
ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MELALUI METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS***Nuraida Wahyuni**

Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Jl. Jend Sudirman Km. 3 Cilegon Banten 42435

Email: nrdwahyuni@gmail.com

Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam bisnis yang bergerak di bidang jasa. PT. ABC merupakan perusahaan di bidang jasa kurir, yang dapat mengantarkan barang ke seluruh Indonesia. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, PT. ABC perlu mengukur kepuasan pelanggan mengingat persaingan perusahaan sejenis yang semakin ketat. Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur kepuasan pelanggan dan menganalisisnya menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Metode yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner pada pelanggan. Kuesioner dirancang berdasarkan dimensi Servqual. Dari kuesioner tersebut kemudian didapatkan persepsi dan ekspektasi pelanggan terhadap layanan PT. ABC. Gap antara persepsi dan ekspektasi pelanggan kemudian dianalisa menggunakan IPA. Dari hasil pengukuran didapat bahwa pelayanan pada PT. ABC terdapat dalam kuadran B dan C, artinya pelanggan cukup merasa puas terhadap pelayanan PT. ABC.

Kata kunci: *Importance Performance Analysis, Kepuasan Pelanggan, Servqual*

1. PENDAHULUAN

Pada perusahaan jasa, pelanggan merupakan unsur utama dalam pergerakan bisnis. Jasa tidak seperti barang, jasa hanya bisa dirasakan setelah pelanggan membelinya atau menggunakannya. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan hal utama dalam bisnis jasa. Bila pelanggan puas, artinya keberlangsungan suatu bisnis jasa akan terjamin.

Dewasa ini, perkembangan belanja *online* semakin meningkat. *Trend* berbelanja *online* didasari oleh kemudahan berbelanja kapan saja dan di mana saja. Bisnis *online* ini memudahkan penjual maupun pembeli. Perantaranya bisa melalui laman *website*, media sosial, bahkan media *chat*. Bisnis *online* ini tidak bisa berdiri sendiri tanpa kerjasama dengan perusahaan kurir atau antar barang.

PT. ABC merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bisnis jasa kurir atau antar barang di kota Cilegon. Jangkauan antar barang PT. ABC ke seluruh Indonesia. PT. ABC menawarkan bermacam pilihan pengiriman barang dan menawarkan jaminan keselamatan sampainya barang di tempat tujuan. Dengan maraknya berbagai bisnis *online*, semakin marak pula bisnis antar barang, sehingga terjadi persaingan yang cukup ketat. Untuk itu PT. ABC harus meyakinkan kepada pelanggan bahwa barang yang dikirimkan akan sampai dengan tepat dan cepat di tempat tujuan. Oleh karenanya, perlu kajian terhadap kepuasan pelanggan PT. ABC sehingga dapat menentukan strategi dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan PT. ABC dan menganalisisnya menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian ini bermanfaat bagi PT. ABC dalam evaluasi kinerja dan penyusunan strategi peningkatan pelayanan yang efektif dan efisien bagi pelanggan.

2. METODOLOGI

Untuk mengetahui persepsi dan ekspektasi dari pelanggan, terlebih dahulu melakukan sebaran kuesioner. Kuesioner dirancang berdasarkan dimensi *Servqual*, yaitu *Reliability*, *Responsiveness*, *Emphaty*, *Tangible*, dan *Assurance*.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, *reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Empathy, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

Berikut adalah item pertanyaan kuesioner berdasarkan dimensi *Servqual*:

Tabel 1. Rancangan Kuesioner berdasarkan Dimensi Servqual

Dimensi	No.	Pernyataan
Reliability	1	PT. ABC telah memberikan pelayanan sesuai dengan paket yang dipilih oleh konsumen
	2	Pelayanan pengiriman paket PT. ABC sesuai dengan waktu yang ditawarkan.
	3	Pelayanan paket oleh karyawan PT. ABC bekerja dengan cepat dan tepat
	4	Karyawan PT. ABC bersikap cepat tanggap terhadap keluhan konsumen
Responsiveness	5	Kesediaan karyawan PT. ABC dalam membantu pelanggan dalam hal apapun
	6	Kesungguhan karyawan PT. ABC dalam proses pengiriman maupun menangani keluhan konsumen
	7	Keramahan dan kesopanan karyawan PT. ABC menjadi prioritas utama pelayanan
	8	PT. ABC menyediakan jasa packaging
Empathy	9	Kehilangan paket dalam pengiriman pelanggan dilayani oleh PT. ABC dengan baik
	10	Jam pelayanan PT. ABC yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan yaitu pukul 08.00-19.00
	11	Kantor pengiriman PT. ABC bersih, rapih, aman, nyaman
Tangible	12	Jaringan yang luas dan fasilitas berisi AC, tempat duduk, dan ruang tunggu di kantor PT. ABC
	13	Penampilan karyawan PT. ABC yang rapih menggunakan seragam
	14	Tersedianya tempat parkir untuk pelanggan PT. ABC
Assurance	15	Pengetahuan karyawan yang cukup baik mengenai semua hal mengenai PT. ABC.
	16	Adanya asuransi menggunakan jasa pengiriman PT. ABC
	17	Packing yang disediakan PT. ABC kokoh dan tidak mudah rusak saat dalam pengiriman

Kuesioner kemudian disebar pada sebanyak 60 responden. Responden merupakan konsumen PT. ABC yang sedang menggunakan jasa PT. ABC. Setelah disebar pada sebanyak 60 responden, kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji validitas dan reliabilitas, didapat hasil uji validitas pada Tabel 2 dan uji reliabilitas sebesar 0.812, artinya sangat reliabel.

Tabel 2. Uji Validitas

Pernyataan	Rxy	R tabel	Keterangan
1	71,28		Valid
2	52,22		Valid
3	48,32		Valid
4	58,35	0,254	Valid
5	43,86		Valid
6	43,51		Valid
7	49,71		Valid

8	35,67	Valid
9	36,87	Valid
10	42,19	Valid
11	42,51	Valid
12	49,48	Valid
13	41,89	Valid
14	71,34	Valid
15	90,79	Valid
16	58,01	Valid
17	46,16	Valid

Langkah selanjutnya adalah menghitung persepsi dan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan PT. ABC. Kemudian menganalisa hasilnya menggunakan metode IPA.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah persepsi dan ekspektasi dari pelanggan terhadap layanan PT. ABC:

Tabel 3. Persepsi dan Ekspektasi Pelanggan

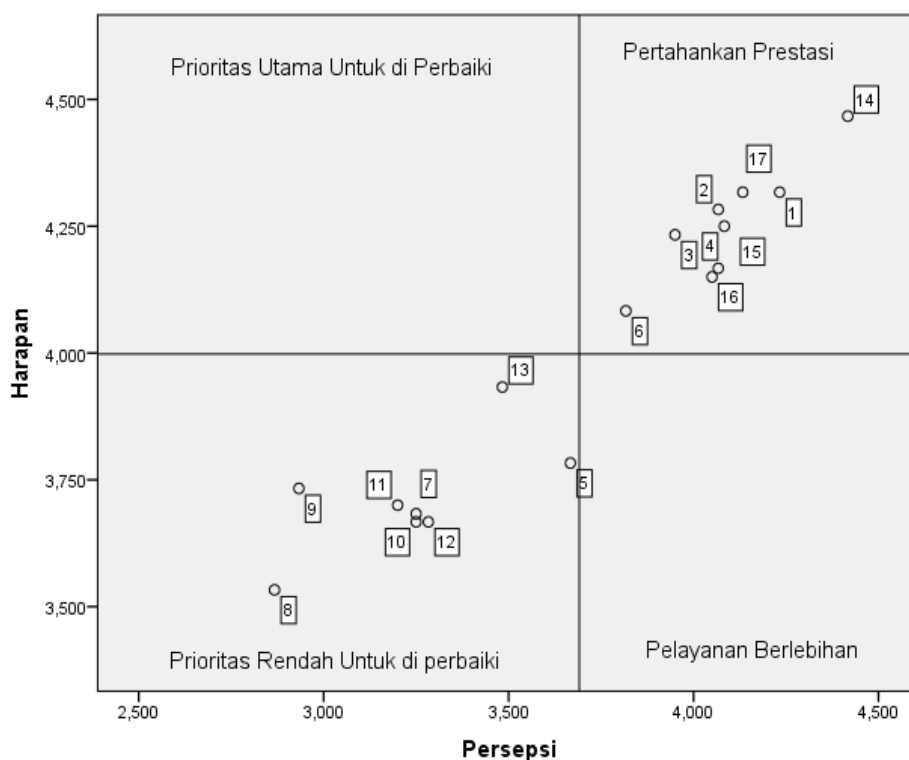
Dimensi	No.	Pernyataan	Persepsi	Harapan	GAP
<i>Reliability</i>	1	PT. ABC telah memberikan pelayanan sesuai dengan paket yang dipilih oleh konsumen	4,233	4,317	-0,083
	2	Pelayanan pengiriman paket PT. ABC sesuai dengan waktu yang ditawarkan.	4,067	4,283	-0,217
	3	Pelayanan paket oleh karyawan PT. ABC bekerja dengan cepat dan tepat	3,950	4,233	-0,283
	4	Karyawan PT. ABC bersikap cepat tanggap terhadap keluhan konsumen	4,083	4,250	-0,167
<i>Responsiveness</i>	5	Kesediaan karyawan PT. ABC dalam membantu pelanggan dalam hal apapun	3,667	3,783	-0,117
	6	Kesungguhan karyawan PT. ABC dalam proses pengiriman maupun menangani keluhan konsumen	3,817	4,083	-0,267
	7	Keramahan dan kesopanan karyawan PT. ABC menjadi prioritas utama pelayanan	3,250	3,683	-0,433
<i>Emphaty</i>	8	PT. ABC menyediakan jasa packaging	2,867	3,533	-0,667
	9	Kehilangan paket dalam pengiriman pelanggan dilayani oleh PT. ABC dengan baik	2,933	3,733	-0,800
	10	Jam pelayanan PT. ABC yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan yaitu pukul 08.00-19.00	3,250	3,667	-0,417
<i>Tangible</i>	11	Kantor pengiriman PT. ABC bersih, rapih, aman, nyaman	3,200	3,700	-0,500
	12	Jaringan yang luas dan fasilitas berisi AC, tempat duduk, dan ruang tunggu di kantor PT. ABC	3,283	3,667	-0,383
	13	Penampilan karyawan PT. ABC yang rapih menggunakan seragam	3,483	3,933	-0,450
	14	Tersedianya tempat parkir untuk pelanggan PT. ABC	4,417	4,467	-0,050

Assurance	15	Pengetahuan karyawan yang cukup baik mengenai semua hal mengenai PT. ABC.	4,067	4,167	-0,100
	16	Adanya asuransi menggunakan jasa pengiriman PT. ABC	4,050	4,150	-0,100
	17	Packing yang disediakan PT. ABC kokoh dan tidak mudah rusak saat dalam pengiriman	4,133	4,317	-0,183

Pada tabel di atas didapat hasil persepsi dan ekspektasi pelanggan dari tiap dimensi *Servqual*. Bila dilihat nilai kesenjangan atau *gap* dari nilai persepsi dan ekspektasi tidak terlihat nilai *gap* yang signifikan. Nilai kepuasan pelanggan berdasarkan data persepsi dan ekspektasi di atas adalah 92.32%. Artinya pelayanan yang telah diberikan oleh PT. ABC mendekati harapan pelanggan.

Nilai persepsi dan ekspektasi pelanggan tersebut kemudian digambarkan ke dalam diagram kartesius agar dapat dianalisa mana saja variabel layanan yang masuk ke kuadran A yaitu prioritas untuk diperbaiki, Kuadran B yaitu pertahankan prestasi, Kuadran C yaitu prioritas rendah untuk diperbaiki, dan Kuadran D yaitu pelayanan berlebihan.

Gambar 1. memperlihatkan bahwa variabel layanan hanya ada di kuadran B dan kuadran C. Artinya bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT. ABC memang mendekati harapan pelanggan. variabel layanan yang masuk kuadran B adalah variabel 6, 16, 3, 4, 15, 1, 2, 17, dan 14. Sedangkan variabel layanan yang masuk kuadran C adalah variabel 13, 5, 7, 12, 11, 10, 9, dan 8.



Gambar 1. Diagram Kartesius Persepsi dan Ekspektasi Pelanggan

4. KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Nilai kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PT. ABC adalah 92.32%
- Berdasarkan hasil analisa menggunakan metode IPA, didapat bahwa variabel layanan hanya ada di kuadran B dan kuadran C. Artinya bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT. ABC memang mendekati harapan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L., 1988, Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, No. 1, Vol. 64, , pp 12-40.
- Ribeiro, J., 1993, The Component of Service Quality, An Application to The Transportation Industry in Portugal, *MBA Thesis*, Portugal.
- Khong, K. W., Service Quality Index: A Study on Malaysian Banks, *Contemporary Management Research*, No. 2, Vol. 5, pp 109-124.
- Kotler, P., Keller, K. L., 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.