

Evaluasi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan di POS Indonesia Mataram: Pendekatan Metode IPA

Tamadara Hilman¹, Try Chandra Puspito²

Program Studi D4 Logistik Bisnis Universitas Logistik dan Bisnis Internasional¹

Email: tamadara@ulbi.ac.id

Program Studi D4 Logistik Bisnis Universitas Logistik dan Bisnis Internasional²

Email: trychandrapuspito97@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis keluhan pelanggan di Kantor Cabang POS Indonesia Mataram 83000 dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Data diperoleh melalui kuesioner yang mengevaluasi lima dimensi kualitas pelayanan: keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan ketanggapan. Indeks kepuasan pelanggan dihitung untuk memahami tingkat layanan yang dirasakan, yang kemudian dianalisis menggunakan Diagram Kartesius Importance-Performance Analysis (IPA). IPA memetakan atribut pelayanan ke dalam empat kuadran, dengan fokus utama pada Kuadran I, yang mencakup atribut dengan kepentingan tinggi tetapi kinerja rendah. Atribut ini memerlukan perbaikan prioritas untuk menjembatani kesenjangan antara harapan pelanggan dan kinerja yang dirasakan. Penelitian ini juga mengadopsi teori Kesenjangan Harapan-Kinerja untuk mengevaluasi pengaruh perbedaan antara harapan dan persepsi kinerja terhadap kepuasan pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Rekomendasi praktis diberikan untuk meningkatkan kinerja atribut prioritas, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Temuan ini menjadi dasar pengembangan strategi peningkatan pelayanan di sektor jasa, khususnya dalam layanan pengiriman barang, serta memperkaya literatur tentang manajemen kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: keluhan pelanggan, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, SERVQUAL, POS Indonesia.

Abstract

This study aims to analyze customer complaints at the POS Indonesia Mataram 83000 Branch Office and their impact on customer satisfaction. Data was collected through questionnaires evaluating five dimensions of service quality: reliability, assurance, tangible evidence, empathy, and responsiveness. The customer satisfaction index was calculated to understand the perceived level of service, which was then analyzed using the Cartesian Diagram of Importance-Performance Analysis (IPA). The IPA maps service attributes into four quadrants, focusing primarily on Quadrant I, which includes attributes with high importance but low performance. These attributes require priority improvements to bridge the gap between customer expectations and perceived performance. This study also adopts the Expectation-Performance Gap theory to evaluate the impact of differences between expectations and performance perceptions on customer

satisfaction. The findings indicate that service quality and price significantly influence customer satisfaction. Practical recommendations are provided to enhance the performance of priority attributes, thereby improving overall customer satisfaction. These findings serve as a foundation for developing service improvement strategies in the service sector, particularly in delivery services, and contribute to the literature on service quality management and customer satisfaction.

Keywords: customer complaints, customer satisfaction, service quality, SERVQUAL, POS Indonesia **A. PENDAHULUAN**

Saat ini, permintaan konsumen terhadap industri logistik atau layanan pengiriman barang terus meningkat, terbukti dari kenaikan pendapatan usaha POS Indonesia pada tahun 20223 sebesar 18% dibandingkan tahun sebelumnya (POS Indonesia, 2023). Hal ini menjadi tantangan besar bagi POS Indonesia, karena banyak perusahaan swasta, baik yang sudah eksis maupun pendatang baru, juga bersaing untuk memenuhi permintaan pelanggan dan mempertahankan kepuasan mereka. POS Indonesia harus bekerja keras untuk mempertahankan posisinya di tengah persaingan yang semakin ketat. Layanan pengiriman barang melalui POS Indonesia berperan penting dalam distribusi komoditas di seluruh Indonesia, terutama di daerah-daerah yang sulit dijangkau, karena POS Indonesia memiliki jaringan dan jangkauan yang luas hingga ke seluruh wilayah negeri ini (Irsan & Butar-butar, 2020).

Meskipun Pos Indonesia secara keseluruhan mencatat peningkatan pendapatan yang signifikan, penelaahan yang lebih mendalam pada tingkat cabang, khususnya Kantor Cabang Mataram 83000, menunjukkan keadaan yang berbeda. Kenaikan pendapatan secara makro tersebut belum sepenuhnya mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan di lapangan. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di Kantor Cabang

Mataram 83000 yang masih memerlukan perbaikan dan peningkatan.

Hasil pengamatan lapangan di Kantor Cabang Mataram 83000 menunjukkan adanya beberapa keluhan dari pelanggan terkait proses pelayanan yang diberikan. Keluhan-keluhan ini, meskipun belum tentu mewakili keseluruhan pengalaman pelanggan, mengindikasikan adanya potensi masalah yang perlu ditangani. Beberapa keluhan yang teridentifikasi antara lain lamanya waktu tunggu, sikap petugas, dan antrean yang cukup panjang. Data menunjukkan bahwa rata-rata keluhan pelanggan yang masuk dalam kurun waktu 6 bulan mencapai 851 keluhan per bulan. Jika dibandingkan dengan rata-rata jumlah transaksi layanan pengiriman barang, angka tersebut terbilang signifikan dan mengindikasikan adanya peluang untuk perbaikan.

Tabel 1 Keluhan Pelanggan POS Ind Kantor Cabang Mataram 83000 Tahun 2023-2024

Bulan	Jumlah Keluhan
Nov-23	947
Dec-23	461
Jan-24	929
Feb-24	893
Mar-24	974
Apr-24	904
Rata-rata keluhan	851

Sumber: Dokumentasi Kantor Pos Cabang Mataram 83000, 2024

Keluhan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan saling terkait erat. Kualitas pelayanan yang rendah, seperti yang ditunjukkan oleh keluhan pelanggan mengenai lamanya waktu tunggu dan sikap petugas di Kantor Cabang Mataram 83000, berdampak negatif pada kepuasan pelanggan. Keluhan pelanggan merupakan indikator ketidakpuasan dan menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan (*importance*) dengan kenyataan pelayanan yang diterima (*performance*). Keluhan pelanggan terjadi karena adanya kesalahan dan kecerobohan dari pihak perusahaan, sehingga keluhan tersebut dapat dimaknai sebagai ungkapan ketidakpuasan pelanggan sekaligus sebagai kritik konstruktif agar perusahaan dapat memperbaiki kualitas produk dan layanannya di masa depan. Kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Nandini & Suriyanto, 2022).

Munculnya indikasi keluhan pelanggan di Kantor Cabang Mataram 83000 mendorong penelitian ini untuk menganalisis lebih lanjut faktor-faktor penyebabnya, yang akan berdampak pada kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh (Gofur, 2019) dibantu dengan teknik analisis regresi linier berganda, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan dan harga yang diberikan.

Keluhan pelanggan, sebagaimana ditemukan di Kantor Cabang Mataram 83000, merupakan indikator penting dari kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan. Adanya keluhan menunjukkan kesenjangan antara harapan pelanggan dan kinerja layanan, sehingga keluhan pelanggan dapat

dipandang sebagai *feedback* berharga untuk mengevaluasi dan memperbaiki kualitas pelayanan.

Analisis keluhan pelanggan dalam penelitian ini menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan yang didefinisikan oleh SERVQUAL, yaitu *Reliability* (keandalan), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti fisik), *Empathy* (empati), dan *Responsiveness* (ketanggapan) (Parasuraman, Zeithaml, & Berry 1985). Kelima indikator ini dipilih karena dianggap representatif dalam mengukur kualitas pelayanan di sektor jasa, khususnya pada layanan pengiriman barang di POS Indonesia Kantor Cabang Mataram 83000. Penggunaan dimensi SERVQUAL memungkinkan identifikasi area-area spesifik yang membutuhkan perbaikan berdasarkan keluhan pelanggan, sehingga strategi peningkatan pelayanan yang dirumuskan lebih terarah dan efektif. Melalui pendekatan ini, diharapkan kesenjangan antara harapan pelanggan dan kinerja perusahaan dapat dijembatani, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis secara mendalam keluhan pelanggan yang muncul di Kantor Cabang Mataram 83000, serta memberikan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis*, yang memberikan kerangka kerja terstruktur untuk mengevaluasi dan memprioritaskan area-area perbaikan layanan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Keluhan Pelanggan

Dalam menerima layanan, terkadang konsumen mengalami

ketidakpuasan atas bentuk pelayanan yang diberikan. Ketidakpuasan ini dapat dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang disebut keluhan. Keluhan merupakan ungkapan atau tanggapan yang disampaikan sebagai reaksi atas ketidakpuasan terhadap layanan (Kristian S. and Hakim 2022). Salah satu teori yang berkaitan dengan keluhan pelanggan yaitu Teori Kesenjangan Harapan-Kinerja, yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh perbedaan antara harapan pelanggan (*expectations*) dan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) (Yuliansyah & Khadafi, 2023). Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja sesuai harapan, pelanggan akan bersikap netral. Namun, jika kinerja di bawah harapan, pelanggan akan tidak puas dan berpotensi untuk mengajukan keluhan. Keluhan pelanggan dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sumber untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada dan memperoleh informasi yang berguna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di masa mendatang (Retnawati, 2018).

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam (Al'asqolaini, 2019) kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan. Hal ini karena kualitas pelayanan memiliki pengaruh untuk menarik pelanggan baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama berpindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan juga dipandang sebagai salah satu pendorong untuk mencapai kepuasan konsumen, melalui pemberian nilai terbaik bagi konsumen (Retnawati, 2018). Teori *Service Quality* dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, dan merupakan salah satu teori yang paling banyak digunakan dalam mengukur kualitas

pelayanan. SERVQUAL mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Reliability* (keandalan), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti fisik), *Empathy* (empati), dan *Responsiveness* (daya tanggap) (Parasuraman dkk., 1985).

Metode Importance Performance Analysis

Metode *Importance Performance Analysis* diperkenalkan oleh John A. Martilla dan John C. James pada tahun 1977 dalam artikel mereka yang berjudul "*Importance-Performance Analysis*" yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*. IPA adalah metode yang digunakan untuk menganalisis kepuasan pelanggan dengan membandingkan tingkat kepentingan (*importance*) suatu atribut layanan dengan tingkat kinerja (*performance*) atribut tersebut menurut persepsi pelanggan. Data yang dibutuhkan dalam IPA dikumpulkan melalui kuesioner yang meminta responden untuk menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari berbagai atribut layanan.

Keempat kuadran dalam matriks IPA memiliki implikasi yang berbeda untuk strategi perbaikan:

- Kuadran I: Atribut dengan kepentingan dan kinerja tinggi. Pertahankan kinerja yang sudah baik.
- Kuadran II: Atribut dengan kepentingan tinggi tetapi kinerja rendah. Prioritaskan perbaikan pada atribut ini.
- Kuadran III: Atribut dengan kepentingan dan kinerja rendah. Perbaikan pada atribut ini memiliki prioritas rendah.
- Kuadran IV: Atribut dengan kepentingan rendah tetapi kinerja tinggi. Pertimbangkan untuk mengurangi sumber daya yang dialokasikan untuk atribut ini

(Syahputra, Ramadhanu, & Putra, 2020).

Proses analisis metode IPA cukup rinci, mulai dari menentukan kepuasan pelanggan secara menyeluruh hingga mengidentifikasi atribut-atribut layanan yang perlu diperbaiki dan yang harus dipertahankan, sehingga metode IPA tidak perlu dikombinasikan dengan metode lain.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan *Importance Performance Analysis*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur persepsi pelanggan terhadap tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) atribut-atribut layanan pengiriman barang di POS Indonesia Kantor Cabang Mataram 83000, berdasarkan lima dimensi SERVQUAL: *Reliability*, *Assurance*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness*. Data kuesioner dianalisis menggunakan metode IPA untuk memetakan atribut layanan ke dalam empat kuadran dan menentukan prioritas perbaikan.

Penelitian ini menggunakan sampel pelanggan layanan pengiriman barang di POS Indonesia Kantor Cabang Mataram 83000 yang dipilih dengan teknik simple random sampling menggunakan rumus Slovin (Amin, Garancang, & Abunawas, 2023). Rumus Slovin dipilih karena dapat menentukan jumlah sampel minimum yang representatif dari populasi yang besar dan homogen, seperti pelanggan POS Indonesia Kantor Cabang Mataram 83000. Keterbatasan akses terhadap data pelanggan secara keseluruhan juga menjadi pertimbangan dalam pemilihan teknik *simple random sampling* dengan rumus Slovin. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus

Slovin dengan mempertimbangkan populasi pelanggan Kantor Pos Cabang Utama Mataram 83000 sebanyak 1.411 orang dan *margin of error* sebesar 0,1. Perhitungan $n = N / [1 + N(e)^2]$ menghasilkan jumlah sampel sebanyak 93 orang. Penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) atribut layanan. Skala Likert yang digunakan terdiri atas lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, untuk setiap atribut layanan yang dinilai. Statistika deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil responden dan karakteristik keluhan pelanggan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Penelitian ini melibatkan 93 responden. Profil demografis dari responden penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, profesi, dan penghasilan.

Tabel 2 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin (Gender)	Jumlah	%
1	Laki-Laki	67	72,04
2	Perempuan	26	27,96
	Jumlah	93	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 67 orang, sedangkan responden perempuan berjumlah 26 orang.

Tabel 3 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	%
1	< 25 tahun	33	35,48
2	25 - 34 tahun	40	43,01
3	35 - 44 tahun	13	13,98
4	> 45 tahun	7	7,53
	Jumlah	93	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden terbanyak berada pada rentang usia 25 hingga 35 tahun, mencakup 40 orang atau 43,01% dari total responden. Kelompok usia kedua terbesar adalah responden di bawah 25 tahun, sejumlah 22 orang atau 35,48%. Sementara responden yang berusia 45 tahun ke atas merupakan kelompok terkecil, hanya 7 orang atau 7,53% dari total.

Tabel 4 Profesi Responden

No	Profesi	Jumlah	%
1	Pelajar	5	5,38
2	Mahasiswa	28	30,11
3	Karyawan	46	49,46
4	Wiraswasta	14	15,05
	Jumlah	93	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Responden dengan profesi karyawan sebanyak 5 orang, merupakan kelompok profesi dengan jumlah responden terbanyak. Responden yang dikelompokkan sebagai mahasiswa sebanyak 28 orang, menjadikannya kelompok profesi dengan jumlah responden terbanyak kedua. Sementara itu, responden dengan profesi pelajar hanya berjumlah 5 orang, menjadikannya kelompok profesi dengan jumlah responden paling sedikit.

Tabel 5 Penghasilan Responden

No	Penghasilan	Jumlah	%
1	< Rp 1.500.000	27	29,03
2	Rp 1.500.001 - Rp 3.000.000	34	36,56
3	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	19	20,43
4	> Rp 5.000.000	13	13,98
	Jumlah	93	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Data menunjukkan bahwa kelompok responden dengan penghasilan antara Rp 1.500.001 hingga Rp 3.000.000 adalah yang terbanyak, yakni 34 orang atau 36,56%. Sementara itu, kelompok dengan penghasilan Rp 5.000.000 atau lebih

adalah yang paling sedikit, hanya 13 responden.

Identifikasi Keluhan Pelanggan

Identifikasi dan analisis jenis keluhan ini menjadi krusial untuk merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan dan mencapai kepuasan pelanggan. Berikut adalah jenis-jenis keluhan yang teridentifikasi di POS Indonesia Cabang Mataram 83000:

Tabel 6 Identifikasi Keluhan

No	Bulan	Jenis Keluhan		
		Waktu Pelayanan	Panjang Antrean	Sikap Petugas
1	Nov-23	374	326	247
2	Des-23	189	143	129
3	Jan-24	373	314	282
4	Feb-24	382	298	213
5	Mar-24	418	299	257
6	Apr-24	489	278	137

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Tabel 6 menunjukkan data keluhan pelanggan dari November 2023 hingga April 2024 menunjukkan bahwa jenis keluhan terbanyak adalah terkait waktu pelayanan, dengan total 2.225 keluhan selama enam bulan. Keluhan terkait panjang antrean berada di urutan kedua (1.658 keluhan), diikuti oleh keluhan terkait sikap petugas (1.265 keluhan). Jumlah keluhan tertinggi untuk setiap kategori terjadi pada bulan November 2023 (374 untuk waktu pelayanan, 326 untuk panjang antrean, dan 247 untuk sikap petugas), sementara jumlah keluhan terendah untuk sikap petugas terjadi pada April 2024 (137 keluhan). Data ini mengindikasikan perlunya fokus perbaikan pada kualitas pelayanan yang diberikan POS Indonesia Kantor Cabang Mataram 83000.

Pengukuran Tingkat Kepentingan (*Importance*) dan Kinerja (*Performance*) Kualitas Pelayanan Pos Indonesia Kantor Cabang Mataram 83000

Skor *Importance* dari atribut-atribut layanan yang dibutuhkan pelanggan,

berdasarkan persepsi responden, dirangkum dan disajikan pada Tabel 7.

Interpretasi skor tersebut mengacu pada Waskito (2023: 89), yang mengklasifikasikan tingkat kepentingan sebagai berikut: 1,00-1,800 (sangat tidak penting); 1,801-2,600 (tidak penting); 2,601-3,400 (cukup penting); 3,401-4,200 (penting); dan 4,201-5,000 (sangat penting) (Waskito 2023).

Tabel 7 Skor Atribut *Importance*
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Kode	Atribut	Skor <i>Importance</i>
T1	Kursi di ruang tunggu tersusun rapih	4,32
T2	Tempat parkir luas	4,35
T3	Ruang tunggu bersih dan wangi	4,26
T4	Petugas berpakaian rapih dan bersih	4,34
T5	Lokasi KCU Mataram strategis (mudah dijangkau)	4,37
REL 1	Petugas melayani sesuai keinginan pelanggan	4,42
REL 2	Pelayanan di loket tepat waktu	4,28
REL 3	Petugas konsisten mengucapkan salam,sapa, senyum	4,32
REL 4	Petugas mampu mengatasi masalah transaksi di loket	4,33
RES 1	Petugas melayani dengan cepat	4,45
RES 2	Petugas dapat menangani keluhan pelanggan tentang transaksi pelanggan di loket	4,38
RES 3	Petugas siap membantu pelanggan mengisi formulir	4,46
RES 4	Petugas menjelaskan jenis layanan jasa sesuai keinginan pelanggan	4,52
A1	Petugas memiliki pengetahuan tentang pelayanan di loket	4,49
A2	Petugas mampu menjawab pertanyaan pelanggan	4,46
A3	Petugas membuat pelanggan merasa percaya bertransaksi di loket	4,41
E1	Petugas loket memberikan layanan sesuai kebutuhan pelanggan	4,46
E2	Petugas menggunakan bahasa yang mudah dipahami	4,43
E3	Petugas merespon sesuai kebutuhan pelanggan	4,35
E4	Petugas ramah dan sopan dalam melayani pelanggan	4,43
	Jumlah	87,59
	Skor <i>Importance</i> Rata-Rata	4,39

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai rata-rata Skor *Importance* mencapai 4,39, yang mengindikasikan bahwa atribut-atribut yang ditawarkan oleh Kantor Cabang Utama Mataram memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi bagi pengguna atau

pelanggan. Nilai ini mencerminkan persepsi positif terhadap kualitas dan relevansi atribut yang disediakan, yang dapat berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap layanan yang diberikan. Lebih jauh lagi, nilai rata-rata 4,39 menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya menganggap atribut-atribut tersebut sebagai sekadar penting, tetapi juga sebagai elemen krusial dalam pengalaman mereka berinteraksi dengan Kantor Cabang Utama Mataram.

Penulis telah mengumpulkan data

melalui kuesioner mengenai Skor *Performance* yang diambil dari persepsi 93 responden. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan terstruktur mengenai kinerja yang dinilai, penulis merangkum data tersebut dalam Tabel 8. Tabel ini tidak hanya menyajikan nilai rata-rata dari Skor

Performance, tetapi juga memberikan wawasan tentang bagaimana atribut-atribut layanan yang ditawarkan diterima oleh responden.

Tabel 8 Skor Atribut *Performance*
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Kode	Indikator	Skor <i>Performance</i>
T1	Kursi di ruang tunggu tersusun rapih	3,81
T2	Tempat parkir luas	3,90
T3	Ruang tunggu bersih dan wangi	3,72
T4	Petugas berpakaian rapih dan bersih	3,86
T5	Lokasi KCU Mataram strategis (mudah dijangkau)	3,92
REL 1	Petugas melayani sesuai keinginan pelanggan	3,49
REL 2	Pelayanan di loket tepat waktu	2,58
REL 3	Petugas konsisten mengucapkan salam,sapa, senyum	3,22
REL 4	Petugas mampu mengatasi masalah transaksi di loket	3,42
RES 1	Petugas melayani dengan cepat	2,75
RES 2	Petugas dapat menangani keluhan pelanggan tentang transaksi pelanggan di loket	3,42
RES 3	Petugas siap membantu pelanggan mengisi formulir	3,26
RES 4	Petugas menjelaskan jenis layanan jasa sesuai keinginan pelanggan	3,23
A1	Petugas memiliki pengetahuan tentang pelayanan di loket	3,42
A2	Petugas mampu menjawab pertanyaan pelanggan	3,27
A3	Petugas membuat pelanggan merasa percaya bertransaksi di loket	3,46
E1	Petugas loket memberikan layanan sesuai kebutuhan pelanggan	3,46
E2	Petugas menggunakan bahasa yang mudah dipahami	3,53
E3	Petugas merespon sesuai kebutuhan pelanggan	3,38
E4	Petugas ramah dan sopan dalam melayani pelanggan	2,78
	Jumlah	67,88
	Skor Performance Rata-Rata	3,39

Interpretasi terhadap Skor *Performance* rata-rata dari setiap atribut, yang diperoleh melalui persepsi responden, menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,39. Nilai ini mengindikasikan bahwa atribut tersebut tergolong dalam kategori "cukup baik." Meskipun demikian, klasifikasi ini juga mencerminkan bahwa atribut tersebut belum mencapai tingkat yang optimal atau sangat baik, sehingga masih terdapat ruang untuk perbaikan. Oleh karena itu, hasil ini memenuhi syarat untuk dilakukan penelitian lebih lanjut, guna mengeksplorasi faktor-faktor yang

mempengaruhi persepsi responden dan untuk merumuskan strategi peningkatan yang lebih efektif terhadap atribut yang dinilai.

Pengukuran Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Untuk memastikan bahwa data yang

diperoleh dapat diandalkan dan akurat, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, sehingga hasil yang diperoleh mencerminkan fenomena yang diteliti dengan tepat. Sementara itu, uji reliabilitas berfungsi untuk mengukur konsistensi dan stabilitas hasil pengukuran dari kuesioner tersebut dalam berbagai kondisi. Dengan demikian, kedua uji ini sangat penting untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan tidak hanya valid, tetapi juga dapat diandalkan untuk analisis

lebih lanjut dan pengambilan keputusan yang berbasis bukti.

Tabel 9 Uji Validitas Skor Importance

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2024

demikian, validitas data ini menegaskan bahwa kuesioner mampu menghasilkan informasi yang akurat dan dapat diandalkan dari responden, sehingga mendukung integritas dan kredibilitas hasil penelitian secara keseluruhan.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T1	84.5000	199.571	.762	.976
T2	84.4674	198.449	.817	.975
T3	84.5652	193.457	.906	.974
T4	84.4783	199.285	.783	.976
T5	84.4565	199.218	.822	.975
REL1	84.4022	199.342	.787	.976
REL2	84.5435	194.361	.828	.975
REL3	84.5000	198.209	.763	.976
REL4	84.4891	197.923	.806	.975
RES1	84.3696	198.258	.820	.975
RES2	84.4457	197.019	.838	.975
RES3	84.3587	198.760	.811	.975
RES4	84.3043	199.071	.827	.975
A1	84.3261	199.673	.857	.975
A2	84.3587	200.255	.748	.976
A3	84.3804	199.733	.770	.976
E1	84.3587	199.288	.858	.975
E2	84.3913	198.658	.842	.975
E3	84.4348	197.809	.841	.975
E4	84.3913	197.318	.790	.976

Pelaksanaan uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi SPSS, dengan fokus pada nilai Corrected Item-Total Correlation (CITC) yang dihasilkan. Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai CITC untuk atribut-atribut Skor Importance berkisar antara 0,737 hingga 0,897, yang semuanya melebihi ambang batas minimum 0,300. Menurut (Waskito, 2023), nilai CITC yang lebih besar dari 0,300 menunjukkan bahwa atribut-atribut tersebut valid, yang berarti kuesioner yang digunakan sebagai alat pengumpul data memiliki kualitas yang baik dan memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian. Dengan

**Tabel 10 Uji Validitas Skor
*Performance***

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2024

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T1	64.0108	164.228	.649	.943
T2	63.9140	164.275	.545	.945
T3	64.0968	164.545	.622	.943
T4	63.9570	164.194	.582	.944
T5	63.8925	164.140	.642	.943
REL1	64.3226	160.764	.786	.941
REL2	65.2366	159.617	.565	.945
REL3	64.6022	163.547	.654	.943
REL4	64.3978	161.155	.749	.941
RES1	65.0645	158.996	.579	.945
RES2	64.3978	161.068	.828	.941
RES3	64.5591	164.119	.720	.942
RES4	64.5914	162.527	.744	.942
A1	64.3978	163.068	.681	.943
A2	64.5484	161.881	.660	.943
A3	64.3548	156.579	.799	.940
E1	64.3333	162.290	.750	.942
E2	64.2903	163.165	.635	.943
E3	64.4409	161.640	.778	.941
E4	65.1183	159.975	.569	.945

instrumen pengukuran yang digunakan, di mana responden merasa terlibat dan mampu memberikan penilaian yang akurat terhadap atribut yang diukur,

sehingga meningkatkan kualitas data yang diperoleh dalam penelitian ini.

**Tabel 11 Uji Reliabilitas Skor
*Importance***

Reliability Statistics

CRONBACH'S ALPHA	N of Items
.977	20

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2024

Nilai Cronbach's Alpha yang mencapai 0,977 menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi pada skor *Importance*, jauh melebihi ambang batas 0,700 yang ditetapkan. Dalam konteks ini, reliabilitas data mengindikasikan bahwa atribut-atribut yang diukur dalam variabel tersebut konsisten dan stabil, sehingga responden cenderung memberikan jawaban yang serupa, terlepas dari waktu pelaksanaan kuesioner, baik itu kemarin, hari ini, maupun hari esok. Hal ini menegaskan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dapat diandalkan untuk

Nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk atribut Skor *Performance* yang berkisar antara 0,545 hingga 0,828, serta lebih besar dari 0,300, menunjukkan bahwa data pada atribut-atribut tersebut dapat dianggap valid. Validitas ini mengindikasikan bahwa penulis telah memberikan kesempatan kepada responden untuk menilai skor melalui pilihan jawaban yang beragam, yaitu sangat tidak penting, tidak penting, cukup penting, penting, dan sangat penting. Dengan demikian, responden dapat memilih jawaban yang paling sesuai dengan persepsi mereka, yang pada gilirannya menghasilkan variasi dalam jawaban. Hal ini mencerminkan keandalan

menggambarkan persepsi atau sikap responden secara akurat, yang pada gilirannya meningkatkan validitas hasil penelitian dan memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang lebih kuat mengenai fenomena yang diteliti.

Tabel 12 Uji Reliabilitas Skor Performance

Reliability Statistics	
CRONBACH'S ALPHA	N of Items
.945	20

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2024

Nilai Cronbach's Alpha untuk Skor *Performance* yang mencapai 0,945 menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, jauh di atas ambang batas 0,700, sehingga semua atribut dalam Skor *Performance* dapat dianggap reliabel. Selain itu, baik Skor *Importance* maupun Skor *Performance* dinyatakan valid dan reliabel, yang mengindikasikan bahwa kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data memenuhi kriteria yang diperlukan untuk menghasilkan data yang berkualitas.

Pengukuran Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data yang diperoleh dari kuesioner terdistribusi normal, yang merupakan asumsi penting dalam banyak analisis statistik. Dengan memastikan bahwa data berdistribusi normal, peneliti dapat menggunakan metode analisis yang tepat dan valid, sehingga hasil penelitian dapat diinterpretasikan dengan akurat dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman fenomena yang diteliti.

Tabel 13 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		<i>Importance</i>	<i>Performance</i>
N		20	20
Normal Parameters^{a,B}	Mean	4.3950	3.3950
	Std. Deviation	.07193	.37104

Most Extreme Differences	Absolute	.137	.169
	Positive	.084	.108
	Negative	-.137	-.169
Test Statistic		.137	.169
Asymp. Sig. (2-Tailed)		.200 ^{c,d}	.138 ^c
A. Test Distribution Is Normal.			
B. Calculated From Data.			
C. Lilliefors Significance Correction.			
D. This Is A Lower Bound Of The True Significance.			

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2024

Hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan bahwa baik data *Importance* maupun *Performance* memiliki nilai Asymp. Sig. (2-Tailed) masing-masing sebesar 0,200 dan 0,138. Kedua nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang umum digunakan, yaitu 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada cukup bukti untuk menolak hipotesis nol yang menyatakan bahwa data terdistribusi normal.

Hasil Indeks Kepuasan Pelanggan

Dalam upaya untuk memahami dan meningkatkan kualitas pelayanan di Kantor Cabang Utama Mataram, penelitian ini melakukan pengukuran Indeks Kepuasan Pelanggan sebagai alat evaluasi yang komprehensif. Indeks ini dihitung berdasarkan kombinasi antara Skor *Importance* dan Skor *Performance*, yang mencerminkan persepsi pelanggan terhadap berbagai atribut layanan yang diberikan. Dengan menggunakan rumus yang telah ditetapkan oleh (Algifari, 2019), hasil perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan akan memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat kepuasan pelanggan saat ini. Selanjutnya, analisis ini tidak hanya bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pelanggan merasa puas, tetapi juga untuk mengungkap area-area yang memerlukan perbaikan guna mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Tabel 14 Indeks Kepuasan Pelanggan

Kode	SI	SP	SI X SP	SI X 5
T1	4,32	3,81	16,46	21,6
T2	4,35	3,9	16,97	21,75
T3	4,26	3,72	15,85	21,3
T4	4,34	3,86	16,75	21,7
T5	4,37	3,92	17,13	21,85
REL 1	4,42	3,49	15,43	22,1
REL 2	4,28	2,58	11,04	21,4
REL 3	4,32	3,22	13,91	21,6
REL 4	4,33	3,42	14,81	21,65
RES 1	4,45	2,75	12,24	22,25
RES 2	4,38	3,42	14,98	21,9
RES 3	4,46	3,26	14,54	22,3
RES 4	4,52	3,23	14,60	22,6
A1	4,49	3,42	15,36	22,45
A2	4,46	3,27	14,58	22,3
A3	4,44	3,46	15,36	22,2
E1	4,46	3,46	15,43	22,3
E2	4,43	3,53	15,64	22,15
E3	4,39	3,38	14,84	21,95
E4	4,43	2,78	12,32	22,15
Jumlah	87,9	67,88	298,22	439,5

Indeks Kepuasan Pelanggan | 68%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

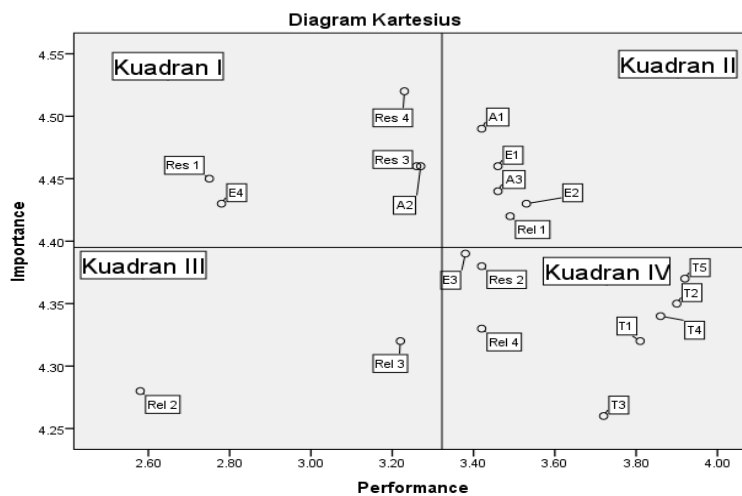
Berdasarkan analisis Indeks Kepuasan Pelanggan yang dihitung menggunakan rumus yang dijelaskan oleh (Algifari 2019), diperoleh nilai sebesar 68%, yang menunjukkan bahwa pelanggan di Kantor Cabang Utama Mataram merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Meskipun demikian, nilai ini masih berada di bawah kategori "Pelanggan Puas" yang berkisar antara 81% hingga 100%, sehingga menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Atribut-atribut yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan Skor *Performance*, mengingat kepuasan pelanggan yang optimal sangat penting untuk menciptakan loyalitas dan meningkatkan reputasi perusahaan.

Oleh karena itu, langkah selanjutnya adalah menganalisis lebih dalam atribut-atribut yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan, guna merumuskan strategi perbaikan yang efektif dan berkelanjutan.

Diagram Kartesius *Importance-Performance Analysis*

Setelah menghitung Indeks Kepuasan Pelanggan, langkah selanjutnya adalah menganalisis hasil tersebut menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) yang akan dipresentasikan dalam bentuk diagram kartesius. Metode IPA memungkinkan peneliti untuk memetakan atribut-atribut layanan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan, sehingga dapat mengidentifikasi area yang memerlukan perhatian lebih untuk perbaikan. Dengan membagi hasil ke dalam empat kuadran, diagram kartesius memberikan gambaran yang jelas mengenai prioritas tindakan yang harus diambil untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Analisis ini tidak hanya membantu dalam memahami persepsi pelanggan, tetapi juga memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan di Kantor Cabang Utama Mataram (Reza Nugraha, M.Dzikron, & Iyan Bachtiar 2023).

Gambar 1 Diagram Kartesius
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024



Analisis atribut-atribut pelayanan di Kantor Cabang Utama Mataram menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) menunjukkan pengelompokan yang jelas dalam empat kuadran, masing-masing dengan implikasi strategis yang berbeda. Kuadran I, yang disebut "*Concentrate Here*," mencakup atribut-atribut penting bagi pelanggan namun dengan kinerja yang masih rendah, seperti kecepatan pelayanan dan sikap petugas. Hal ini menandakan bahwa perusahaan harus memprioritaskan perbaikan pada atribut-atribut ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan (Silalahi, Aelani, & Juliane, 2020). Di sisi lain, Kuadran II, atau "*Keep Grow Up Work*," berisi atribut yang penting dan telah berkinerja baik, seperti pengetahuan petugas dan kemampuan mereka dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Atribut-atribut ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan lebih lanjut untuk menjaga kepuasan pelanggan (Suseno & Mahariani, 2024). Kuadran III, yang merupakan "*Low Priority*," mencakup atribut yang kurang penting dan berkinerja buruk,

menunjukkan bahwa perhatian terhadap atribut ini dapat diminimalkan. Terakhir, Kuadran IV berisi atribut yang kurang penting tetapi berkinerja baik, yang menunjukkan bahwa meskipun atribut ini tidak menjadi prioritas, mereka tetap perlu dikelola dengan baik untuk menjaga standar pelayanan. Dengan pemetaan ini, manajemen dapat merumuskan strategi perbaikan yang lebih terfokus dan efektif dalam meningkatkan kualitas.

Penelitian ini akan memfokuskan analisis pada Kuadran I dari hasil *Importance-Performance Analysis* (IPA), yang mencakup atribut-atribut penting bagi pelanggan namun dengan kinerja yang masih rendah. Pemilihan Kuadran I sebagai fokus analisis didasarkan pada urgensi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan, mengingat atribut-atribut dalam kuadran ini merupakan faktor kunci yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Hasil analisis Kuadran I menunjukkan bahwa atribut-atribut yang termasuk dalam kategori ini, yaitu Res 1 (Petugas melayani dengan cepat), Res 3 (Petugas siap membantu mengisi formulir), Res 4 (Petugas menjelaskan jenis layanan jasa sesuai keinginan pelanggan), A2 (Petugas mampu menjawab pertanyaan pelanggan), dan E4 (Petugas ramah dan sopan melayani pelanggan), belum menunjukkan kinerja yang memadai meskipun dianggap penting oleh pelanggan. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan realitas pelayanan yang diterima.

Rekomendasi praktis untuk meningkatkan kinerja atribut-atribut ini

mencakup pelatihan intensif bagi petugas dalam hal kecepatan pelayanan dan keterampilan komunikasi. Misalnya, program pelatihan yang berfokus pada teknik pelayanan pelanggan yang efisien dan ramah dapat membantu meningkatkan kinerja petugas dalam melayani pelanggan. Selain itu, penerapan sistem umpan balik dari pelanggan secara berkala dapat memberikan wawasan yang berharga mengenai area yang perlu diperbaiki.

Secara strategis, manajemen perlu mempertimbangkan pengembangan standar operasional prosedur (SOP) yang jelas untuk setiap atribut layanan, sehingga petugas memiliki panduan yang konsisten dalam memberikan pelayanan yang memenuhi harapan pelanggan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan kinerja atribut-atribut dalam Kuadran I dapat ditingkatkan, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kantor Cabang POS Indonesia Mataram 83000, yang sebelumnya mengalami sejumlah keluhan dari pelanggan. Melalui penerapan kuesioner yang dirancang secara sistematis, peneliti berhasil mengumpulkan data yang relevan untuk menilai skor pentingnya (*importance*) dan kinerja (*performance*) dari berbagai atribut pelayanan. Data ini menjadi dasar perhitungan indeks kepuasan pelanggan, yang selanjutnya digunakan untuk mengidentifikasi area-area yang memerlukan perhatian khusus. Hasil dari indeks kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi dan harga yang kompetitif

merupakan dua elemen kunci yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan.

Dengan menggunakan diagram kartesius Analisis Persepsi (IPA), penelitian ini memfokuskan perhatian pada atribut-atribut yang berada di Kuadran I, yang menunjukkan kinerja tinggi dan tingkat kepentingan yang tinggi. Atribut-atribut ini menjadi prioritas utama dalam upaya perbaikan, karena mereka memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Rekomendasi praktis dan strategis yang dihasilkan dari analisis ini mencakup peningkatan pelatihan untuk staf, penguatan komunikasi dengan pelanggan, serta pengembangan sistem umpan balik yang lebih efektif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran tentang keluhan pelanggan, tetapi juga menawarkan langkah-langkah konkret yang dapat diambil oleh manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan di sektor jasa, khususnya dalam layanan pengiriman barang. Penekanan pada atribut di Kuadran I diharapkan dapat mengurangi keluhan pelanggan dan meningkatkan pengalaman keseluruhan, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada loyalitas pelanggan dan keberlanjutan bisnis.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Al'asqolaini, Muchsin Zuhad. 2019. "Penanganan Keluhan Pelanggan Dan Kualitas Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif* 4(1):37–37.
- Algifari. 2019. *Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance Performance Analysis (IPA), Dan Model Kano*. 1st ed. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, and Kamaluddin Abunawas. 2023. "KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN." *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 14(1):21.
- Gofur, Abdul. 2019. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)* 4(1):44.
- Irsan, Muhamad, and Forkas Tiroy Santos Butar-butur. 2020. "Sistem Layanan Point of Sales Services Sparepart Kendaraan Motor Pada Komunitas XYZ." *Melek IT Information Technology Journal* 6(2). doi: 10.30742/melek-it.v6i2.350.
- Kristian S., Daniel Oktavianus, and Arif Rahman Hakim. 2022. "TINJAUAN MANAJEMEN PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN INDIHOME PADA MEDIA SOSIAL TWITTER." *E-Qien Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11(4).
- Nandini, Evi Shofia, and Moh. Agung Surlanti. 2022. "ANALISIS STRATEGI PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN PADA PT. PANAHMAS DWITAMA DISTRINDO." *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11(4).
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research." *Journal of Marketing* 49(4):41. doi: 10.2307/1251430.
- POS Indonesia. 2023. *Laporan Tahunan PosIND 2023: To Become a Logistic Company*. Bandung.
- Retnawati, Lestari. n.d. *ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI DI UNIVERSITAS XYZ*.
- Reza Nugraha, Angga, M.Dzikron, and Iyan Bachtiar. 2023. "Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Dan Model Importance Performance Analysis (IPA)." *Jurnal Riset Teknik Industri* 9–16. doi: 10.29313/jrti.v3i1.1830.
- Silalahi, Indriati, Khoirida Aelani, and Christina Juliane. n.d. "Implementasi Metode Importance Performance Analysis Untuk Pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Administrasi Berbasis Web."
- Suseno, Pangki, and Yeni Roha Mahariani. 2024. "Pengukuran Kualitas Pelayanan Dengan Customer Satisfaction Index Dan Servqual Pada Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Bhinneka PGRI." *JENIUS: Jurnal Terapan Teknik Industri* 5(1):53–62. doi: 10.37373/jenius.v5i1.781.
- Syahputra, Hadi, Agung Ramadhanu, and Ramdani Bayu Putra. 2020. "PENERAPAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) UNTUK MENGUKUR KUALITAS SISTEM INFORMASI ULANGAN HARIAN." 1(4). doi: 10.31933/JEMSI.
- Waskito, Saptono Kusdanu. 2023. *Terampil Mengolah Data Regresi, Path Analysis, Structural Equation Model, Dengan SPSS Dan AMOS*. 2nd ed. ALFABETA, CV.
- Yuliansyah, Anton, and Rozy Khadafi. 2023. "The Influence of Trust, Customer Value and Customer Relationship Management (CRM) on Loyalty Through Customer

Satisfaction of Republic of
Indonesia Employee Cooperatives
University of Jember.” *Indonesian
Journal of Economic &
Management Sciences* 1(4):577–
96. doi: 10.55927/ijems.v1i4.5424.