

ANALISIS KESENJANGAN PELAYANAN DAN KEPUASAN PENGUNJUNG *POTTERY CLASS* PADA MUSEUM SENI RUPA DAN KERAMIK JAKARTA

Alfina Yastiana¹, Ina Gandawati Djahur²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid, Jakarta

Email Korespondensi: 2020110055@usahid.ac.id

ABSTRAK

Museum Seni Rupa dan Keramik (MSRK) merupakan top 20 museum di Jakarta. Salah satu kegiatan yang digemari oleh pengunjung adalah *Pottery Class*, yang mana pengunjung dapat belajar dan membuat keramik. Namun, terdapat beberapa keluhan terkait kualitas pelayanan kegiatan *pottery class* ini, yaitu antrian *pottery class* yang panjang dan pengunjung sudah datang namun kuota *pottery class* sudah penuh. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kesenjangan (gap) pelayanan berupa pelayanan yang diharapkan atau diinginkan dan yang diterima dengan kepuasan pengunjung. Variabel kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi dan variabel kepuasan terdiri dari tiga dimensi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner berisi pernyataan tentang kualitas pelayanan (harapan dan kenyataan) dan kepuasan pengunjung dengan skala likert.. Sementara untuk analisa gap menggunakan *Importance Performance Analysis*. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan karena pelayanan yang diterima pengunjung tidak sesuai dengan pelayanan yang diinginkan pengunjung, menunjukkan gap yang *negative*. Disarankan bahwa kegiatan *pottery class* dapat dipesan melalui reservasi *online* agar pengunjung dapat dengan mudah mendapatkan tiket. Reservasi *online* juga dapat meminimalisir antrian karena pengunjung dapat datang sesuai dengan nomor antrian atau estimasi waktu kegiatan *pottery class*.

Kata Kunci: *Pottery Class*, Museum Seni Rupa dan Keramik, Kesenjangan, *Service Quality*, *Importance Performance Analysis*

ABSTRACT

Museum of Fine Arts and Ceramics (MSRK) is a top 20 museum in Jakarta. One of the activities favored by visitors is the Pottery Class, where visitors can learn and make ceramics. However, there are several complaints related to the quality of service for this pottery class activity, namely the long pottery class queue and visitors have come but the pottery class quota is full. The purpose of this study is to determine the gap (gap) of services in the form of services that are expected or desired and received with visitor satisfaction. Service quality variables consist of five dimensions and satisfaction variables consist of three dimensions. The data collection technique uses questionnaires containing statements about service quality (expectations and reality) and visitor satisfaction with the Likert scale. Meanwhile, gap analysis uses Importance Performance Analysis. The results show that there is a gap because the service received by visitors is not the service desired by visitors, showing a negative gap. It is recommended that pottery class activities be booked through online reservations so that visitors can easily get tickets. Online reservations can also minimize queues because visitors can come according to the queue number or estimated time of pottery class activities.

Keywords: *Pottery Class, Museum of Fine Arts and Ceramics, Gap, Service Quality Method, Importance Performance Analysis.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki peninggalan sejarah, seni, dan kebudayaan yang tersebar di Museum seluruh Indonesia. Salah satunya adalah Museum Seni Rupa dan Keramik. MSRK merupakan museum yang berada di bawah pengelolaan Unit Pengelola Museum Seni Dinas Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta. MSRK memiliki koleksi mulai dari sketsa, lukisan, patung atau totem dari berbagai daerah di Indonesia serta luar negeri. Selain melihat koleksi-koleksi, pengunjung dapat mengikuti *pottery class* atau membuat gerabah. *Pottery class* merupakan kelas pembuatan gerabah dengan menggunakan teknik pilin dan roda putar.

Kegiatan *pottery class* MSRK sudah ada sekitar tahun 2006. Namun, lebih banyak menggunakan teknik pilin. *Pottery Class* yang menggunakan roda putar, menarik perhatian pengunjung setelah viral pada pandemi tahun 2022 (Kanaka, 2023). Berikut tabel daftar pengunjung MSRK dan *pottery class* tahun 2022 dan 2023.

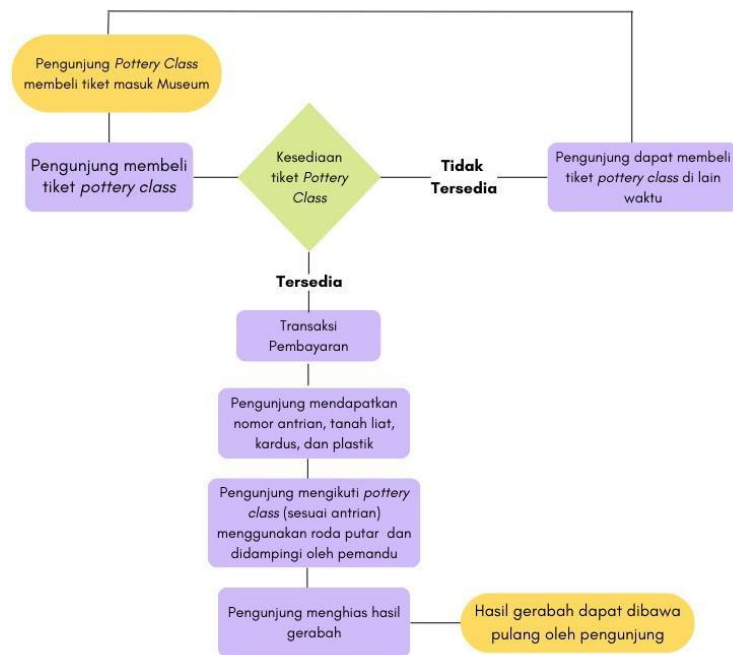
Tabel 1. Data Pengunjung Museum Seni Rupa dan Keramik dan Pottery Class Tahun 2022 dan 2023

Bulan	Tahun 2022			Tahun 2023		
	Pengunjung	Pottery Class	%	Pengunjung	Pottery Class	%
Januari	4.149	1.332	32,10	20.503	2.135	10,41
Februari	1.457	1.265	86,82	13.151	2.027	15,41
Maret	2.074	1.278	61,62	12.507	2.049	16,38
April	444	665	1,5	12.521	1.065	8,5
Mei	3.066	881	28,73	15.273	1.245	8,15
Juni	4.283	1.236	28,85	18.792	1.981	10,54
Juli	5.905	1.255	21,25	15.185	2.012	13,24
Agustus	8.732	970	11,10	11.524	1.554	13,48
September	12.935	1.245	1	12.877	1.996	15,50
Total	43.045	10.127	23,52	132.343	16.064	12,13

Sumber : Museum Seni Rupa dan Keramik (2023)

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa pengunjung dan *pottery class* MSRK pada tahun 2022 dan 2023, setiap bulan nya mengalami kenaikan dan penurunan. Jika dilihat dari total keseluruhan selama tahun 2022 dan 2023, jumlah pengunjung dan *pottery class* MSRK mengalami kenaikan. Pada tahun 2023, jumlah pengunjung di MSRK mengalami kenaikan 20,74% dan *pottery class* mengalami kenaikan sebesar 58,62% dibandingkan tahun sebelumnya.

Pengunjung yang mencoba *pottery class* pada tahun 2022 adalah sebanyak 23,52% dari total pengunjung MSRK. Namun pada tahun 2023, pengunjung *pottery class* mengalami penurunan sebanyak 12,13% dari total pengunjung MSRK. Dapat diasumsikan bahwa pengunjung *pottery class* merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang diberikan oleh MSRK adalah pelayanan publik karena bersifat terbuka untuk umum. Berikut merupakan alur pelayanan *pottery class* MSRK.



Gambar 1. Alur Pelayanan Pottery Class

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2023)

Pelayanan *pottery class* MSRK belum memenuhi harapan pengunjung. Hal ini pun didukung dengan beberapa keluhan terkait *pottery class* yang bersumber dari google review, *direct message*, dan kolom komentar Instagram MSRK, seperti tertera pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Rekapitulasi Keluhan Mengenai Pottery Class MSRK Tahun 2022 dan 2023

Jenis Keluhan	Deskripsi Keluhan	Sumber
Keterbatasan Kuota	1. Tiket <i>pottery class</i> tidak dapat dibeli oleh pengunjung yang sudah datang karena keterbatasan kuota	Google Review
	2. Pengunjung sudah datang saat <i>weekend</i> jam 10.30 WIB namun kuota <i>pottery class</i> penuh	<i>Direct Message</i> IG MSRK
	3. <i>Pottery class</i> tidak dapat diikuti oleh pengunjung yang sudah datang karena kuota <i>pottery class</i> sudah penuh.	Kolom Komentar IG MSRK

Sumber : *google review*, *direct message* dan kolom komentar IG MSRK (2023)

Berdasarkan dari Dari tabel 2, diatas, dapat dilihat bahwa keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pengunjung *pottery class*, menunjukkan bahwa pelayanan *pottery class* masih diperlukan adanya perbaikan. Pada kondisi ini, terdapat kesenjangan yaitu pelayanan yang didapatkan (*perceived service*) tidak sesuai dengan harapan pengunjung (*expected service*).

Kualitas pelayanan adalah perbedaan antara harapan pengunjung dengan pelayanan yang mereka dapatkan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara

membandingkan persepsi pengunjung atas layanan yang mereka harapkan dengan layanan yang benar-benar mereka dapatkan. Kualitas pelayanan melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan yang menjadi hal utama yang harus diperhatikan (Veronica, 2017)

Menurut (Indrasari, 2019) terdapat 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Tangibles*, atau bukti fisik adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. *Reliability*, atau kehandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. *Responsiveness*, atau ketanggapan adalah kemauan untuk membantu pengunjung ketika mengalami kesulitan. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pengunjung kepada perusahaan. *Empathy*, atau empati adalah memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggan.

Menurut (Maulana, 2016), bahwa kepuasan merupakan suatu harapan pengunjung atas pelayanan yang ingin dicapai oleh pengunjung. Harapan tersebut berupa kenyamanan, pelayanan, harga atau hal-hal lain yang mampu memberikan kepuasan kepada pengunjung. Jika harapan pengunjung tidak terpenuhi, tidak menutup kemungkinan pengunjung akan mencari produk atau layanan yang lain.

Indikator untuk mengukur kepuasan pengunjung menurut (Indrasari, 2019) adalah kesesuaian harapan, tingkat kesesuaian antara kinerja pelayanan yang diharapkan oleh pengunjung dengan pelayanan yang dirasakan. Minat berkunjung kembali, kesediaan pengunjung untuk menggunakan kembali atas jasa yang diberikan oleh perusahaan. Kesediaan merekomendasikan, kesediaan pengunjung untuk merekomendasikan jasa atau produk yang telah mereka dapatkan.

Menurut (Mutmainah et al., 2022) *Gap analysis* atau analisis kesenjangan digunakan untuk mengetahui perbedaan antara apa yang diharapkan oleh pengunjung dengan layanan yang diterima oleh pengunjung. *Gap analysis* juga dilakukan untuk mengidentifikasi Tindakan yang diperlukan untuk mengurangi kesenjangan dan mencapai kinerja pelayanan yang diharapkan.

Pendapat lain juga disampaikan oleh (Putra, 2018), bahwa untuk melakukan pengukuran dalam mengetahui masalah kualitas pelayanan dan mengevaluasi pelayanan tersebut, menggunakan metode *service quality*. Pengukuran kualitas dalam metode ini dengan mengukur gap yang terjadi antara harapan dan persepsi pengunjung terhadap pelayanan yang mereka terima.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dua variable: variable kualitas pelayanan (kenyataan dan harapan) dan variable kepuasan pengunjung. Penelitian ini juga menggunakan metode *service quality* dan *importance performance analysis*. Penelitian ini dilakukan pada *pottery class* Museum Seni Rupa dan Keramik Jakarta. Populasi pada penelitian ini adalah jumlah pengunjung *pottery class* MSRK tahun 2022 dan tahun 2023 sebanyak 26.191 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer, data sekunder, dan penyebaran kuesioner dalam bentuk google form. Operasionalisasi variabel pada penelitian ini terdiri dari variable kualitas pelayanan dengan lima dimensi dan dua puluh lima indikator, dan variable kepuasan

pengunjung dengan tiga dimensi dan Sembilan indikator. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk variabel kualitas pelayanan dan variable kepuasan pengunjung. Selanjutnya metode *service quality* dan *importance performance analysis* dengan diagram kartesius untuk variabel kualitas pelayanan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Kuantitatif

Hasil dari tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan tingkat kenyataan, mempunyai nilai rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,70 yaitu pada dimensi *empathy*. Hal tersebut menunjukkan bahwa karyawan MSRK menunjukkan rasa empati dengan mengucapkan maaf jika terjadi kesalahan. Sementara itu, nilai rata-rata terendah adalah sebesar 3,42 yaitu pada dimensi *reliability*, dalam indikator antrian *pottery class*. Dengan demikian, hasil ini tetap menunjukkan bahwa secara umum responden menganggap kualitas pelayanan *pottery class* MSRK yang diterima oleh responden adalah sangat baik, dengan nilai rata-rata 3,604.

Untuk hasil tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan tingkat harapan, mempunyai nilai rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,77 yaitu pada dimensi *tangibles*. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki harapan yang tinggi pada fasilitas penunjang *pottery class* MSRK karena akan mendukung keberhasilan *pottery class* itu sendiri. Sementara itu, nilai rata-rata terendah adalah sebesar 3,59 yaitu pada dimensi *responsiveness*, dalam indikator ketanggapan pemandu *pottery class* dalam membuat pengunjung *pottery class* jika mengalami kesulitan dalam membuat gerabah. Dengan demikian, hasil ini tetap menunjukkan bahwa secara umum responden menganggap kualitas pelayanan *pottery class* MSRK yang diharapkan oleh responden adalah sangat penting, dengan nilai rata-rata 3,69.

Tanggapan responden mengenai variabel kepuasan, mempunyai nilai rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,66 yaitu pada dimensi kesediaan merekomendasikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden bersedia merekomendasikan *pottery class* melalui *social media*. Sementara itu, nilai rata-rata terendah adalah sebesar 3,57 yaitu dimensi minat berkunjung kembali, dalam indikator ingin berkunjung kembali karena kemudahan dalam mendapatkan tiket *pottery class*. Dengan demikian, hasil ini tetap menunjukkan bahwa secara umum responden merasa puas akan *pottery class* MSRK, dengan nilai rata-rata 3,615.

Metode *Service Quality*

Hasil perhitungan *service quality*, maka dapat diketahui bahwa mendapatkan rata-rata nilai gap yang negatif pada dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Rata-rata nilai gap yang negative menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan karena persepsi pengunjung lebih rendah dibandingkan harapan pengunjung. Berikut hasil perhitungan *service quality*:

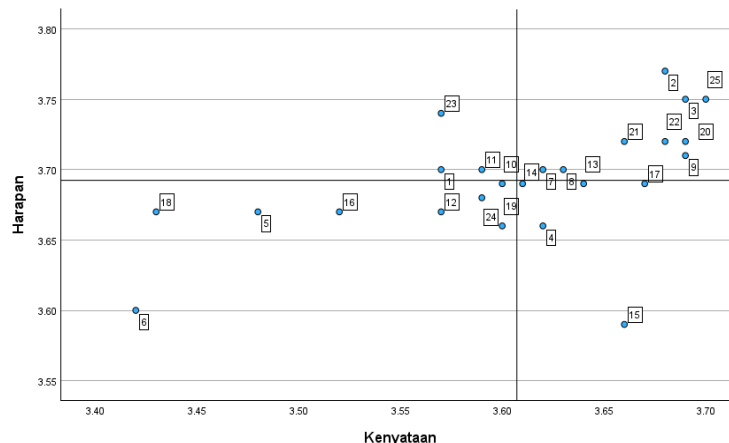
Tabel 3. Perhitungan *Service Quality*

Dimensi	Rerata		Gap
	Kenyataan	Harapan	
<i>Tangibles</i>	3,60	3,71	-0,11
<i>Reliability</i>	3,59	3,68	-0,09
<i>Responsiveness</i>	3,61	3,66	-0,05
<i>Assurance</i>	3,58	3,68	-0,1
<i>Empathy</i>	3,64	3,72	-0,08

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2024)

Importance Performance Analysis

Importance Performance Analysis (IPA) dilakukan untuk mengetahui posisi tiap atribut dalam kualitas pelayanan *pottery class* MSRK berdasarkan tingkat kenyataan dan harapan. IPA menggunakan diagram kartesius dengan rata-rata tingkat persepsi (*perceived service*) sebagai sumbu X dan rata-rata tingkat harapan (*expected service*) sebagai sumbu Y. Berikut hasil dari IPA menggunakan SPSS 29 :



Gambar 2. Diagram Kartesius

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 29 (2024)

Hasil dari diagram kartesius, menunjukkan 4 (empat) kuadran. Kuadran yang perlu diprioritaskan adalah kuadran A. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran A adalah kesediaan alat dan perlengkapan *pottery class* yang diberikan layak digunakan (1), karyawan MSRK menanggapi jika menerima keluhan *pottery class* dari pengunjung (11), dan karyawan MSRK mengucapkan selamat datang saat kedatangan pengunjung (23).

KESIMPULAN

Berdasarkan penilaian responden terkait kualitas pelayanan tingkat kenyataan, dinilai sangat baik. Nilai tertinggi pada dimensi *empathy*, dalam indikator karyawan MSRK mengucapkan maaf jika terjadi kesalahan. Sementara itu, nilai terendah pada dimensi *reliability*, dalam indikator antrian *pottery class*. Berdasarkan penilaian responden terkait kualitas pelayanan tingkat harapan, dinilai sangat penting. Nilai

tertinggi pada dimensi *tangibles*, dalam indikator MSRK menyediakan fasilitas penunjang *pottery class* seperti tempat mencuci tangan dan toilet.

Sementara itu, nilai terendah pada dimensi *responsiveness*, dalam indikator ketanggapan pemandu *pottery class* dalam membantu pengunjung *pottery class* jika mengalami kesulitan dalam membuat gerabah. Responden menunjukkan rasa kepuasanya atas kualitas pelayanan *pottery class* MSRK. Nilai tertinggi pada dimensi kesediaan merekomendasikan, dalam indikator bersedia merekomendasikan *pottery class* melalui *social media*. Sementara itu, nilai terendah pada dimensi minat berkunjung kembali, dalam indikator ingin berkunjung kembali karena kemudahan dalam mendapatkan tiket *pottery class*. Hasil perhitungan *service quality* menunjukkan bahwa terdapat gap atau kesenjangan pada kualitas pelayanan *pottery class* MSRK. Kesenjangan tersebut terdapat pada dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas.Kebudayaan. (2021). *Museum Seni Rupa dan Keramik*.
https://dinaskebudayaan.jakarta.go.id/disbud_museum/news_web/detailnews/museum-seni-rupa-dan-keramik
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.
- Kanaka, W. (2023). Viral Wisata Bikin Keramik di Kota Tua. *Detiktravel*.
<https://travel.detik.com/domestic-destination/d-6607074/viral-wisata-bikin-keramik-di-kota-tua-begini-cara-daftarnya>
- Kemendikbud. (2019). *Pengertian Museum*.
<https://museum.kemdikbud.go.id/pengertian-museum>
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. In *TOI Jurnal Ekonomi* (Vol. 7, Issue 2).
- Mutmainah, I., Yulia, I. A., Marnilin, F., & Mahfudi, A. Z. (2022). GAP Analysis Untuk Mengetahui Kinerja Implementasi Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 19–34.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.934>
- Putra, F. C. (2018). *ANALISIS PENGUKURAN TINGKAT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) YANG DIINTEGRASIKAN DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*.
- Veronica, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Salondewidi Kota Jambi). *STIEMuhammadiyah Jambi*, 5(1), 55–69.