

Analisis Kesenjangan Antara Pengguna dan Penyedia Elitag (E-Learning UNTAG Surabaya)

Yusrida Muflihah*, Agyl Ardi Rahmadi**, Jessica Angelina Gatur***, Ahmad Alfianto****

Fakultas Teknik, Teknik Informatika, Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya, Indonesia

*yusrida murlihah@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

The Elitag service is a single point of application used by University Lecturers on August 17 1945 to provide teaching through courage to students. Elitag Services has a role in helping lecturers deliver material, conduct attendance and discussions boldly. Elitag's services have increasingly gained value since distance lectures were held during the Covid-19 pandemic. However, the provision of Elitag services cannot be separated from several problems, including: 1) there is a gap between the expectations and perceptions of Elitag service users, 2) the Service Level Agreement (SLA) for Elitag services does not yet explain service requirements regarding capacity, performance and service availability, 3) minimum level of service evaluation. Seeing this problem, it is necessary to carry out an error analysis among Elitag service users and Elitag service providers. This research focuses on Service Level Management (SLM) which can ensure that agreements made are in accordance with customer needs, meetings between Elitag Service users and Elitag Service providers can be minimized. Referring to ITIL, the first stage that needs to be carried out is to conduct a survey using the SERVQUAL method to determine the expectations and perceptions of service users, then review the current conditions of Elitag Service SLM based on the dimensions of the SERVQUAL method. The research results show that there is a gap between the expectations and perceptions of service users, namely that the expectations of service users are higher but not in accordance with the perceptions of service users. This is indicated by the overall average score of -0.58, with the highest gap score in the responsiveness dimension (-0.73) and the lowest gap score in the Tangibles dimension (-0.43). This score shows that there is a gap but it is not significant.

Keyword: *elearning, servqual, service management, Service Level Agreement, user, service provider*

1. Pendahuluan

Layanan adalah suatu cara mengantarkan nilai (*value*) kepada pelanggan dengan memfasilitasi tercapainya *outcome* bagi pelanggan tanpa terlibat atas kepemilikan biaya dan risiko tertentu (ITIL, 2009). Pemberian layanan kepada pelanggan difungsikan untuk memuaskan pelanggan dalam menggunakan layanan yang ditawarkan, pada tahap selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan pelanggan dan pengguna layanan serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Untuk mengantarkan nilai (*value*) kepada pelanggan, dapat dilakukan dengan menerapkan manajemen layanan teknologi informasi. Manajemen Layanan Teknologi Informasi (ITSM) adalah rencana dan kontrol dari aset teknologi informasi (TI) (termasuk sistem, infrastruktur dan perangkat), *people* dan proses untuk mendukung kebutuhan operasional bisnis seefisien mungkin dan memastikan bahwa organisasi memiliki kemampuan untuk terus mengevaluasi proses dan kinerja dalam rangka mengidentifikasi dan menerapkan peluang perbaikan (*opportunities for improvement*) (Addy, 2007). Dengan penerapan manajemen layanan teknologi informasi, akan ada kepastian kualitas layanan dari manajemen sesuai dengan tingkat layanan yang telah disepakati dengan pelanggan.

Kepastian kualitas layanan yang sesuai dengan tingkat layanan yang telah disepakati dengan pelanggan merupakan salah satu aspek penting dalam penerapan manajemen layanan teknologi informasi. Aspek tersebut tergambar pada *Service Level Management ITIL di proses Service Design* (ITIL, 2009). *Service Level Management* merupakan proses yang bertujuan untuk menyelaraskan bisnis dengan kualitas layanan serta menentukan kebutuhan dan harapan pelanggan dalam sebuah perjanjian antara penyedia layanan dan pengguna layanan. *Service Level Management* memiliki beberapa keluaran, diantaranya *Service Level Requirement* (SLR) dan *Service Level Agreement* (SLA). Kedua dokumen tersebut menjelaskan mengenai poin-poin yang lebih detail mengenai kebutuhan layanan. Poin-poin yang dijelaskan, diantaranya mengenai target ketersediaan layanan, target keandalan layanan, performa layanan.

Dalam upaya menyampaikan tingkat layanan (*Service Level*) TI dan mendukung tercipta pembelajaran melalui daring sesuai kebijakan belajar dari rumah selama masa *pandemic*, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya memiliki layanan Elitag yang membantu dalam menyampaikan materi, melakukan absensi, dan diskusi secara daring. Terlepas dari menjaga *service level*, ada permasalahan mendasar pada layanan elitag

yaitu 1) terjadi kesenjangan antara harapan dan persepsi pengguna layanan Elitag, 2) *Service Level Agreement* (SLA) layanan Elitag belum rinci menjelaskan kebutuhan layanan mengenai kapasitas, performa dan ketersediaan layanan, 3) minimnya evaluasi level layanan. Melihat permasalahan tersebut, perlu dilakukan analisis kesenjangan pada pengguna layanan Elitag dan penyedia layanan Elitag. Penelitian ini berfokus pada *Service Level Management* (SLM) yang dapat memastikan bahwa perjanjian yang dibuat sesuai dengan kebutuhan pelanggan, kesenjangan pada pengguna Layanan Elitag dan penyedia Layanan Elitag dapat diminimalisir.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, dilakukan dua tahapan untuk memperoleh hasil kesenjangan pengguna dan penyedia layanan Elitag.

2.1. Tahapan 1: Analisis Kesenjangan antara Harapan dan Persepsi Pengguna Layanan Elitag

Proses pertama yang dilakukan yaitu analisis. Analisis disini yaitu melakukan analisis kesenjangan antara harapan dan persepsi pengguna layanan helpdesk berdasarkan hasil survei yang ditujukan kepada pengguna layanan Elitag. Beberapa hal yang dilakukan dalam tahap ini, diantaranya:

a. Wawancara

Wawancara ditujukan kepada Kepala DSI dan staff yang bertanggung jawab dalam mengelola layanan Elitag. Dari wawancara ini, dapat diketahui deskripsi layanan, layanan yang diberikan dan pentingnya layanan Elitag bagi universitas.

b. Penyusunan Kuesioner

Kuesioner yang akan digunakan dalam survei berkaitan dengan dimensi yang ada pada model SERVQUAL, yaitu *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*.

- *Tangibles* menjelaskan mengenai peralatan fisik dan keberadaan pengguna layanan.
- *Realibility* merujuk pada kemampuan penyedia layanan dalam menyelesaikan masalah dengan cepat dan dapat memuaskan pelanggan.
- *Responsiveness*, merujuk pada penyedia layanan bersedia dalam membantu dan memberikan kinerja yang dijanjikan secara tepat waktu, akurat dan memuaskan.
- *Assurance*, mengacu pada kemampuan penyedia layanan memberikan kinerja tepat waktu, akurat dan memuaskan.
- *Emphaty*, kepedulian pada pengguna layanan.

Kuesioner yang dibagikan disesuaikan dengan 22 instrumen SERVQUAL dengan rentang skala 1-7 pada setiap instrumen (A. Parasuraman, 1991).

c. Survei

Jumlah *sample* sebanyak 100 responden pada survei ini ditentukan berdasarkan metode slovin, dengan rumus (1):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

Keterangan:

N = jumlah populasi

n = jumlah sample

e = kesalahan pengambilan yang ditetapkan (*error*)

d. Analisis Kesenjangan Pengguna Layanan

Model kesenjangan yang digunakan adalah kesenjangan 5, yaitu kesenjangan antara persepsi pelanggan dan harapan pelanggan. Hasil dari survei akan dihitung untuk menghasilkan skor gap, dengan menggunakan perhitungan berikut (2):

$$SQ = \sum_{i=1}^k (P_{ij} - E_{ij}) \quad (2)$$

Dimana:

SQ = kualitas layanan secara keseluruhan

k = jumlah atribut

P_{ij} = persepsi kinerja stimulus i terhadap atribut j

E_{ij} = harapan kualitas layanan untuk atribut j yang relevan untuk stimulus i

Hasil dari tahapan ini adalah skor analisis kesenjangan antara pengguna dan penyedia layanan.

2.2. Tahapan 2: Peninjauan Aspek Tingkat Layanan yang perlu ditingkatkan berdasarkan Hasil Analisis Kesenjangan Pengguna Layanan

Dari hasil proses pertama yaitu skor analisis kesenjangan pengguna layanan Elitag dipilih dimensi yang memiliki skor kesenjangan tertinggi untuk dijadikan input peninjauan aspek tingkat layanan yang perlu ditingkatkan atau dipenuhi. Skor kesenjangan tertinggi dari skala 7 digunakan sebagai acuan karena skala tersebut menunjukkan adanya perbedaan antara harapan yang diinginkan oleh pengguna layanan dengan persepsi yang diterima pengguna layanan.

3. Hasil dan Analisis

3.1. Pengolahan Data Kuesioner

Dari survei pengguna layanan didapatkan data mentah mengenai harapan dan persepsi pengguna layanan pada setiap dimensi SERVQUAL ditunjukkan pada Tabel 1, sebagai berikut:

Tabel 1. Nilai harapan dan persepsi pengguna layanan

Dimensions	ID	Tangibles Factor Dimensions	E (Harapan)	P (Persepsi)
Tangibles	T1	peralatan yang modern	5.77	5.23
	T2	fasilitas fisik menarik	5.08	4.77
	T3	karyawan berpenampilan rapi	5.9	5.48
	T4	media yang menarik	5.62	5.18
Reliability	R5	bertindak sesuai dengan janji	6.38	5.73
	R6	ketulusan dalam pemecahan masalah	6.35	5.85
	R7	melakukan layanan pada saat pertama kali dibutuhkan	6.34	5.68
	R8	menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan	6.34	5.67
	R9	bebas dari kesalahan	6.31	5.68
Responsiveness	RS10	menginformasikan kapan permintaan akan dilayani	6.19	5.42
	RS11	memberikan layanan dengan segera	6.44	5.44
	RS12	kemauan untuk membantu	6.35	5.67
	RS13	bersedia meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan layanan	5.92	5.44
Assurance	A14	perilaku karyawan menanamkan keyakinan	6.27	5.75
	A15	pelanggan merasa aman dalam bertransaksi	6.31	5.73
	A16	karyawan bersikap sopan	6.42	5.9
	A17	karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab	6.4	5.78
Empathy	E18	perhatian setiap individu	5.51	5.16
	E19	jam operasi yang sesuai	6.06	5.67
	E20	karyawan memberikan perhatian secara personal	5.61	5.15
	E21	melayani pelanggan dengan sepenuh hati	6.5	5.75
	E22	memahami kebutuhan pelanggan	6.23	5.51

Pengolahan data berdasarkan hasil survei diolah dengan menggunakan *tools* excel dan menggunakan rumus (3):

$$Q = \sum_{i=1}^k (P_{ij} - E_{ij}) \tag{3}$$

dimana P adalah persepsi dan E adalah harapan. Dengan pengolahan data hasil survei menggunakan rumus tersebut, akan didapatkan statistik deskriptif responden dan skor gap pada setiap dimensi dan akan menunjukkan kesenjangan antara persepsi dan harapan layanan.

3.2. Analisis Kesenjangan antara Pengguna dan Penyedia Layanan Elitag

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai hasil kesenjangan (Gap) antara harapan dan persepsi pengguna layanan Elitag berdasarkan hasil survei. Model kesenjangan yang digunakan pada proses ini adalah kesenjangan 5 yaitu kesenjangan antara persepsi pelanggan dan harapan pelanggan. Untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi dan ekpektasi pengguna layanan elitag, telah dilakukan survey dengan memberikan kuesioner berisi instrument SERVQUAL.

Berikut ini hasil skor gap pada setiap dimensi SERVQUAL yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* beserta analisisnya. Skor gap pada setiap dimensi *Service Quality* (SERVQUAL) didapat dari rumus **Persepsi (P) – Harapan (E)**.

a. Tangibles

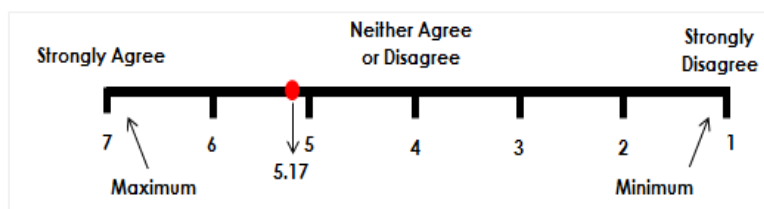
Dimensi *tangibles* pada SERVQUAL terdiri dari empat pernyataan yang menilai layanan Elitag dalam aspek penampilan nyata (peralatan, fasilitas fisik dan karyawan). Skor gap pada semua aspek yang ada dalam dimensi *tangibles* menunjukkan bahwa harapan pengguna layanan elitag tinggi namun persepsi sangat rendah. Skor gap keseluruhan dari dimensi *tangibles* adalah **-0.43**. Skor gap ini menunjukkan perlu adanya peningkatan dalam hal infrastruktur dan peralatan.

Ringkasan hasil survei untuk dimensi *tangibles* kualitas layanan pelanggan dirangkum dalam **Tabel 2** berikut ini:

Tabel 2. Ringkasan hasil survei untuk dimensi *tangibles*

ID	Tangibles Factor Dimensions	E	P	Gap Score (P-E)	Average Servqual P Score for Tangibles
T1	peralatan yang modern	5.77	5.23	-0.54	5.17
T2	fasilitas fisik menarik	5.08	4.77	-0.31	
T3	karyawan berpenampilan rapi	5.9	5.48	-0.42	
T4	media yang menarik	5.62	5.18	-0.44	
Average Unweighted Tangibility Gap Score				-0.43	

Untuk nilai rata-rata persepsi dari dimensi *tangibles* sebesar **5.17**. Nilai persepsi sebesar **5.17** menunjukkan layanan Elitag terkait dimensi *tangibles* diterima cukup baik oleh pengguna layanan Elitag pada Gambar 1.



Gambar 1. nilai rata-rata persepsi dari dimensi *tangibles*

b. Reliability

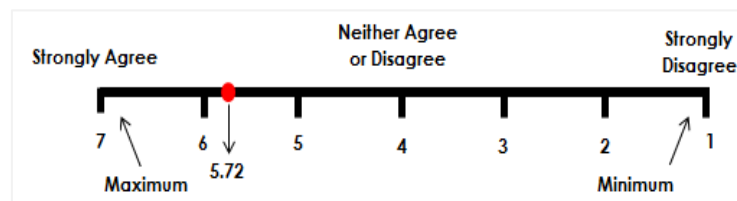
Dimensi *reliability* dari instrument SERVQUAL terdiri dari lima pernyataan, mulai dari pernyataan R5 - R9 yang menilai layanan Elitag dalam aspek reliabilitas (bertindak sesuai dengan janji, ketulusan dalam pemecahan masalah, melakukan layanan pada saat pertama kali dibutuhkan, menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan dan bebas dari kesalahan). Dari kelima aspek yang membentuk dimensi reliabilitas diketahui bahwa harapan pengguna layanan lebih tinggi daripada persepsi yang didapatkan dari kelima aspek tersebut. Sehingga skor gap dari dimensi *reliability* sebesar **-0.62**; bertindak sesuai dengan janji (**-0.65**), ketulusan dalam pemecahan masalah (**-0.5**), melakukan layanan pada saat pertama kali dibutuhkan (**-0.66**), menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan (**-0.67**), dan bebas dari kesalahan (**-0.67**).

Ringkasan hasil survei untuk dimensi *reliability* kualitas layanan pelanggan dirangkum dalam **Tabel 3** berikut ini:

Tabel 3. Ringkasan hasil survei untuk dimensi *reliability*

ID	Reliability Factor Dimensions	E	P	Gap Score (P-E)	Average Servqual P Score for Tangibles
R5	bertindak sesuai dengan janji	6.38	5.73	-0.65	5.72
R6	ketulusan dalam pemecahan masalah	6.35	5.85	-0.5	
R7	melakukan layanan pada saat pertama kali dibutuhkan	6.34	5.68	-0.66	
R8	menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan	6.34	5.67	-0.67	
R9	bebas dari kesalahan	6.31	5.68	-0.63	
Average Unweighted Reliability Gap Score				-0.62	

Untuk nilai rata-rata persepsi dari dimensi *reliability* sebesar **5.17**. Nilai persepsi sebesar **5.17** menunjukkan layanan elitag terkait dengan dimensi *reliability* diterima cukup baik oleh pengguna layanan elitag pada Gambar 2.



Gambar 2. nilai rata-rata persepsi dari dimensi *reliability*

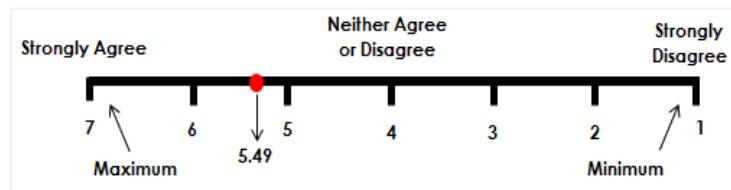
c. Responsiveness

Dimensi *responsiveness* diwakili dengan pernyataan RS10 - RS13 yang menilai layanan Elitag dari aspek *responsiveness* atau ketanggapan (menginformasikan kapan permintaan akan dilayani, memberikan layanan dengan segera, kemauan untuk membantu, bersedia meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan layanan). Dari keempat aspek yang membentuk dimensi *responsiveness* diketahui bahwa harapan pengguna layanan lebih tinggi daripada persepsi yang didapatkan dari keempat aspek tersebut. Sehingga, skor gap dari dimensi ini sebesar **-0.73**; menginformasikan kapan permintaan akan dilayani (**-0.77**), memberikan layanan dengan segera (**-1**), kemauan untuk membantu (**-0.68**), bersedia meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan layanan (**-0.48**). Skor gap ini merupakan skor terbesar diantara dimensi yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna layanan menginginkan adanya ketanggapan dari penyedia layanan untuk memberikan bantuan saat diperlukan dan dimensi ini merupakan yang terpenting bagi pengguna layanan. Sehingga penyedia layanan perlu memperhatikan dan meningkatkan aspek ketanggapan. Ringkasan hasil survei untuk dimensi *responsiveness* kualitas layanan pelanggan dirangkum dalam **Tabel 4** berikut ini:

Tabel 4. Ringkasan hasil survei untuk dimensi *responsiveness*

ID	Responsiveness Factor Dimensions	E	P	Gap Score (P-E)	Average Servqual P Score for Tangibles
RS10	menginformasikan kapan permintaan akan dilayani	6.19	5.42	-0.77	5.49
RS11	memberikan layanan dengan segera	6.44	5.44	-1	
RS12	kemauan untuk membantu	6.35	5.67	-0.68	
RS13	bersedia meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan layanan	5.92	5.44	-0.48	
Average Unweighted Responsiveness Gap Score				-0.73	

Untuk nilai persepsi pada dimensi ini sebesar **5.49** yang menunjukkan bahwa persepsi terhadap layanan elitag terkait dimensi *responsiveness* diterima cukup baik oleh pengguna layanan elitag pada Gambar 3.



Gambar 3. nilai rata-rata persepsi dari dimensi *responsiveness*

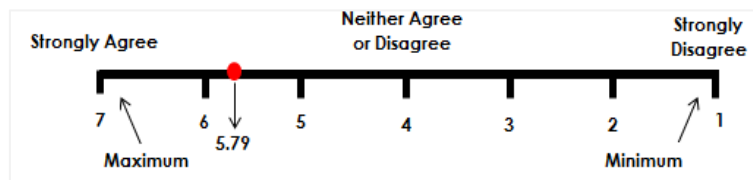
d. Assurance

Dimensi *assurance* pada instrument SERVQUAL terdiri dari pernyataan nomor A14 - A17 yang menilai layanan elitag berdasarkan aspek *assurance* (perilaku karyawan menanamkan keyakinan, pelanggan merasa aman dalam bertransaksi, karyawan bersikap sopan, karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab). Skor gap dari dimensi ini sebesar **-0.56**; perilaku karyawan menanamkan keyakinan (**-0.52**), pelanggan merasa aman dalam bertransaksi (**-0.58**), karyawan bersikap sopan (**-0.52**), karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab (**-0.62**). Gap negatif menunjukkan bahwa dimensi ini penting agar penyedia layanan mengambil langkah untuk memberikan kesadaran kepada karyawan tentang pekerjaan dan perilaku mereka. Ringkasan hasil survei untuk dimensi *assurance* kualitas layanan pelanggan dirangkum dalam **Tabel 5** berikut ini:

Tabel 5. Ringkasan hasil survei untuk dimensi *assurance*

ID	Assurance Factor Dimensions	E	P	Gap Score (P-E)	Average Servqual P Score for Tangibles
A14	perilaku karyawan menanamkan keyakinan	6.27	5.75	-0.52	5.79
A15	pelanggan merasa aman dalam bertransaksi	6.31	5.73	-0.58	
A16	karyawan bersikap sopan	6.42	5.9	-0.52	
A17	karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab	6.4	5.78	-0.62	
Average Unweighted Assurance Gap Score				-0.56	

Untuk nilai persepsi pada dimensi ini sebesar **5.79** yang menunjukkan bahwa persepsi terhadap layanan elitag terkait dimensi *assurance* diterima baik oleh pengguna layanan elitag pada Gambar 4.



Gambar 4. nilai rata-rata persepsi dari dimensi *assurance*

e. Empathy

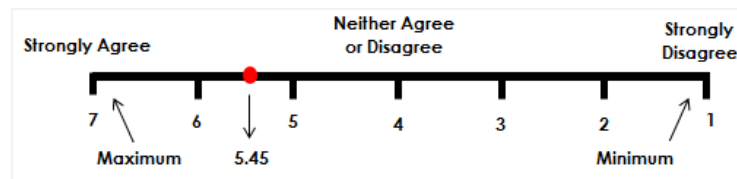
Dimensi *empathy* pada instrument SERVQUAL terdiri dari pernyataan E18 - E22 yang menilai layanan Elitag dari aspek *empathy* (perhatian setiap individu, jam operasi yang sesuai, karyawan memberikan perhatian secara personal, melayani pelanggan dengan sepenuh hati, memahami kebutuhan pelanggan). Skor gap dari dimensi ini sebesar **-0.53**; perhatian setiap individu (**-0.35**), jam operasi yang sesuai (**-0.39**), karyawan memberikan perhatian secara personal (**-0.46**), melayani pelanggan dengan sepenuh hati (**-0.75**), memahami kebutuhan pelanggan (**-0.72**). Gap negatif menunjukkan harapan lebih tinggi daripada persepsi yang diterima pengguna layanan Elitag dalam aspek *empathy*.

Ringkasan hasil survei untuk dimensi empathy kualitas layanan pelanggan dirangkum dalam Tabel 6 berikut ini.

Tabel 6. Ringkasan hasil survei untuk dimensi *empathy*

ID	Empathy Factor Dimensions	E	P	Gap Score (P-E)	Average Servqual P Score for Tangibles
E18	perhatian setiap individu	5.51	5.16	-0.35	5.45
E19	jam operasi yang sesuai	6.06	5.67	-0.39	
E20	karyawan memberikan perhatian secara personal	5.61	5.15	-0.46	
E21	melayani pelanggan dengan sepenuh hati	6.5	5.75	-0.75	
E22	memahami kebutuhan pelanggan	6.23	5.51	-0.72	
Average Unweighted Empathy Gap Score				-0.53	

Untuk nilai persepsi pada dimensi ini sebesar 5.45 yang menunjukkan bahwa persepsi terhadap layanan elitag terkait dimensi *empathy* diterima cukup baik oleh pengguna layanan pada Gambar 5.



Gambar 5. nilai rata-rata persepsi dari dimensi *assurance*

Berdasarkan skor gap tiap dimensi; *tangibles*(- 0.43), *reliability*(- 0.62), *responsiveness*(- 0.73), *assurance* (- 0.56), *empathy*(- 0.53) diperoleh hasil skor gap harapan dan persepsi pengguna layanan elitag yaitu (- 0.58). Berikut ini rangkuman Tabel 7 keseluruhan dari skor gap:

Tabel 7. rangkuman keseluruhan dari skor gap

Dimensi Service Quality	Skor Persepsi	Skor Harapan	Skor Gap
<i>Tangibles</i>	5.17	5.59	- 0.43
<i>Reliability</i>	5.70	6.34	- 0.62
<i>Responsiveness</i>	5.49	6.23	- 0.73
<i>Assurance</i>	5.79	6.35	- 0.56
<i>Empathy</i>	5.45	5.98	- 0.53
Rata-rata keseluruhan skor gap			- 0.58

Keseluruhan dimensi menunjukkan bahwa harapan pengguna layanan Elitag lebih tinggi daripada persepsi, yang ditunjukkan dengan skor gap negatif pada setiap dimensi dan rata-rata keseluruhan skor gap. Hal ini mengindikasikan bahwa penyedia layanan perlu meningkatkan kelima dimensi tersebut terutama pada dimensi *responsiveness* (ketanggapan) yang memiliki skor gap tertinggi dibandingkan dengan dimensi yang lain. Tingginya skor gap pada dimensi *responsiveness* menunjukkan bahwa dimensi *responsiveness* menjadi hal penting yang diinginkan pengguna layanan.

3.3. Peninjauan Aspek Tingkat Layanan yang perlu ditingkatkan berdasarkan Hasil Analisis Kesenjangan Pengguna dan Penyedia Layanan

Berdasarkan nilai skor gap yang telah didapatkan selanjutnya akan diberikan rekomendasi untuk peningkatan layanan Elitag. Tujuan dari rekomendasi ini adalah meminimalisir kesenjangan sehingga tujuan

layanan dapat terpenuhi sesuai dengan harapan pengguna layanan. Rekomendasi yang diberikan nantinya akan digunakan sebagai masukan dalam *Service Level Agreement*. Namun, tidak semua rekomendasi dapat dijadikan sebagai masukan dalam *Service Level Agreement*.

Dari analisis gap harapan dan persepsi pengguna layanan elitag diketahui bahwa keseluruhan skor gap rata-rata untuk kelima dimensi mendapatkan skor gap negatif. Menurut [4] kesenjangan atau gap dengan nilai skor gap negatif pada semua dimensi menunjukkan adanya kebutuhan untuk meningkatkan vertical dan horizontal komunikasi, pemahaman pelanggan, komitmen manajemen, kinerja karyawan yang baik, penetapan sasaran dan tujuan serta standarisasi.

Rekomendasi yang akan diberikan didasarkan pada dimensi yang memiliki skor gap tertinggi. Pemilihan skor gap tertinggi sebagai dasar rekomendasi dikarenakan skor gap tinggi menunjukkan bahwa dimensi tersebut jauh dari realisasi, karena harapan terhadap dimensi tersebut tinggi namun persepsi belum sesuai. Dari analisis skor gap SERVQUAL diketahui bahwa dimensi yang memiliki skor kesenjangan tertinggi adalah *responsiveness*, sehingga rekomendasi akan diberikan pada setiap faktor dimensi *responsiveness*, diantaranya ditunjukkan di **Tabel 8** ini.

Tabel 8. Daftar rekomendasi yang diberikan pada setiap faktor dimensi *responsiveness*

ID Faktor	Faktor Dimensi Responsiveness	Rekomendasi
RE10	Menginformasikan kapan permintaan akan dilayani	Menyampaikan <i>initial response time</i> kepada pengguna layanan, sehingga pengguna layanan dapat menunggu secara pasti dan mengambil sikap agar proses bisnis perusahaan dapat tetap berjalan.
RE11	Memberikan layanan dengan segera	Dalam <i>Service Level Agreement</i> layanan elitag harus terdapat ukuran waktu yang pasti dalam memberikan layanan kepada pengguna layanan. Hal ini dapat dilakukan dengan menentukan ukuran waktu penanganan. Ukuran waktu yang akan didefinisikan diambil dari pendefinisian istilah waktu pada <i>service operation</i> ITIL yang telah dibahas pada bab 2. Sebagai contoh: - <i>Initial response time</i> (waktu antara pelaporan pengguna sampai dengan respon) adalah menit. - <i>Resolution time</i> (waktu untuk menyelesaikan masalah/insiden) adalah ... menit - <i>Time until problem identification</i> (waktu antara kejadian pertama dari insiden sampai dengan identifikasi penyebab masalah) adalah menit.
RE12	Kemauan untuk membantu	<i>Technical support</i> memberikan pelayanan sesuai dengan <i>resolution time</i> yang telah ditetapkan.
RE13	Bersedia meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan layanan	Terdapat mekanisme yang dilakukan oleh <i>technical support</i> layanan elitag dalam menanggapi permintaan pengguna layanan. Sebagai contoh: <i>Technical support</i> layanan elitag menerima laporan via telepon kemudian menanyakan permasalahan dan memberikan respon dengan cara memandu hal yang perlu dilakukan via telepon atau datang langsung ke lokasi pengguna layanan.

4. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari tiap tahapan analisis yang dilakukan adalah:

1. Berdasarkan survei harapan dan persepsi pengguna layanan yang telah dilakukan kepada pengguna layanan elitag dengan menggunakan instrument servqual, menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara harapan dan persepsi pengguna layanan, yakni harapan pengguna layanan lebih tinggi namun belum sesuai dengan persepsi pengguna layanan. Hal ini ditunjukkan dengan skor rata-rata kesenjangan keseluruhan sebesar -0.58, dengan skor gap tertinggi pada dimensi *responsiveness* (-0.73) dan skor gap terendah pada dimensi *tangibles* (-0.43). Skor tersebut menunjukkan adanya kesenjangan namun tidak signifikan.
2. Dari analisis kesenjangan pengguna layanan, terlihat bahwa dimensi yang belum memenuhi harapan pengguna layanan adalah *responsiveness*. Aspek tingkat layanan yang perlu dipenuhi dan digunakan

sebagai masukan *Service Level Agreement* (SLA) adalah menentukan waktu penanganan insiden yang disesuaikan dengan pendefinisian istilah waktu pada *service operation* ITIL.

Acknowledgements

Ucapan terima kasih ditujukan pada Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, LPPM, pihak Direktorat Sistem Informasi yang mengelola *Elearning* serta Dosen dan mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini.

References

- [1] Bloodworth, Diane and David Herron. "Defining Effective ITIL Key Performance Indicators". David Consulting Group. 2007
- [2] Chapter Three "RESEARCH DESIGN AND METHODOLOGY"
- [3] Foropon, Cyril, Ruth Seiple and Laoucine Kerbache "Analyses of Undergraduate and Executive Education Operations Management Courses". Canada. (2013b).
- [4] Hirmukhe, Jyotsna. "Measuring Internal Customers' Perception on Service Quality Using SERVQUAL in Administrative Services". India. International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 2, Issue 3, March 2012. ISSN 2250-3153. 2012.
- [5] Naik, C.N Krishna, Swapna Bhargavi Gantasala, Gantasala V. Prabhakar. "Service Quality (Servqual) and its Effect on Customer Satisfaction in Retailing". European Journal of Social Sciences – Volume 16, Number 2 (2010). 2010.
- [6] Peprah, Augustine Awuah dan Bede Akorige Atarah. "Assessing Patient's Satisfaction Using SERVQUAL Model: A Case of Sunyani Regional Hospital, Ghana". Sunyani Regional Hospital. International Journal of Business and Social Research (IJBSR), Volume -4, No.-2.2001.
- [7] Parasurama, A. dkk. "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale". Journal of Retailing. Volume 67, Number 4. Winter 1991. 1991.
- [8] Bon, van Jan. dkk. "Foundations of IT Service Management Based on ITIL V3". Van Haren Publishing. Third edition September. 2007
- [9] Kulašin, Džemal. Fortuny-Santos, Jordi. "REVIEW OF THE SERVQUAL CONCEPT". 4th Research/expert Conference. November, 2005.
- [10] Jiwantara, Kusmara. dkk. "Penerapan Metode Servqual Untuk Evaluasi Dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Kegiatan Penyuluhan Bahasa Indonesia Praktis Di Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Utara". 2012.
- [11] Naik, Krishna. dkk. "Service Quality (Servqual) and its Effect on Customer Satisfaction in Retailing" European Journal of Social Sciences. Volume 16. Number 2. 2010.
- [12] Fong Yu, Brenda Wa. "Using Servqual To Measure Users' Satisfaction Of Computer Support In Higher Educational Environments". Doctor Of Philosophy. August. 2008.
- [13] Addy, Rob. "Effective IT Service Management". Springer-Verlag Berlin. Heidelberg. 2007
- [14] Cendahani, Tinezia dkk. "Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus: Website Sale Stock Indonesia)". Jurnal SCRIPT. Volume 7. Number 2. 2019
- [15] Septiani, Yuni dkk. "Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrah Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus; Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru)". Jurnal Teknologi dan Open Source. Volume 3. Number 1. 2020.