

IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS PADA JASA TRANSPORTASI (STUDI KASUS PT. X)

Nuraida Wahyuni, Putiri Bhuana Katili, Badar Husain

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Jl. Jend. Sudirman Km. 3, Cilegon, Banten

Email: nrdwahyuni@gmail.com

Abstrak

Di Indonesia, sektor jasa telah berkembang dengan cukup pesat dimana terlihat banyak berdirinya berbagai industri di sektor jasa. Tercatat hingga akhir tahun 2016, industri jasa memberi kontribusi sebesar 64,7% terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu yang berkembang pesat adalah sektor transportasi dan pergudangan dengan pertumbuhan sebesar 7,74% sepanjang tahun 2016. Kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kinerja (perceived performance) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Apabila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pelanggan merasa puas, begitu pula sebaliknya. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui apa saja atribut pelayanan yang perlu diperbaiki berdasarkan Importance Performance Analysis (IPA). Data yang diperlukan adalah data kepentingan dan kepuasan berdasarkan persepsi dari pelanggan. Instrumen penelitian disusun berdasarkan dimensi Service Quality (Servqual) yaitu Responsiveness, Assurance, Tangible, Emphaty, dan Reliability. Hasil penelitian menunjukkan ada 4 atribut yang masuk ke dalam kuadran II dengan tingkat kepentingan tinggi namun tingkat kepuasan rendah. Artinya atribut-atribut tersebut perlu menjadi perhatian perbaikan oleh pihak manajemen. Empat atribut tersebut masing-masing mewakili dimensi Assurance, Responsiveness, Reliability, dan Tangible. Tingkat kesesuaian masing-masing atribut berturut-turut adalah 85%, 77.75%, 85.13%, dan 87.35%.

Kata kunci: IPA, Jasa, Servqual

1. PENDAHULUAN

Industri jasa memegang peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Di Indonesia, sektor jasa telah berkembang dengan cukup pesat dimana terlihat banyak berdirinya berbagai industri di sektor jasa, seperti jasa transportasi, jasa perbankan, jasa perhotelan, jasa rumah makan, jasa pariwisata, dan lain sebagainya. Tercatat hingga akhir tahun 2016, industri jasa memberi kontribusi sebesar 64,7% terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu yang berkembang pesat adalah sektor transportasi dan pergudangan dengan pertumbuhan sebesar 7,74% sepanjang tahun 2016 (BPS Indonesia, 2017).

Salah satu bisnis dalam sektor jasa yang semakin berkembang pesat adalah jasa transportasi. Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dalam mendukung aktifitas atau mobilitas manusia dalam memenuhi kegiatan sehari-hari, sehingga harus dipersiapkan dengan baik, aman, dan nyaman. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi sangat tinggi, dengan alasan untuk mempersingkat waktu perjalanan sampai mempermudah proses pengiriman barang atau jasa. Tabel berikut memperlihatkan peningkatan signifikan penggunaan transportasi darat, khususnya jumlah kendaraan bermotor di Indonesia:

Tabel 1. Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia

Jenis Kendaraan Bermotor	Jumlah Kendaraan Bermotor (Unit)			
	2016	2015	2014	2013
Mobil Penumpang	14.580.666	13.480.973	12.599.038	11.484.514
Mobil Bis	2.486.898	2.420.917	2.398.846	2.286.309
Mobil Barang	7.063.433	6.611.028	6.235.136	5.615.494
Sepeda Motor	105.150.082	98.881.267	92.976.240	84.732.652
Jumlah	129.281.079	121.394.185	114.209.260	104.118.9969

(Sumber : BPS Indonesia, 2017)

Berdasarkan data di atas, sepeda motor menjadi moda transportasi utama bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Tercatat pertumbuhannya setiap tahun (dari tahun 2013-2016) mencapai sekitar 7%. Dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi, perusahaan-perusahaan menawarkan berbagai alternatif moda transportasi. Salah satu sarana transportasi roda dua yang banyak dipergunakan masyarakat Indonesia adalah ojek. Jika dahulu ojek dikelola secara konvensional dan kepemilikan tunggal, sekarang muncul bisnis komersial yang menyediakan jasa transportasi umum secara profesional, salah satunya adalah PT. X.

Menurut Kotler (2004) jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. *Image* perusahaan jasa sangat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan hasil kinerja yang diberikan (Kotler, 2004). Kotler (2004) juga menyatakan kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Apabila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pelanggan merasa puas, begitu pula sebaliknya.

Penelitian tentang kepuasan pelanggan sendiri telah banyak dibahas oleh peneliti sebelumnya. Salah satunya oleh Sulistyowati (2015) yang menganalisis kualitas jasa Kangaroo Shuttle Travel Samarinda dengan menggunakan model KANO dan metode *Importance Performanse Analysis* (IPA). Permasalahan yang terjadi pada penelitian tersebut adalah terdapat keluhan mengenai ketidakpuasan penumpang terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan. Penelitian tersebut bertujuan untuk menentukan prioritas perbaikan dan peningkatan kualitas jasa agar sumber daya dapat dialokasikan dengan baik. Hasil dari penelitian tersebut diketahui terdapat 11 atribut yang dinilai kurang memuaskan dan 4 atribut yang dinilai sangat memuaskan pelanggan.

Penelitian lain dilakukan oleh Fatorahman (2015), yang membahas kualitas pelayanan perpustakaan pada Universitas Airlangga, dengan mengintegrasikan IPA dan model Kano didapatkan 3 atribut masuk ke dalam prioritas utama perbaikan.

Dari latar belakang di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui apa saja atribut pelayanan yang perlu diperbaiki berdasarkan IPA.

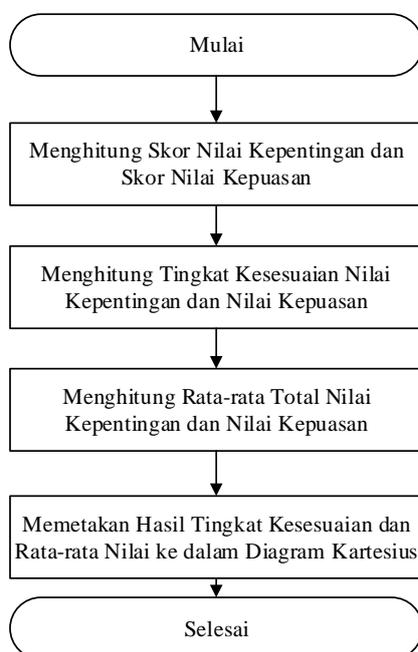
2. METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di PT. X Kota Serang, dengan waktu pengambilan sampel selama 1 bulan yaitu bulan November 2017 sampai dengan Desember 2017. Data yang dikumpulkan berupa data primer, yaitu data hasil penyebaran instrumen penelitian, dalam hal ini kuesioner. Gambar 1 di bawah merupakan tahapan penelitian menggunakan IPA.

Sebagai dasar penyusunan kuesioner, peneliti menggunakan lima dimensi *service quality* (*Servqual*) (Parasuraman, 1998) yaitu *responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *emphaty* dan *reliability* atau biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan "RATER". Kuesioner yang dirancang terdiri dari 25 atribut, dengan rincian dimensi *responsiveness* terdiri dari 4 atribut, dimensi *assurance* terdiri dari 7 atribut, dimensi *tangible* terdiri dari 6 atribut, dimensi *emphaty* 4 terdiri dari atribut, dan dimensi *reliability* terdiri dari 4 atribut. Kuesioner yang disebarakan bertujuan mencari skor untuk tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggan.

Kuesioner lalu disebar pada responden sebanyak 30 buah untuk kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Jika sudah valid dan reliabel, kemudian disebar kembali sampai berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *incidental sampling* menurut Sugiyono (2012) bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Hasil perhitungan uji validitas dan reliabilitas menyatakan bahwa data valid dan reliabel.

Hasil pengumpulan kuesioner kemudian diolah untuk mencari skor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggan. Kemudian skor tersebut digunakan untuk menghitung tingkat kesesuaian tiap atribut. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kepuasan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dijabarkan dalam diagram kartesius. Selanjutnya nilai-nilai tersebut diterjemahkan ke dalam diagram kartesius. Dengan sumbu y adalah tingkat kepentingan dan sumbu x adalah tingkat kepuasan. Dalam diagram kartesius dijabarkan dan dibagi berdasarkan empat kuadran, yaitu kuadran I merupakan Pertahankan Kinerja, kuadran II merupakan Prioritas Utama, kuadran III merupakan Prioritas Rendah, dan kuadran IV merupakan Berlebihan.



Gambar 1. Flowchart Tahapan IPA

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survey. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan bahkan secara langsung dari pelanggan dan juga memberi kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya melalui IPA.

IPA digunakan untuk melihat posisi hasil plot antara rata-rata skor kinerja (kepuasan) pada sumbu x dan rata-rata skor kepentingan pada sumbu y dalam diagram kartesius yang dibagi kedalam empat kuadran. Kuadran-kuadran tersebut merupakan strategi perbaikan kinerja pelayanan yang bertujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanan. Proses ini diawali dengan menentukan nilai x dan y sebagai pembatas untuk masing-masing kuadran (Kuo, et al., 2011).

Oleh karena itu, penting sekali menentukan atribut-atribut kepentingan dan kepuasan pelanggan. Seperti yang telah dibahas sebelumnya, atribut yang dirancang dalam penelitian ini terdiri dari 25 atribut. Setelah data yang didapatkan dinyatakan valid dan reliabel, selanjutnya menghitung skor kepentingan pelayanan jasa dan kepuasan responden terhadap pelayanan yang

diberikan oleh perusahaan. Kemudian dilakukan perhitungan nilai tingkat kesesuaian atribut dan nilai rata-rata.

Tabel 2. Tingkat Kesesuaian

Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
1	407	413	98,55
2	420	446	94,17
3	303	337	89,91
4	412	392	105,10
5	373	427	87,35
6	402	353	113,88
7	435	437	99,54
8	372	437	85,13
9	437	375	116,53
10	412	418	98,56
11	440	471	93,42
12	346	445	77,75
13	413	460	89,78
14	370	390	94,87
15	428	420	101,90
16	410	470	87,23
17	391	460	85,00
18	460	473	97,25
19	409	465	87,96
20	360	414	86,96
21	399	433	92,15
22	363	388	93,56
23	337	340	99,12
24	407	440	92,50
25	421	460	91,52

Pada tabel di atas dapat dilihat hasil dari perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Nilai rata-rata kesesuaian yang diperoleh adalah 94,39 % kurang dari 100 %. Angka ini menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan perusahaan sudah cukup bagus hanya saja masih kurang sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Kemudian menjabarkan rata-rata skor ke dalam diagram kartesius.

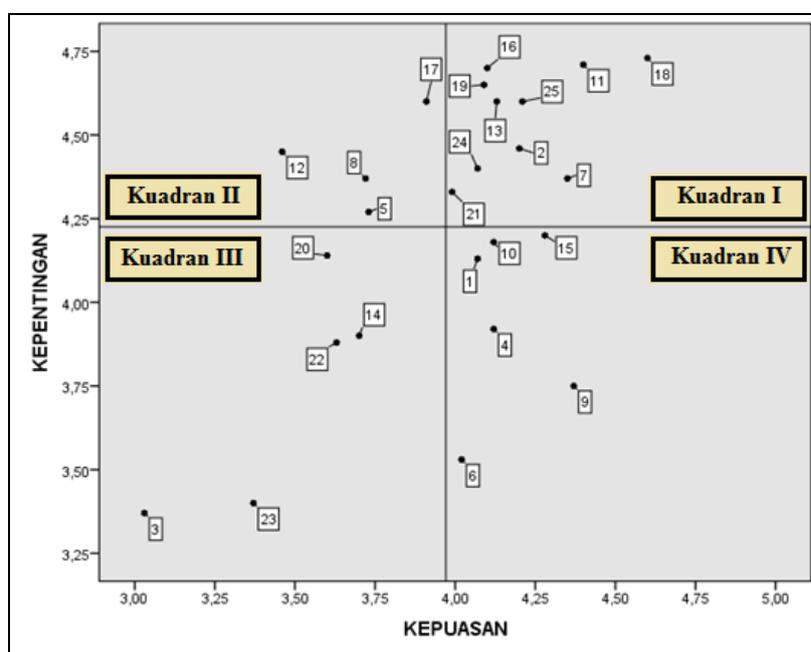
Gambar 2 merupakan diagram kartesius dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Adapun penjelasan mengenai setiap kuadran pada diagram kartesius adalah sebagai berikut :

- Kuadran I merupakan daerah yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan pelanggan sudah merasakan pelayanan yang memuaskan terhadap atribut-atribut pada kuadran ini, jadi perlu dipertahankan. Adapun atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran I adalah atribut 18, 16, 11, 19, 13, 25, 2, 14, 7, dan 21.
- Kuadran II merupakan daerah prioritas utama yang perlu dilakukan upaya perbaikan. Atribut-atribut pada kuadran ini dianggap suatu kelemahan atau kekurangan yang dimiliki perusahaan, karena pelanggan menganggap penting atribut-atribut tersebut tetapi pelayanan yang diberikan belum maksimal atau belum memuaskan. Adapun atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran II adalah atribut 17, 12, 8, dan 5.
- Kuadran III merupakan daerah dengan prioritas rendah untuk dilakukan upaya perbaikan. Atribut-atribut pada kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pelayanan yang diberikanpun belum memuaskan, sehingga tidak perlu terlalu memberikan perhatian, cukup dengan mempertahankan dan menyesuaikan dengan kondisi saat ini. Adapun atribut-atribut yang termasuk kuadran III adalah atribut 20, 14, 22, 23, dan 3.
- Kuadran IV merupakan daerah yang berkategori berlebihan, karena terdapat atribut yang dianggap tidak penting oleh pelanggan tetapi pihak perusahaan melaksanakan kinerja

dengan sangat baik dan pelanggan sudah merasa puas. Adapun atribut-atribut yang termasuk kuadran IV adalah 15, 10, 1, 4, 9, dan 6.

Atribut yang termasuk prioritas utama dilakukannya upaya perbaikan adalah atribut-atribut yang terdapat pada kuadran II, yaitu atribut 17 : *driver* mengenal alamat yang akan dituju. Atribut ini tergolong ke dalam dimensi *assurance* (jaminan) dengan tingkat kepentingan sangat tinggi. Tingkat kesesuaian atribut ini adalah 85%. Sebagai bentuk jaminan yang diberikan perusahaan adalah pelanggan akan diantar sampai ke tempat tujuan. Namun, kenyataan dilapangan masih banyak keluhan dari pelanggan. Mendapati *driver* asal luar kota Serang, membuat pelanggan mengeluh harus memberi arahan langsung untuk sampai ke lokasi tujuan, yang merupakan tugas pokok *driver* tersebut. Tingkat kesesuaian atribut ini adalah 85%.

Atribut 12: *driver* memberikan pemberitahuan dengan jelas apabila terjadi keterlambatan pelayanan kepada pelanggan. Atribut ini tergolong ke dalam dimensi *responsiveness* (daya tanggap). Tingkat kesesuaian atribut ini adalah 77.75%. Pada atribut ini pelanggan merasa ragu-ragu saat menunggu, karena *driver* tidak memberikan informasi secara jelas lokasi dan estimasi waktu dia sampai ke tempat penjemputan.



Gambar 2. Diagram Kartesius Metode IPA

Atribut 8: *driver* mengetahui jalan yang tidak mengalami kemacetan. Atribut ini tergolong ke dalam dimensi *reliability* (kehandalan). Tingkat kesesuaian atribut ini adalah 85.13%. Pada atribut ini pelanggan meminta waktu operasi yang singkat ketika dia sedang terburu-buru, mencari jalan yang tidak macet.

Atribut 5: *driver* berpakaian dengan rapih, bersih dan wangi. Atribut ini tergolong ke dalam dimensi *tangible* (berwujud). Tingkat kesesuaian atribut ini adalah 87.35%. Pada atribut ini pelanggan merasa tidak nyaman terhadap penampilan *driver* dengan jaket kurang rapi dan bau yang seharian bekerja di jalanan.

Keempat atribut di atas termasuk ke dalam kuadran II atau tingkat kepentingan tinggi namun tingkat kepuasan rendah. Hal ini menjadi kelemahan bagi perusahaan, sehingga perlu dilakukan upaya perbaikan dan peningkatan kinerja agar kepuasan pelanggan meningkat.

4. KESIMPULAN

Dari 25 atribut persepsi pelanggan yang telah dirancang berdasarkan dimensi *servqual*, terdapat 4 atribut yang harus menjadi perhatian PT X, yaitu atribut 17, 12, 8, dan 5. Masing-masing tingkat kesesuaian adalah 85%, 77.75%, 85.13%, dan 87.35%. Artinya, agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi, maka PT X harus konsentrasi melakukan perbaikan pada keempat atribut tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatorahman, 2015, Analisis Kualitas Layanan Perpustakaan Kampus B Universitas Airlangga Melalui Integrasi Importance Performance Analysis (IPA), Dan Model Kano Serta Usulan Perbaikannya Menggunakan Cause And Effect Diagram, *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 8. No. 2*, Universitas Airlangga.
- Kotler, Philip, 2004, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Sebelas, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kuo, Y.F., Chen, J.Y. dan Deng, W.J. IPA-KANO Model: A New Tool For Categorizing And Diagnosing Service Quality Attributes. *Total Quality Management & Business Excellence. 23 (7-8): 731-748*.
- Parasuraman, A., Zeithml, V.A., dan Berry, L.L. 1998. SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Jurnal of Retailing. Vol. 64 No. 1 Hlm. 12-40*.
- Sulistyowati, Dewi. 2015. Analisis Kualitas Jasa Kangaroo Premier Shuttle Travel Samarinda Dengan Menggunakan Model Kano Dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Kinerja* Vol. 12, No. 1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, dan Chandra, Gregorius, 2011, *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi Ketiga, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- www.bps.go.id. Diakses pada 2 Januari 2018.