

STUDI DESKRIPTIF MENGENAI ZONA TOLERANSI PENGGUNA KARTU SIM CARD

Juliani Dyah Trisnawati

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya, email: juliani@ubaya.ac.id

Erna Andajani

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya, email: ernajani@ubaya.ac.id

Budhiman Setyawan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya, email: budhiman@ubaya.ac.id

Abstract

This study describes the tolerance zone for the assessment of service quality cellular phone card providers in the city of Surabaya. Variables which refer to the variables used in the variable service quality (SERVQUAL) Zeithaml, Parasuraman, and Berry (1990) which includes dimensions reliability, assurance, tangible, Empathy, and responsiveness. Furthermore, the analysis obtained questionnaires aimed to describe the MSS (Measure of Service Superiority), namely the gap between service perceptions and service desired, and MSA (Measure of Adequate Service) is the gap between service perceptions and service adequate, and the tolerance zone is the gap between desire service and adequate service. Moreover, tolerance zone is used to explore customer satisfaction to the individual transaction, or service Encounters, and customer satisfaction for services provided by mobile phone providers in the city of Surabaya as a whole.

Keywords: Zona Toleransi, dimensi *Servqual*

Abstrak

Penelitian ini menggambarkan zona toleransi untuk penilaian kualitas pelayanan provider kartu telepon seluler di kota Surabaya. Variabel yang digunakan mengacu pada variabel pada variabel kualitas layanan (*servqual*) Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990) yang meliputi dimensi *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*. Selanjutnya, analisis kuesioner yang diperoleh bertujuan untuk menggambarkan MSS (*Measure of Service Superiority*) yaitu gap antara *service perceptions* dan *service desired*, dan MSA (*Measure of Service Adequate*) yaitu gap antara *service perceptions* dan *service adequate*, serta Zona Toleransi yaitu gap antara *service desire* dan *service adequate*. Lebih dalam lagi, Zona Toleransi digunakan untuk mengeksplorasi kepuasan pelanggan terhadap transaksi individual, atau *service encounters*, dan kepuasan pelanggan atas layanan yang diberikan oleh provider telepon seluler di kota Surabaya secara keseluruhan.

Kata kunci: Zona Toleransi, dimensi *Servqual*

1. Latar Belakang

Kunci keberhasilan suatu badan usaha terletak pada cara perusahaan dalam memperlakukan pelanggannya. Perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggan dalam rangka kepuasan pelanggan dengan cara mengidentifikasi persyaratan pelanggan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, menunjukkan kebutuhan manusia terhadap teknologi komunikasi semakin meningkat. Di sisi lain, memberikan peluang kepada perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi untuk menciptakan produk-produk yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan seperti kebutuhan terhadap telepon seluler (*ponsel*).

Kondisi saat ini, jumlah operator seluler semakin meningkat dan berlomba di dalam memberikan produk serta layanan yang bermutu dengan harga yang murah. Operator seluler seperti Telkomsel, XL, IM3, Esia, cukup mendominasi di dalam penjualan produk kartu telepon.

Dengan fenomena-fenomena ini, penelitian terhadap operator penyedia kartu telepon seluler semakin menarik untuk dilakukan. Oleh karena itu, objek penelitian ini terfokus pada operator penyedia (provider) kartu seluler- *SIM card* GSM dengan pilihan prabayar dan pascabayar. Sebagai gambaran, Tabel 1. memberikan tabel perbandingan tarif pulsa kartu prabayar beberapa operator:

Tabel 1. Perbandingan Tarif Pulsa Kartu Prabayar

Ponsel Ke	PRO XL JEMPOL	KARTU AS (TELKOMSEL)	MENTARI	IM3 SMART
PSTN (lokal)	Rp 200,-	Rp 700,-	Rp 850,-	Rp 900,-
Sesama Operator (lokal)	Rp 999,-	Rp 1200,-	Rp 1500,-	Rp 1000,-
Operator lain	Rp 1299,-	Rp 1500,-	Rp 1710,-	Rp 1550,-

Sumber: <http://www.cellnetid.com>, 2004

Pilihan isi ulang regular (*voucher* fisik dan elektronik), *Regional Pricing* (tarif regional) maupun paket telepon dan SMS dari masing-masing operator membuktikan kemampuannya untuk melayani beragam kebutuhan pelanggannya. Selanjutnya, pada Tabel 2, menjelaskan beberapa operator yang memberikan layanan yang memiliki tingkat kepuasan konsumen terbesar terhadap layanan yang diberikan tepatnya pada tahun 2007.

Tabel 2. Indonesian Service Satisfaction Index 2007 Bidang Layanan Selular

No	Brands	Satisfaction Towards						ISSI
		Service Points Accessibility	Service Process	People	Service Complaint Handling	PSQ	PSV	
1	XL Center	3.9027	3.9523	3.9825	3.9130	3.9507	3.9913	3.9690
2	Grapari Telkomsel	3.9496	3.9532	3.9382	3.9792	3.9506	3.9427	3.9471
3	Plaza Telkom	3.8961	3.9369	3.9324	3.8919	3.9207	3.9730	3.9442
4	Indosat One Gallery	3.9237	3.9627	3.9434	3.9055	3.9383	3.9502	3.9437
5	Gerai Esia	3.6543	3.8391	3.7583	3.7000	3.7508	3.8333	3.7879
6	Lainnya	3.5289	3.9180	3.9753	4.0000	3.8949	4.0000	3.9421

Keterangan: PSQ: *Perceived Service Quality*, PSV: *Perceived Service Value*, ISSI: *Indonesian Service Satisfaction Index*

Sumber: *Marketing* 02/VII/Februari 2007

Untuk mencapai kepuasan yang diharapkan konsumen, suatu perusahaan usaha harus mampu meneliti layanan seperti apa yang seharusnya diberikan kepada konsumen. Sebagaimana diketahui, bahwa tingkat kepuasan konsumen bersifat sangat dinamis, hari ini konsumen menyatakan puas, maka besok hari bisa menyatakan tidak puas. Dalam hal inilah yang menyebabkan tingkat kepuasan konsumen bisa berfluktuasi. Oleh karena itu, untuk mengetahui bahwa konsumen masih puas dengan layanan suatu provider kartu seluler, maka perlunya pengukuran tentang rentang tingkat kepuasan antara layanan minimum yang diharapkan dengan layanan yang lebih dari yang diharapkan oleh konsumen. Rentang inilah yang disebut sebagai zona toleransi.

Nadri dan Hussain (2005), meneliti tentang zona toleransi pada layanan *Cyprus Hotel* - Turki. Hasil penelitiannya menunjukkan, bahwa konsumen yang berkunjung ke hotel tersebut, baik yang menginap atau tidak, memiliki zona toleransi yang sempit atau kecil, artinya bahwa

pelanggan hotel sangat menuntut tinggi terhadap layanan hotel. Subhash C Mehta, *et al.* (2005), meneliti penerapan zona toleransi pada kualitas layanan di perusahaan jasa layanan asuransi, dan Johnston (2002), penelitiannya membahas tentang teori zona toleransi untuk menggali hubungannya antara kepuasan pelanggan terhadap pelayanan keseluruhan suatu badan usaha. Pada penelitian ini, walaupun memiliki kesamaan topik yaitu penelitian tentang zona toleransi, tetapi berbeda pada obyek yang diteliti, yaitu zona toleransi untuk layanan operator kartu seluler di Kota Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat layanan operator kartu seluler di Kota Surabaya apakah masih masuk dalam batas zona toleransi atau tidak masuk dalam zona toleransi.

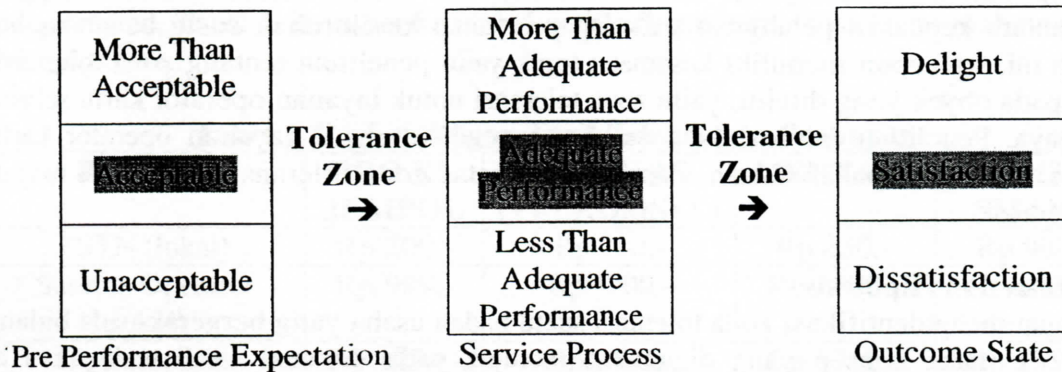
2. Telaah Pustaka dan Hipotesis

Untuk dapat mengidentifikasi zona toleransi suatu badan usaha yang bergerak pada bidang layanan (*service*), maka konsep yang digunakan merujuk pada dimensi kualitas layanan di bidang jasa. Lovelock (2004) menyatakan bahwa ada lima dimensi kualitas layanan yaitu: (1) *Intangibility*. Jasa yang diberikan pada konsumen bersifat tidak berwujud tetapi dapat dirasakan manfaatnya melalui proses penyampaian jasa tersebut, (2) *Inseparability*. Jasa tidak dapat dipisahkan dari penyedia jasa dan konsumennya, (3) *Variability*. Jasa merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis jasa tergantung kepada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi, (4) *Perishability*. Jasa diproduksi dan dikonsumsi dalam suatu waktu secara simultan, (5) *Lack of ownership*. Jasa tidak berwujud dan yang dikonsumsi hanyalah manfaat dari proses jasa tersebut.

Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1990) juga mendefinisikan kualitas layanan sebagai persepsi pelanggan tentang keunggulan dari suatu layanan. Ada dimensi-dimensi umum yang digunakan konsumen untuk menilai kualitas layanan, yaitu: (1) *Tangible*, merupakan tampilan fisik dari fasilitas, peralatan, pegawai, dan sarana komunikasi, (2) *Reliability*, merupakan kemampuan untuk mewujudkan layanan yang dijanjikan, dapat diandalkan, dilaksanakan secara akurat dan memuaskan pelanggan, (3) *Responsiveness*, merupakan kemauan para pegawai untuk membantu dan menyediakan layanan yang tepat kepada pelanggan, (4) *Assurance*, merupakan pengetahuan, kesopanan, dan keramahan karyawan serta kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan, (5) *Empathy*, merupakan kepedulian dan perhatian secara individu para karyawan yang ditetapkan badan usaha dalam menghadapi pelanggan.

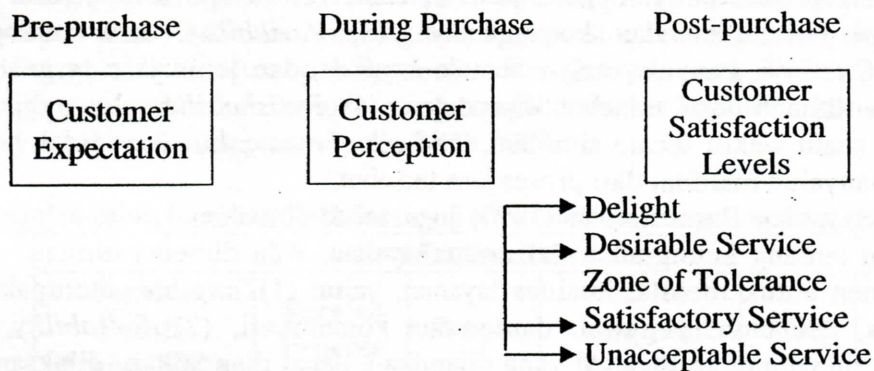
Selanjutnya, jika apa yang dialami/didapatkan konsumen lebih baik daripada yang diharapkan, maka kualitas layanan yang didapat tinggi dan konsumen merasa amat sangat puas atau senang. Sesuatu yang dialami/didapatkan konsumen tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan yang diterima sangat kurang atau buruk dan tentunya konsumen akan merasa tidak puas/kecewa. Berkaitan dengan hal ini, zona toleransi merupakan suatu gagasan yang muncul dari konsep manajemen layanan (*service management*) dan perilaku konsumen (*consumer behaviour*). (Miller, 1977; Oliver, 1980; Woodroof, *et al.*, 1985; Swan, 1988; Kennedy dan Thirkell, 1988; Berry dan Parasuraman, 1991; Zeithaml *et al.*, 1993), penjelasannya pada Gambar 1.

Pada Gambar 1, zona toleransi berada pada kolom tengah, yaitu apa yang diharapkan konsumen tercapai dengan layanan minimum yang diberikan suatu badan usaha, sehingga konsumen mencapai kepuasan. Berikut adalah gambar lainnya dari zona toleransi:



Sumber: Johnston, 2002, diolah

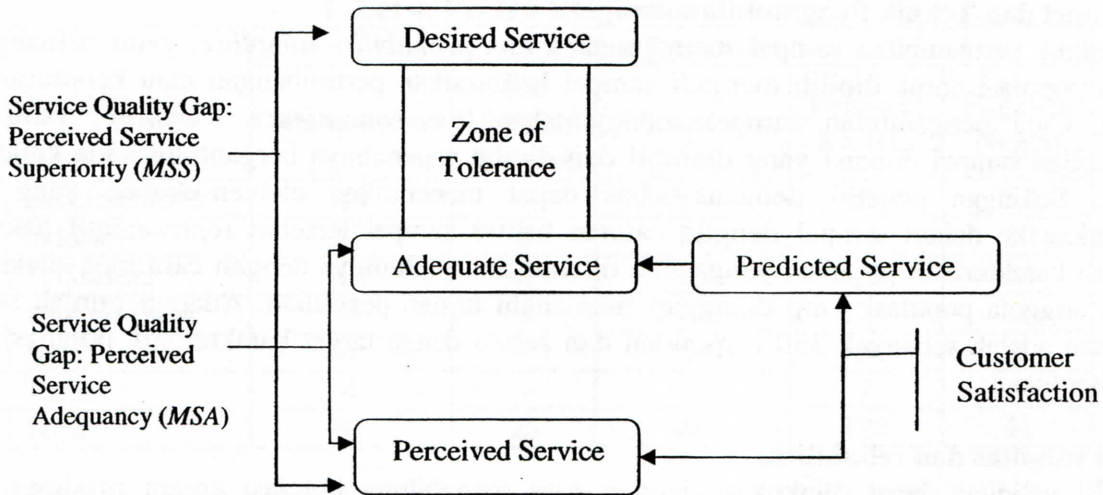
Gambar 1. Three Zones of Tolerance



Sumber: Parasuraman, 1995

Gambar 2. Teori Zona Toleransi

Parasuraman (1995) dalam *Service Quality in Leisure and Tourism* (2003) menambahkan, "Between 'desired' and 'adequate', is the customer's zone of tolerance". Di antara layanan yang sangat memuaskan dan minimum, merupakan zona toleransi konsumen, sehingga apabila layanan yang diberikan ternyata di bawah layanan minimum, maka akan timbul ketidakpuasan konsumen (Gambar 2). Dalam pengukuran zona toleransi, terdapat model kualitas layanan (*Servqual*) yang dimodifikasi. Hal ini dilakukan untuk mengukur dua jenis kualitas layanan yang nantinya sebagai dasar pengukuran zona toleransi yaitu: *Measure of Service Superiority (MSS)*; adalah rentang (*gap*) antara layanan yang diterima (*perceived service*) dan layanan yang amat sangat memuaskan/melebihi dari apa yang diharapkan (*desired service*), dan *Measure of Service Adequacy (MSA)*; adalah rentang antara layanan yang diterima (*perceived service*) dan layanan standar yang diberikan/layanan minimum/sesuai dengan yang diharapkan konsumen (*adequate service*) atau sesuai dengan prediksikan.



Sumber: Zeithaml *et al*, 1993

Gambar 3. Zona of Tolerance

Gambar 3 menjelaskan bahwa zona toleransi berada di area antara layanan yang lebih dari yang diharapkan atau diprediksikan oleh konsumen (*desired service*) dan layanan standar / minimum atau sesuai dengan apa yang diprediksikan oleh konsumen (*adequate service*). Kedua layanan ini dapat dikatakan masih dapat “ditolerir” oleh konsumen (sama-sama berdampak memuaskan).

Berdasarkan hal ini, hipotesis penelitian adalah “Bagaimana gambaran tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh operator penyedia kartu seluler di kota Surabaya, apakah sesuai dengan yang diharapkan, atau melebihi harapan pelanggan?” dan berapa zona toleransinya?”

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai *Zone of Tolerance* (Zona Toleransi) *service provider* kartu telpon seluler di Surabaya.

3.1. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan mengacu pada variabel kualitas layanan (*servqual*) Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990) yaitu variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* pada *service provider* kartu telepon seluler di Surabaya.

3.2. Sumber Data, target dan karakteristik populasi

Data penelitian diperoleh dari hasil survei dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden (dimana aras pengukuran interval dan skala pengukuran numerikal-interval, yaitu skala pengukuran yang meminta responden untuk memberikan penilaian terhadap sejumlah pernyataan tentang objek yang diteliti yang diukur dalam skala likert 1-5). Target populasi adalah pelanggan kartu telepon seluler. Pelanggan tersebut telah memiliki kartu telepon selular jenis pra bayar dan atau pasca bayar, serta telah menjadi pelanggan minimum 6 bulan terakhir pada kartu telepon seluler tersebut. Pelanggan pernah berkunjung ke kantor *service provider* kartu telepon seluler tersebut. Pelanggan berpendidikan minimal SMU karena pada tingkat pendidikan tersebut responden dianggap mempunyai kemampuan untuk memahami kuesioner yang diberikan, berdomisili di Surabaya dengan tujuan agar memudahkan penelitian yang dilakukan.

3.3. Sampel dan Teknik Pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*, yaitu peluang dari anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel berdasarkan pertimbangan atau keputusan dari peneliti. Cara pengambilan sampel menggunakan tipe *convenience sampling*, yaitu cara pengambilan sampel dimana yang diambil dan dipilih sepenuhnya bergantung pada keputusan peneliti. Sehingga peneliti dengan bebas dapat menentukan elemen-elemen yang akan dimasukkan ke dalam sampel dengan catatan bahwa sampel tersebut representatif atau bisa mewakili karakteristik populasi yang telah ditentukan sebelumnya dengan cara menyeleksi dan menilai anggota populasi yang dianggap memenuhi tujuan penelitian. Adapun jumlah sampel responden adalah sebanyak 350 responden dan sesuai dengan target karakteristik populasi yang telah ditentukan.

3.4. Uji validitas dan reliabilitas

Uji validitas dapat dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dalam kuesioner. Apabila koefisien korelasi nilai signifikansinya adalah $\leq 0,05$ menunjukkan bahwa pernyataan tersebut sudah sah sebagai pembentuk indikator. Sedangkan dalam pengukuran reliabilitas digunakan *cronbach alpha* (α) yang menunjukkan seberapa bagus pernyataan berhubungan positif dengan pernyataan yang lain. Jika koefisien *cronbach alpha* bernilai lebih besar dari r tabel, maka instrumen dikatakan *reliable* atau dapat diterima.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Tampilan Profil Responden

Dari 350 kuesioner yang disebarkan, ternyata didapatkan 336 kuesioner yang valid. Sisa 14 kuesioner yang tidak dipakai karena responden menggunakan provider kartu telpon yang beragam dan tidak umum. Profil responden pengguna jasa layanan operator telepon seluler di Surabaya yang terbagi dalam kelompok provider tertera pada Tabel 3., yang menunjukkan bahwa provider dengan presentase terbesar adalah responden yang menggunakan produk Excelcomindo, dan yang paling sedikit responden produk Three. Profesi responden seperti yang tertera pada Tabel 4, tampak bahwa mayoritas profesi responden adalah pegawai swasta, kecuali pada provider Excelcomindo ternyata mahasiswa yang lebih mendominasi.

Tabel 3. Profil Responden

No	Nama Provider	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Excelcomindo	118	35,12
2	Indosat	94	27,98
3	Telkomsel	81	24,11
4	Telkom-Flexi	17	5,05
5	Axis	14	4,17
6	Three	12	3,57
Total		336	100

Tabel 4. Profesi Responden

No	Nama Provider	Profesi Responden				
		Mahasiswa	Ibu Rumah Tangga	Wiraswasta	Pegawai Swasta	Pegawai Negeri
1	Excelcomindo	45	9	14	39	11
2	Indosat	27	5	11	41	10
3	Telkomsel	13	8	16	30	14
4	Telkom-Flexi	4	3	4	3	3
5	Axis	4	-	3	5	2
6	Three	4	-	-	7	1
	Total	97	25	48	125	41

4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

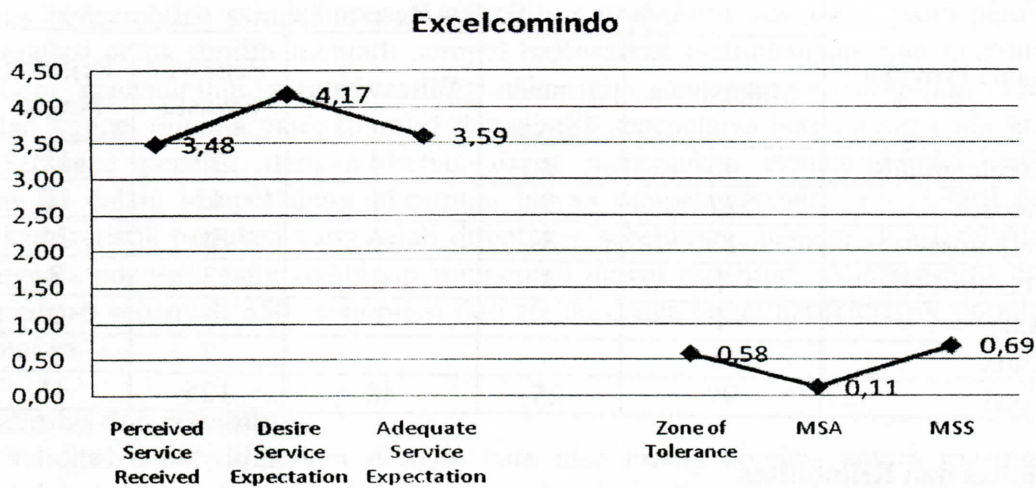
Berdasarkan uji korelasi dari masing-masing pernyataan pada uji korelasi menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 5% pada masing-masing item pernyataan terhadap total, maka pernyataan tersebut sudah sahih dan dianggap valid. Berdasarkan nilai *cronbach's alpha* didapatkan hasil lebih besar dari 0,6, berarti uji reliabilitas dipenuhi, sehingga kuesioner dapat dianggap layak untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

4.3. Zona Toleransi Masing-masing Provider Kartu Telepon Seluler

Tabel 5. Zona Toleransi Provider Excelcomindo

No	Dimensi	Mean			Zone of Tolerance	MSA	MSS
		Perceived Service Received (P)	Desire Service Expectation (D)	Adequate Service Expectation (A)	Desire-Adequate D-A	A-P	D-P
1	Tangible	3,50	4,09	3,53	0,57	0,03	0,60
2	Reliability	3,37	4,22	3,62	0,61	0,25	0,85
3	Responsivness	3,46	4,20	3,57	0,63	0,11	0,73
4	Assurance	3,71	4,21	3,68	0,53	-0,03	0,50
5	Empathy	3,38	4,11	3,57	0,54	0,20	0,74
	Kualitas Layanan	3,48	4,17	3,59	0,58	0,11	0,69

Pada Tabel 5, tampak bahwa nilai rata-rata kualitas layanan yang paling tinggi pada *Perceived Service Received* dan *Adequate Service Expectation* adalah nilai rata-rata dimensi *assurance*, berarti setelah merasakan layanan provider Excelcomindo, responden merasakan kualitas layanan yang paling tinggi pada layanan yang terkait dengan adanya jaminan yang diberikan kepada pelanggan. Berbeda dengan nilai rata-rata *Desire Service Expectation*, yang paling tinggi adalah pada dimensi *reliability*, berarti responden mengharapkan lebih pada keandalan layanan provider Excelcomindo.



Gambar 4. Zona Toleransi Provider Excelcomindo

Provider excelcomindo memiliki zona toleransi sebesar 0,58 yang dapat dianggap memiliki rentang yang kecil, berarti bahwa rentang layanan yang dikehendaki (diharapkan) dan standar layanan minimum yang ditentukan oleh pelanggan relatif berdekatan. Bila dilihat dari nilai MSA sebesar 0,11; menunjukkan bahwa layanan yang diterima oleh pelanggan masih dibawah layanan minimum yang diharapkan oleh pelanggan (walaupun selisihnya relatif kecil). Bila dicermati dari Tabel 5, provider Excelcomindo hanya unggul di dimensi *assurance*, dimensi kualitas layanan lainnya harus ditingkatkan lagi. Sedangkan bila ditinjau dari nilai MSS sebesar 0,69; menunjukkan bahwa untuk menuju layanan yang dikehendaki oleh pelanggan, provider Excelcomindo harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanannya di semua dimensi karena selisihnya D-P nya cukup besar.

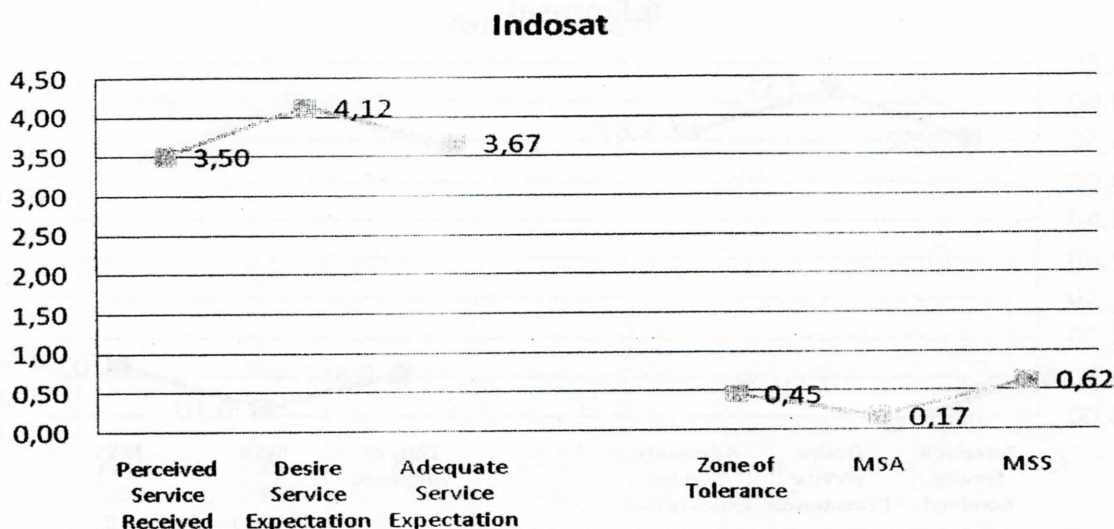
Tabel 6. Zona Toleransi Provider Indosat

No	Dimensi	Mean			Zone of Tolerance	MSA	MSS
		Perceived Service Received	Desire Service Expectation	Adequate Service Expectation	Desire-Adequate	A-P	D-P
1	Tangible	3,48	4,09	3,64	0,45	0,16	0,60
2	Reliability	3,48	4,17	3,67	0,50	0,19	0,69
3	Responsiveness	3,43	4,15	3,65	0,51	0,22	0,73
4	Assurance	3,68	4,15	3,77	0,38	0,09	0,47
5	Empathy	3,43	4,06	3,61	0,45	0,18	0,63
Kualitas Layanan		3,50	4,12	3,67	0,45	0,17	0,62

Pada Tabel 6, tampak bahwa nilai rata-rata kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan (*Perceived Service Received*) masih berada di bawah nilai rata-rata kualitas layanan minimum yang diharapkan oleh pelanggan (*Adequate Service Expectation*) provider Indosat. Bila dilihat dari dimensi layanan, hampir semua dimensi kualitas layanannya di bawah kualitas standar minimum.

Provider Indosat memiliki zona toleransi sebesar 0,45 yang dapat dianggap memiliki rentang yang kecil, berarti bahwa rentang layanan yang dikehendaki (diharapkan) dan standar layanan minimum yang ditentukan oleh pelanggan relatif berdekatan. Bila dilihat dari nilai MSA

sebesar 0,17; menunjukkan bahwa layanan yang diterima oleh pelanggan masih dibawah layanan minimum/standar yang diharapkan oleh pelanggan (walaupun selisihnya relatif kecil). Bila dicermati dari Tabel 6, provider Indosat, semua dimensi kualitas layanan lainnya harus ditingkatkan lagi. Bila ditinjau dari nilai MSS sebesar 0,62; menunjukkan bahwa untuk menuju layanan yang dikehendaki oleh pelanggan, provider Indosat harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanannya di semua dimensi karena selisihnya D-P nya cukup besar.



Gambar 5. Zona Toleransi Provider Indosat

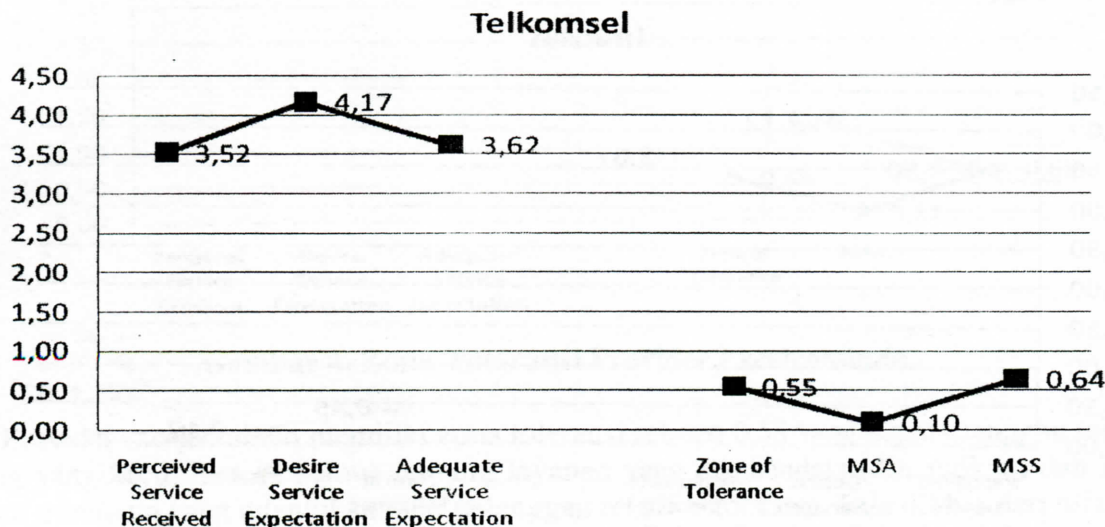
Pada Tabel 7, tampak bahwa nilai rata-rata kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan (*Perceived Service Received*) masih berada di bawah nilai rata-rata kualitas layanan minimum yang diharapkan oleh pelanggan (*Adequate Service Expectation*) provider Telkomsel. Bila dilihat dari dimensi layanan, hampir semua dimensi kualitas layanan yang diterima pelanggan masih di bawah kualitas standar minimum yang diharapkan pelanggan.

Tabel 7
Zona Toleransi Provider Telkomsel

No	Dimensi	Mean			Zone of Tolerance	MSA	MSS
		Perceived Service Received	Desire Service Expectation	Adequate Service Expectation	Desire-Adequate	A-P	D-P
1	Tangible	3,41	4,09	3,50	0,59	0,09	0,68
2	Reliability	3,51	4,19	3,59	0,60	0,08	0,68
3	Responsiveness	3,49	4,18	3,59	0,59	0,10	0,69
4	Assurance	3,75	4,22	3,80	0,42	0,05	0,47
5	Empathy	3,46	4,15	3,62	0,53	0,16	0,69
Kualitas Layanan		3,52	4,17	3,62	0,55	0,10	0,64

Provider Telkomsel memiliki zona toleransi sebesar 0,55 yang dapat dianggap memiliki rentang yang kecil, berarti bahwa rentang layanan yang dikehendaki (diharapkan) dan standar layanan minimum yang ditentukan oleh pelanggan relatif berdekatan. Bila dilihat dari nilai MSA sebesar 0,10; menunjukkan bahwa layanan yang diterima oleh pelanggan masih dibawah layanan minimum/standar yang diharapkan oleh pelanggan (walaupun selisihnya relatif kecil). Bila

dicermati dari Tabel 7, provider Telkomsel hanya unggul di dimensi *assurance*, dimensi kualitas layanan lainnya harus ditingkatkan lagi. Bila ditinjau dari nilai MSS sebesar 0,64; menunjukkan bahwa untuk menuju layanan yang dikehendaki oleh pelanggan, provider Telkomsel harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanannya di semua dimensi karena selisihnya D-P nya cukup besar.



Gambar 6. Zona Toleransi Provider Telkomsel

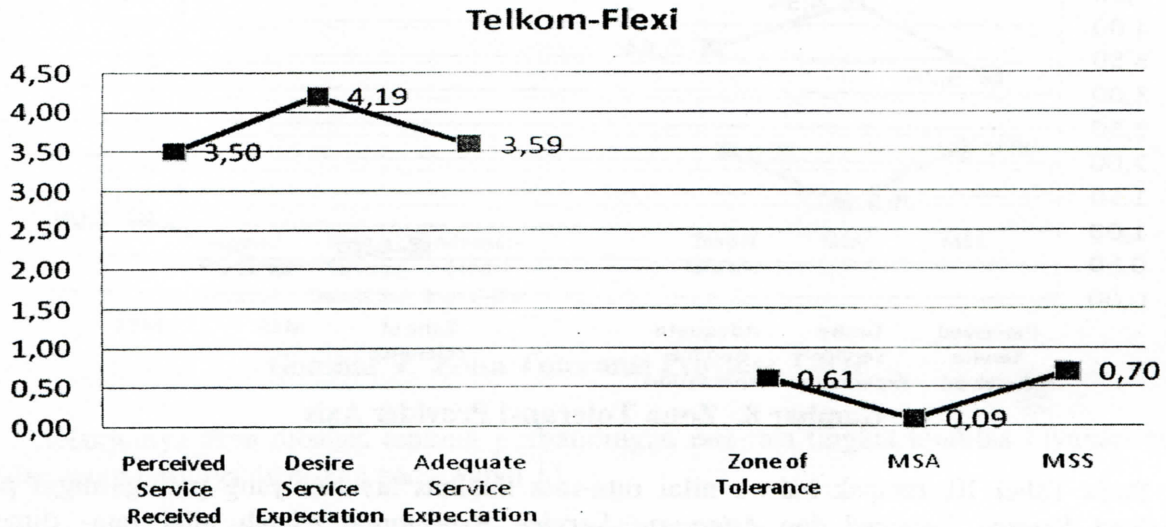
Pada Tabel 8, tampak bahwa nilai rata-rata kualitas layanan yang paling tinggi pada *Perceived Service Received* dan *Adequate Service Expectation* adalah nilai rata- dimensi *assurance*, berarti setelah merasakan layanan provider Telkom-Flexi, responden merasakan kualitas layanan yang paling tinggi pada layanan yang terkait dengan adanya jaminan yang diberikan kepada kepada pelanggan. Demikian juga dengan nilai rata-rata *Desire Service Expectation*, yang paling tinggi adalah pada dimensi *Assurance*, berarti responden mengharapkan lebih pada jaminan layanan provider Telkom-Flexi.

Tabel 8
Zona Toleransi Provider Telkom-Flexi

No	Dimensi	Mean			Zone of Tolerance	MSA	MSS
		Perceived Service Received	Desire Service Expectation	Adequate Service Expectation	Desire-Adequate	A-P	D-P
1	Tangible	3,41	4,21	3,51	0,70	0,10	0,80
2	Reliability	3,52	4,36	3,66	0,71	0,14	0,85
3	Responsiveness	3,28	4,25	3,46	0,79	0,18	0,97
4	Assurance	3,78	4,09	3,69	0,40	-0,09	0,31
5	Empathy	3,50	4,06	3,62	0,44	0,12	0,56
Kualitas Layanan		3,50	4,19	3,59	0,61	0,09	0,70

Provider Telkom-Flexi memiliki zona toleransi sebesar 0,61 yang dapat dianggap memiliki rentang yang kecil, berarti bahwa rentang layanan yang dikehendaki (diharapkan) dan standar layanan minimum yang ditentukan oleh pelanggan relatif berdekatan. Bila dilihat dari nilai MSA sebesar 0,09; menunjukkan bahwa layanan yang diterima oleh pelanggan masih dibawah layanan

minimum/standar yang diharapkan oleh pelanggan (walaupun selisihnya relatif kecil). Bila dicermati dari Tabel 8, provider Telkom-Flexi hanya unggul di dimensi *assurance*, dimensi kualitas layanan lainnya harus ditingkatkan lagi. Bila ditinjau dari nilai MSS sebesar 0,70; menunjukkan bahwa untuk menuju layanan yang dikehendaki oleh pelanggan, provider Telkom-Flexi harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanannya di semua dimensi karena selisihnya D-P nya cukup besar.



Gambar 7. Zona Toleransi Provider Telkom-Flexi

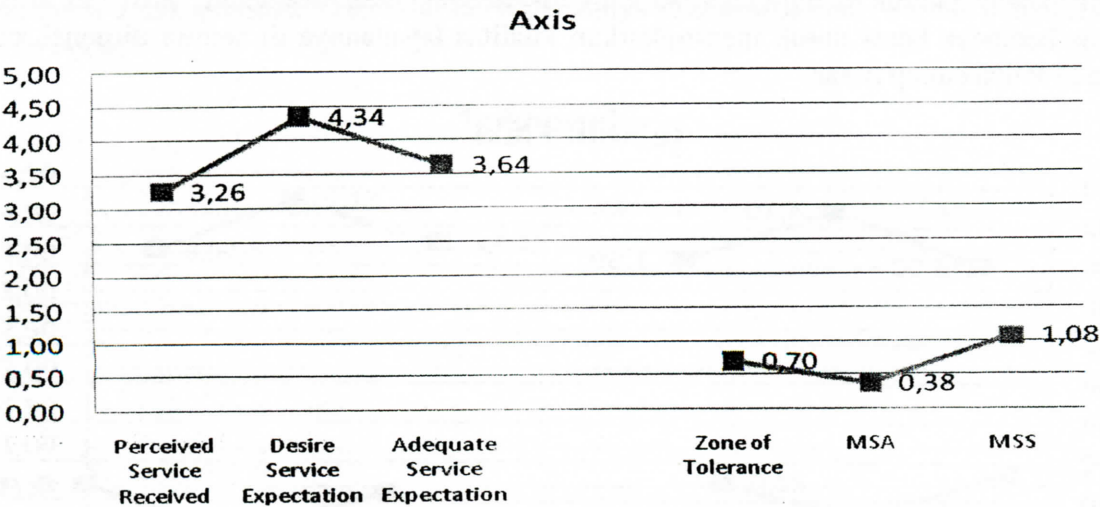
Pada tabel 9, tampak bahwa nilai rata-rata kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan (*Perceived Service Received*) masih berada di bawah nilai rata-rata kualitas layanan minimum yang diharapkan oleh pelanggan (*Adequate Service Expectation*) provider Axis. Bila dilihat dari dimensi layanan, hampir semua dimensi kualitas layanan yang diterima pelanggan masih di bawah kualitas standar minimum yang diharapkan pelanggan.

Tabel 9. Zona Toleransi Provider Axis

No	Dimensi	Mean			Zone of Tolerance	MSA	MSS
		Perceived Service Received	Desire Service Expectation	Adequate Service Expectation	Desire-Adequate	A-P	D-P
1	Tangible	3,29	4,32	3,64	0,67	0,36	1,03
2	Reliability	3,14	4,20	3,67	0,53	0,53	1,06
3	Responsiveness	3,21	4,48	3,64	0,84	0,43	1,27
4	Assurance	3,41	4,39	3,63	0,77	0,21	0,98
5	Empathy	3,27	4,32	3,63	0,70	0,36	1,05
Kualitas Layanan		3,26	4,34	3,64	0,70	0,38	1,08

Provider Axis memiliki zona toleransi sebesar 0,70 yang dapat dianggap memiliki rentang yang kecil, berarti bahwa rentang layanan yang dikehendaki (diharapkan) dan standar layanan minimum yang ditentukan oleh pelanggan relatif berdekatan. Bila dilihat dari nilai MSA sebesar 0,38; menunjukkan bahwa layanan yang diterima oleh pelanggan masih dibawah layanan minimum/standar yang diharapkan oleh pelanggan (walaupun selisihnya relatif kecil). Bila dicermati dari Tabel 9, provider Axis semua dimensi kualitas layanan harus ditingkatkan lagi. Bila ditinjau dari nilai MSS sebesar 1,08; menunjukkan bahwa untuk menuju layanan yang

dikehendaki oleh pelanggan, provider Axis harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanan disemua dimensi karena selisih D-P nya cukup besar.



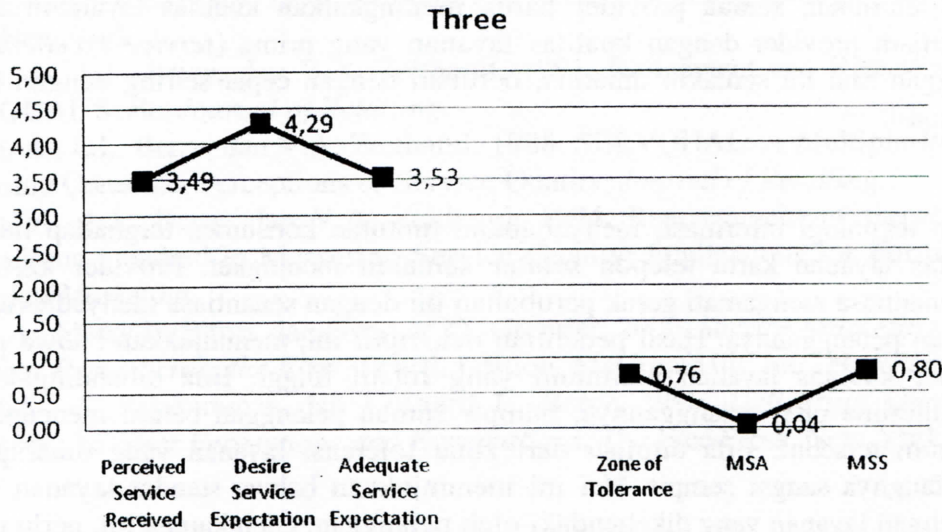
Gambar 8. Zona Toleransi Provider Axis

Pada Tabel 10, tampak bahwa nilai rata-rata kualitas layanan yang paling tinggi pada *Perceived Service Received* dan *Adequate Service Expectation* adalah nilai rata- dimensi *assurance*, dan *Responsiveness*, berarti setelah merasakan layanan provider Three, responden merasakan kualitas layanan yang paling tinggi pada layanan yang terkait dengan adanya jaminan dan ketanggapan yang diberikan kepada kepada pelanggan.

Tabel 10. Zona Toleransi Provider Three

No	Dimensi	Mean			Zone of Tolerance	MSA	MSS
		Perceived Service Received	Desire Service Expectation	Adequate Service Expectation	Desire-Adequate	A-P	D-P
1	Tangible	2,90	3,63	3,11	0,52	0,20	0,73
2	Reliability	3,53	4,47	3,75	0,72	0,22	0,93
3	Responsiveness	3,69	4,38	3,56	0,81	-0,13	0,69
4	Assurance	3,92	4,50	3,73	0,77	-0,19	0,58
5	Empathy	3,42	4,48	3,52	0,96	0,10	1,06
Kualitas Layanan		3,49	4,29	3,53	0,76	0,04	0,80

Provider Three memiliki zona toleransi sebesar 0,76 yang dapat dianggap memiliki rentang yang kecil, berarti bahwa rentang layanan yang dikehendaki (diharapkan) dan standar layanan minimum yang ditentukan oleh pelanggan relatif berdekatan. Bila dilihat dari nilai MSA sebesar 0,04; menunjukkan bahwa layanan yang diterima oleh pelanggan masih dibawah layanan minimum/standar yang diharapkan oleh pelanggan (walaupun selisihnya relatif kecil). Bila dicermati dari Tabel 5, provider Three hanya unggul di dimensi *assurance* dan *responsiveness*, sedangkan layanan lainnya harus ditingkatkan lagi. Sedangkan bila ditinjau dari nilai MSS sebesar 0,80; menunjukkan bahwa untuk menuju layanan yang dikehendaki oleh pelanggan, provider Three harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanannya di semua dimensi karena selisihnya D-P nya cukup besar.



Gambar 9. Zona Toleransi Provider Three

Selanjutnya akan dibahas tentang perbandingan rata-rata tingkat kualitas layanan antar provider, yang hasilnya diberikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Zona Toleransi Provider Telepon Seluler

No	Dimensi	Mean			Zone of Tolerance	MSA	MSS
		Perceived Service Received	Desire Service Expectation	Adequate Service Expectation	Desire-Adequate	A-P	D-P
1	Excelcomindo	3,48	4,17	3,59	0,58	0,11	0,69
2	Indosat	3,50	4,12	3,67	0,45	0,17	0,62
3	Telkomsel	3,52	4,17	3,62	0,55	0,10	0,64
4	Telkom-Flexi	3,50	4,19	3,59	0,61	0,09	0,70
5	Axis	3,26	4,34	3,64	0,70	0,38	1,08
6	Three	3,49	4,29	3,53	0,76	0,04	0,80

Pada Tabel 11 menunjukkan bahwa setelah merasakan layanan provider telepon seluler (*Perceived Service Received*) responden pelanggan Telkomsel mempunyai nilai rata-rata kualitas layanan yang paling tinggi, jika dibandingkan dengan pelanggan provider lainnya, sedangkan provider yang mendapatkan nilai rata-rata terendah adalah provider Axis. Namun demikian, bila ditinjau dari harapan layanan yang dikehendaki pelanggan (*Desire Service Expectation*), pelanggan Axis memiliki nilai yang tinggi dibandingkan provider lainnya. Bila ditinjau dari standar minimum layanan yang diharapkan pelanggan, provider Indosat memiliki nilai yang tinggi dibandingkan dengan yang lainnya.

Zona toleransi, provider indosat memiliki rentang yang sempit, berarti tuntutan pelanggan kualitas layanan provider indosat cukup tinggi dibandingkan dengan provider lainnya. Bila ditinjau dari nilai MSA-nya, ternyata provider Telkomsel memiliki tingkat layanan yang sudah mendekati tingkat layanan minimum/standar yang diharapkan oleh pelanggan. Pada provider Axis, bila ditinjau dari nilai MSS, memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan provider lainnya. Hal ini menunjukkan, provider Axis harus lebih berupaya di dalam meningkatkan kualitas layanannya agar sesuai dengan harapan layanan yang dikehendaki oleh pelanggannya.

Secara keseluruhan, semua provider harus meningkatkan kualitas layanannya, apalagi kalau ingin menjadi provider dengan kualitas layanan yang prima (*service excellent*), karena tuntutan pelanggan saat ini semakin dinamis, berubah dengan cepat seiring dengan kemajuan teknologi informasi.

5. Kesimpulan

Kemajuan teknologi informasi, menyebabkan tuntutan konsumen terhadap hal tersebut terutama kualitas layanan kartu telepon seluler semakin meningkat. Provider kartu telepon seluler harus senantiasa mengamati gerak perubahan ini dengan senantiasa menyediakan layanan yang memuaskan pelanggannya. Hasil penelitian deksriptif ini, menunjukkan bahwa pelanggan memiliki standar kualitas layanan minimum yang relatif tinggi. Bila dibandingkan dengan layanan yang diterima oleh pelanggannya, hampir semua pelanggan belum mencapai standar layanan minimum tersebut. Bila ditinjau dari zona toleransi layanan yang diharapkan oleh pelanggan, rentangnya sangat sempit. Hal ini menunjukkan bahwa standar layanan minimum sangat dekat dengan layanan yang dikehendaki oleh pelanggan. Oleh karena itu, perlu upaya dan kerja keras guna mencapai kepuasan pelanggan.

Lebih jauh, bila dilihat kualitas layanan yang harus ditingkat oleh para provider kartu telepon seluler dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Provider Excelcomindo harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanannya di semua dimensi kecuali dimensi *assurance*,
- Provider Indosat harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanannya di semua dimensi,
- Provider Telkomsel harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanannya di semua dimensi kecuali dimensi *assurance*,
- Provider Telkom-Flexi harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanannya di semua dimensi kecuali dimensi *assurance*,
- Provider Axis harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanannya di semua dimensi,
- Provider Three harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanannya di semua dimensi kecuali dimensi *assurance* dan *responsiveness*,
- Provider Three harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanannya di semua dimensi kecuali dimensi *assurance* dan *responsiveness*,

DAFTAR PUSTAKA

- Blumberg, Donald F., 1991, *Managing Services as a Strategic Profit Center*, International Edition, McGraw-Hill Inc., New York.
- Hoffman, K. Douglas dan John E.G Bateson, 1997, *Essentials of Service Marketing*, The Dryden Press, Florida.
- Johnston Robert, 2002, *The Zone Of Tolerance: Exploring The Relationship Between Service Transactions and Satisfaction With The Overall Service*, Emerald Journal.
- Lovelock, Christopher dan Lauren Wright, 2002, *Principles of Service Marketing and Management*, Second Edition, Pearson Education Int. Inc., New York.
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management*, Millenium Edition, Prentice Hall, Inc., New Jersey.
- Mehta Subhash C, 2005, *et al.*, *MSS, MSA, and Zone Of Tolerance As Measures Of Service Quality: A Study of the life insurance industry*, Emerald Journal.
- Nadiri, Halil dan Kashif Hussain, 2005, *Diagnosing the Zone of Tolerance for Hotel Service*, Emerald Journal.

- Parasuraman, A. dan L.L. Berry, 1990, *Marketing Services Competing through Quality*, The Free Press, New York.
- Parasuraman, A., L.L. Berry, dan V.A. Zeithaml, 1991, Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale, *Journal of Retailing*.
- Parasuraman, A., L.L. Berry, dan V.A. Zeithaml, 1988, SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*.
- Parasuraman, A., L.L. Berry, dan V.A. Zeithaml, 1994, Reassessment of Expectations as a Comparison Standrad in Measuring Service Quality: Implications for Further Research, *Journal of Marketing*.
- Zeithaml, V.A., Marry Jo Bitner dan Dwayne D. Gremler, 2006, *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, Fourth Edition, McGraw-Hill, Inc., New York.
- Zeithaml, V.A., A. Parasuraman dan Leonard L. Berry, 1990, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, The Free Press, New York.