

## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DI PT POS INDONESIA KC BATURAJA 32100

**Erna Mulyati<sup>1)</sup>, Septian Tri Handoyo<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>D4 Logistik Bisnis, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

Email: [ernamulyati@ulbi.ac.id](mailto:ernamulyati@ulbi.ac.id)

<sup>2)</sup>D4 Logistik Bisnis, Politeknik Pos Indonesia

Email: [septianth04@gmail.com](mailto:septianth04@gmail.com)

### Abstrak

*PT Pos Indonesia merupakan salah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa pos dan kurir. Dalam beberapa tahun terakhir kualitas pelayanan jasa Pos Indonesia mengalami penurunan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, menemukan atribut yang harus ditingkatkan dalam pelayanan dan memberikan rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Quality Function Deployment (QFD). Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, didapatkan skor tingkat kepuasan pelanggan di angka 79% yang artinya secara indeks pelanggan KC Baturaja merasa “puas”, tetapi setelah dilakukan analisa menggunakan diagram kartesius masih terdapat empat atribut yang kurang memuaskan yaitu C1 prosedur yang jelas, F1 yaitu ketepatan waktu kirim, F2 yaitu kecepatan waktu kirim, E2 yaitu penyelesaian pengaduan. Keempat atribut tersebut kemudian dianalisa dengan matriks House of Quality (HOQ) metode QFD dan didapatkan respon teknis yaitu pelayanan mengedukasi pelanggan tentang ketentuan pengiriman menempati prioritas pertama dengan bobot 28%, Melakukanutupan sesuai dengan jadwal keberangkatan KBM dan sesuai dengan kantor tujuan menempati posisi kedua dengan bobot masing masing 27%, Penyelesaian pengaduan dilakukan dengan sarana tercepat menempati prioritas ketiga dengan bobot 18%.*

**Kata Kunci:** Pelayanan, CSI,QFD, HOQ

### 1. PENDAHULUAN

Industri logistik dan ekspedisi atau yang biasa dikenal dengan industri jasa pengiriman barang saat ini merupakan salah satu industri yang mengalami pertumbuhan paling pesat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir khususnya dimulai ketika pandemi Covid-19 yang menyebabkan kebutuhan masyarakat akan pengiriman barang dan distribusi jadi terhambat. Industri pengiriman barang tumbuh positif tiap tahunnya sejalan dengan perkembangan e-commerce yang tercatat 500% dalam empat tahun terakhir. Mohamad Feriadi, Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos dan Logistik Indonesia (Asperindo), menilai potensi bisnis ekspedisi untuk tumbuh dengan penetrasi internet dan infrastruktur yang lebih luas karena dibangun oleh pemerintah. Tentu saja, munculnya startup logistik baru karena mereka melihat potensi yang besar di industri tersebut apalagi dengan adanya pesanan e-commerce yang terus meningkat salah satunya di PT Pos Indonesia. Pos Indonesia merupakan salah satu usaha ekspedisi yang telah berdiri sejak 26 Agustus 1746. Unit usaha Pos Indonesia kini berbentuk Perseroan Terbatas yang sering disebut dengan PT Pos Indonesia.

Kepopuleran Pos Indonesia dalam pengoperasiannya memang tidak diragukan lagi karena Pos Indonesia merupakan perusahaan veteran dalam industri sektor logistik di Indonesia tapi nampaknya kepopuleran tersebut semakin berkurang dengan adanya perusahaan swasta sebagai pesaing dalam industri tersebut terutama dalam persaingan e-commerce logistik.

**Tabel 1 Top brand index**

Brand	Tahun			Ranking		
	2019	2020	2021	201	202	202
JNE	26,40 %	27,30 %	33,40 %	1	1	1
J&T	20,30 %	21,30 %	28%	2	2	2
Tiki	12,60 %	10,80 %	11,20 %	3	3	3
Pos Indonesia	5,40%	7,70%	8,50%	-	-	-

Sumber: *Top Brand Index, 2022*

Dapat dilihat pada tabel 1 bahwa pada tahun 2019 hingga 2021, PT Pos Indonesia mengalami penurunan dimana pelanggan memilih jasa kurir lainnya sebagai pilihan mereka.

PT Pos Indonesia KC Baturaja 32100 setiap harinya memproduksi kiriman yang terdiri dari beberapa layanan, diantaranya yaitu layanan Paket Kilat Khusus (PKH). Produksi kiriman retail berasal

dari pelanggan yang melakukan transaksi lewat loket baik berupa dokumen maupun barang. Penurunan kualitas pelayanan berdampak juga pada produksi kiriman yang dihasilkan oleh KC Baturaja 32100 dan juga



**Gambar 1 Grafik Produksi Kiriman Transaksi KPRK**

Sumber: KC Baturaja 32100, 2022

Penurunan kualitas pelayanan berdampak juga pada produksi kiriman yang dihasilkan oleh KC Baturaja 32100, berdasarkan gambar 1 menunjukkan data dan grafik laporan pengawasan jumlah pelanggan yang melakukan transaksi lewat loket Kantor Cabang Baturaja 32100. Selama dua belas bulan terlihat bahwa terjadi penurunan untuk segmen layanan Paket Kilat Khusus (PKH) dan KC Baturaja 32100 setiap bulannya juga selalu menerima komplain dari pelanggan.

**Tabel 2 Rekap data komplain**

Keterangan/Bulan	Jan-22	Feb-22	Mar-22	Apr-22	Mei-22	Jun-22	Jul-22	Jumlah
Halloposcare	1	1						2
Keterlambatan	2	2	12	7	10	6	6	45
Barang belum diterima			5	2				7
Salah salur				1			1	2
Salah alamat	1		1					2
Diluar Batas Antaran			2					2
Over SWP	1							1
Over SLA			3					3
<b>Jumlah Rekap Complaint</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>23</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	

Sumber: KC Baturaja 32100, 2022

Dapat dilihat pada tabel 2 keterlambatan menjadi salah satu hal yang paling sering dikeluhkan pelanggan yang didapatkan oleh Bisma & Aryasanti (2022). Keluhan yang setiap saat terjadi dan tidak diatasi dengan baik akan menurunkan kualitas pelayanan dari suatu perusahaan dan kepuasan konsumen menurun sehingga akan beralih ke jasa kurir lainnya.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mariana dkk (2015) menemukan bahwa penelitian menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Quality Function Deployment (QFD) dapat menemukan kesenjangan antara realita dan harapan dari kualitas pelayanan yang didapat penumpang Bandara Internasional Juanda Surabaya sehingga perlu dilakukan perbaikan menggunakan prioritas harapan dan keinginan pelanggan serta persyaratan teknik yang didapatkan. Pada penelitian sebelumnya juga oleh Zaenuri dkk (2022) menggunakan metode QFD dan CSI dengan teknik penyebaran kuesioner kepada para pelanggan/konsumen ditemukan atribut yang dirasa kurang memuaskan pengguna jasa layanan Gojek dan ditemukan juga atribut prioritas perbaikan terhadap pelayanan dari pihak Gojek. Penelitian ini bertujuan

mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia KC Baturaja 32100, mengetahui atribut kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan oleh PT Pos Indonesia KC Baturaja 32100 serta melakukan analisis strategi sebagai Upaya memberikan rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan di PT Pos Indonesia KC Baturaja 32100

Penelitian yang penulis lakukan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan Quality Function Deployment (QFD) hingga pada fase House Of Quality (HOQ) sebagai metode untuk mencari strategi perbaikan pelayanan

Penelitian yang penulis lakukan diawali dengan mencari tingkat kepuasan tiap atribut yang diinginkan pelanggan KC Pos Baturaja 32100 menggunakan metode CSI kemudian hasil dari atribut CSI tersebut disusun dalam diagram kartesius Importance Performance Analysis (IPA) untuk melihat kuadran I yang menjadi prioritas perbaikan dan juga voice of customer pada matriks HOQ, Penggunaan matriks HOQ pada metode QFD bertujuan untuk menganalisa atribut yang dirasa kurang memuaskan melalui respon teknis dari manajemen dan tingkat kepentingan tiap atribut.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Quality Function Deployment* (QFD). Menurut Supranto dalam Harahap (2021) *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau indeks kepuasan konsumen adalah metrik yang mengukur bagaimana konsumen berhubungan dengan sebuah merek. CSI digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Hal ini dapat dijadikan acuan untuk menentukan strategi dalam melayani konsumen dengan lebih baik di masa yang akan datang. Lalu dilanjutkan mencari atribut yang harus ditingkatkan oleh Manajemen KC Baturaja 32100 dengan melihat diagram kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA) dan solusi pengembangan bisa didapatkan dengan metode QFD. Menurut Akao dalam Juniarti dkk (2021) QFD adalah sebuah metode pengembangan kualitas desain yang ditujukan untuk kepuasan konsumen dan menerjemahkan kebutuhan konsumen tersebut ke dalam tujuan desain dan poin jaminan kualitas utama yang akan digunakan sepanjang proses produksi. Untuk memperbaiki kualitas atribut pelayanan maka digunakan matriks *House of Quality* (HOQ) untuk

mendapatkan *technical response* dan prioritas pengembangan.

### 2.1 Variabel Operasional

Langkah awal dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen KC Baturaja 32100. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada pelanggan KC Baturaja 32100. Pada penelitian ini dimensi yang digunakan yaitu dimensi *Logistic Service Quality* (LSQ) yang berasal dari Fanani (2020)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pramudita (2022) tentang courier service pada J&T Express, dimensi LSQ yang digunakan terbatas pada 6 dimensi yaitu *Personnel Contact Quality*, *Quality of Information*, *Ordering procedures*, *Order Condition*, *Order Discrepancy Handling*, *Timeliness*, hal ini dikarenakan dimensi yang lain lebih mengarah terhadap jumlah ketersediaan produk, serta kesesuaian jumlah pesanan. Penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada courier service PT Pos Indonesia KC Baturaja 32100, oleh karena itu pada penelitian ini hanya menggunakan 6 dimensi untuk mengukur kepuasan jasa.

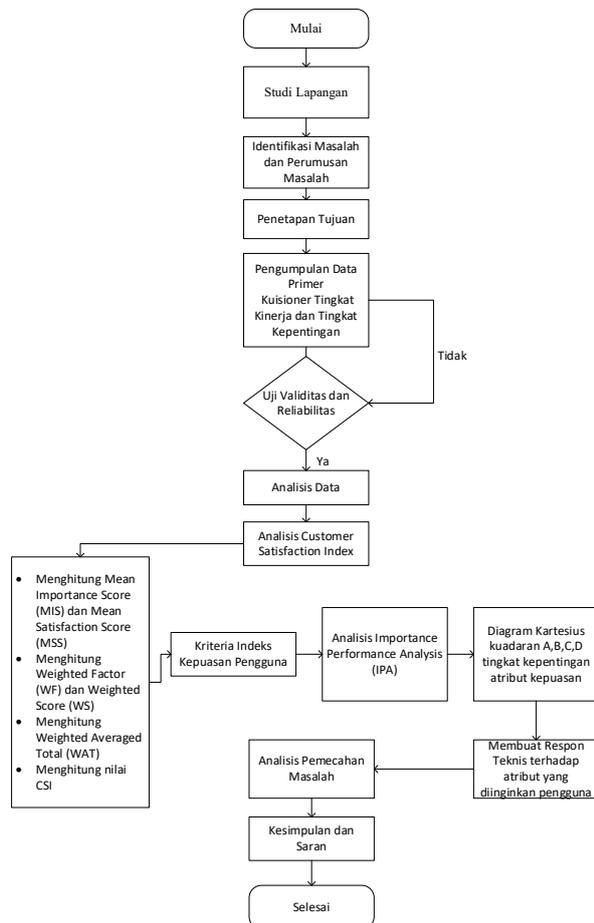
**Tabel 3 Operasional Variabel**

Dimensi	Definisi	Indikator Penilaian	Skala Ukuran
<i>Personnel Contact Quality</i> (A)	Mengacu pada orientasi pelanggan terhadap <i>contact people</i> dari bagian perusahaan	Sikap <i>Customer Service</i>	Ordinal
		Skill dan kesiapan <i>customer service</i>	
		Pengetahuan <i>Customer Service</i>	
<i>Information Quality</i> (B)	Mengacu pada persepsi pelanggan tentang informasi yang diberikan oleh perusahaan mengenai produk yang dapat dipilih oleh pelanggan.	Kemudahan akses informasi layanan	Ordinal
		Keakuratan informasi	
		Penelurusan paket	
		Kejelasan ketentuan pengiriman	
<i>Ordering Procedures</i> (C)	Efisiensi dan efektivitas dari prosedur yang diterapkan oleh perusahaan	Prosedur yang jelas	Ordinal
		Proses yang ringkas	
<i>Order Condition</i> (D)	Membahas tentang kerusakan yang mungkin terjadi dengan pesanan	Kesesuaian layanan	Ordinal
		Kondisi kiriman	
		Penanganan kiriman oleh kurir	
<i>Order Discrepancy Handling</i> (E)	Menunjukkan seberapa baik perusahaan menangani perbedaan pesanan yang terjadi setelah pesanan sampai ke pelanggan	Kesigapan memproses complain	Ordinal
		Penyelesaian pengaduan	
		Kompensasi yang layak	
<i>Timeliness</i> (F)	Membahas tentang apakah pesanan akan sampai ke pelanggan sesuai dengan waktu yang disepakati	Ketepatan waktu kirim	Ordinal
		Kecepatan waktu kirim	

Sumber: Fanani, 2020

## 2.2 Rancangan Analisis

Langkah selanjutnya setelah pengumpulan data kuesioner didapatkan ialah analisis untuk mendapatkan strategi perbaikan kualitas pelayanan dengan langkah langkah sebagai berikut:



Gambar 2 Rancangan Analisis  
Sumber: Pengolahan penulis, 2022

Rancangan analisis pada gambar 2 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) **Studi Lapangan**  
Penulis melakukan kegiatan Internship II dengan tujuan mendapatkan informasi tentang bagaimana proses bisnis yang terjadi di PT Pos Indonesia KC Baturaja 32100 serta melakukan identifikasi permasalahan yang terjadi pada perusahaan selama kegiatan Internship II berlangsung.
- 2) **Rumusan Masalah**  
Pada tahapan ini penulis bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang terjadi di PT Pos Indonesia KC Baturaja 32100 selama kegiatan Internship II berlangsung. Setelah

diidentifikasi maka dilakukan perumusan masalah yang akan diangkat tersebut

- 3) **Tujuan Penelitian**  
Setelah permasalahan berhasil dirumuskan maka penulis menetapkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yang dilaksanakan
- 4) **Pengumpulan Data**  
Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pelanggan KC Baturaja 32100 serta melakukan wawancara kepada manajemen KC Baturaja untuk mendapatkan respon teknis terhadap atribut yang ingin ditingkatkan pelanggan.
- 5) **Analisis Data**  
Setelah data kuesioner terkumpul maka dapat dilakukan pengolahan data. Analisis yang pertama menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan lalu diagram kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengetahui atribut yang dirasa penting oleh pelanggan tetapi memiliki performa yang jelek, setelah atribut didapatkan maka dapat dilakukan analisis menggunakan matriks *House of Quality* (HOQ) pada metode QFD untuk mengetahui strategi perbaikan dan prioritas atribut yang harus ditingkatkan
- 6) **Analisis Pemecahan Masalah**  
Pada tahap ini dilakukan analisis dari hasil pengolahan data agar dapat mengetahui hasil yang optimal dan apa yang harus diperbaiki oleh perusahaan
- 7) **Kesimpulan dan Saran**  
Berdasarkan proses analisis, penulis dapat menulis kesimpulan dari temuan penelitian. Penulis kemudian memberikan saran-saran yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan sebagai alternatif solusi dalam kebijakan atau keputusan di masa yang akan datang.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengambilan sampel untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan menggunakan teknik Simple Random Sampling yaitu sampel dipandang sebagai sebuah kasus khusus dimana setiap elemen populasi mempunyai kesempatan yang sama dan diketahui untuk diseleksi. Pada penelitian ini, populasi yang digunakan ialah para pelanggan yang pernah menggunakan jasa PT Pos Indonesia KC Baturaja 32100. Sampel pada penelitian ini dihitung dengan rumus slovin.

Pengambilan sampel menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan margin of error sebesar 10% yang artinya dari banyaknya sampel dari populasi

maka akan ada kemungkinan sampling error sebesar 10%. Oleh karena itu sampel dapat dihitung menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 487 / (1 + (487 \times 0,01))$$

$$n = 487 / 5,87$$

$$n = 83$$

Melalui perhitungan tersebut diputuskan sampel penelitian berjumlah 83 orang dengan margin of error sebesar 10%.

### 3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner yang diberikan kepada responden selama penelitian. Uji validitas dilakukan menggunakan rumus koefisien korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan program SPSS versi 26.

**Tabel 4 Hasil Uji Validitas**

No	r-hitung Tingkat Kepentingan	r-hitung Tingkat Kepuasan	r-tabel	Keterangan
A1	0,766	0,770	0,1818	Valid
A2	0,796	0,702	0,1818	Valid
A3	0,799	0,797	0,1818	Valid
B1	0,889	0,768	0,1818	Valid
B2	0,864	0,839	0,1818	Valid
B3	0,775	0,812	0,1818	Valid
B4	0,843	0,832	0,1818	Valid
C1	0,834	0,844	0,1818	Valid
C2	0,835	0,863	0,1818	Valid
D1	0,854	0,858	0,1818	Valid
D2	0,878	0,748	0,1818	Valid
D3	0,87	0,866	0,1818	Valid
E1	0,884	0,816	0,1818	Valid
E2	0,89	0,855	0,1818	Valid
E3	0,878	0,859	0,1818	Valid
F1	0,802	0,874	0,1818	Valid
F2	0,877	0,862	0,1818	Valid

Sumber: Pengolahan data penulis dengan SPSS, 2022

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa semua nilai indikator r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel (0,1818) artinya semua indikator yang terdapat pada

kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan adalah valid dan sah sehingga dapat digunakan untuk penelitian.

### 3.2 Uji Reliabilitas

Menurut Gozali dalam Harahap (2021) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel/dimensi. Suatu kuesioner dikatakan reliabel dan handal ketika responden mampu memberikan jawaban yang konsisten. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 26. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas**

No	Data	Nilai Cronbach Alpha (α)	Keterangan
1	Tingkat Kepentingan	0,974	Reliable
2	Tingkat Kepuasan	0,970	Reliable

Sumber: Pengolahan data penulis dengan SPSS, 2022

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas memiliki nilai koefisien Cronbach Alpha lebih dari 0,60 yang artinya bahwa indikator yang digunakan sebagai penilaian dalam kuesioner dalam penelitian ini reliabel dan handal.

### 3.3 Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Pos Indonesia KC Baturaja 32100 terhadap pelayanan yang diberikan. Perhitungan CSI diambil dari skor rata rata tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan tujuh belas (17) indikator penilaian kuesioner yang telah disebarkan ke pelanggan dengan jumlah 83 responden. Perhitungan CSI dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 6 Perhitungan Customer Satisfaction Index**

KODE	MIS	Weighted Factor	MSS	Weighted Score
A1	4,52	0,06	4,06	0,25
A2	4,53	0,061	4,08	0,25
A3	4,49	0,06	4,07	0,24
B1	4,36	0,058	3,96	0,23
B2	4,39	0,059	4,04	0,24
B3	4,27	0,057	3,99	0,23
B4	4,29	0,057	3,96	0,23
C1	4,48	0,06	3,96	0,24

C2	4,4	0,059	4	0,24
D1	4,34	0,058	4	0,23
D2	4,46	0,06	4,18	0,25
D3	4,4	0,059	4,05	0,24
E1	4,36	0,058	3,87	0,23
E2	4,4	0,059	3,82	0,22
E3	4,3	0,057	3,78	0,22
F1	4,42	0,059	3,82	0,23
F2	4,43	0,059	3,86	0,23
<b>Total</b>	<b>74,83</b>			
<b>WAT</b>				<b>3,97</b>
<b>CSI</b>				<b>79%</b>

Sumber: Pengolahan data penulis, 2022

Pada tabel 6 dapat dilihat bahwa skor Customer Satisfaction Index (CSI) adalah 79%. Skor tersebut berada pada rentang 60%-80% yang artinya pelanggan KC Baturaja 32100 secara indeks merasa "puas". Tingkat kepuasan 79% menunjukkan bahwa ada sekitar 21% pelanggan dan beberapa atribut yang belum merasa puas sehingga perlu dilakukan perbaikan pelayanan sehingga pelayanan KC Baturaja 32100 menjadi lebih baik lagi.

Peningkatan pelayanan juga terus dilakukan oleh manajemen jasa kurir lainnya seperti JNE dan J&T walaupun tingkat kepuasan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut cukup tinggi. Sebagai perbandingan berikut tingkat kepuasan pada perusahaan jasa kurir lainnya:

**Tabel 7 Tingkat Kepuasan Jasa Kurir**

Penulis	Perusahaan	Tingkat Kepuasan
---------	------------	------------------

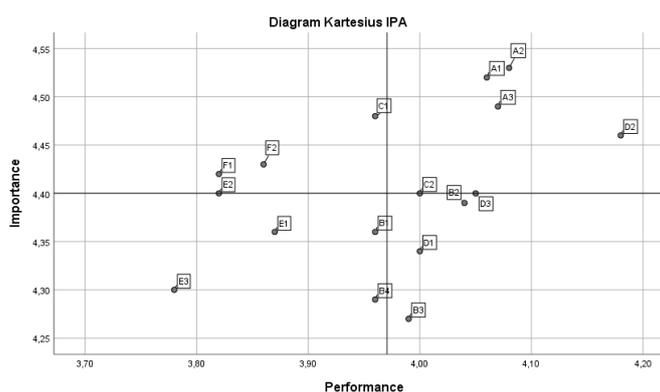
Rastyana dkk (2022)	J&T	80,36% (Puas)
Azis dkk (2021)	JNE	94,39% (Sangat Puas)

Sumber: Rastyana (2022) dan Fanani (2020), 2022

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rastyana dkk (2022) dan Azis dkk (2020) ternyata perusahaan jasa kurir yang menempati peringkat satu dan dua pada merek Top Brand masih terus melakukan peningkatan terhadap atribut yang masih perlu diperbaiki, sehingga untuk meningkatkan pelayanan maka dicari atribut yang dirasa pelanggan *low performance* atau kurang memuaskan tetapi memiliki tingkat kepentingan yang tinggi melalui diagram kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA), selain itu tingkat kepuasan dapat berubah seiring waktu berdasarkan tingkat kepentingan atribut konsumen dan jumlah populasi yang diambil pada suatu daerah.

**3.4 Importance Performance Analysis (IPA)**

Importance Performance Analysis (IPA) adalah metode yang berguna untuk menunjukkan prioritas tingkat kinerja masing masing atribut melalui diagram kartesius yang terbagi dalam 4 kuadran yang dibagi oleh garis X dan Y, dimana tingkat kepentingan merupakan garis Y dan tingkat kepuasan merupakan garis X. Nilai garis tersebut didapat dari perhitungan rata rata tingkat kepentingan (MIS) dan kepuasan (MSS) masing masing atribut pada metode CSI diperoleh nilai sebesar Y= 4,40 dan X= 3,97. Pembuatan diagram kartesius menggunakan bantuan program SPSS versi 26 dengan hasil sebagai berikut:



**Gambar 3 Diagram Kartesius IPA**

Sumber: Pengolahan data penulis dengan SPSS, 2022

Penjelasan empat diagram yang membagi indikator pelayanan pada PT Pos Indonesia KC Baturaja 32100 diatas adalah sebagai berikut:

- 1) Kuadran A, daerah yang berisikan atribut penting menurut pelanggan tapi rendah dalam

hal pelayanan. Pada daerah ini perusahaan harus melakukan perbaikan sehingga pelanggan menjadi puas. Atribut yang masuk ke dalam kuadran A adalah: C1 yaitu prosedur yang jelas, F1 yaitu ketepatan waktu kirim, F2 yaitu

- kecepatan waktu kirim, E2 yaitu penyelesaian pengaduan.
- 2) Kuadran B, daerah yang berisikan atribut penting oleh pelanggan dan pelanggan sudah puas dengan atribut tersebut sehingga tidak perlu adanya perbaikan. Atribut yang masuk kuadran B adalah: A1 yaitu sikap *customer service*, A2 yaitu skill dan kesiapan *customer service*, A3 yaitu pengetahuan *customer service*, D2 yaitu kondisi kiriman, C2 yaitu proses yang ringkas, D3 yaitu penanganan kiriman oleh kurir.
  - 3) Kuadran C, daerah yang berisi atribut tingkat kepentingan rendah dan pelanggan kurang merasa puas oleh karena itu atribut tersebut menunjukkan kesalahan yang kecil dan tidak membutuhkan perhatian segera. Atribut yang masuk kuadran C adalah: E3 kompensasi yang layak, E1 kesiapan memproses complain, B1 kemudahan akses informasi layanan, B4 kejelasan ketentuan pengiriman.
  - 4) Kuadran D, daerah yang berisikan atribut yang dirasa pelanggan tingkat kepentingannya rendah dan mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi sehingga merupakan kuadran yang menunjukkan atribut yang dirasa berlebihan dan mungkin bisa dialihkan ke bagian yang lain. Atribut yang masuk kuadran D adalah: B2 keakuratan informasi, D1 kesesuaian layanan, B3 penelusuran paket.

Berdasarkan analisis diagram kartesius terdapat atribut yang harus ditingkatkan pelayanannya karena atribut tersebut penting dan pelanggan merasa kurang puas, atribut tersebut berada pada kuadran A yaitu:

- C1 prosedur yang jelas menempati prioritas pertama atribut yang menurut pelanggan harus ditingkatkan dengan tingkat kepentingan lebih tinggi dari atribut lain sebesar 4,48
- F2 yaitu kecepatan waktu kirim berada pada urutan kedua dengan tingkat kepentingan sebesar 4,43
- F1 yaitu ketepatan waktu kirim berada pada urutan ketiga dengan tingkat kepentingan sebesar 4,42 selisih satu angka dari F2 yang sama-sama berada dalam satu dimensi yaitu *timeliness*
- E2 yaitu penyelesaian pengaduan berada pada posisi keempat pada atribut yang harus ditingkatkan berdasarkan tingkat kepentingan pelanggan yaitu sebesar 4,40

### 3.5 Quality Function Deployment (QFD)

*House of Quality* (HOQ) atau rumah kualitas adalah alat untuk menerjemahkan keinginan

pelanggan menjadi respon teknik sehingga pelayanan yang diberikan dapat memenuhi keinginan pelanggan. HOQ merupakan fase pertama dari QFD dan terdiri dari dua bagian yaitu tabel pelanggan (horizontal) dan tabel teknis (vertikal).

#### 3.5.1 Fase 1 (*Customer Needs*)

Kuadran A menjadi *customers need* pada matriks *House Of Quality* fase 1 dimana tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan rendah sedangkan tingkat kepentingan yang diharapkan tinggi, untuk itu perlu adanya strategi perbaikan demi meningkatkan kinerja pelayanan pada KC Baturaja 3210. Atribut yang menjadi keinginan pelanggan tersebut adalah C1 prosedur yang jelas dengan nilai tingkat kepentingan 4,48 , F2 yaitu kecepatan waktu kirim dengan nilai tingkat kepentingan 4,43 , F1 yaitu ketepatan waktu kirim dengan nilai tingkat kepentingan 4,42 , E2 yaitu penyelesaian pengaduan dengan nilai tingkat kepentingan 4,40.

#### 3.5.2 Fase 2 (*Technical Response*)

Respon teknis bertujuan untuk memberikan solusi atas kebutuhan pelanggan. Respon teknis didapatkan melalui wawancara dengan manajemen KC Baturaja 32100.

**Tabel 8 *Technical Response***

KODE	Atribut	Respon Teknis
C1	Prosedur yang jelas	Pelayanan mengedukasi pelanggan tentang ketentuan pengiriman
F1	Ketepatan waktu kirim	Melakukan tutupan sesuai jadwal keberangkatan KBM roda 4 yang singgah di Baturaja
F2	Kecepatan waktu kirim	Melakukan tutupan sesuai dengan kantor tujuan
E2	Penyelesaian pengaduan	Dilakukan dengan sarana tercepat (Irregularitas, CCH, Grup Tele CS)

Sumber: Wawancara Manajemen KC Baturaja 32100, 2022

#### 3.5.3 Fase 3 (*Matrix Relationship*)

*Matrix Relationship* menggambarkan hubungan antara *customer needs* dan *technical response* dengan memberi simbol (●) yang berarti kuat dengan nilai 9, simbol (O) yang berarti sedang dengan nilai 3 dan simbol (Δ) yang berarti lemah dengan nilai 1

**Tabel 9 Matrix Relationship**

		<b>Korelasi Kebutuhan Pelanggan dan Respon Teknis</b>			
<b>Kode</b>	<b>Atribut\Respon Teknis</b>	Pelayanan mendukung pelanggan tentang ketentuan pengiriman	Melakukanutupan sesuai jadwal keberangkatan KBM roda 4 yang singgah di BTA	Melakukan Tutupan sesuai dengan kantor tujuan	Dilakukan dengan sarana tercepat (irregularitas,cch,grup telegram cs)
C1	Prosedur yang Jelas	•	•	•	•
F1	Ketepatan waktu pengiriman	•	•	•	
F2	Kecepatan waktu pengiriman	•	•	•	
E2	Penyelesaian Pengaduan	Δ			•

Sumber: Wawancara Manajemen KC Baturaja 32100, 2022

**3.5.4 Fase 4 (Technical Matrix)**

Matriks ini berisikan hubungan antara respon teknis antar pelayanan yang diberikan oleh manajemen dengan memberi simbol sebagai berikut:

- : Nilai +9 berarti positif kuat
- o : Nilai +3 berarti positif lemah
- XX : Nilai -3 berarti negatif lemah

X : Nilai -9 berarti negatif kuat

□ : Nilai 0 Tidak ada hubungan

Berdasarkan wawancara dengan manajemen KC Baturaja diketahui korelasi antar respon teknis sebagai berikut:

**Tabel 10 Technical Correlation**

		<b>Hubungan Antar Respon Teknis</b>			
<b>Respon Teknis</b>	Pelayanan mendukung pelanggan tentang ketentuan pengiriman	Melakukanutupan sesuai jadwal keberangkatan KBM roda 4 yang singgah di BTA	Melakukan Tutupan sesuai dengan kantor tujuan	Dilakukan dengan sarana tercepat (irregularitas,cch,grup telegram cs)	
Pelayanan mendukung pelanggan tentang ketentuan pengiriman		O	o	•	
Melakukanutupan sesuai jadwal keberangkatan KBM roda 4 yang singgah di BTA			•		
Melakukan Tutupan sesuai dengan kantor tujuan		•			
Dilakukan dengan sarana tercepat (irregularitas,cch,grup telegram cs)	•				

Sumber: Wawancara Manajemen KC Baturaja 32100, 2022

### 3.5.5 Fase 5 (Planning Matrix)

*Planning Matrix* merupakan tahap untuk menentukan prioritas dari kebutuhan pelanggan. Ada beberapa tahap dalam *planning matrix* yaitu sebagai berikut:

1) Menentukan Nilai Target

Menunjukkan seberapa besar atribut pelanggan tersebut harus diperbaiki bagi perusahaan sehingga bisa meningkatkan pelayanan.

**Tabel 11 Nilai Target**

Penentuan Nilai Target		
Kode	Atribut	Nilai Target
C1	Prosedur yang Jelas	3
F1	Ketepatan waktu pengiriman	4
F2	Kecepatan waktu pengiriman	4
E2	Penyelesaian Pengaduan	4

Sumber: Wawancara Manajemen KC Baturaja 32100, 2022

2) Rasio Perbaikan

Rasio perbaikan suatu atribut pelayanan diperoleh dari nilai target penting untuk diperbaiki dikali dengan tingkat kepuasan pelanggan.

**Tabel 12 Rasio Perbaikan**

Penentuan Rasio Perbaikan			
Atribut	Nilai Target	Tingkat Kepuasan	Rasio
Prosedur yang Jelas	3	3,96	0,76
Ketepatan waktu pengiriman	4	3,82	1,05
Kecepatan waktu pengiriman	4	3,86	1,04
Penyelesaian Pengaduan	4	3,82	1,05

Sumber: Pengolahan data penulis, 2022

3) Bobot Atribut Jasa

Perhitungan bobot dihitung menggunakan nilai *sales point*. Nilai *sales point* yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni dkk (2013) yaitu 1.0 (Tidak ada sales point), 1,2 (sales point sedang), 1,5 (sales point kuat).

**Tabel 13 Bobot Atribut**

Penentuan Bobot Atribut Jasa							
Kode	Atribut	Sales Point	Tingkat Kepentingan	Rasio	Bobot	Normalisasi	Prioritas
C1	Prosedur yang Jelas	1,5	4,48	0,76	5,09	19,71	4
F1	Ketepatan waktu pengiriman	1,5	4,42	1,05	6,94	26,88	1
F2	Kecepatan waktu pengiriman	1,5	4,43	1,04	6,89	26,66	3
E2	Penyelesaian Pengaduan	1,5	4,4	1,05	6,91	26,76	2
<b>Total</b>					25,83		

Sumber: Pengolahan data penulis, 2022

Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui prioritas atribut persyaratan pelanggan yang harus ditingkatkan dari bobot terbesar yaitu ketepatan waktu pengiriman, penyelesaian pengaduan, kecepatan waktu pengiriman dan prosedur yang jelas.

### 3.5.6 Fase6 (Technical Matrix)

Tahap ini merupakan fase untuk menentukan tingkat prioritas dari respon teknis yang terdiri dari *degree of difficulty*, *absolute weight* dan *relative weight*.

**Tabel 14 Technical Matrix**

Respon Teknis	Derajat Kesulitan	Bobot Absolut	Bobot Relative	Prioritas
Pelayanan mengedukasi pelanggan tentang ketentuan pengiriman	3	28	28%	1
Melakukanutupan sesuai jadwal keberangkatan KBM roda 4	4	27	27%	2
Melakukan Tutupan sesuai dengan kantor tujuan	4	27	27%	2

Dilakukan dengan sarana tercepat (irregularitas,cch,grup telegram cs)	3	18	18%	3
---	---	----	-----	---

Sumber: Pengolahan data penulis, 2022

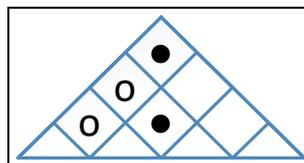
Pada tabel 14 dapat dilihat derajat kesulitan yang menyatakan bahwa kemampuan manajemen untuk menerapkan kebijakan dalam memenuhi keinginan pelanggan berada pada taraf empat dan tiga yang artinya kebijakan tersebut mudah dan cukup mudah untuk diterapkan pada perusahaan.

Bobot absolute diperoleh dari perkalian simbol hubungan antara kebutuhan pelanggan (*voice of customer*) dan *technical response* sedangkan tingkat kepentingan relative merupakan persentase dari nilai kepentingan absolute.

Setelah perhitungan bobot absolut dan relative maka didapatkan prioritas perbaikan yang harus

dilakukan oleh manajemen KC Baturaja dengan persentase paling besar yaitu Pelayanan mengedukasi pelanggan tentang ketentuan pengiriman dengan persentase 28% lalu melakukan tutupan sesuai jadwal keberangkatan KBM roda empat dan sesuai dengan kantor tujuan berada pada posisi kedua dengan persentase yang sama yaitu 27% kemudian penyelesaian pengaduan dengan sarana tercepat berada pada prioritas ketiga dengan persentase 18%.

Setelah semua perhitungan dari enam fase diperoleh maka selanjutnya pada gambar 4 dapat diketahui matriks *house of quality* KC Baturaja untuk diterapkan sehingga secara lengkap sebagai berikut:



Voice of Customer \ Technical Response	Pelayanan mengedukasi pelanggan tentang ketentuan pengiriman	Melakukan tutupan sesuai jadwal keberangkatan KBM roda 4 yang singgah di BTA	Melakukan Tutupan sesuai dengan kantor tujuan	Dilakukan dengan sarana tercepat (irregularitas,cch,grup telegram cs)	Tingkat Kepuasan	Nilai Target	Rasio Perbaikan	Sales Point	Tingkat Kepentingan	Bobot	Normalisasi Bobot
Prosedur yang Jelas	●	●	●	●	3,96	3	0,76	1,5	4,48	5,09	19,71
Ketepatan waktu pengiriman	●	●	●		3,82	4	1,05	1,5	4,42	6,94	26,88
Kecepatan waktu pengiriman	●	●	●		3,86	4	1,04	1,5	4,43	6,89	26,66
Penyelesaian Pengaduan	Δ			●	3,82	4	1,05	1,5	4,4	6,91	26,76
<b>Derajat Kesulitan</b>	3	4	4	3							
<b>Absolute Importance</b>	28	27	27	18							
<b>Relative Importance</b>	28%	27%	27%	18%							
<b>Prioritas</b>	1	2	2	3							

Gambar 4 Matriks House of Quality

Sumber: Pengolahan data penulis, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan technical matrix dan analisa *House of Quality* serta *technical response* yang diberikan oleh manajemen KC Baturaja maka dapat diketahui urutan perbaikan kualitas pelayanan yang sejalan dengan prioritas tingkat kepentingan pelanggan pada kuadran A diagram kartesius Importance Performance Analysis (IPA) yang dapat dilakukan oleh manajemen sebagai berikut:

#### 1. Pelayanan mengedukasi pelanggan tentang ketentuan pengiriman (C1)

Respon teknis prosedur yang jelas menempati urutan pertama dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,48 dikarenakan berhubungan erat dengan seluruh aspek atribut lainnya dimana dari seluruh bagian pelayanan harus mampu menjelaskan dan mengedukasi seluruh ketentuan layanan yang ada di perusahaan dimulai dari prosedur hingga pelayanan pengaduan. Perusahaan dapat memulai dengan melakukan edukasi dengan cara menempel poster di kantor mengenai ketentuan pengiriman dan rutin melakukan edukasi melalui sosial media dan promosi baik melalui akun official maupun portal berita daerah setempat.

#### 2. Melakukanutupan sesuai jadwal keberangkatan KBM roda empat (F1)

Respon teknis ketepatan waktu kiriman berada di urutan kedua dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,43 karena pihak manajemen KC Baturaja harus sangat memerhatikan kegiatan operasional terutama jadwal keberangkatan sehingga tidak terjadi keterlambatan dan menyebabkan kantung kiriman telat sampai di kantor tujuan. Melakukanutupan

### 4. KESIMPULAN

Dari hasil analisa dan pengolahan data maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Tingkat kepuasan pelanggan KC Baturaja 32100 berada pada tingkat 79% yang artinya pelanggan merasa "puas" tetapi masih terdapat beberapa atribut yang dirasa penting tetapi kurang memuaskan bagi pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan pada KC Baturaja 32100 perlu ditingkatkan lagi.
- 2) Dari kuadran A matriks IPA terdapat atribut yang kurang memuaskan dan perlu untuk diperbaiki yaitu C1 prosedur yang jelas, F1 yaitu ketepatan waktu kirim, F2 yaitu kecepatan waktu kirim, E2 yaitu penyelesaian pengaduan.
- 3) Dari perhitungan dan analisis pada matriks *House of Quality* (HOQ) terdapat respon teknis sebagai upaya perbaikan dari atribut yang dirasa kurang memuaskan oleh pelanggan. Terdapat urutan prioritas perbaikan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan antara lain yaitu:

tepat waktu sesuai dengan jadwal dapat lebih meningkatkan ketepatan dan kecepatan waktu pengiriman.

#### 3. Melakukanutupan sesuai dengan kantor tujuan (F2)

Respon teknis kecepatan waktu kiriman berada di urutan kedua yang sama dengan atribut F1 dan terletak pada dimensi timeliness dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,42 karena operasional perusahaan harus selalu melakukan pengawasanutupan kantong sesuai dengan kantor tujuan sehingga tidak akan terjadinya keterlambatan karena salah salur kiriman. Pengiriman kantong yang tepat sesuai dengan kantor tujuan akan meningkatkan kecepatan pengiriman dan operasional perusahaan tidak akan repot melakukan evaluasi dan pengecekan ulang kiriman yang mengakibatkan barang menjadi terlambat sampai kepada tangan konsumen.

#### 4. Dilakukan dengan sarana tercepat (irregularitas, cch, grup telegram CS) (E2)

Respon teknis yang menjadi prioritas ketiga adalah penyelesaian pengaduan akan dilakukan dengan sarana tercepat dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,40 sehingga masalah yang dihadapi oleh pelanggan dalam pengiriman akan cepat terselesaikan dan pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan. Penyelesaian pengaduan akan cepat terselesaikan dengan adanya kerjasama antara kantor cabang pembantu (KCP) dan KC Baturaja melalui sarana tercepat yaitu pelaporan irregularitas, customer complaint handling (CCH) serta komunikasi dan koordinasi melalui grup telegram customer service

- a. Pelayanan mengedukasi pelanggan tentang ketentuan pengiriman menempati urutan prioritas pertama dengan persentase 28%. Edukasi yang diberikan kepada pelanggan dilakukan supaya pelanggan merasa mudah untuk mencari informasi mengenai ketentuan dan prosedur kiriman barang.
- b. Melakukanutupan sesuai jadwal keberangkatan KBM roda empat dan sesuai kantor tujuan berada di urutan kedua dengan persentase 27%. Kegiatan operasional yang berjalan lancar akan membuat pengiriman menjadi lebih cepat dan tepat sesuai dengan jadwal yang ada sehingga tidak terjadi keterlambatan.
- c. Penyelesaian pengaduan dilakukan dengan sarana tercepat (irregularitas, CCH, grup telegram cs) berada di urutan ketiga dengan persentase 18%. Penyelesaian pengaduan dilakukan secepat mungkin dengan sarana tercepat sehingga masalah yang dihadapi oleh pelanggan dapat terselesaikan.

## 5. REFERENSI

- [1] Anggraeni, Mutiara. 2013. *Rancangan Meja Dapur Multifungsi Menggunakan Quality Function Deployment (QFD)*. Bandung: Institut Teknologi Nasional
- [2] Azis, Figo Fadhilla dkk. 2021. The Analysis of PT. Tiki Jalur Nugaraha EkaKurier in Maintaining Service Quality and Customer Satisfaction on Consumer's Loyalty Interest During Covid-19 Pandemic. Jakarta: Institut Transportasi dan Logistik Trisakti
- [3] Bisma, M. A., & Aryasanti, N. M. S. 2022. Analisis Gagal Antar pada Proses CPTDR di PT Pos Indonesia (Persero) Tangerang Selatan 15400 Menggunakan Metode FTA dan FMEA. *Jurnal Logistik Bisnis*, 12(1), 60-67.
- [4] Dyana, Nava. 2020. *Analisis QFD (Quality Function Deployment) Untuk Perbaikan Produk Thai Tea Merek Kaw-Kaw Di Ukm Waralaba Di Landungsari, Malang*. Malang: Institut Teknologi Nasional
- [5] Halim, Fitria, And Dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- [6] Harahap, And Rizkiah Tri Mukti. 2021. "Analisis IPA (Importance Performance Analysis) Dan CSI (Customer Satisfaction Index) Pada Bisnis Mie Aceh Basilam Di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan." Universitas Sumatera Utara.
- [7] Heizer, Jay, Barry Render, Chuck Murson. 2016. *Operation Management: Sustainability And Supply Chain Management Twelfth Edition*. United Kingdom: Pearson Global Edition
- [8] Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- [9] Juniarti, Anita Dyah, Tatan Zakaria, And Halimatus Sadiyah. 2021. *Analisa Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD) (Studi Kasus: PT. Surya Makmur Suplindo)*. Vol. 4.
- [10] Lukman, Muhammad, Wahyu Wulandari. 2018. *Peningkatan Kualitas Produk Cokelat Dengan Integrasi Metode Kano Dan QFD*. Malang: Universitas Muhammadiyah
- [11] Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi Ke Tiga*. Jakarta: Salemba Empat
- [12] Mariana, I Ketut Oka Dkk. 2015. *Kajian Tingkat Kepuasan Penumpang Dan Kinerja Pelayanan Terminal Penumpang Domestik (T2) Di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya*. Malang: Universitas Brawijaya
- [13] Maritan, Davide. 2015. *Practical Manual Of Quality Function Deployment*. Switzerland: Springer International Publishing
- [14] Muhyi, Muhammad Dkk. 2018. *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Universitas Pgri Adi Buana.
- [15] Pramudita, Aditia Sovia, And Dkk. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: J&T Express Dp Padang Sidempuan)." *Jurnal Bisinis Dan Pemasaran Poltekpos* 12(1):1-9.
- [16] Rastyana, Ulta dkk. 2022. Analisis IPA dan CSI Terhadap Kepuasan Pelanggan Marketplace Pada Pelayanan J&T Express Indonesia. Bandung: Universitas Bina Sarana Informatika
- [17] R Fanani, Zainal, And Dkk. 2020. *Analisis Logistic Service Quality Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Jasa Pengiriman Jne Express*. Vol. 15.
- [18] Rusdiana. 2014. *Manajemen Operasi*. Bandung: Cv Pustaka Setia.
- [19] Satmoko, Nugroho Djati, And Dkk. 2020. *Manajemen Operasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- [20] Silva F Dkk. 2015. *Importance-Performance Analysis As A Tool In Evaluating Higher Education Service Quality: The Empirical Results Of Estig (Ipb)*. Portugal: Polytechnic Institue Of Braganca
- [21] Sinambela, Poltak Lijan. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta: Graha Ilmu