

## PENGUKURAN DAN ANALISIS INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT DI KANTOR IMIGRASI JAKARTA

Lithrone Laricha S., Wilson Kosasih dan Tri Rama Permai

Program Studi Teknik Industri Universitas Tarumanagara

e-mail: laricha\_salomon@yahoo.com

### ABSTRAK

Perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk/jasa dengan kualitas yang sesuai dengan harapan masyarakat, termasuk instansi pemerintah seperti kantor imigrasi. Penelitian ini bertempat di kantor imigrasi salah satu wilayah di Jakarta yang memiliki tingkat kepuasan masyarakat (IKM) yang paling rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan masyarakat atas pelayanan staf kantor imigrasi wilayah Jakarta Barat bagian pembuatan paspor dengan harapan agar kualitas pelayanan di kantor imigrasi tersebut dapat ditingkatkan. Dengan menggunakan teori pelayanan kualitas dan analisis seperti, uji hipotesis, Analisis GAP, Importance-Performance Matrix (IPA), dan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) didapatkan hasil bahwa harapan masyarakat atas pelayanan staf kantor imigrasi Jakarta Barat cukup tinggi, sedangkan untuk tingkat kepuasan masyarakat atas pelayanan masyarakat di Kantor Imigrasi tersebut menunjukkan angka yang kurang memuaskan, yaitu sebesar 54,42 dalam skala IKM, yang berarti termasuk dalam tingkat kategori kurang. Hal ini menunjukkan pelayanan jasa yang didapatkan masyarakat tidak sebanding dengan tingkat harapan masyarakat. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan di kantor imigrasi Jakarta Barat dibuat House Of Quality (HOQ) untuk mengetahui strategi yang efektif.

**Kata kunci:** Pelayanan Kualitas, IPA, IKM, HOQ

### ABSTRACT

The company is required to produce a product/service with quality in accordance with the community expectations, including government institution such as the immigration office. This research took place at the immigration office in one of the areas in Jakarta that had the lowest level of community satisfaction. This study aims to measure the public response to the services of the immigration office in West Jakarta area with the hope that its quality of service can be improved. This research was conducted by using service quality and analysis theory such as, hypothesis testing, GAP analysis, Importance-Performance Matrix (IPA), and Community Satisfaction Index that is stated as IKM. It was found that community expectations to the immigration office services were high, while the community service at the immigration office shows an unsatisfactory number, which is equal to 54.42 in the IKM scale. This describe that its services obtained by the community are not proportional to community expectations. In improving the quality of service at the immigration office in west Jakarta, House of Quality (HOQ) was developed to find out an effective strategy.

**Key words:** Service Quality, IPA, IKM, HOQ

### PENDAHULUAN

Setiap perusahaan tentunya ingin mencapai suatu keberhasilan. Untuk mencapai hal tersebut perusahaan memerlukan strategi menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat [1]. Untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima di pasar [2]. Salah satu faktor yang membuat perusahaan dapat tetap berjalan adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal terpenting yang membuat perusahaan terus berjalan [3].

Kantor Imigrasi Jakarta merupakan instansi pemerintah yang memiliki fungsi memberikan pelayanan kepada masyarakat. Tetapi dalam pelayanannya terdapat beberapa masalah yang teridentifikasi seperti pelayanan yang kurang efektif, mengakibatkan terjadinya penumpukan antrian.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan kantor imigrasi, mengetahui atribut-atribut yang penting dan dibutuhkan oleh pelanggan, mengetahui kesenjangan antara kinerja staf dengan harapan pelanggan, mendapatkan strategi yang diperlukan untuk

meningkatkan kualitas pelayanan serta memberikan saran yang dianggap perlu dengan tujuan melakukan perbaikan.

### TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan [4]. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan. Evaluasi maupun perbaikan kualitas produk/jasa menjadi sangat penting jika perusahaan ingin tetap eksis di mata pelanggannya. Berikut ini adalah beberapa metode yang dipakai dalam penelitian, yaitu:

#### Uji Kenormalan Data

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik (*statistik inferensial*). Dengan kata lain, uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah data empirik yang didapatkan dari lapangan itu sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Dalam kasus ini, distribusi normal. Dengan kata lain, apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Adapun pedoman pengambilan keputusannya adalah : (1) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$ , distribusi adalah tidak normal. (2) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas  $> 0,05$ , distribusi adalah normal.

#### Uji Validitas dan Realibilitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan keabsahan alat ukur yang digunakan. instrumen/atribut yang diteliti dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur [5]. Dengan demikian, instrumen yang *valid* merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur yang hendak di ukur.

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan

menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi.

#### Uji Hipotesis

Terdapat hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:  $H_0$ : Rata-rata nilai kepuasan antara wilayah X dan wilayah B adalah sama.  $H_a$ : Rata-rata nilai kepuasan antara wilayah X dan wilayah B adalah tidak sama.

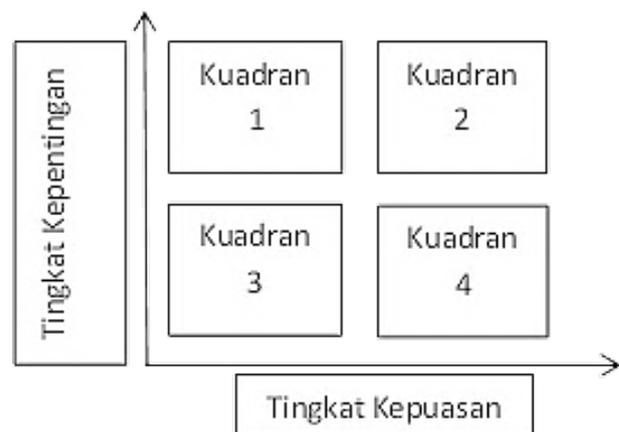
Tujuan penggunaan metode ini adalah untuk melihat apakah data yang diambil di wilayah B dapat dijadikan *benchmark* untuk peningkatan kualitas di wilayah X.

#### Gap Analysis

Dilakukan untuk mengetahui besarnya kesenjangan yang terjadi antara harapan pelanggan dan kinerja yang dihasilkan.

#### Importance-Performance Analysis

Teknik pembobot kinerja dan kepentingan atribut serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut berdasarkan hasil dari pengamatan terhadap responden melalui kuesioner, digambarkan ke dalam diagram seperti yang terdapat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kuadran *Importance-Performance Analysis*.

Kuadran 1 : Atribut yang berada di kuadran 1 mendapatkan prioritas utama untuk diperhatikan, karena tingkat kepentingan berada di taraf penting, tetapi tidak sebanding dengan kepuasan konsumen yang kurang.

- Kuadran 2 : Atribut yang berada di kuadran 2 akan dipertahankan, karena tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan sudah berada di taraf yang diharapkan konsumen.
- Kuadran 3 : Atribut yang berada di kuadran 3 mendapatkan prioritas rendah, karena tingkat kepentingan atribut yang berada di kuadran ini tidak terlalu penting.
- Kuadran 4 : Atribut yang berada di kuadran 4 merupakan atribut yang tidak penting, tetapi konsumen mendapatkan kepuasan dari atribut ini.

**Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)**

Nilai IKM dihitung dengan menggunakan "nilai rata-rata tertimbang" masing-masing unsur pelayanan. Dalam penghitungan indeks kepuasan masyarakat terhadap 14 unsur pelayanan yang dikaji, dalam hal ini disingkat menjadi 13 unsur pelayanan, setiap unsur pelayanan memiliki penimbang yang sama dengan rumus sebagai berikut:

$$Nilai\ Penimbang = \frac{Jumlah\ Bobot}{Jumlah\ Unsur} \quad (1)$$

Untuk memperoleh nilai IKM unit pelayanan digunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang dengan rumus sebagai berikut:

$$IKM = \sum (Nilai\ Per\ Unsur \times Nilai\ Penimbang) \quad (2)$$

Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilaian IKM yaitu antara 25-100 maka hasil penilaian tersebut di atas dikonversikan dengan

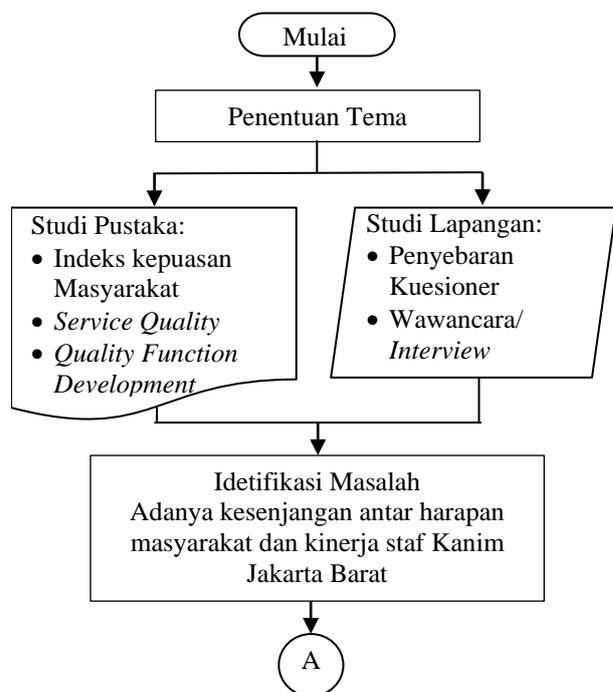
nilai dasar 25, dengan rumus sebagai berikut:

$$IKM\ Konversi = IKM \times 25 \quad (3)$$

Mengingat unit pelayanan mempunyai karakteristik yang berbeda-beda, maka setiap unit pelayanan dimungkinkan untuk menambah unsur yang dianggap relevan dan memberikan bobot yang berbeda terhadap 14 (empat belas) unsur yang dominan dalam unit pelayanan, dengan catatan jumlah bobot seluruh unsur tetap 1.

Berikut adalah tabel untuk nilai persepsi, interval dan interval konversi, serta mutu dan kinerja unit pelayanan dalam skala IKM. Dapat dilihat pada Tabel 1.

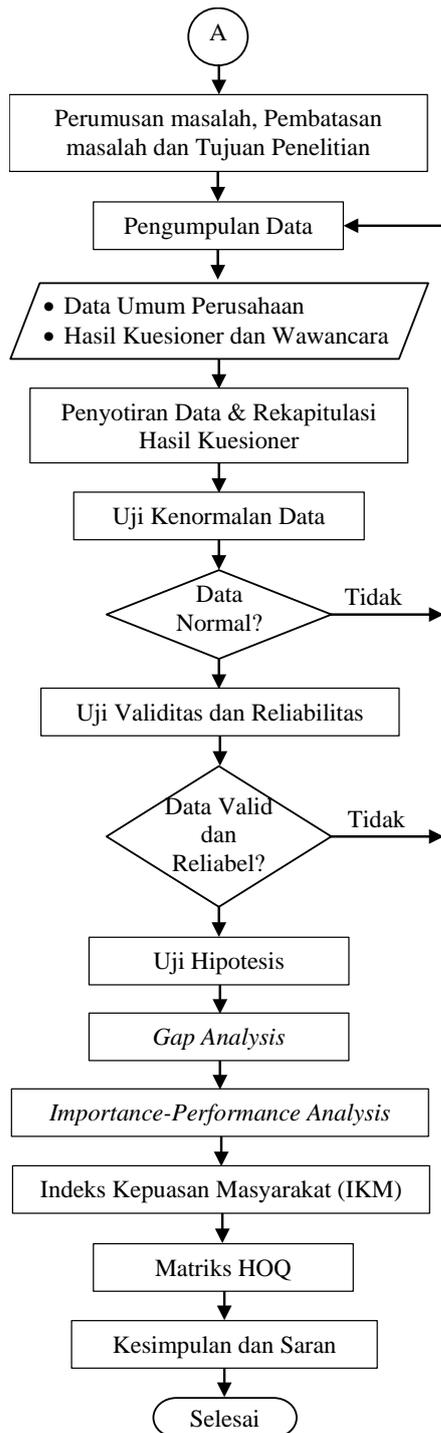
**METODE PENELITIAN**



Gambar 2. Metodologi Penelitian

Tabel 1. Nilai Persepsi, Interval IKM, Interval Konversi IKM, Mutu Pelayanan dan Kinerja Unit Pelayanan.

Nilai Persepsi	Nilai Interval IKM	Inlai Interval Konversi IKM	Mutu Pelayanan	Kinerja Unit Pelayanan Pelayanan
1	1,00 – 1,75	25 – 43,75	D	Tidak Baik
2	1,76 – 2,50	43,76 – 62,50	C	Kurang Baik
3	2,51 – 3,25	62,51 – 81,25	B	Baik
4	3,26 – 4,00	81,26 – 100,00	A	Sangat Baik



Lanjutan Gambar 2. Metodologi Penelitian

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengumpulan data kuesioner yang didapat dalam penelitian ini, yaitu sebesar 319 responden, dengan rincian pertanyaan pendahuluan yang meliputi wilayah kantor imigrasi yang digunakan, tahun penggunaan pelayanan, dan penggunaan jasa calo dan *online*, yang berguna untuk menyortir kuesioner seperti Tabel 3:

Tabel 2. Wilayah & Tahun Pelayanan

Tahun	X	A	B	C	D	E	Total
>2010	3	0	0	0	1	3	7
2010	9	4	3	0	3	2	21
2011	5	0	2	5	10	0	22
2012	10	3	12	3	5	7	40
2013	44	6	34	2	2	11	99
2014	31	8	26	4	7	21	97
2015	21	2	7	0	1	2	33
Total	123	23	84	14	29	46	319

Keterangan:

- A : Jakarta Utara
- X : Jakarta Barat
- B : Jakarta Pusat
- C : Jakarta Timur
- D : Jakarta Selatan
- E : Lainnya (Tangerang, Khusus Soekarno Hatta dan sebagainya)

Tabel 3. Penggunaan Jasa Calo & *Online*

	No	Yes
Jasa Calo	272	47
<i>Online</i>	264	55

Selanjutnya adalah menyortir hasil kuesioner tersebut, dengan menyortir hasil kuesioner yang tahun penggunaannya di bawah tahun 2010, dan mengisi di wilayah E. dan didapatkan total 269 kuesioner. Berikut adalah rekapitulasi hasil rata-rata kuesioner tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan.

Tabel 4. Tabel Rata-Rata Tingkat Kepentingan

Wilayah	Rata-rata Kepentingan
X	3,73
A	3,63
B	3,89
C	3,76
D	3,74

Tabel 5. Tabel Rata-Rata Tingkat Kepuasan

Wilayah	Rata-rata Kepuasan
X	2,18
A	2,66
B	3,22
C	2,18
D	2,51

Dengan hasil tersebut, diambil wilayah X untuk diteliti selanjutnya, dengan pertimbangan total kuesioner yang paling banyak dari wilayah yang lain serta tingkat kepuasan terendah dari wilayah yang lain.

Berikut merupakan hasil dan pembahasan dari penelitian uji kenormalan data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*.

Dapat disimpulkan bahwa data yang diteliti terdistribusi normal, dengan nilai signifikansi di atas 0,05 (Tingkat Kepercayaan 95%).

Berikut adalah hasil uji validitas dan realibilitas menggunakan *Kaiser-Meyer-Olkin* untuk uji validitas dan *Cronbach's Alpha* untuk uji realibilitas.

Tabel 6. Uji Kenormalan Data

	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
N	13	13
Z	0,684	0,658
Signifikansi	0,737	0,779

Tabel 7. Uji Validitas dan Realibilitas

N Atribut	13
<i>Cronbach's Alpha</i>	0,834
<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i>	0,755

Berdasarkan Tabel 7 dapat disimpulkan hasil uji validitas dan realibilitas terhadap data kuesioner penelitian adalah valid dan reliabel, Dikarenakan nilai KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) sebesar 0,755 dan nilai *Cronbach-Alpha* sebesar 0,834. Nilai KMO sebesar 0,755 menandakan bahwa data yang digunakan untuk penelitian valid karena sudah memenuhi batas yang ditentukan ( $0,755 > 0,5$ ). Sedangkan untuk nilai *Cronbach-Alpha* sebesar 0,834 menandakan bahwa data yang digunakan reliabel karena nilainya sudah mencukupi ( $0,834 > 0,7$ ).

Uji hipotesis dilakukan terhadap masing-masing atribut kepuasan, sehingga dapat diketahui apakah ada pengaruh dari setiap atribut dengan kepuasan pelanggan. Dari penelitian, didapatkan hipotesis berikut:

$H_0$  : Rata-rata nilai kepuasan antara wilayah X dan wilayah B adalah sama.

$H_a$  : Rata-rata nilai kepuasan antara wilayah X

dan wilayah B adalah tidak sama.

Syarat  $H_0$  diterima:  $T \text{ sig} > 0,05$

Syarat  $H_a$  diterima:  $T \text{ sig} < 0,05$

Berikut merupakan tabel hasil uji hipotesis menggunakan *Paired Samples T-Test*.  $H_a$  diterima, karena  $T \text{ sig} < 0,05$ . ( $T \text{ Sig.} = 0.000$ )

Dari hasil uji hipotesa dengan menggunakan *Paired Samples T-Test* maka dapat disimpulkan tingkat kepuasan antara wilayah X dan B tidak sama, jadi dapat dilakukan analisis perbandingan antara keduanya.

### Gap Analysis

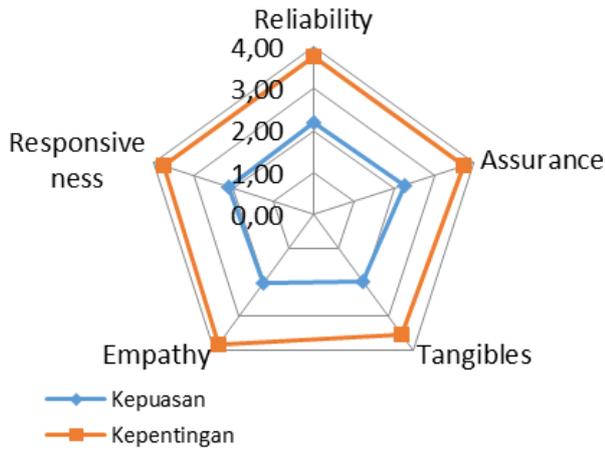
Hasil dari kuesioner memperlihatkan bahwa harapan masyarakat atas jasa yang didapat tidak sesuai dengan jasa yang dirasakan. Kesenjangan atas tingkat kepentingan (Harapan) dan tingkat kepuasan yang dirasakan masyarakat dapat dilihat pada Tabel 9 dan Gambar 3.

Tabel 8. Hasil Uji *Paired Samples T-Test*

	Paired Sample	Sig.
Pair 1	Assurance X1 - Assurance B1	0,000
Pair 2	Assurance X2 - Assurance B2	0,000
Pair 3	Reliability X3 - Reliability B3	0,000
Pair 4	Responsiveness X4 - Responsiveness B4	0,000
Pair 5	Reliability X5 - Reliability B5	0,000
Pair 6	Reliability X6 - Reliability B6	0,000

Tabel 9. Diagram GAP

Atribut	Kepuasan	Kepentingan	Nilai GAP
Q1	2,33	3,83	-1,5
Q2	2,53	3,72	-1,19
Q3	2,31	3,71	-1,4
Q4	2,25	3,74	-1,49
Q5	2,18	3,77	-1,59
Q6	2,16	3,69	-1,53
Q7	1,98	3,74	-1,76
Q8	2,02	3,84	-1,82
Q9	2,16	3,70	-1,54
Q10	2,18	3,63	-1,45
Q11	2,14	3,82	-1,68
Q12	1,99	3,54	-1,55
Q13	2,03	3,73	-1,70



Gambar 3. Radar Diagram GAP Analysis

Dapat dilihat dari Tabel 9 bahwa nilai GAP yang menunjukkan angka minus (Nilai Kepuasan – Nilai Kepentingan = Nilai GAP), berarti harapan masyarakat atas jasa yang didapat tidak sesuai dengan jasa yang dirasakan.

**Importance-Performance Analysis**

Kuesioner diberikan kepada pengguna layanan jasa pembuatan paspor kantor imigrasi. Berikut merupakan rata-rata hasil kuesioner responden menurut tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan:

Tabel 10. Hasil Kuesioner Tingkat Kepuasan

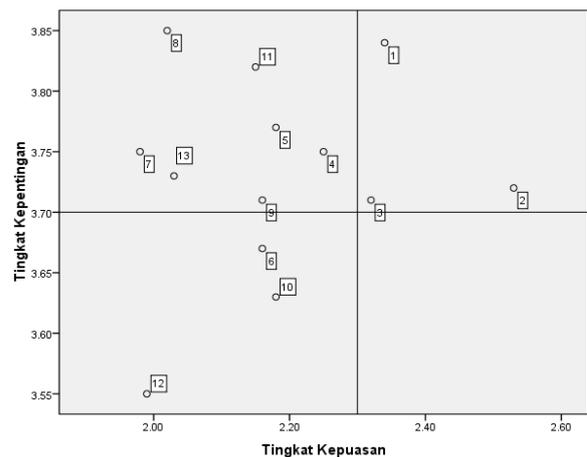
Atribut	Tingkat Kepuasan				Total	Rata-rata skor
	Frekuensi					
	1	2	3	4		
Q1	0	81	38	1	120	2,33
Q2	0	64	49	7	120	2,53
Q3	5	77	34	4	120	2,31
Q4	7	78	33	2	120	2,25
Q5	3	94	22	1	120	2,18
Q6	15	71	34	0	120	2,16
Q7	31	61	28	0	120	1,98
Q8	21	78	19	2	120	2,02
Q9	8	86	25	1	120	2,16
Q10	20	59	41	0	120	2,18
Q11	19	66	34	1	120	2,14
Q12	28	66	25	1	120	1,99
Q13	18	82	19	1	120	2,03

Tabel 11. Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan

Atribut	Tingkat Kepentingan	Total	Rata-rata
---------	---------------------	-------	-----------

	Frekuensi				skor	
	1	2	3	4		
Q1	0	0	20	100	120	3,83
Q2	0	1	32	87	120	3,72
Q3	0	1	33	86	120	3,71
Q4	0	0	31	89	120	3,74
Q5	0	2	24	94	120	3,77
Q6	0	1	35	84	120	3,69
Q7	0	1	29	90	120	3,74
Q8	0	1	17	102	120	3,84
Q9	0	1	34	85	120	3,70
Q10	0	6	33	81	120	3,63
Q11	0	1	20	99	120	3,82
Q12	0	2	51	67	120	3,54
Q13	0	1	31	88	120	3,73

Berdasarkan hasil kuesioner, didapatkan matriks *Importance-Performance Analysis* sebagai berikut pada Gambar 4.



Gambar 4. Matriks *Importance-Performance Analysis*

Dimana:

Poin 4, 5, 7, 8, 9, 11, dan 13 dari atribut kuesioner berada di kuadran 1, artinya untuk atribut poin ke 4, 5, 7, 8, 9, 11, dan 13 diprioritaskan untuk diperbaiki karena tingkat kepuasan masyarakat atas atribut tersebut kurang, sedangkan tingkat kepentingan dari atribut tersebut menurut masyarakat sangat penting.

Poin 1, 2, dan 3 dari atribut kuesioner berada di kuadran 2, artinya untuk atribut poin ke 1, 2, dan 3 sudah mencapai harapan masyarakat dan wajib untuk dipertahankan oleh kantor imigrasi X.

Tabel 12. Nilai Unsur Pelayanan per Atribut

Atribut	Keterangan	Nilai Rata-rata
Q1	Kemudahan prosedur pelayanan	2,34
Q2	Persyaratan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanan	2,53
Q3	Kejelasan petugas pelayanan	2,32
Q4	Kedisiplinan petugas pelayanan	2,25
Q5	Tanggung jawab petugas pelayanan	2,18
Q6	Kemampuan petugas pelayanan	2,16
Q7	Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh petugas pelayanan	1,98
Q8	Keadilan mendapatkan pelayanan	2,02
Q9	Kesopanan dan keramahan petugas pelayanan	2,16
Q10	Kesamaan biaya pelayanan yang ditetapkan dengan kenyataan	2,18
Q11	Kepastian jadwal pelayanan	2,15
Q12	Kenyamanan lingkungan	1,99
Q13	Kenyamanan pelayanan	2,03

Poin 6, 10, dan 12 dari atribut kuesioner berada di kuadran 3, artinya untuk atribut poin ke 6, 10, dan 12 tidak diprioritaskan, karena tingkat kepentingan dari keenam atribut ini menurut masyarakat tidak penting.

Tidak ada poin dari atribut kuesioner berada di kuadran 4, artinya tidak ada atribut yang membuat masyarakat puas, namun tingkat kepentingannya kurang menurut masyarakat.

### Indeks Kepuasan Masyarakat

Hasil akhir kegiatan penyusunan indeks kepuasan masyarakat disusun dengan materi utama sebagai berikut:

Indeks per unsur pelayanan

Berdasarkan hasil penghitungan indeks kepuasan masyarakat, jumlah nilai dari setiap unit pelayanan diperoleh dari jumlah nilai rata-rata setiap unsur pelayanan. Sedangkan nilai indeks komposit (gabungan) untuk setiap unit pelayanan, merupakan jumlah nilai rata-rata dari setiap unsur pelayanan dikalikan dengan penimbang yang sama, yaitu 0,077. Diketahui nilai rata-rata dari masing-masing atribut pelayanan berdasarkan hasil kuesioner dapat dilihat pada Tabel 12:

Maka untuk mengetahui nilai indeks unit pelayanan dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$IKM X = (2,34 \times 0,077) + (2,53 \times 0,077) + (2,32 \times 0,077) + (2,25 \times 0,077) + (2,18 \times 0,077) + (2,16 \times 0,077) +$$

$$(1,98 \times 0,077) + (2,02 \times 0,077) + (2,16 \times 0,077) + (2,18 \times 0,077) + (2,15 \times 0,077) + (1,99 \times 0,077) + (2,03 \times 0,077) = 2,18$$

Dengan demikian nilai indeks unit pelayanan hasilnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

Nilai IKM setelah dikonversi = Nilai Indeks x Nilai Dasar = 2,18 x 25 = 54,42 dengan mutu pelayanan C dan kinerja unit pelayanan kurang baik.

Dalam peningkatan kualitas pelayanan, diprioritaskan pada unsur yang mempunyai nilai paling rendah, sedangkan unsur yang mempunyai nilai cukup tinggi harus tetap dipertahankan.

### House of Quality

Dengan menggunakan Matriks HOQ dapat dibuat target berdasarkan ranking serta mengetahui *rank deployment* untuk peningkatan kepuasan pelanggan. Dimana terdapat enam *technical response* yang harus ditingkatkan kualitasnya (disusun berdasarkan ranking), yakni: training rutin, inspeksi berkala, penerapan sop bagi staf kanim, pemberian pembelajaran untuk staf baru, penilaian berkala kepuasan masyarakat dan pemberian *reward* kepada staf dengan performa kerja terbaik

## KESIMPULAN

Dari analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa: berdasarkan data dari responden yang telah diterima, dapat dikatakan pelayanan yang diberikan oleh staf dari Kantor Imigrasi di wilayah Jakarta dapat dikatakan baik. Hal ini dibuktikan dengan Indeks Kepuasan Masyarakat sebesar 64,42, yang dalam skala Indeks Kepuasan Masyarakat termasuk dalam kategori baik. Terdapat kesenjangan yang signifikan dan bernilai negatif antara harapan dan yang dirasakan oleh masyarakat, artinya masyarakat belum mendapatkan jasa yang diharapkan dari Kantor Imigrasi Jakarta Barat bagian pembuatan paspor. Berdasarkan penelitian, dapat dilihat bahwa terdapat 7 atribut yang diprioritaskan, yaitu kedisiplinan petugas pelayanan, tanggung jawab petugas pelayanan, kecepatan pelayanan yang diberikan petugas pelayanan, keadilan mendapatkan pelayanan, kesopanan dan keramahan petugas pelayanan, kepastian jadwal pelayanan, dan kenyamanan pelayanan. Secara keseluruhan pelayanan yang dilakukan oleh staf dari Kantor Imigrasi Jakarta Barat dapat dikatakan kurang dan masyarakat, khususnya responden, kurang puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini dibuktikan dengan Indeks Kepuasan Masyarakat sebesar 54,42, yang dalam skala Indeks Kepuasan Masyarakat termasuk dalam kategori kurang. Berdasarkan *House Of Quality*, terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kantor imigrasi Jakarta Barat

bagian pembuatan paspor, yaitu *training* rutin untuk petugas pelayanan, penerapan SOP (*Standard Operating Procedure*), inspeksi berkala untuk meninjau agar petugas pelayanan tetap melakukan pelayanan yang terbaik, dan yang terakhir adalah pemberian pembelajaran bagi staf-staf baru agar staf- staf baru tersebut mendapatkan pengetahuan dasar untuk melakukan pelayanan yang terbaik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hasan, 2006. Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 1, No. 1, h. 1-14
- [2] Asakdiyah, Salamatus. 2005. Analisis Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pelanggan Dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen Matahari Group. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. Vol. 16, No 2, h. 129-140.
- [3] Dharmmesta, B.S. & Handoko, H. 1982. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PBF Universitas Gajah Mada.
- [4] Armstrong dan Kotler. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- [5] Sugiono. 1999. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Edisi Kedua. Bandung: CV Alfa Beta.