

ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA JASA LAYANAN *FREIGHT FORWARDING* MENGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Amri Yanuar¹⁾, M. Raziq Hakim Siregar²⁾

¹⁾D4 Logistik Bisnis, Universitas Logistik & Bisnis Internasional
Email: amri@ulbi.ac.id

²⁾D4 Logistik Bisnis, Universitas Logistik & Bisnis Internasional
Email: raziqhakim20@gmail.com

Abstrak

Perekonomian suatu negara saat ini tidak dapat terlepas dari kondisi perekonomian global. Layanan logistik dianggap sebagai dimensi utama kualitas layanan dalam perdagangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan yang merupakan hal wajib bagi perusahaan agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Penelitian ini dilakukan kepada pengguna jasa layanan *freight forwarding* yang berguna untuk mengetahui atribut apa saja yang diperlukan untuk mengidentifikasi kualitas pelayanan yang telah dirasakan para pengguna jasa apa saja yang menjadi penting dan prioritas untuk diperhatikan. Pendekatan *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* digunakan menjawab masalah penelitian dengan menghitung nilai gap dan indikator prioritas dari kuesioner yang diberikan kepada 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan kepuasan pengguna jasa *freight forwarding* menurut persepsi pelanggan belum memenuhi harapan yang diinginkan dan belum mampu memuaskan pelanggan yang dilihat dari seluruh indikator atau atribut yang memiliki nilai gap negatif. Terdapat 7 indikator atau atribut yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan. Atribut tersebut diintegrasikan menggunakan metode *Quality Function Deployment* akan di bentuk *House of Quality*. Hasil penelitian pengolahan data di dapatkan 7 usulan. Hal ini berguna meningkatkan kepuasan pelanggan pada pengguna jasa layanan di PT XYZ Indonesia.

Kata Kunci: *Kepuasan Pelanggan, Freight Forwarding, Service Quality, Importance Performance Analysis, Quality Function Deployment, House of Quality*

1. PENDAHULUAN

Perekonomian negara sekarang tidak lepas dari keadaan ekonomi global. Pelaksanaannya tentu perlu memberi penguatan manajemen rantai pasokan (*supply chain*) sehingga arus perpindahan barang, arus informasi, dan arus finansial berlangsung aman, efektif, dan efisien, mulai dari penyedia hingga sampai ke pengguna akhir. Hal utama yang mendorong globalisasi yaitu peningkatan arus informasi, uang dan barang melalui perusahaan multinasional. Setiap negara dapat melaksanakan ekspor produk ke berbagai negara dan impor kebutuhan dari negara lain. Layanan logistik mendukung pembangunan hubungan pelanggan dalam rantai pasokan dan membantu perusahaan mendirikan dan mempertahankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Pelayanan dipandang tepat dan baik jika pelayanan yang didapatkan sesuai dengan harapan pelanggan.

Tarigan & Parasuraman (2018) menjelaskan kualitas pelayanan adalah berapa besar perbedaan antara harapan dan kenyataan pelanggan terhadap layanan yang didapatkan. Semua perusahaan jasa harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan pelanggan selain pencapaian keuntungan maksimal. PT. XYZ Indonesia

merupakan suatu perusahaan multinasional di bidang usaha penyedia jasa pengurusan transportasi pengiriman yang bergerak pada bidang *freight forwarding* dengan fokus layanan pada transportasi udara (*air*) dan laut (*sea*). PT. XYZ Indonesia berkembang dengan cukup pesat hingga saat ini dalam pelayanan jasa transportasi, perusahaan memiliki keinginan untuk menggapai capaian yang jauh lebih besar, terutama pada bidang *freight forwarding*. Jasa *freight forwarding* adalah hal yang tidak dapat dipisahkan dari sistem perdagangan internasional, dimana hal ini dijadikan salah satu penunjang kelancaran perdagangan internasional dalam dunia bisnis logistik.

Latar belakang dari masalah ini yaitu, segala upaya dilakukan oleh perusahaan tersebut tidak diimbangi dengan peningkatan dan masalah terhadap perusahaan yaitu belum mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan pelanggan, seperti waktu pengiriman, kualitas dan kondisi produk, kualitas informasi dan pelayanan dokumen. Permasalahan pada waktu pengiriman terjadi karena pengiriman tidak dilakukan dengan baik seperti terjadinya *delay* pengiriman ke gudang pelanggan, dimana gudang memiliki peran penting yang dirancang untuk mencapai target tingkat

palayanan dan kapasitas yang maksimal dengan mengeluarkan biaya secara minimum, Yanuar, Fayaqun, & Kurniawan (2022). Kualitas dan kondisi produk terjadi karena barang sampai ke gudang pelanggan atau barang diterima ke tangan pelanggan mengalami kerusakan seperti di kemasan atau di produknya, kualitas informasi terjadi karena miss komunikasi terjadi pada karyawan seperti melewati notifikasi *e-mail* dari pelanggan dan pelayanan dokumen terjadi karena terlambatnya menginput dokumen ke sistem atau salah input dokumen, hal ini mengakibatkan timbulnya komplain dari pelanggan serta hasil survey di lapangan menunjukkan bahwa pada beberapa bulan terakhir loyalitas pelanggan terhadap PT. XYZ Indonesia mengalami penurunan. Berikut ini merupakan data pengiriman layanan udara:

Tabel 1 Database Operasional Pelayanan Udara

Bulan	Jumlah Pelanggan Udara (Perusahaan)	Layanan Pengiriman Udara (Perusahaan)	Komplain Layanan Udara (Perusahaan)	Presentase Komplain Layanan Udara (%)
Januari 2022	107	390	33	19.19 %
Februari 2022	92	317	19	11.05 %
Maret 2022	112	451	48	27.91 %
April 2022	104	387	29	16.86 %
Mei 2022	97	377	26	15.12 %
Juni 2022	91	362	17	9.88 %
TOTAL	603	2284	172	100.00 %

Sumber: PT. XYZ Indonesia, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 1 pelanggan yang menggunakan jasa layanan udara lebih dari sekali, sehingga jumlah layanan pengiriman udara dalam 1 barang mencapai 390 di bulan Januari 2022 sampai bulan Juni 2022 berjumlah 362.

Tabel 2 Database Operasional Layanan Laut

Bulan	Jumlah Pelanggan Laut (Perusahaan)	Layanan Pengiriman Laut (Perusahaan)	Komplain Layanan Laut (Perusahaan)	Presentase Komplain Layanan Laut (%)
Januari 2022	60	175	22	17.19 %
Februari 2022	65	157	17	13.28 %
Maret 2022	79	259	29	22.66 %
April 2022	64	216	24	18.75 %
Mei 2022	62	182	21	16.41 %
Juni 2022	58	163	15	11.72 %
TOTAL	388	1152	128	100.00 %

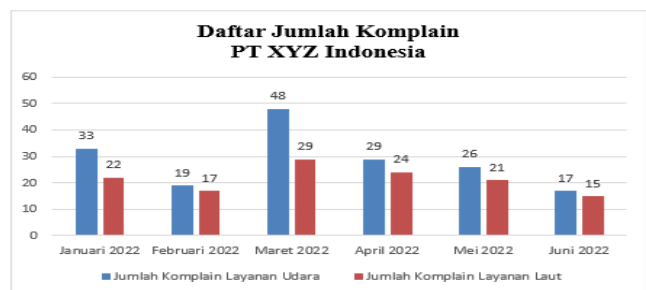
Sumber: PT. XYZ Indonesia, 2022

Pada tabel 2, dalam 1 bulan pengiriman tersebut, terdapat 1 pelanggan yang menggunakan jasa layanan laut lebih dari sekali, sehingga jumlah layanan pengiriman laut dalam 1 barang mencapai 175 di bulan Januari 2022 sampai bulan Juni 2022 berjumlah 163.

Gambar 1 merupakan data komplain dari pelanggan (perusahaan) di PT XYZ Indonesia selama bulan Januari 2022 sampai bulan Juni 2022. Adanya keluhan pelanggan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa.

Dampak dari penurunan pelanggan dan terjadinya komplain menyebabkan kehilangan kepercayaan dan

loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa layanan *freight forwarding*. Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan menggunakan pendekatan *SERVQUAL* (*Service Quality*). Pendekatan *servqual* adalah mengukur kualitas pelayanan dan dapat mengetahui jarak antara ekspektasi pelanggan dengan harapan pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Pendekatan menggunakan *servqual* terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *realibility* (keandalan), *responsivess* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Pemanfaatan metode *IPA* (*importance performance analysis*) untuk mengukur kepuasan pengguna jasa layanan *freight forwarding* di PT. XYZ Indonesia dan *Quality Function Deployment* menghubungkan keinginan pelanggan untuk memenuhi keinginan dari pelanggan.



Gambar 1 Jumlah Komplain PT XYZ

2. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2018:13) data kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berbentuk angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berhubungan dengan permasalahan yang diteliti untuk mendapatkan suatu kesimpulan. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan rumus Lameshow dengan sampel yang tidak diketahui jumlahnya, kuesioner dalam bentuk *google form* penyebaran kuesioner melalui *e-mail*. Penelitian deskriptif ini, penulis menggunakan pendekatan *servqual* dan *importance performance analysis* dalam mengidentifikasi menganalisis pelayanan pada pengguna jasa layanan *freight forwarding* dan *house of quality* untuk mengidentifikasi kebutuhan dari pelanggan.

2.1 Pelayanan

Menurut Barata dalam Atmadjati (2018:1) pelayanan merupakan kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Beikut ini meruakan penjelasan tentang lima dimensi kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

a. Bukti Fisik (*Tangible*)

Yaitu kemampuan perusahaan dalam memperlihatkan ekstensi atau keberadaan kepada

eksternal. Penampilan sarana dan prasarana fisik yang dimiliki perusahaan dapat dipercayai oleh lingkungan sekitarnya sebagai bukti nyata pelayanan yang diberi oleh pemberi jasa.

- b. Keandalan (*Reliability*)
Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberi pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan dalam ketepatan waktu, memberikan pelayanan yang sama tanpa kesalahan dan memberikan sikap simpatik.
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Yaitu kemauan membantu dengan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat kepada pelanggan, dengan cara penyampaian informasi yang jelas dan mudah dimengerti serta di dukung keinginan staf untuk membantu pelanggan.
- d. Jaminan (*Assurance*)
Jaminan ialah kesopansantunan, kemampuan dan pengetahuan para karyawan perusahaan untuk mengembangkan rasa percaya terhadap para pelanggan kepada perusahaan yang meliputi: kesopanan, pengetahuan dan sifat dapat di percaya yang dimiliki oleh staf, yang bebas dari bahaya, resiko serta keraguan.
- e. Empati (*Empathy*)
Yaitu kemampuan suatu perusahaan atau para karyawan perusahaan memberi perhatian yang tulus dan ikhlas secara personal dengan para pelanggan, berusaha mengerti keinginan dari pelanggan, meliputi: komunikasi yang baik, kemudahan untuk dihubungi pelanggan dan mengerti kebutuhan pelanggan.

2.2 Service Quality (Servqual)

Model kualitas jasa yang paling banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah metode *Servqual (Service Quality)* yang dikembangkan oleh Parasuraman, et.al (1990). Langkah-langkah yang perlu dilakukan pada metode *Servqual* adalah sebagai berikut:

- 1. Tentukan rata-rata nilai persepsi (\bar{P}) untuk setiap variabel.

$$\bar{P} = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{n} \tag{1}$$

dimana:

- P_i = Nilai persepsi yang diberikan pelanggan atau manajemen untuk pertanyaan ke-i
- n = Jumlah responden

- 2. Tentukan rata-rata nilai harapan (\bar{E}) untuk setiap variabel.

$$\bar{E} = \frac{\sum_{i=1}^n E_i}{n} \tag{2}$$

dimana:

- E_i = Nilai harapan yang diberikan pelanggan untuk pertanyaan ke-i
- n = Jumlah responden

- 3. Tentukan *Servqual Score (S)* untuk setiap variabel.

$$S = \bar{P} - \bar{E} \tag{3}$$

2.3 Importance Performance Analysis (IPA)

Analisis *Importance Performance Analysis (IPA)* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977). Menurut Tjiptono dan Candra dalam Wahyu (2018) suatu rangkaian atribut layanan yang berkaitan dengan layanan khusus dievaluasi berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing atribut menurut pelanggan dan bagaimana layanan dipersepsikan kerjanya relatif terhadap masing-masing atribut. Rata-rata hasil penilaian keseluruhan pelanggan kemudian digambarkan ke dalam *importance-performance matrix* atau sering disebut Diagram Kartesius, dengan sumbu absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat harapan/kepentingan. Rumus untuk mengetahui tingkat kesesuaian ialah:

$$T_k = \frac{x}{y} \cdot 100\% \tag{4}$$

Dengan:

- T_k = Tingkat kesesuaian responden
- x = Skor penilaian pelaksanaan kinerja
- y = Skor penilaian kepentingan pengguna jasa

Setelah dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian, Sumbu horizontal (X) adalah skor tingkat persepsi dan sumbu vertikal (Y) adalah skor harapan. Kemudian gunakan rumus berikut untuk setiap atribut untuk menyederhanakan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{n} \tag{5}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{n} \tag{6}$$

Keterangan:

- x = Skor rata-rata persepsi/*performance*
- y = Skor rata-rata harapan/*importance*
- n = Jumlah responden

Selanjutnya ialah membuat peta posisi *importance – performance* yang merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik yaitu:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{k} \tag{7}$$

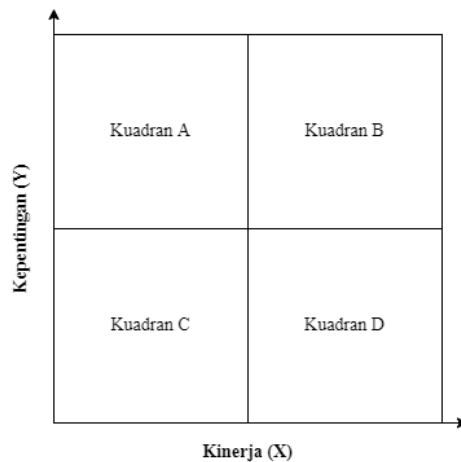
$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{k} \tag{8}$$

Keterangan:

- x = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut
- y = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut
- k = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan

Analisis *importance performance analysis*, pemetaan ke empat kuadran variabel atau atribut yang mempengaruhi pelayanan. Masing-masing atribut ini

diilustrasikan dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan pada gambar 2:



Gambar 2 Diagram Kartesius
 Sumber: Melfa dan Duwi (2013)

Kuadran A

Dalam kuadran ini menunjukkan atribut yang dianggap sangat penting menurut pelanggan tetapi kinerja yang ditawarkan tidak baik sehingga pelanggan merasa tidak puas. Atribut-atribut yang berada di kuadran ini merupakan unsur yang menjadi fokus utama penyedia jasa dalam memperbaiki kualitas jasanya.

Kuadran B

Dalam kuadran ini menunjukkan atribut yang dianggap penting menurut pelanggan serta memiliki kinerja yang baik dari penyedia jasa sehingga pelanggan merasa sangat puas. Atribut-atribut yang berada di kuadran ini merupakan unsur-unsur yang harus dipertahankan oleh penyedia jasa.

Kuadran C

Dalam kuadran ini menunjukkan atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan juga memiliki kinerja yang kurang baik dari penyedia jasa sehingga pelanggan merasa kurang puas. Atribut-atribut yang berada di kuadran ini merupakan *low priority* (prioritas rendah) bagi penyedia jasa, akan tetapi penyedia jasa harus tetap melakukan perbaikan pada atribut-atribut di kuadran ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kuadran D

Dalam kuadran ini menunjukkan atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan tetapi memiliki kinerja yang sangat baik oleh penyedia jasa sehingga dianggap berlebihan namun pelanggan merasa sangat puas.

2.4 Quality Function Deployment

Metode yang digunakan untuk memusatkan perhatian pada apa yang akan menjadi kebutuhan atau harapan pelanggan dalam upaya penyusunan standar

layanan. Gaspersz (1997) *QFD* merupakan proses atau mekanisme untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menterjemahkan kebutuhan tersebut kedalam persyaratan teknis yang relevan yang dapat dipahami dan ditindaklanjuti oleh setiap area fungsional dan tingkat organisasi. *House of Quality (HOQ)* ialah bentuk dari interpretasi *QFD* dan matriks ini terdiri dari dua bagian utama, bagian horizontal dari matriks yang berisi informasi yang berhubungan langsung dengan pelanggan dan bagian vertikal dari matriks yang berisi informasi teknis.

2.5 Populasi dan Sampel

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lameshow, yaitu:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2} \tag{9}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

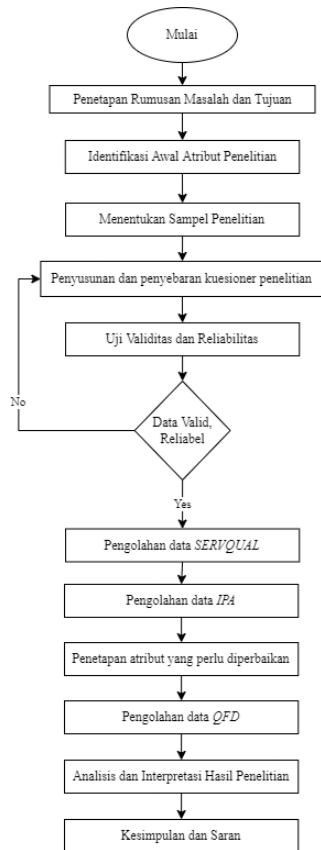
z = skor *z* pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = *alpha* (0,10) atau *sampling error* = 10%

Responden penelitian ini berjumlah 100 responden, responden dijawab oleh orang keterlibatannya pada perusahaan dan responden yang diambil dalam penelitian ini merupakan pelanggan yang pernah melakukan jasa *freight forwarding* pada PT XYZ Indonesia.

Rancangan analisis pada penelitian ini terdapat pada Gambar 3 yaitu:



Gambar 3 Rancangan Analisis
 Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2022

Berikut ini merupakan penjelasan gambar 3 *flowchart* terkait dengan rancangan analisis diatas, yaitu:

1. Tahap Rumusan masalah dan tujuan yaitu meumuskan masalah apa yang akan dikaji dalam penelitian ini. Masalah yang terjadi yaitu adanya penurunan pelanggan dalam beberapa bulan terakhir dari bulan April 2022 sampai bulan Juni 2022 dan adanya komplain dari pelanggan yang menyebabkan masalah dari pelayanan jasa *freight forwarding*. Setelah itu, mencari informasi dari jurnal-jurnal yang sudah di terbitkan.
2. Tahap pengumpulan data yaitu bahan atau data di lapangan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian, setelah itu melakukan penyebaran kuisisioner menggunakan pendekatan *service quality* tahap ini peneliti membuat kuesioner berdasarkan atribut-atribut kepuasan pelanggan yang telah dibuat pada tahap sebelumnya. dan menentukan nilai setiap indikator dari pendekatan *service quality*.

3. Tahap penentuan atribut-atribut kepuasan pelanggan, pada tahapan ini peneliti membuat beberapa atribut yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa yang disediakan perusahaan.
4. Tahap analisis gap persepsi dan ekspektasi pelanggan, dalam tahap ini hasil survey diolah menggunakan pendekatan *servqual* untuk mendapatkan gap antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang disediakan oleh perusahaan.
5. Tahap analisis prioritas atribut-atribut, dalam tahap ini dilakukan analisis pada atribut-atribut kualitas pelayanan untuk mendapatkan prioritas atribut pelayanan yang harus segera diperbaiki dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Mengukur dengan metode *importance performance analysis* untuk menentukan atribut-atribut mana saja yang perlu diperbaiki.
6. Tahap penyusunan *Quality Function Deployment (QFD)*, tahap ini peneliti menyusun *QFD* dengan menggunakan matriks *House of Quality (HOQ)* berdasarkan hasil dari tahap sebelumnya. Tahap analisis hasil *QFD*, pada tahap ini peneliti melakukan pembahasan terhadap hasil *QFD* yang telah disusun serta mengidentifikasi apakah hasil tersebut dapat diterapkan.
7. Tahap kesimpulan dan saran, tahap ini memaparkan kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian untuk dapat memberikan saran yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan.

Penelitian ini, terdapat lima dimensi *servqual* yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Dimensi Bukti Fisik (*tangibles*), yang terdiri dari 5 indikator, yaitu:

- 1) Perusahaan selalu memberikan (*website*) bukti dokumen pada proses pengiriman kepada pelanggan (X1).
- 2) Perusahaan menyediakan portal untuk melakukan pengecekan pengiriman kepada pelanggan (X2).
- 3) Perusahaan memberikan akses kepada pelanggan untuk mengetahui dokumen pengiriman (X3).
- 4) Fasilitas perusahaan untuk ruang tunggu *messenger* nyaman (X4).
- 5) Dokumen fisik pengiriman yang dikirimkan kepada pelanggan dalam keadaan baik (X5).

Dimensi Keandalan (*reliability*), yang terdiri dari 5 indikator, yaitu:

- 1) Perusahaan dapat memberikan informasi kepada pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan (X6).
- 2) Perusahaan mampu dalam menangani kebutuhan pelanggan (X7).
- 3) Waktu yang diberikan perusahaan selalu sesuai dengan yang dijanjikan (X8).
- 4) Perusahaan dapat memberikan *rate* harga yang ekonomis bagi pelanggan (X9).
- 5) Perusahaan mampu untuk menangani masalah dokumen pengiriman yang terjadi di lapangan jika terjadi masalah (X10).

Dimensi Daya Tanggap (*responsiveness*), yang terdiri dari 5 indikator yaitu:

- 1) Perusahaan dapat dengan cepat untuk membalas *e-mail* dari pelanggan (X11).
- 2) Perusahaan selalu berupaya dalam membantu menyelesaikan masalah terkait pengiriman oleh pelanggan (X12).
- 3) Perusahaan tanggap dan merespon dengan baik komplain pelanggan terkait pelayanan yang diterima (X13).
- 4) Perusahaan selalu memberikan informasi terkait dokumen pelanggan (X14).
- 5) Perusahaan selalu memberikan informasi dan menyelesaikan masalah jika terjadi ketelambatan moda transportasi pengiriman kepada pelanggan (X15)

Dimensi Jaminan (*assurance*), yang terdiri dari 3 indikator yaitu:

- 1) Perusahaan memberikan jaminan keaman dokumen terkait pengiriman oleh pelanggan (X16).
- 2) Karyawan perusahaan memiliki pengetahuan yang baik terkait pengiriman oleh pelanggan (X17).
- 3) Perusahaan bertanggung jawab penuh jika terjadi kehilangan, kerusakan atau keterlambatan pengiriman (X18).

Dimensi Empati (*emphaty*), yang terdiri dari 5 indikator, yaitu:

- 1) Keramahan karyawan perusahaan terhadap pelanggan (X19).
- 2) Karyawan perusahaan melakukan komunikasi yang baik kepada pelanggan (X20).
- 3) Karyawan perusahaan selalu teliti untuk memberikan informasi pengiriman dari dokumen awal sampai dokumen pengiriman sampai di tujuan (X21).
- 4) Perusahaan memiliki kemampuan dalam memahami kebutuhan pelanggan (X22).

- 5) Perusahaan selalu memperhatikan kelengkapan dokumen pengiriman dan memberikan infomasi kepada pelanggan (X23).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis *Service Quality* (*Servqual*)

Tabel 3 Hasil Nilai *Servqual Score*

Dimensi	Atribut	Mean Performance	Mean Importance	Servqual Score
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Perusahaan selalu memberikan bukti dokumen pada proses pengiriman kepada pelanggan	3.64	3.84	-0.20
	Perusahaan menyediakan portal (<i>website</i>) untuk melakukan pengecekan pengiriman kepada pelanggan	3.56	3.97	-0.41
	Perusahaan memberikan akses kepada pelanggan untuk mengetahui dokumen pengiriman	3.54	3.91	-0.37
	Fasilitas perusahaan untuk ruang tunggu <i>messenger</i> nyaman	3.64	3.83	-0.19
	Dokumen fisik pengiriman yang dikirimkan kepada pelanggan dalam keadaan baik	3.76	3.85	-0.09
Keandalan (<i>Reliability</i>)	Perusahaan dapat memberikan informasi kepada pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan	3.55	4.08	-0.53
	Perusahaan mampu dalam menangani kebutuhan pelanggan	3.75	4.04	-0.29
	Waktu yang diberikan perusahaan selalu sesuai dengan yang dijanjikan	3.69	3.92	-0.23
	Perusahaan dapat memberikan <i>rate</i> harga yang ekonomis bagi pelanggan	3.77	3.92	-0.15
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Perusahaan mampu untuk menangani masalah dokumen pengiriman yang terjadi di lapangan jika terjadi masalah	3.64	3.96	-0.32
	Perusahaan dapat dengan cepat untuk membalas <i>e-mail</i> dari pelanggan	3.71	3.89	-0.18
	Perusahaan selalu berupaya dalam membantu menyelesaikan masalah terkait pengiriman oleh pelanggan	3.73	3.89	-0.16
	Perusahaan tanggap dan merespon dengan baik komplain pelanggan terkait pelayanan yang diterima	3.59	3.95	-0.36
Jaminan (<i>Assurance</i>)	Perusahaan selalu memberikan informasi terkait dokumen pelanggan	3.7	3.91	-0.21
	Perusahaan selalu memberikan informasi dan menyelesaikan masalah jika terjadi ketelambatan moda transportasi pengiriman kepada pelanggan	3.67	3.81	-0.14
	Perusahaan memberikan jaminan keamanan dokumen terkait pengiriman oleh pelanggan	3.76	3.95	-0.19
Empati (<i>Empathy</i>)	Karyawan perusahaan memiliki pengetahuan yang baik terkait pengiriman oleh pelanggan	3.66	3.91	-0.25
	Perusahaan bertanggung jawab penuh jika terjadi kehilangan, kerusakan atau keterlambatan pengiriman	3.66	3.99	-0.33
	Keramahan karyawan perusahaan terhadap pelanggan	3.78	3.83	-0.05
	Karyawan perusahaan melakukan komunikasi yang baik kepada pelanggan	3.65	3.87	-0.22
	Karyawan perusahaan selalu teliti untuk memberikan informasi pengiriman dari dokumen awal sampai dokumen pengiriman sampai di tujuan	3.68	3.94	-0.26
Perusahaan memiliki kemampuan dalam memahami kebutuhan pelanggan	3.6	3.95	-0.35	
Perusahaan selalu memperhatikan kelengkapan dokumen pengiriman dan memberikan informasi kepada pelanggan	3.6	4.00	-0.40	

Sumber: Hasil Olahan, (2022)

3.2 Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

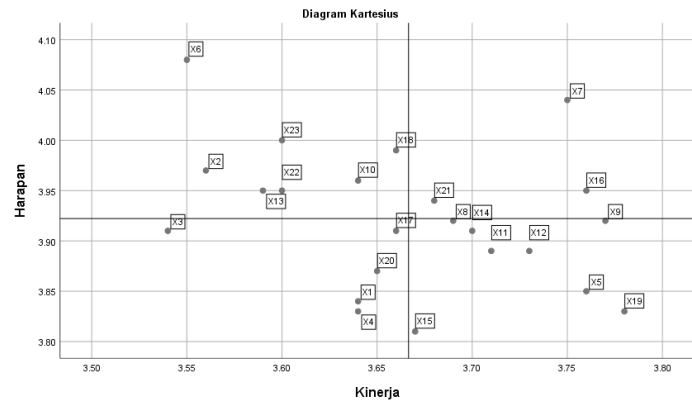
Untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan oleh PT XYZ Indonesia, maka perlu dilakukan analisis tingkat kepentingan atribut dengan bantuan diagram kartesius. Analisis ini menggunakan data tingkat kepentingan/harapan konsumen dan tingkat kepuasan/persepsi.

Tabel 4 Skor Antara Atribut Kinerja dan Harapan

No	Atribut	Tingkat Kepuasan (Xi)	Tingkat Harapan (Yi)
Bukti Fisik (Tangibles)			
1	Perusahaan selalu memberikan bukti dokumen pada proses pengiriman kepada pelanggan	3.64	3.84
2	Perusahaan menyediakan portal (<i>website</i>) untuk melakukan pengecekan pengiriman kepada pelanggan	3.56	3.97
3	Perusahaan memberikan akses kepada pelanggan untuk mengetahui dokumen pengiriman	3.54	3.91
4	Fasilitas perusahaan untuk ruang tunggu <i>messenger</i> nyaman	3.64	3.83
5	Dokumen fisik pengiriman yang dikirimkan kepada pelanggan dalam keadaan baik	3.76	3.85
Keandalan (Reliability)			
1	Perusahaan dapat memberikan informasi kepada pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan	3.55	4.08
2	Perusahaan mampu dalam menangani kebutuhan pelanggan	3.75	4.04
3	Waktu yang diberikan perusahaan selalu sesuai dengan yang dijanjikan	3.69	3.92
4	Perusahaan dapat memberikan <i>rate</i> harga yang ekonomis bagi pelanggan	3.77	3.92
5	Perusahaan mampu untuk menangani masalah dokumen pengiriman yang terjadi dilapangan jika terjadi masalah	3.64	3.96
Daya Tanggap (Responsiveness)			
1	Perusahaan dapat dengan cepat untuk membalas <i>e-mail</i> dari pelanggan	3.71	3.89
2	Perusahaan selalu berupaya dalam membantu menyelesaikan masalah terkait pengiriman oleh pelanggan	3.73	3.89
3	Perusahaan tanggap dan merespon dengan baik komplain pelanggan terkait pelayanan yang diterima	3.59	3.95
4	Perusahaan selalu memberikan informasi terkait dokumen pelanggan	3.70	3.91
5	Perusahaan selalu memberikan informasi dan menyelesaikan masalah jika terjadi ketelambatan moda transportasi pengiriman kepada pelanggan	3.67	3.81
Jaminan (Assurance)			
1	Perusahaan memberikan jaminan keaman dokumen terkait pengiriman oleh pelanggan	3.76	3.95
2	Karyawan perusahaan memiliki pengetahuan yang baik terkait pengiriman oleh pelanggan	3.66	3.91
3	Perusahaan bertanggung jawab penuh jika terjadi kehilangan, kerusakan atau keterlambatan pengiriman	3.66	3.99
Empati (Empathy)			
1	Keramahan karyawan perusahaan terhadap pelanggan	3.78	3.83
2	Karyawan perusahaan melakukan komunikasi yang baik kepada pelanggan	3.65	3.87
3	Karyawan perusahaan selalu teliti untuk memberikan informasi pengiriman dari dokumen awal sampai dokumen pengiriman sampai di tujuan	3.68	3.94
4	Perusahaan memiliki kemampuan dalam memahami kebutuhan pelanggan	3.60	3.95
5	Perusahaan selalu memperhatikan kelengkapan dokumen pengiriman dan memberikan informasi kepada pelanggan	3.60	4.00
Jumlah		84.33	90.21
Total Rata-Rata		3.67	3.92

Sumber: Hasil Olahan, (2022)

Berikut ini merupakan perhitungan skor rata-rata tingkat kinerja dan harapan



Gambar 3 Hasil Analisa Responden Dengan Diagram Kartesius

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan diagram kartesius didapat hasil atribut yang perlu untuk dilakukan perbaikan, dimana atribut tersebut dinilai tidak memuaskan para pelanggan PT. XYZ Indonesia. Atribut yang harus diperbaiki pada kuadran A yaitu:

Tabel 5 berikut ini menunjukkan hasil respon teknis dari pihak manajemen.

Tabel 5 Analisa Respon Teknik terhadap Atribut Pelayanan

No	Atribut	Respon Teknik
1	Perusahaan menyediakan portal untuk melakukan pengecekan pengiriman kepada pelanggan	Membuat <i>website</i> atau sistem perusahaan mengenai informasi berupa kiriman pelanggan
2	Perusahaan dapat memberikan informasi kepada pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan	Membangun sistem pelayanan terhadap pelanggan secara optimal
3	Perusahaan mampu untuk menangani masalah dokumen pengiriman yang terjadi dilapangan jika terjadi masalah	Membuat <i>standard operating procedure</i> dalam penanganan keluhan pelanggan
4	Perusahaan tanggap dan merespon dengan baik komplain pelanggan terkait pelayanan yang diterima	Pemberian <i>training skill</i> dan <i>public speaking</i>
5	Perusahaan bertanggung jawab penuh jika terjadi kehilangan, kerusakan atau keterlambatan pengiriman.	Pemberian informasi tentang manajemen <i>skill</i>
6	Perusahaan memiliki kemampuan dalam memahami kebutuhan pelanggan	<i>Training</i> pelayanan yang dilakukan oleh seluruh anggota pada perusahaan
7	Perusahaan selalu memperhatikan kelengkapan dokumen pengiriman dan memberikan informasi kepada pelanggan	Membuat <i>standard operating procedure</i> kelengkapan dokumen pengiriman pelanggan

Sumber: Hasil Olahan, (2022)

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari pengolahan dan analisis data tersebut, penelitian ini menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil analisis dari pendekatan *servqual* didapatkan 23 atribut tersebut yang menjadi harapan dan persepsi dari pelanggan di PT XYZ Indonesia, terdapat lima dimensi untuk menentukan kepuasan pelanggan yaitu dimensi bukti fisik (*tangibles*) sebanyak 5 atribut, keandalan (*reliability*) sebanyak 5 atribut, daya tanggap (*responsiveness*) sebanyak 5 atribut, jaminan (*assurance*) sebanyak 3 atribut, dan empati (*emphaty*) sebanyak 5 atribut. Semua atribut yang menjadi harapan dari pelanggan kinerjanya belum memuaskan pelanggan, dapat diketahui dari lima dimensi tersebut yang diukur dan memiliki rata-rata nilai kesenjangan (*gap*) negatif.
2. Hasil analisis pengolahan data menggunakan metode *IPA* diperoleh data yang menjelaskan tiap-tiap atribut yang harus diperbaiki dilihat dengan diagram kartesius, atribut yang harus diperbaiki dianggap penting oleh responden atau pelanggan tetapi kinerjanya masih dibawah rata-rata harapan. Kinerja yang dibawah harapan pelanggan yaitu perusahaan menyediakan portal untuk melakukan pengecekan pengiriman kepada pelanggan, perusahaan dapat memberikan informasi kepada pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan, perusahaan mampu untuk menangani masalah dokumen pengiriman yang terjadi dilapangan jika terjadi masalah, perusahaan tanggap dan merespon dengan baik komplain pelanggan terkait pelayanan yang diterima, perusahaan bertanggung jawab penuh jika terjadi kehilangan, kerusakan atau keterlambatan pengiriman, perusahaan memiliki kemampuan dalam memahami kebutuhan pelanggan, perusahaan selalu memperhatikan kelengkapan dokumen pengiriman dan memberikan informasi kepada pelanggan.
3. *Improvement* menggunakan metode *quality function deployment* yang perlu dilakukan menurut prioritasnya yaitu membuat *website* atau sistem perusahaan mengenai informasi berupa kiriman pelanggan, membangun sistem pelayanan terhadap pelanggan secara optimal, membuat *standard operating procedure* dalam penanganan keluhan pelanggan, pemberian *training skill* dan *public speaking*, Pemberian informasi tentang manajemen *skill*, *training* pelayanan yang dilakukan oleh seluruh anggota pada perusahaan, membuat *standard operating procedure* kelengkapan dokumen pengiriman pelanggan.

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan kepada perusahaan sebagai bahan evaluasi bagi menentukan strategi perbaikan layanan jasa yang lebih memperhatikan kepuasan pelanggan. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode dan variabel lainnya, agar pengukuran pada tingkat kualitas pelayanan dapat berkembang, memperhatikan aspek-aspek lain dalam penelitian untuk menambah masukan kepada perusahaan dalam menentukan strategi perbaikan kinerjanya. Disarankan untuk menganalisis atribut lain sehingga diperoleh hasil yang lebih sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Perusahaan seharusnya melakukan survey secara berkala agar mengetahui dan dapat menindaklanjuti atribut apa saja yang harus dikembangkan atau ditingkatkan.

5. REFERENSI

- [1] Amalia, F., & Fadillah, R. 2020. *Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia*. Bappenas, 2580-2518.
- [2] Barua, dkk. 2020. *Machine learning for international freight transportation management: A comprehensive review*. Research in Transportation Business & Management, 2210-5395.
- [3] Chiou, dkk. 2020. *The Moderating Role of Service Recovery on Customer Loyalty in the Context of Cruise Passengers*. Maritime Policy & Management, 1-17.
- [4] Cichosz, dkk. 2020. *Digital transformation at logistics service providers: barriers, success factors and leading practices*. Emerald Publishing Limited, 0957-4093.
- [5] Priharta, A. 2019. *Manajemen Operasi*. Jakarta: UM Jakarta Press.
- [6] Fipiana, W. I., Lusia, V., & Handoko, M. D. 2021. *Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Importance Performance Analysis Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Di Agen Distributor Tepung Terigu Wilayah Bekasi Utara (Studi Kasus Di Agen Lestari)*. Jurnal Manajemen Fe-Ub, 9 (1).
- [7] Indrayajaya, D. 2018. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index Pada UKM Gallery*. Jurnal IKRA-ITH Teknologi, 2 (3), 1-6.
- [8] Jazuli, M., Samanhudi, D., & Handoyo. 2020. *Analisis Kualitas Pelayanan dengan Servqual dan Importance Performance Analysis di PT. XYZ. Juminten: Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 01 (01), 67-75.
- [9] Kolesnikov, dkk. 2020. *Efficient and secure logistics transportation system*. IOP Publishing, 1757-8981.

- [10] Lenaini, I. 2021. *Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling*. Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah. 33-39.
- [11] Nurrahmah, dkk. 2021. *Pengantar Statistika 1*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- [12] Purnomo, A. 2019. *Analisis Freight Rates Logistics Dengan Penerapan House of Quality (HOQ) Di PT Cipta Krida Bahari (CKB)*. Jurnal Logistik Bisnis. 9 (1).
- [13] Putra Sertiawan, B. & Frianto, A. 2021. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian)*. Journal of Business and Innovation Management. 352-366.
- [14] Prayudha, I. P. A., Sudarma, M., & Swamardika, I. B. A. 2021. *Review Literatur Tentang Analisis Kepuasan Layanan Menggunakan Pendekatan Servqual dan IPA*. Majalah Ilmiah Teknologi Elektro, 20 (2).
- [15] Qin, dkk. 2021. *The optimal combination between selling mode and logistics service strategy in an e-commerce market*. European Journal of Operational Research, 0377-2217.
- [16] Ramdani, A.F; Mustikasari, A.; Suryawardani. B. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Rajawali Nusindo Cab. Bandung Di Wilayah Bandung*. e-Proceeding of Applied Science, 2442-5826.
- [17] Rezananta, K., & Wibawa, B. 2020. *Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Jalan Tol*. Jurnal Sains dan Seni ITS, 2337-3520.
- [18] Safiera, F., & Setyawan, Y. 2017. *Metode Importance-performance Analysis (IPA) Dan Regresi Logistik Ordinal Untuk Mengetahui Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pasien Klinik Pratama Rbg Rz Bantul Yogyakarta*. Jurnal Statistika Industri dan Komputasi, 84-92.
- [19] Sumantri, A. S., & Nugrahanto, R. 2018. *Pengaruh Jasa Pelayanan Freight Forwarding Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Sains Dan Teknologi Maritim, XVIII (1), 51-64.
- [20] Sofian Bastuti; Rini Alfatiyah; Muhammad Shobur; Adi Candra. 2019. *Manajemen Logistik*. Pamulang: UNPAM PRESS.
- [21] Shackman, dkk. 2021. *The interrelationship between ocean, rail, truck and air freight rates*. Emerald Publishing Limited, 2397-3757.
- [22] Sundari, I., & Hadisaputro E. L. 2022. *Implementasi Servqual Dan Importance Performance Analysis Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Shopee Indonesia*. Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH), 2 (4).
- [23] Sulistiyowati, W. 2018. *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Sidoarjo: Umsida Press.
- [24] Sumargo, B. 2020. *Teknik Sampling*. Jakarta: UNJ Press.
- [25] Yanuar, Fayaqun, Kurniawan. 2022. *Rancangan Penempatan Material Pada Warehouse Humanitarian Logistics*.
- [26] Yulianti, E., & Umbara, T. 2020. *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis*. Jurnal TERKNOIF, 8 (2), 78-86.
- [27] Zhang, dkk. 2020. *Assessing the market niche of Eurasian rail freight in the belt and road era - The International Journal of Logistics Management*. Emerald Publishing Limited, 0957-4093.