

**ANALISA TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PT. HARASOON
BATINDO MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY* DAN
*IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS***

Zeri Yusdinata¹⁾, Widi Nugraha²⁾, Rico Nur Ridwan³⁾

¹²³Universitas Ibnu Sina Batam

email: zeri@uis.ac.id

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan, sehingga setiap perusahaan berusaha untuk mengoptimalkan segala faktor yang dapat meningkatkan nilai kepuasan konsumen tersebut. Demikian juga dengan PT Harasoon Batindo yang bergerak di bidang ekspedisi dan export/import. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan di perusahaan tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode SERVQUAL (Service Quality) dan IPA (Importance Performance Analysis). Metode servqual digunakan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan, dan metode IPA digunakan untuk menentukan atribut apa sajakah yang perlu diperbaiki. Berdasarkan metode servqual didapatkan dimensi yang belum memenuhi kepuasan pelanggan adalah dari segi kehandalan/ reliability bernilai gap -0.143, daya tanggap/responsiveness bernilai gap -0.252 dan dimensi jaminan/assurance bernilai gap -0.186. Berdasarkan metode IPA, atribut yang perlu segera ditingkatkan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan adalah pada kuadran 1, yaitu: karyawan memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan, karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat dan perusahaan menjamin keamanan terhadap barang yang dikirimkan.

Keywords : Kepuasan Pelanggan, Servqual, IPA

ABSTRACT

Consumer satisfaction is one of the important factors in winning the competition, so that every company tries to optimize all factors that can increase the value of customer satisfaction. Likewise with PT Harasoon Batindo which is engaged in expeditions and export/import. Therefore the purpose of this study was to measure the level of customer satisfaction in the company. This research was conducted using the SERVQUAL (Service Quality) and IPA (Importance Performance Analysis) methods. The servqual method is used to determine the level of customer satisfaction, and the IPA method is used to determine which attributes need improvement. Based on the servqual method, it was found that the dimensions that did not meet customer satisfaction were in terms of reliability with a gap value of -0.143, responsiveness with a gap value of -0.252 and assurance dimensions with a gap value of -0.186. Based on the IPA method, the attributes that need to be improved immediately to get customer satisfaction are in quadrant 1, namely: employees provide maximum service to customers, employees are able to serve customers quickly and the company guarantees for security of the goods delivery.

Keyword: Customer Satisfaction, Servqual, IPA.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis yang tinggi akan semakin dirasakan oleh para pelaku usaha jasa ataupun barang. Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam

memenangkan persaingan, sehingga setiap perusahaan berusaha untuk mengoptimalkan segala faktor yang dapat meningkatkan nilai kepuasan konsumen tersebut (Tjiptono, F.& Chandra, G, 2005). Kepuasan konsumen adalah tanggapan

dari konsumen atas produk yang mereka gunakan apakah sesuai harapan ataupun tidak sesuai harapan setelah proses pemakaian berlangsung (Kotler & Keller, 2007). Bila konsumen merasa puas maka dapat dipastikan bahwa perusahaan memiliki asset yang baik untuk masa depan bisnisnya. Oleh karena itu setiap perusahaan akan berusaha meningkatkan jumlah konsumennya (Tjiptono, F & Chandra, G, 2005). PT Harasoon Batindo merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang ekspor maupun impor dari Singapura dan China yang melayani pengiriman barang dengan menggunakan *full container* ataupun pengiriman barang menggunakan *loose cargo*. PT Harasoon Batindo merupakan satu diantara beberapa perusahaan yang bergerak dibidang ekspedisi pengiriman barang di Batam yang berdiri pada tahun 2013.

Pada perjalanan usahanya PT. Harasoon Batindo mengalami jumlah pengiriman yang fluktuatif dan belum pernah melampaui target yang diinginkan.

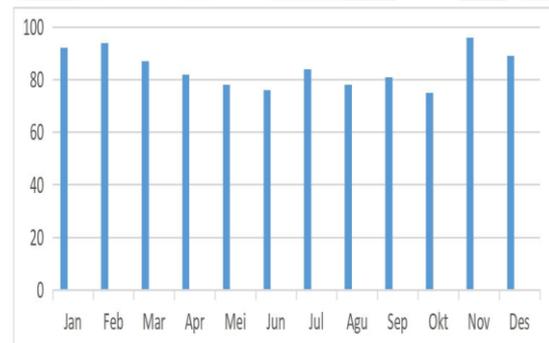
Data berikut adalah jumlah kontainer pengiriman selama tahun 2022.

Tabel 1. Jumlah kontainer pengiriman (2022)

Bulan	Target kontainer	Realisasi	Persentase
Januari	100	92	92%
Februari	100	94	94%
Maret	100	87	87%
April	100	82	82%
Mei	100	78	78%
Juni	100	76	76%
Juli	100	84	84%
Agustus	100	78	78%
September	100	81	81%
Oktober	100	75	75%
November	100	96	96%
Desember	100	89	89%
Rata-Rata		83.44	83.44%

Sumber: data perusahaan

Bila digambarkan dalam grafik akan terlihat sebagai berikut.



Gambar 1. Jumlah Kontainer pengiriman (2022)

Dari data diatas dapat dilihat jumlah kontainer terus berfluktuatif setiap bulannya. Beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi hal tersebut adalah kepuasan pelanggan dan adanya para pesaing di usaha sejenis. Dari segi kepuasan pelanggan, salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah kualitas pelayanan. Kualitas sendiri adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut (Kotler & Keller, 2007).

Oleh karena itu kondisi ini memerlukan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dari perusahaan tersebut dan faktor-faktor apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Service quality*(Servqual) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode servqual berfungsi sebagai parameter kesenjangan (*gap*) antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Selanjutnya *output* dari servqual akan disaring untuk digunakan sebagai input dari metode IPA kedalam diagram kartesius yang bertujuan untuk memperjelas apa saja faktor yang bisa dijadikan prioritas untuk ditingkatkan pelayanannya.

Sebelum penelitian menggunakan metode *servqual* dan IPA, perlu dilakukan uji kecukupan data terlebih dahulu yaitu uji validitas data dan uji reliabilitas data. Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk mengetahui keakurasian kuesioner yang disebarkan. Menurut Iriandini, Yulianto dan Mawardi (2015), menjelaskan bahwa pengujian validitas instrumen dapat menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh Person yang dikenal dengan rumus *product moment*, sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N(\sum X^2) - (\sum X)^2][N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

- r_{xy} : Koefisien korelasi product moment
- N : Jumlah Subyek
- X_i : Skor item ke I
- Y : Skor Total
- $\sum X$: Jumlah Skor Item
- $\sum Y$: Jumlah Skor Total
- $\sum X^2$: Jumlah Kuadrat Skor Item
- $\sum Y^2$: Jumlah Kuadrat Skor Total

Sedangkan uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila mana suatu alat ukur dipakai dua kali maka akan menghasilkan hasil yang cukup konsisten maka alat ukur tersebut reliabel (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini teknik yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha*. Nilai tingkat realibilitas ini bisa didapat dengan perhitungan di software SPSS. Nilai yang di dapat dari pengujian ini akan memperlihatkan seberapa besar tingkat reliabilitas dari instrumen yang digunakan.

Tabel 2. Tingkat realibilitas

Nilai	Tingkat
0 - 0,2	Sangat Rendah
0,2 - 0,4	Rendah
0,4 - 0,6	Cukup
0,6 - 0,8	Tinggi
0,8 - 1.00	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono, 2017

Setelah data terbukti valid dan realibel, maka langkah selanjutnya dapat dilakukan perhitungan *Servqual* dan metode IPA. *Servqual* digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan sedangkan IPA digunakan untuk menganalisa tentang tingkat kepentingan dari suatu *variable* dimata konsumen dengan kinerja dari perusahaan tersebut. Dalam metode IPA diperlukan diagram kartesius agar dapat mengetahui tingkat kepentingan pelayanan menurut konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan

Menghitung mean persepsi dan harapan

Menghitung rata-rata (mean) untuk tiap-tiap atribut yang diukur. Langkah ini dilakukan dengan menghitung rata-rata score dari tiap atribut dari persepsi dan harapan

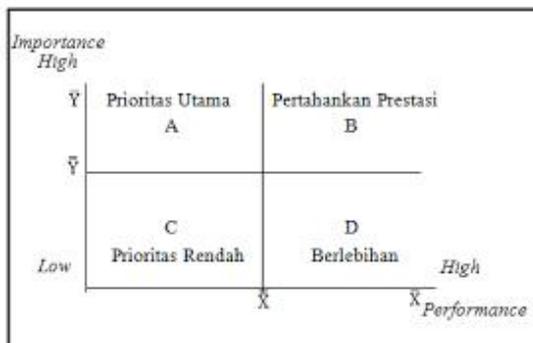
Perhitungan nilai *servqual* (gap)

Menghitung nilai *Servqual* dengan mengurangi nilai rata-rata persepsi aktual dengan nilai rata-rata harapan responden

$$\text{Nilai Servqual} = (\text{rerata persepsi}) - (\text{rerata harapan})$$

Diagram kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (x, y) dimana x merupakan rata-rata dari skor pelaksanaan atau kinerja perusahaan berdasarkan seluruh faktor- faktor yang mempengaruhi dan y merupakan rata-rata dari skor kepentingan konsumen berdasarkan seluruh faktor-faktor yang mempengaruhinya.



Gambar 2. Diagram Kartesius

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang diminta untuk mengisi kuesioner adalah konsumen yang sering melakukan pemesanan. Mereka melakukan pemesanan untuk keperluan kantor atau perusahaan masing-masing sehingga pemesanan selalu dalam jumlah yang banyak. Dari data kuesioner yang didapat, dilakukan uji validitas dan realibilitas. Untuk uji validitas ini dihitung dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 20, Hasil dari perhitungan SPSS akan diperoleh nilai r untuk masing-masing butir pertanyaan yang kemudian akan dibandingkan dengan nilai r pada table untuk $(df) = n-2$, jumlah sampel $(n) = 70$. Besarnya df dihitung $70-2= 68$, r tabel = 0,1982. Jika r tabel $<$ r hitung maka butir-butir pertanyaan kuisisioner yang diajukan kepada pelanggan dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil uji validitas persepsi dan harapan

No	r tabel	Persepsi	Harapan	Valid/tidak
1	0.1982	0.451	0.395	Valid
2	0.1982	0.505	0.464	Valid
3	0.1982	0.479	0.363	Valid
4	0.1982	0.484	0.691	Valid
5	0.1982	0.568	0.447	Valid
6	0.1982	0.547	0.376	Valid
7	0.1982	0.522	0.427	Valid
8	0.1982	0.597	0.819	Valid
9	0.1982	0.593	0.454	Valid
10	0.1982	0.663	0.813	Valid
11	0.1982	0.456	0.576	Valid
12	0.1982	0.531	0.701	Valid
13	0.1982	0.481	0.632	Valid
14	0.1982	0.525	0.704	Valid
15	0.1982	0.715	0.598	Valid
16	0.1982	0.586	0.567	Valid
17	0.1982	0.611	0.530	Valid

Sumber: pengolahan data SPSS

Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai *crocbach alpha* dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Data dapat dinyatakan reliable apabila α lebih besar dari 0,6. Hasil uji realibilitas bisa dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. Hasil uji reliabilitas persepsi dan harapan

Atribut	Cronbach's Alpha	N of Items	Realibel/tidak
Persepsi	0.644	17	Reliable
Harapan	0.760	17	Reliable

Sumber: pengolahan data SPSS

Setelah data valid dan realibel, maka metode servqual diterapkan dengan menghitung rata-rata (mean) untuk tiap-tiap atribut yang diukur. Langkah ini dilakukan dengan menghitung rata-rata score dari tiap atribut dari persepsi dan harapan. Setelah itu menghitung nilai gap dengan mengurangkan nilai rata-rata persepsi aktual dengan nilai rata-rata harapan responden.

Nilai kepentingan, kepuasan, dan gap dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai Persepsi, Harapan, dan *Gap* tiap Atribut.

<i>Tangible</i>	Persepsi	Harapan	<i>Gap</i>
Display ruangan yang menarik dan rapi	3,757	3,871	-0,114
Kebersihan ruangan	3.957	4.143	-0.186
Penampilan karyawan yang rapi	3.686	3.714	-0.029
Memiliki kursi tunggu yang nyaman	4.043	4.129	-0.086
<i>Reliability</i>	Persepsi	Harapan	<i>Gap</i>
Pengiriman paket yang dilakukan selalu cepat dan tepat waktu	3.957	3.929	0.029
Karyawan memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan.	3.671	3.957	-0.286
Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.	3.529	3.700	-0.171
<i>Responsiveness</i>	Persepsi	Harapan	<i>Gap</i>
Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat	3.671	4.043	-0.371
Karyawan dapat menangani keluhan pelanggan dengan baik	3.743	3.814	-0.071
Karyawan memberi solusi terhadap keluhan pelanggan	3.786	4.100	-0.314

Tabel 5. Nilai Persepsi, Harapan, dan *Gap* tiap Atribut (lanjutan).

<i>Assurance</i>	Persepsi	Harapan	<i>Gap</i>
Perusahaan menjamin keamanan terhadap barang yang dikirimkan	3.629	3.957	-0.329
Keamanan kirim barang sampai tujuan	4.157	4.200	-0.043
Kenyamanan saat berada didalam lingkungan kantor	3.643	3.857	-0.214
Kontak telepon yang mudah dihubungi.	3.786	3.943	-0.157
<i>Empathy</i>	Persepsi	Harapan	<i>Gap</i>
Keramahan Karyawan	3.643	3.743	-0.100
Terjalin komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan	3.743	3.800	-0.057
Pelanggan mendapatkan pelayanan yang memuaskan	3.714	3.843	-0.129

Sumber: pengolahan data Servqual

Dalam menganalisa kualitas pelayanan yang diberikan dari perusahaan terhadap pelanggan dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Kualitas Layanan (Q)} = \frac{\text{Penilaian (Persepsi)}}{\text{Harapan}}$$

Dari hasil perhitungan jika $Q \geq 1$, maka kesenjangan atas kualitas pelayanan dinyatakan baik dan apabila $Q < 1$, Maka dikatakan kesenjangan atas kualitas pelayanan yang diberikan belum dikatakan baik .

Tabel 6. Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap	Q=P/E
1	<i>Tangible</i>	3.861	3.964	-0.104	0.974
2	<i>Reliability</i>	3.719	3.862	-0.143	0.963
3	<i>Responsiveness</i>	3.733	3.986	-0.252	0.937
4	<i>Assurance</i>	3.804	3.989	-0.186	0.953
5	<i>Emphaty</i>	3.700	3.795	-0.095	0.975

Sumber: pengolahan data

Dari tabel 6, dapat dilihat bahwa nilai Q masih kurang dari 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan masih kurang baik. Pada kolom gap juga bisa terlihat bahwa yang paling besar kesenjangan antara persepsi dan harapan adalah dimensi daya tanggap/*responsiveness*(-0.252), jaminan/*assurance*(-0.186) dan kehandalan/*realibility*(-0.143).

Untuk melihat atribut-atribut mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat digunakan diagram kartesius.

Dari data perhitungan servqual dan IPA di atas, maka dapat digambarkan dalam diagram kartesius untuk masing-masing posisi dari atribut-atribut yang diteliti. Gambaran posisi-posisi tersebut dapat dilihat pada diagram berikut ini.



Gambar 3. Hasil pengolahan IPA

Keterangan :

Kuadran 1: menggambarkan tingkat kepentingan yang tinggi dari suatu layanan akan tetapi kinerja perusahaan rendah sehingga layanan yang masuk dalam kuadran ini menjadi prioritas utama untuk diperbaiki

Kuadran 2: menggambarkan tingkat kepentingan yang tinggi dari suatu harapan dan tingkat kinerja perusahaan pun tinggi sehingga layanan yang masuk dalam kuadran ini perlu untuk dipertahankan

Kuadran 3: menggambarkan tingkat kepentingan rendah dan tingkat kinerja perusahaan pun rendah sehingga layanan yang masuk dalam kuadran ini menjadi prioritas rendah untuk diperbaiki

Kuadran 4: menggambarkan tingkat kepentingan yang rendah dari suatu harapan akan tetapi kinerja perusahaan tinggi.

Dari diagram kartesius tersebut dapat dilihat bahwa yang berada pada

kuadran 1 adalah atribut no 6, 8 dan 11. Dimana masing-masing atribut itu adalah:

- Atribut 6: Karyawan memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan.
- Atribut 8: Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat.
- Atribut 11: Perusahaan menjamin keamanan terhadap barang yang dikirimkan.

SIMPULAN

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan metode *Servqual* didapatkan kesimpulan bahwa nilai Q atau perbandingan antara persepsi dan harapan masih kurang dari 1, yang artinya secara umum perusahaan tersebut masih perlu meningkatkan kinerjanya untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

Sedangkan dari nilai gap, bisa disimpulkan bahwa dimensi yang memerlukan peningkatan kinerja adalah dari segi daya tanggap/*responsiveness* (-0.252), jaminan/*assurance* (-0.186) dan kehandalan/*reability* (-0.143).

Lebih khusus lagi dapat dilihat dari diagram kartesius untuk atribut-atribut yang perlu ditingkatkan segera, sebagai berikut:

- Atribut 6: Karyawan memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan.
- Atribut 8: Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat.
- Atribut 11: Perusahaan menjamin keamanan terhadap barang yang dikirimkan.

Ketiga atribut ini yang memerlukan penanganan segera oleh perusahaan agar kepuasan pelanggan bisa dicapai.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Bapak Dr. Mustaqim Syuaib selaku Rektor Universitas Ibnu Sina Batam.
2. Bapak Dr. Ir. Larisang, MT. IPM. selaku Dekan Fakultas Teknik.
3. Bapak Ir. Herman, S.T. M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri.
4. Seluruh dosen dan staff program studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Ibnu Sina.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakhtiar, A., Susanty, A.& Massay, F. (2010). Analisis kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode *servqual* dan model kano (studi kasus: PT. PLN UPJ Semarang Selatan), J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri, 5(2), 77-84.
- Bitner, M. J., Booms, B. H. and Mohr, L. A. (2014). *Critical Service Encounters: The Employee Viewpoint*. *Journal of Marketing*, 58(4)
- Bora, M.A. (2017), Analisa kepuasan penggunaan *E-Learning Cloud* Sekolah Tinggi Teknik (STT) Ibnu Batam, Jurnal Industri Kreatif, Vol. 1 No. 1.
- Dirgantara, H.& Sambodo, A. T. (2015). Penerapan model *Importance Performance Analysis* dalam studi kasus Analisis kepuasan konsumen *Bhinneka.com*, *Kalbiscentia*, Vol.2, No.1, 86-96.
- Iriandini, AP., Yulianto, E dan Mawardi, M (2015), Pengaruh Customer Relationship Management terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Studi kasus pada pelanggan PT.Gemilang Libra Logistic Surabaya, *Jurnal Administrasi Bisnis UB*, Vol.23, No.2.
- Kotler, Philip; dan Keller, Kevin L. (2007), *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas, penerbit Indeks, Jakarta.
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valarie A. (2015), *Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, *Journal of Retailing*, Vol.64, No.2, pp. 12-40.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Penerbit

- Alfabeta, Jakarta.
- Sugianto, J. & Sugiharto, S. (2013), Analisa pengaruh *Service Quality*, *Food* dan *Price* terhadap kepuasan pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol.4, No.1, 1-12.
- Syukri, S. H. A. (2014), Penerapan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan analisis gap pada kualitas pelayanan Trans Jogja, Jurnal Teknik Industri UMS, Vol.5, No.2, 45-56.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, Quality and Satisfaction*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Wahyudin, U. (2015). *Importance-Performance Analysis* terhadap layanan perpustakaan UPI untuk optimalisasi peningkatan mutu akademik dan penelitian, jurnal Edutech, Vol.4, No.2, 241-272.
- Yushila, AB.& Effendi, U.(2017), Analisis kepuasan konsumen dengan metode *Fuzzy-Servqual* dan *Quality Function Deployment* (Studi Kasus Café Right Time Malang). Jurnal Teknologi Pertanian, 18(2), 107-118.