikasi, dan pemahaman akan konsumen
- e. Tangibles, Dimensi ini mencakup kondisi fisik, peralatan, serta penampilan kerja.

Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan konsumen. Pengukurannya dapat menggunakan berbagai cara sebagai berikut:

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung melalui pertanyaan kepada pelanggan dengan ungkapan sangat tidak puas, kurang puas, cukup puas, puas dan sangat puas.
- b. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
- c. Responden diminta menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi yang berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.

- d. Responden diminta meranking elemen atau atribut penawaran berdasarkan derajat kepentingan setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan pada masing-masing elemen

Metode Importance Performance Analysis (IPA)

Metode Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja suatu perusahaan. Analisis ini mengaitkan antara tingkat kepentingan (importance) suatu atribut yang dimiliki oleh suatu produk tertentu dengan kenyataan (performance) yang dirasakan oleh konsumen.

Metode Customer Service Index (CSI)

CSI ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa.

Biasanya untuk menjelaskan tingkat kepentingan digunakan skala Likert, yaitu dengan intensitas paling rendah diberi angka satu (sangat tidak penting) sampai paling tinggi diberi angka lima (sangat penting). Begitupun dengan tingkat kinerja, penjelasannya menggunakan skala Likert dengan intensitas paling rendah diberi angka satu (sangat tidak puas) sampai paling tinggi diberi angka lima (sangat puas).

PROSEDUR PRAKTIKUM

1. Alat dan Bahan

- a. Kertas
- b. Alat tulis
- c. Jurnal dan literatur

2. Cara Kerja

- a. Praktikan melakukan brainstorming untuk menjelaskan (berdasarkan literatur) :
 - 1) Konsep kepuasan konsumen/pelanggan.
 - 2) Pengertian konsumen internal dan eksternal.

- 3) Pengertian 5 dimensi jasa/layanan.
- b. Praktikan menentukan satu contoh bisnis yang akan dikunjungi, kemudian menjelaskan contoh tiap dimensi jasa pada bisnis tersebut.
 - c. Praktikan membaca dan memahami jurnal atau penelitian mengenai pengukuran kepuasan pelanggan menggunakan metode IPA dan metode CSI.
 - d. Praktikan menjelaskan tahapan untuk melakukan analisis IPA, termasuk tahapan menyusun diagram kartesius, serta jelaskan masing-masing kuadran dalam diagram tersebut.
 - e. Praktikan menjelaskan tahapan untuk melakukan analisis CSI, termasuk tahapan pengolahan dan analisisnya.

REFERENSI

- Kotler P, Keller KL. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Bob Sabran, penerjemah; Adi M, Wibi H, editor. Jakarta (ID): Erlangga. Terjemahan dari: Marketing Management Thirteenth Edition
- Wood, I vonne. 2009. Layanan Pelanggan. Yogyakarta: Graha Ilmu.

B. PEMBUATAN KUESIONER PENGUKURAN UNTUK METODE IPA DAN CSI

TUJUAN PRAKTIKUM

1. Praktikan memahami manfaat kuesioner dan bagian-bagian yang dibutuhkan dalam menyusun kuesioner.
2. Praktikan memahami dan dapat membuat kuesioner yang akan digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen sesuai dengan obyek yang diteliti yang sesuai dengan metode IPA dan metode CSI.

LANDASAN TEORI

Merancang kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan formal secara tertulis yang ditujukan untuk memperoleh informasi dari responden. Sebagai instrumen, kualitas kuesioner bergantung pada seberapa baik kuesioner tersebut memenuhi fungsi dasarnya, yaitu mengumpulkan data. Oleh karena itu, kualitas kuesioner bergantung pada seberapa baik kualitas data yang diperoleh. Untuk memperoleh kuesioner berkualitas, ada lima aspek yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Apa yang mau ditanyakan?
2. Bagaimana bentuk pertanyaan?
3. Bagaimana membuat kalimat tanya yang efektif?
4. Bagaimana menyusun urutan pertanyaan?
5. Bagaimana menguji kebaikan kuesioner?

Struktur pertanyaan

Berdasarkan struktur, pertanyaan-pertanyaan kuesioner dapat dibedakan menjadi pertanyaan tidak terstruktur dan pertanyaan terstruktur. Pertanyaan tidak terstruktur, yang disebut juga pertanyaan terbuka, adalah bentuk pertanyaan di mana responden bebas memberikan jawaban pertanyaan tidak terstruktur lebih kalau diarahkan pada suatu topik. Responden dapat stimulasi untuk memberikan jawaban seluas-luasnya, sehingga menambah pemahaman tersebut, peneliti dapat merancang pertanyaan terstruktur untuk penelitian yang lebih

mendalam. Pertanyaan terstruktur adalah bentuk pertanyaan di mana alternatif jawaban sudah tersedia. Responden tinggal memilih mana jawaban yang paling sesuai bagi dirinya. Responden tidak memiliki peluang untuk memberikan jawaban di luar pilihan jawaban yang tersedia. Oleh karena itu, pertanyaan terstruktur disebut juga pertanyaan tertutup.

Pujihastuti (2010) menyatakan bahwa kuesioner sebagai salah satu instrumen penelitian ilmiah banyak dipakai pada penelitian sosial, misalnya penelitian di bidang sumberdaya manusia, pemasaran serta penelitian tentang berperilaku (*behavioral research*) yang menyangkut masalah dibidang akuntansi (*behavioral accounting*) serta keuangan (*behavioral finance*).

Ada dua jenis pertanyaan dalam kuesioner, yakni pertanyaan terbuka, tertutup, dan gabungan tertutup dan terbuka. Pertanyaan dengan jawaban terbuka adalah pertanyaan yang memberikan kebebasan penuh kepada responden untuk menjawabnya. Di sini peneliti tidak memberikan satupun alternatif jawaban. Sedangkan pertanyaan dengan jawaban tertutup adalah sebaliknya, yaitu semua alternatif jawaban responden sudah disediakan oleh peneliti. Responden tinggal memilih alternatif jawaban yang dianggapnya sesuai (Churchill, 2005).

PROSEDUR PRAKTIKUM

1. Alat dan Bahan

- a. Kertas HVS A4
- b. Alat tulis

2. Cara Kerja

- a. Praktikan melakukan brainstorming untuk menentukan unit bisnis (produk/layanan) yang akan diukur tingkat kepuasan konsumennya.
- b. Praktikan mengidentifikasi dan menentukan atribut dimensi jasa/layanan (5 dimensi) yang diharapkan dari unit bisnis yang telah dipilih, berdasarkan kesukaan atau keinginan konsumen. Setiap dimensi jasa dibuat lebih dari 1 atribut yang akan diukur. (1 atribut minimal 3 pertanyaan).
- c. Jelaskan setiap atribut 5 dimensi pelayanan yang akan diukur.

d. Buatlah kuesioner sederhana yang berisikan informasi mengenai:

1. Identitas pewawancara (nama dan tujuan penyebaran kuesioner)
2. Kode kuesioner
3. Karakteristik responden (nama, jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan)
4. Pertanyaan mengenai harapan atribut produk/jasa. Gunakan skala likert “5-1” yang mencerminkan “sangat penting – sangat tidak penting”.

Contoh :

Pada pernyataan tersebut dimohon memberi tanda (√) pada kolom yang menurut Anda paling sesuai. Jika Anda memberi tanda (√) pada kolom di bawah angka 5, artinya Anda menganggap atribut tersebut sangat penting dalam mempengaruhi keputusan Anda membeli ramen di tempat tersebut. Sedangkan angka 1 berarti Anda menganggap atribut tersebut sangat tidak penting dalam mempengaruhi keputusan Anda membeli ramen di tempat tersebut.

Keterangan: 5. Sangat penting 4. Penting
 3. Netral 2. Tidak penting
 1. Sangat Tidak penting

No	Atribut	JAWABAN				
		5	4	3	2	1
1.	Rasa Mie ramen					
2.	Pelayanan ramah					

5. Pertanyaan mengenai kinerja atribut produk/jasa. Gunakan skala likert “5-1” yang mencerminkan “sangat setuju – sangat tidak setuju”.

Contoh :

Pada pernyataan tersebut dimohon memberi tanda (√) pada kolom yang menurut Anda paling sesuai. Jika Anda memberi tanda (√) pada kolom di bawah angka 5, artinya Anda merasa sangat setuju

dengan pernyataan tersebut. Sedangkan angka 1 berarti Anda merasa sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Keterangan: 5. Sangat Setuju 4. Setuju
3. Netral 2. Tidak Setuju
1. Sangat Tidak Setuju

No	PERTANYAAN	JAWABAN				
		5	4	3	2	1
1.	Rasa Nagoya ramen enak					
2.	Pelayanan di Nagoya ramen ramah					

- e. Kuesioner siap digunakan untuk acara berikutnya, digandakan sesuai kebutuhan, minimal 30.

REFERENSI

- Churchill, Gilbert A. 2005. *Dasar-Dasar Riset Pemasaran. Edisi 4, Jilid I*, AlihBahasa Oleh Andriani, Dkk, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Pujihastuti, Isti. 2010. Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah* Vol.2 No. 1 hlm. 43

ACARA III
PENILAIAN KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Lapangan)

TUJUAN PRAKTIKUM

- a. Praktikan mampu menerapkan fungsi kuesioner sebagai alat pada riset kepuasan konsumen.
- b. Praktikan mampu merasakan dan menilai langsung kualitas layanan dan produk dari sebuah bisnis.

PROSEDUR PRAKTIKUM

Alat dan Bahan

- a. Kuesioner
- b. Alat tulis

Cara Kerja

- a. Praktikan mengunjungi suatu unit bisnis yang akan diukur tingkat kepuasan konsumennya.
- b. Praktikan merasakan dan mengamati pelayanan dan produk yang ditawarkan.
- c. Praktikan melakukan penilaian dengan mengisi kuesioner yang telah disiapkan.
- d. Praktikan meminta pengunjung lain untuk mengisi kuesioner sehingga total kuesioner yang terisi 30.
- e. Membuat laporan sementara yang berisi profil perusahaan dan 30 kuesioner yang terisi.

ACARA IV

OLAH DATA KUESIONER METODE IPA

TUJUAN PRAKTIKUM

1. Praktikan mampu mengolah data dan menyajikan hasil penilaian kepuasan konsumen
2. Praktikan mampu melakukan analisis sederhana hasil pengukuran kepuasan konsumen dengan metode IPA

LANDASAN TEORI

Penyiapan dan Analisis Data

Data yang sudah terkumpul perlu dianalisis terlebih dahulu agar peneliti memperoleh informasi. Data baru sekadar catatan ukuran fenomena tertentu. Data perlu dianalisis agar menghasilkan informasi yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan.

Menurut Green et al, analisis dapat dipandang sebagai pengurutan, pengelompokkan ke dalam bagian-bagian yang berhubungan, dan memanipulasi data untuk memperoleh jawaban atas masalah penelitian. Dalam analisis data, menurut Hawkins dan Tulls, dilakukan konversi data menjadi pernyataan-pernyataan deskriptif tentang variabel atau hubungan antarvariabel. Lebih singkat dikatakan bahwa analisis data memberikan jawaban atas pertanyaan yang ingin kita ajukan pada setumpuk data.

Interpretasi kadangkala disamakan dengan analisis. Akan tetapi, dalam buku ini, interpretasi kita tempatkan sebagai kelanjutan analisis, yaitu pengambilan hasil analisis dan pengambilan kesimpulan tentang hubungan antarvariabel.

Lebih lanjut, Green et al mengatakan bahwa analisis dapat dilakukan dengan berbagai cara dengan ilmu pengetahuan (*science*) maupun seni, dengan intuisi maupun pertimbangan informal, dengan *judgement* maupun perhitungan statistik, dikombinasikan dengan pengetahuan menyeluruh tentang konteks masalah yang diteliti.

Pengeditan Data

Pengeditan adalah proses pengecekan untuk memastikan bahwa data yang akan diolah tidak asal isi (asal jawab), konsisten, dan dapat dipertanggungjawabkan. Hal-hal seperti ini dibawah ini perlu mendapat perhatian

Pengkodean (Coding)

Pengkodean adalah proses memberikan simbol pada pertanyaan maupun jawaban. Pengodean ini mempermudah pengelolaan data, apalagi kalau peneliti memasukkan data ke dalam buku besar program komputer. Misalnya, kalau menggunakan SPSS, pertanyaan perlu dikodekan menjadi nama variabel dengan panjang maksimal 8 karakter. Respons perlu dikodekan dengan angka-angka numerik agar data mudah diolah. Agar data yang telah dikodekan dapat dibaca oleh peneliti maupun pihak lain, maka peneliti perlu membuat buku kode, yaitu catatan yang berisikan arti setiap kode yang digunakan.

Analisis deskriptif

Analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif juga disebut analisis pendahuluan, bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel. Hasil analisis ini juga dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan alat analisis dalam uji hipotesis.

Menurut Gulo, alat-alat analisis untuk analisis pendahuluan adalah:

1. Tabel frekuensi
2. Diagram statistik
3. Perhitungan ukuran tendensi pusat dan ukuran dispersi
4. Estimasi parameter

Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan sejauh mana relevansi-relevansi pertanyaan terhadap apa yang ditanyakan atau apa yang ingin di ukur dalam penelitian. Tingkat validitas kuesoner diukur berdasarkan koefisien korelasi item-total yang

terkorelasi. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang. Suatu pertanyaan valid dapat mengukur variable penelitian yang dimaksud jika nilai r hitung lebih besar dari r table.

Menghitung korelasi antara pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* (Umar, 2010) dengan rumus:

$$r = \frac{n (\Sigma XY) - (\Sigma X \Sigma Y)}{\sqrt{[(N \Sigma X^2) - (\Sigma X)^2][(N \Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

Dimana :

N = Jumlah responden

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama (Umar, 2010). Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Reliabilitas menunjukkan suatu hasil pengukuran relatif konstan apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Jadi apabila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur sesuatu yang sama dan menghasilkan hasil pengukuran relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut dapat dikatakan handal. Ketentuan penilaian, jika nilai *cronbach's Alpha* > 0,60 maka reliabilitas baik, begitu pula sebaliknya jika nilai *cronbach's Alpha* < 0,60, maka reliabilitas kurang baik.

Importance-Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen. IPA merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut, dari tingkat kepentingan (importance) dan tingkat pelaksanaan/kinerja (performance) yang berguna untuk pengembangan program pemasaran efektif (Martila dan James dalam Supranto, 2004).

Penilaian konsumen akan dihitung skor rata-rata yang menunjukkan peringkat dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan atribut, mulai dari yang

dianggap paling penting sampai dengan tidak penting. Nilai atau skor rata-rata kepentingan atribut dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Y = \frac{\sum Y_1}{n} ;$$

di mana : Y = skor rata-rata tingkat kepentingan per responden
n = responden

Sedangkan untuk mengetahui apakah atribut-atribut yang menjadi preferensi konsumen tersebut sudah dilaksanakan dengan baik atau tidak oleh Nagoyaramen, dihitung dengan menggunakan rumus tingkat pelaksanaan / kinerja :

$$X = \frac{\sum X_1}{n},$$

di mana : X = skor rata-rata tingkat pelaksanaan per responden
n = responden

Adapun hasil dari penghitungan tersebut akan dimasukkan ke dalam diagram Kartesius.

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang saling berpotongan tegak lurus di titik (A,B) dimana A merupakan hasil dari rata-rata skor rata-rata tingkat pelaksanaan, dan B merupakan hasil dari rata-rata skor rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut jasa yang mempengaruhi konsumen. Nilai A dan B diukur dengan rumus :

$$A = \frac{\sum x}{k} \quad \text{dan} \quad B = \frac{\sum y}{k},$$

di mana : A = batas sumbu X (tingkat pelaksanaan)
B = batas sumbu Y (tingkat kepentingan)
K = jumlah atribut

Adapun diagram Kartesius ditunjukkan pada Gambar 10 di bawah ini :

	Prioritas Utama I	Pertahankan Prestasi II
B	Prioritas Rendah III	Berlebihan IV
	A	X (Tingkat Pelaksanaan)

Gambar 2. Diagram Kartesius tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan (Rangkuti, 2004)

Keterangan :

Kuadran A (prioritas utama)

Wilayah yang menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi atau di atas nilai-rata-rata sedangkan nilai kinerjanya dinilai rendah. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk ke dalam kuadran ini kinerja perusahaannya harus lebih ditingkatkan, karena atribut kepentingan utama pelanggan tercermin di wilayah ini.

Kuadran B (pertahankan prestasi)

Wilayah yang menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan dan nilai kinerja yang tinggi atau di atas nilai rata-rata. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk ke dalam kuadran ini kinerja perusahaannya harus dipertahankan dengan baik, karena memiliki keunggulan di mata pelanggan.

Kuadran C (prioritas rendah)

Wilayah yang menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan dan nilai kinerja yang rendah atau di bawah nilai rata-rata. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk ke dalam kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pihak perusahaan hanya melaksanakannya biasa-biasa saja. Sehingga pihak perusahaan tidak perlu melakukan kinerja yang berlebihan untuk atribut kualitas pelayanan yang termasuk kuadran ini.

Kuadran D (berlebihan)

Wilayah yang menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan rendah sedangkan nilai kinerja yang tinggi. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk ke dalam kuadran ini dalam pelaksanaannya dianggap melebihi kepentingan pelanggan.

PROSEDUR PRAKTIKUM

Alat dan Bahan

- a. Alat tulis
- b. Komputer
- c. kuesioner yang telah terisi

Cara Kerja

- a. Praktikkan mengolah data yang telah didapatkan dari kuesioner, lakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS. Serta analisis deskriptif dari data tersebut.
- b. Hasil dari penghitungan harapan dan kinerja akan dimasukkan ke dalam diagram Kartesius.
- c. Buatlah kesimpulan dan saran dari hasil survei kepuasan pelanggan yang telah anda lakukan dengan metode IPA.

REFERENSI

Supranto, J. 2004. Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi, Jakarta : PT Adi Mahasatya

Umar, H. 2010. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

ACARA V
METODE CSI DAN MATERI PRESENTASI

TUJUAN PRAKTIKUM

1. Praktikan mampu mengolah data melakukan analisis sederhana hasil pengukuran kepuasan konsumen dengan metode CSI.
2. Praktikan mampu menentukan dan membuat tampilan materi yang informatif dan menarik, yang akan ditayangkan saat presentasi bersama.

LANDASAN TEORI

Menurut Aritonang, 2005 langkah-langkah metode CSI, sebagai berikut :

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap-tiap variable, dengan rumus:

a)
$$MIS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n}$$

dimana: n = Jumlah konsumen

Y_i = Nilai Kepentingan atribut Y ke-i

b)
$$MSS = \frac{[\sum_{i=1}^n X_i]}{n}$$

dimana: n = Jumlah konsumen

X_i = Nilai pembobotan kinerja atribut X ke-i

2. Membuat *Weight Factors* (WF) per variabel. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS seluruh variable, dengan rumus:

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

dimana: p = Atribut kepentingan ke-p

3. Membuat *Weight Factors* (WF) tiap variabel., dengan rumus:

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

dimana: p = Atribut kepentingan ke-p

4. Membuat *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang, dengan rumus:

$$WS_i = WFi \times MSS$$

5. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI), dengan rumus:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p MIS_i}{HS} \times 100\%$$

dimana: p = Atribut Kepentingan ke-p

HS = Skala maksimum yang digunakan (*Highest Scale*)

PROSEDUR PRAKTIKUM

Alat dan Bahan

- a. Alat tulis
- b. Komputer
- c. Rekap hasil olah kuesioner yang telah terisi

Cara Kerja

- a. Praktikan menggunakan hasil olah data kuesioner, untuk menghitung nilai CSI.
- b. Praktikan membuat kesimpulan dan saran dari hasil survei kepuasan pelanggan yang telah anda lakukan dengan metode CSI.
- c. Praktikan membandingkan dan korelasikan hasil analisis dengan metode IPA dan metode CSI.
- d. Praktikan membuat slide presentasi yang informative dan menarik, untuk menyampaikan informasi hasil praktikum acara pertama sampai terakhir.

REFERENSI

Aritonang, R.L. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Gramedia

ACARA VI PRESENTASI

TUJUAN PRAKTIKUM

1. Praktikan mampu menyajikan dan menyampaikan hasil riset sederhana pengukuran kepuasan pelanggan dengan baik.
2. Praktikan dapat saling bertukar pendapat antar kelompok
3. Merupakan bagian dari komponen pemberian nilai.

PROSEDUR PRAKTIKUM

Alat dan Bahan

- a. Komputer
- b. Alat tulis

Cara Kerja

- a. Praktikan menyajikan dan menyampaikan hasil riset sederhana pengukuran kepuasan pelanggan dari setiap kelompok.
- b. Praktikan melakukan diskusi mengenai presentasi yang dipaparkan.

ACARA VII

RESPONSI

TUJUAN

1. Merupakan salah satu cara evaluasi pembelajaran praktik.
2. Merupakan bagian dari komponen pemberian nilai.

PROSEDUR

Alat dan Bahan

- a. Lembar soal
- b. Lembar jawaban
- c. Alat tulis

Cara Kerja

Praktikan melakukan instruksi yang diberikan asisten praktikum untuk mengerjakan soal ujian dan atau praktik secara individu.