

Analisis Kualitas Pelayanan Pendaftaran Merek dengan pendekatan Servqual pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual = Analysis of Trademark Registration Service Quality by Servqual approach to the Directorate General of Intellectual Property Rights

Atik Rachmi Kunhandayani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=129381&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analistik yang dirancang dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan pendaftaran merek. Hasil analisis data menunjukkan bahwa telah terjadi kesenjangan antara harapan pemohon dengan penilaian mereka tentang kualitas pelayanan yang diterima pada seluruh dimensi. Selain itu telah terjadi pula kesenjangan atau gap dalam organisasi yang menjadi penyebab adanya kesenjangan antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya. Kesenjangan tersebut ialah kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen tentang harapan konsumen tersebut (gap1), dengan nilai rata-rata gap sebesar (-0.53), artinya pihak manajemen belum dapat memahami apa yang diinginkan/diharapkan pemohon. Gap yang kedua ialah gap atau kesenjangan yang terjadi antara persepsi manajemen tentang kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen dengan standarisasi kualitas layanan yang ditetapkan, dengan nilai gap rata-rata sebesar (-1.01), artinya pihak manajemen belum dapat menerjemahkan secara tepat apa yang menjadi harapan pemohon kedalam standarisasi layanan. Gap yang ketiga adalah kesenjangan antara standarisasi kualitas layanan dengan penyampaian/pelaksanaan layanan. Nilai rata-rata gap yang terjadi adalah sebesar (0.84). Gap ketiga nilai mempunyai nilai positif, artinya penyampaian/pelaksanaan layanan sudah melebihi standarisasi layanan yang telah ditetapkan. Gap keempat adalah kesenjangan antara penyampaian layanan dengan dan komunikasi eksternal. Nilai rata-rata gap 4 sebesar (-0.15), artinya janji-janji yang diberikan kepada pemohon melebihi pelaksanaan/penyampaian layanan tersebut. Berdasarkan temuan-temuan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pendaftaran merek belum berhasil memuaskan pemohon. Oleh karena itu saran yang perlu dilakukan adalah mengenai pembenahan dan perbaikan dalam proses pelayanan, yang tentunya dimulai dari dalam organisasi dulu. Direktorat Merek harus punya komitmen untuk mengembangkan sumber daya manusia, maupun sumber-sumber daya lainnya, agar tercipta kualitas pelayanan yang prima.

.....This research is an analytical descriptive study designed with the aim to determine the level of quality Service on mark registration. The results of analysis shows that there has been a gap between the expectations of applicants and their assessment of the quality of Services received in all dimensions. Also has occurred also gaps or gaps in the organization of the cause of the gap between consumer expectations with the Service received. That gap is the gap between customer expectations with management's perception of the consumer expectations (gap1), with an average value of the gap (-0.53), meaning that the management could not understand what is wanted/expected the applicant. The second gap is the gap or gaps between management perceptions of Service quality expected by consumers standardization defined Service quality, with a gap value of the average (-1.01), meaning that the management can not accurately translate what the applicant hopes standardization into the service. The third gap is the gap between standardization of Service quality in the delivery/implementation Services. The average value of the gap that occurs is for (0.84). The third gap value has a positive value, meaning the delivery/ implementation of Services has exceeded the

Service Standard has been set. The fourth gap is the gap between the Service delivery and external Communications. The average value of 4 gap (-0.15), meaning the promises given to the applicant exceeds the implementation/delivery service. Based on these findings, it can be concluded that the quality of the service on mark registration has not succeeded in satisfying the applicant. Therefore, suggestions that need to be done is about reform and improvement in the service process, which must start from within the organization first. Brand Directorate should have a commitment to develop human resources, or resources, other resources, to create excellent quality of service.