

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE IPA DAN CSI PADA PT EKSPEDISI PADA JAYA JAKARTA BARAT

Desi Dwi Nurjayanti¹, Ety Nurhayaty²

^{1,2}Universitas Bina Sarana Informatika

desydw30@gmail.com¹, ety.eyy@bsi.ac.id²

Abstract

PT Ekspedisi Pada Jaya is a company that operates in the field of goods delivery services covering the Java and Bali regions. The goods delivery facilities provided by PT Ekspedisi Pada Jaya are goods pickup, door to door rental delivery and partial or port to door retail delivery. As a company operating in the service sector, it is important to analyze service quality and customer satisfaction. This research aims to determine important and less important service quality attributes as well as customer satisfaction with the services provided. Data is processed using descriptive analysis methods in the form of Importance Performance Analysis and Customer Satisfaction Index methods. From this research, it was found that several service qualities of PT Ekspedisi Pada Jaya were a priority for improvement, namely solutions to customer problems, resolution of complaints, security of goods, and compensation for damage and loss of goods, then a customer satisfaction index of 79.91% was obtained, included in range 60%-80.99% which is interpreted as "Satisfied". By knowing the quality of service that needs to be improved, it is hoped that company management can take appropriate corrective steps.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, IPA, CSI.*

Abstrak

PT Ekspedisi Pada Jaya merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang mencakup wilayah Jawa dan Bali. Fasilitas pengiriman barang yang diberikan oleh PT Ekspedisi Pada Jaya adalah pickup barang, pengiriman sewa *door to door* dan pengiriman partial atau ecer *port to door*. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa maka penting untuk menganalisa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut kualitas pelayanan yang penting dan kurang penting serta kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Data diolah dengan menggunakan metode analisis deksriptif berupa metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*. Dari penelitian ini ditemukan beberapa kualitas pelayanan PT Ekspedisi Pada Jaya yang menjadi prioritas untuk diperbaiki yaitu solusi atas kendala pelanggan, penyelesaian komplain, keamanan barang, dan ganti rugi atas kerusakan serta kehilangan barang, selanjutnya diperoleh indeks kepuasan pelanggan sebesar 79,91%, masuk kedalam rentang 60%-80,99% yang diinterpretasikan "Puas". Dengan mengetahui kualitas pelayanan yang harus diperbaiki diharapkan manajemen perusahaan dapat mengambil langkah perbaikan dengan tepat.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, IPA, CSI.

I. PENDAHULUAN

Fluktuasi ekonomi di Indonesia yang tak terbantahkan memicu persaingan bisnis yang semakin ketat. Usaha perdagangan, jasa, produksi, pariwisata dan masih banyak lagi mulai menjamur di seluruh penjuru. Tidak mudah bagi pelaku bisnis untuk bertahan dengan ketatnya persaingan ini. Beberapa memilih gulung tikar dan menutup usahanya karena tidak mampu bersaing dan gagal mempertahankan eksistensinya. Bertahan di tengah persaingan bisnis tidak hanya dengan produk yang unggul, namun banyak faktor lain yang menjadi pondasinya. Salah satunya adalah pelayanan yang baik, efektif dan efisien. Menurut Khamidah dalam (Dewianawati et al., 2023) dalam pasar yang tumbuh, konsumen kadang-kadang memberikan toleransi terhadap pelayanan yang kurang baik (poor customer service) untuk mendapat akses terhadap jasa yang mereka cari, tetapi saat pasar sudah dewasa dimana jasa yang ditawarkan semakin banyak maka konsumen akan memilih perusahaan yang memberikan pelayanan yang baik dan menghindari pelayanan yang tidak baik.

PT Ekspedisi Pada Jaya merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang pengiriman barang jalur darat. Perusahaan ini melayani pengiriman barang cargo dalam jumlah besar baik barang pabrikan maupun perorangan dengan cakupan wilayah Jawa dan Bali. Armada yang digunakan yaitu truk colt diesel double, fuso, dan tronton atau wingbox. Barang yang dikirimkan dapat berupa bahan baku, barang setengah jadi maupun barang jadi. Perusahaan ini telah beroperasi sejak tahun 2007 mulai dari usaha perorangan hingga menjadi Perseroan Terbatas (PT). Pelayanan yang diberikan yaitu pengiriman secara sewa (carter) maupun ecer (parsial) dengan jenis pelayanan door to door atau dari pengirim langsung ke penerima barang tanpa melalui proses penanganan di gudang dan port to door atau pengiriman yang melewati proses penanganan di gudang ekspedisi lalu dikirimkan ke penerima barang.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi fokus utamanya. Melalui informasi yang didapatkan dari salah satu karyawan perusahaan, pada prosesnya PT Ekspedisi Pada Jaya masih menerima beberapa komplain terkait pelayanan yang diberikan seperti kerusakan dan kekurangan barang dan respon karyawan dinilai lambat. Komplain tersebut berhasil diatasi dengan baik dan dianggap tidak menimbulkan penurunan yang signifikan terhadap jumlah pengiriman. Data jumlah pengiriman pada PT Ekspedisi Pada Jaya selama 5 bulan terakhir disajikan pada tabel berikut:

Tabel. 1 Persentase kenaikan dan penurunan jumlah pengiriman di PT Ekspedisi Pada Jaya

No	Bulan	Jumlah Pengiriman	Persentase Kenaikan/Penurunan
1.	Januari 2024	1.245 pengiriman	-
2.	Februari 2024	1.043 pengiriman	-0,16%
3.	Maret 2024	1.094 pengiriman	0,05%
4.	April 2024	648 pengiriman	-0.40%
5.	Mei 2024	1.082 pengiriman	0.67%

Sumber: PT Ekspedisi Pada Jaya, 2024

Dari data yang disajikan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa selama 5 bulan terakhir jumlah pengiriman mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup beragam. Pada bulan Februari 2024 pengiriman mengalami penurunan sebesar 0,16% dan pada bulan April sebesar 0.40%. Ditinjau dari hasil studi dokumen yang ada penuruanan jumlah pengiriman tersebut disebabkan oleh jumlah hari kerja setiap bulannya. Hari kerja pada bulan Februari dan April pada tahun ini lebih sedikit dari pada bulan yang lainnya dikarenakan bertepatan dengan beberapa hari libur nasional, cuti bersama dan kegiatan perusahaan. Untuk memperkuat pernyataan tersebut maka penulis menyajikan jumlah hari kerja PT Ekspedisi Pada Jaya pada tabel berikut:

Tabel. 1 Hari Kerja PT Ekspedisi Pada Jaya Periode Januari-Mei 2024

No	Bulan	Jumlah Hari Kerja	Keterangan
1.	Januari	26 Hari kerja	5 hari libur nasional/hari minggu
2.	Februari	21 Hari kerja	7 hari libur nasional/hari minggu dan 1 hari libur karena kegiatan perusahaan
3.	Maret	24 Hari kerja	7 hari libur nasional/hari minggu
4.	April	15 Hari kerja	11 hari libur hari raya idu fitri, 4 hari libur nasional/hari minggu
5.	Mei	24 Hari Kerja	7 hari libur nasional/hari minggu

Sumber : PT Ekspedisi Pada Jaya, 2024

Pada tabel tersebut diketahui bahwa bulan Februari terdapat 21 hari kerja dan 8 hari libur sedangkan pada bulan April terdapat 15 hari kerja dan 11 hari libur. Kenaikan dan penurunan pengiriman ini tetap harus dilakukan penelitian untuk dijadikan evaluasi kinerja sehingga manajemen perusahaan dapat membuat keputusan dengan tepat.

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Syarif & Widodo, 2020) dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Important Performance Analysis (IPA) pada Bengkel Auto2000 Asia Afrika Bandung. Penelitian ini menggunakan metode Customer Satisfaction Index untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan menggunakan metode Importance Performance Analysis untuk memperlihatkan lebih detail mutu pelayanan yang dianggap penting dan tidak penting oleh pelanggan sehingga manajemen perusahaan dapat mengambil keputusan untuk meningkatkan kinerja pada atribut pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan dan mengurangi kinerja pada atribut pelayanan yang dianggap kurang penting.

Untuk mencapai kepuasan pelanggan maka perlu dilakukan evaluasi kinerja perusahaan karena kedua hal tersebut saling berkaitan. Sebagaimana penelitian terdahulu tersebut penulis berminat untuk menggunakan metode Importance Performance Analysis untuk mengetahui detail penilaian pelanggan terhadap setiap atribut kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Ekspedisi Pada Jaya, lalu menggunakan metode Customer Satisfaction Index untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan metode IPA akan diketahui ranking dari setiap atribut kualitas pelayanan dari yang paling penting bagi pelanggan hingga yang kurang penting, selain itu diketahui juga ranking kinerja yang diberikan oleh perusahaan menurut persepsi pelanggan dari kinerja yang paling baik hingga yang buruk. Data tersebut disajikan dengan tabel dan diagram kartesius. Selanjutnya metode CSI akan menghitung jumlah tingkat kepuasan pelanggan dari keseluruhan atribut kualitas pelayanan dalam nilai persentase dan diinterpretasikan dalam tingkatan sangat puas hingga sangat tidak puas. Dengan pemaparan tersebut penulis tertarik melakukan penelitian yang diberi judul “ Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode IPA dan CSI Pada PT Ekspedisi Pada Jaya Jakarta Barat”

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Supranto “Kualitas adalah sebuah kata bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik” (Tampanguma et al., 2022). Sedangkan menurut Kotler dan Keller kualitas adalah keseluruhan karakteristik produk atau jasa yang mampu memuaskan pelanggan secara langsung maupun tidak langsung (Hendrata et al., 2021). Menurut R.A Supriyono pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menarik produk atau jasa yang ditawarkan (Indrasari, 2019).

“Pelayanan kepada pelanggan bertujuan memelihara dan meningkatkan hubungan psikologis antara produsen dengan pelanggan serta memantau berbagai keluhan pelanggan” (Syah, 2021). Hubungan yang baik ini dibangun melalui rasa kepedulian atau empati yang diberikan kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan serta mendengarkan setiap keluhan pelanggan atas produk atau jasa yang diberikan. Salah satu ukuran keberhasilan menyajikan pelayanan yang berkualitas sangat tergantung pada tingkat kepuasan pelanggan yang dilayani (Sellang et al., 2022).

Sedangkan kualitas pelayanan adalah sarana untuk mencapai kepuasan dan ikatan, dengan tujuan utama dalam berbisnis adalah menghasilkan pelanggan yang puas dan setia yang akan terus menerus menjalin hubungan dengan perusahaan (Hendrata et al., 2021). Dalam literasi lain disebutkan bahwa kualitas layanan adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu layanan yang hanya dapat dinilai oleh pelanggan (Indahingwati, 2019).

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam menarik pelanggan terutama pada perusahaan jasa. Kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menentukan barang atau jasa yang mana yang akan digunakan. Semakin bagus pelayanan dari suatu perusahaan maka kemungkinan pelanggan kembali akan tinggi. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan berarti menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan membangun citra perusahaan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Sudaryono dalam (Tampanguma et al., 2022) “Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang”. Sedangkan menurut Pratiwi dan Yasa “Kepuasan didefinisikan sebagai terpenuhinya keinginan atau harapan konsumen terhadap barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Kepuasan yang dirasakan para konsumen setelah penggunaan produk atau jasa akan mendatangkan kepercayaan terhadap produk tersebut” (Budi & Yasa, 2023).

“Menurut Kotler kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas dan senang” (Syah, 2021). Sedangkan menurut Richard L. Oliver dalam (Syarif & Widodo, 2020) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang maupun kecewa yang diperoleh dengan membandingkan hasil kerja dengan apa yang ada dipikirkannya. Pendapat Anwar dan Ardani dalam (Budi & Yasa, 2023) juga disebutkan bahwa “Kepuasan pelanggan dapat memberikan berbagai manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian berulang dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan”.

Menurut Darmawan dalam (Mardikaningsih, 2021) kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel seperti harga, ekuitas merk, dan kualitas pelayanan. Dan menurut Lovelock dan Wright dalam (Mardikaningsih, 2021) setelah melakukan pembelian, pelanggan akan membandingkan layanan yang diharapkan dengan apa yang sebenarnya mereka terima. Pelanggan akan memutuskan apakah pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan mereka atau tidak, dan akan merubah persepsi mereka terhadap pelayanan yang diberikan, dengan begitu pelanggan akan memutuskan akan kembali membeli atau menggunakan jasa tersebut berulang atau tidak. Menurut Zeithmal dalam (Sellang et al., 2022) keputusan seorang konsumen untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain persepsinya terhadap kualitas pelayanan, pernyataan ini menunjukkan adanya interaksi yang kuat antara “Kepuasan konsumen” dengan “Kualitas Pelayanan”.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah ketika kebutuhan pelanggan bukan hanya terpenuhi namun pelayanan yang diberikan melebihi harapan yang diinginkan pelanggan. Sehingga pelanggan ini akan merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan, serta akan terjalin suatu hubungan yang baik antara penjual dengan pembeli. Menurut (Hendrata et al., 2021) kepuasan pelanggan terhadap produk ataupun jasa sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Servqual atau *service quality* ukuran seberapa baik suatu layanan menemukan kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti berkompromi dengan harapan pelanggan dengan tatacara yang konsisten (Cahyani et al., 2020). Untuk mengukur kualitas layanan seperti yang diharapkan perlu diketahui kriteria (dimensi) yang dipakai oleh pelanggan dalam menilai pelayanan tersebut (Mu'ah & Masram, 2021). Parasuraman, Zeithmal dan Berry dalam (Tjiptono, 2017) mengidentifikasi 10 (sepuluh) dimensi pokok layanan, yaitu :

1. *Reliabilitas*, mencakup dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat terpercaya (*dependability*).
2. *Responsivitas* atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu dan melayani para pelanggan dengan segera.
3. Kompetensi, yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat melayani sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
4. Akses, meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak. Hal ini berarti lokasi fasilitas layanan mudah dijangkau, waktu mengantri atau menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi.
5. Kesopanan (*courtesy*), meliputi sikap santun, respek, atensi, dan keramahan para karyawan kontak.
6. Komunikasi, artinya menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam Bahasa yang mudah dipahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan dari pelanggan.
7. Kredibilitas, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.

8. Keamanan (*Security*), yaitu bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Termasuk didalamnya adalah keamanan secara fisik (*Physical safety*), keamanan financial (*financial security*), dan kerahasiaan (*confidentiality*).
9. Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenang pelanggan regular.
10. Bukti fisik (*Tangibles*), meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan (seperti kartu bisnis, kop surat, dan lain-lain).

Namun pada penelitian berikutnya Parasuraman, Zeithmal dan Berry pada tahun 1988 menemukan adanya tumpang tindih dari beberapa dimensi yang telah disebutkan diatas, dan disederhanakan dalam 5 dimensi pokok. Dalam (Tjiptono, 2017) disebutkan lima dimensi pokok tersebut adalah sebagai berikut ;

1. *Reliability* atau reabilitas, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
2. *Responsiveness* atau daya tanggap, berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan permintaan mereka dengan segera.
3. *Assurance* atau jaminan, berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
4. *Empathy* atau empati, berarti bahwa perusahaan memahami masalah pelangganya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. *Tangibles* atau bukti fisik, berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Metode Importance Performance

Metode IPA *Importance Performance Analysis* merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut pelayanan (Sihotang & Oktarina, 2022). *Importance Performance Analysis* adalah sebuah teknik analisis deskriptif yang diperkenalkan oleh John A. Martilla dan John C. James pada tahun 1977 (Mudjanarko et al., 2020). *Importance Performance Analysis* adalah suatu teknik analisis yang digunakan

untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa mereka (Mudjanarko et al., 2020)

Dalam (Chandra & Novia, 2019) dijelaskan bahwa tingkat kepentingan dan tingkat kinerja setiap atribut diperoleh dengan menjumlahkan perkalian skor masing-masing skala dengan jumlah responden yang memilih pada skala likert. Sedangkan menurut J Supranto dalam (Saputra & Savitri, 2020) terdapat dua tahapan pengolahan data pada metode *importance performance analysis* yaitu analisis tingkat kesesuaian dan analisis tingkat kuadran. Mengukur tingkat kesesuaian dengan cara skor penilaian tingkat kepuasa dibagi dengan skor penilaian tingkat kepentingan dikali 100%. Sedangkan analisis kuadran diperoleh mencari nilai tengah dari nilai rata-rata *importance* dan nilai tengah dari rata-rata *performance* yang akan menjadi garis tegak lurus yang membagi diagram menjadi 4 bagian. Pengolahan ini dapat menggunakan penghitungan melalui aplikasi SPSS dan akan menghasilkan penyebaran setiap atribut pelayanan sesuai dengan titik koordinatnya.

Dalam (Saputra & Savitri, 2020) dijelaskan bahwa hasil dari penghitungan *importance performance analysis* tersebut diinterpretasikan dalam empat kuadran sebagai berikut :

1. Kuadran 1 (*concentrate here*) merupakan suatu kuadran yang memuat indikator-indikator yang dianggap penting, namun kenyataannya belum sesuai dengan harapan pengguna jasa. Tingkat kepuasan pada kuadran ini masih sangat rendah, sehingga indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.
2. Kuadran 2 (*keep up the good work*) merupakan suatu daerah yang memuat indikator-indikator yang dianggap penting dan sudah sesuai harapan pengguna jasa. Tingkat kepentingan atau kepuasan yang diperoleh relatif tinggi dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan juga tinggi sehingga indikator-indikator yang masuk pada kuadran ini harus dipertahankan kinerjanya karena semua indikator tersebut menjadikan pelayanan jasa unggul bagi pengguna jasa.
3. Kuadran 3 (*Low Priority*) merupakan suatu daerah yang memuat indikator-indikator prioritas rendah dan pada kenyataannya tingkat kinerja atau kepuasan pengguna rendah. Peningkatan indikator yang masuk pada kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali karena tidak berpengaruh dan juga manfaat yang dirasakan pengguna jasa kecil.

4. Kuadran 4 (*Possible Overkill*) merupakan suatu daerah yang memuat indikator yang dianggap kurang penting, namun pelayanan yang diberikan dirasa terlalu berlebihan oleh pengguna jasa. Indikator yang masuk pada kuadran ini dapat dikurangi kinerjanya dan difokuskan kepada pelayanan yang lain.

Metode Customer Satisfaction Index

Customer satisfaction index merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur (Mulyo Sanusi & Joko, 2018). Analisis *Customer Satisfaction Index* merupakan metode pengukuran kepuasan konsumen yang populer dan banyak digunakan oleh perusahaan besar (Mudjanarko et al., 2020).

Dalam (Mudjanarko et al., 2020) dijelaskan cara mengukur kepuasan pelanggan menggunakan metode *customer satisfaction index* sebagai berikut :

1. Mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen akan setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dengan menggunakan skala likert.
2. Hitung rata-rata skor kepentingan dan rata-rata skor kepuasan masing-masing atribut.
3. *Importance Weighting factor* diperoleh dari rata-rata skor masing-masing atribut kepentingan dibagi dengan total skor rata-rata kepentingan seluruh atribut pelayanan.
4. *Weighted Score* diperoleh dari perkalian *Importance Weighting factor* dengan skor kepuasan masing-masing atribut.
5. *Weighted Average* diperoleh dari penjumlahan *weighted score* seluruh atribut.
6. *Customer satisfaction index* diperoleh dari pembagian *weighted average* dengan skala maksimum yang digunakan pada skala likert.

Setelah dilakukan penghitungan dengan tahapan tersebut diatas maka selanjutnya adalah menginterpretasikan nilai CSI, untuk mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen. Dalam (Setiawan et al., 2022) disebutkan kriteria indeks kepuasan pelanggan terbagi menjadi lima kategori seperti dalam tabel berikut :

Tabel. 3 Indeks Kepuasan Pelanggan

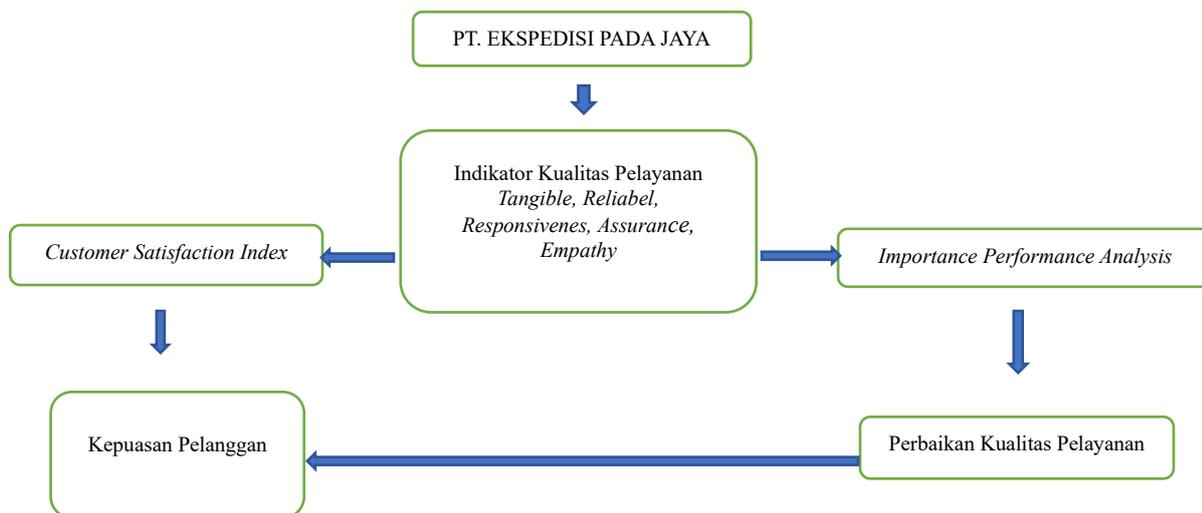
NO	NILAI	KETERANGAN
1	81%-100%	Sangat Puas

2	66%- 80,99%	Puas
3	51%- 65,99%	Cukup Puas
4	35%- 50,99%	Kurang Puas
5	0%-34,99%	Tidak Puas

Sumber: Setiawan et al, 2024

Kerangka Berfikir

Dalam upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan peneliti menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui indikator kualitas pelayanan yang penting dan harus ditingkatkan (prioritas utama) serta atribut pelayanan yang dianggap kurang penting menurut persepsi pelanggan. Dengan begitu perusahaan dapat menentukan tindakan yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi kepuasan pelanggan. Selanjutnya peneliti menggunakan metode *Customer Satisfacriion Index* untuk mengetahui tingkat indeks kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaann. Kerangka berpikir peneliti dapat digambarkan dengan bagan berikut :



Gambar. 1 Kerangka Berfikir

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif non-statistik menggunakan metode analisis deskriptif, berupa metode *Importance Performance Analisis* (IPA) dan metode

Customer Satisfaction Index (CSI). Populasi pada penelitian ini merupakan pelanggan PT Ekspedisi Pada Jaya yang melakukan pengiriman barang di bulan Mei 2024. teknik sampling yang digunakan adalah teknik accidental sampling. Menurut Sugiyono dalam (Saputra & Savitri, 2020) Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data. Penentuan ukuran sampel dengan menggunakan rumus slovin. Instrumen penelitian dengan menggunakan kuesioner berupa skala Likert. Skala Likert menurut Sugiyono dalam (Ramdhan,2021) adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena sosial.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

1. Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-Laki	16	20%
Perempuan	64	80%

Sumber: Pengolahan Data, 2024

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
20-25 Tahun	42	52%
26-30 Tahun	18	23%
31-35 Tahun	3	4%
>35 Tahun	17	21%

Sumber: Pengolahan Data,2024

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Divisi Pekerjaan

Tabel. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Divisi Pekerjaan

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Admin	17	21,25%
Supervisor	4	5%
Logistik	10	12,5%
Warehouse	24	30%
Purchasing	15	18,75%
Finance	10	12,5%

Sumber: Pengolahan data, 2024

Uji Validitas

Data penelitian sebelum diolah lebih lanjut akan diuji validitasnya untuk mengetahui kevalidan suatu indikator pernyataan. Pengujianya dengan cara mengetahui korelasi antara skor tiap pernyataan dengan skor total. Data dinyatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dikarenakan responden pada penelitian ini 80 orang maka r_{tabel} dengan nilai signifikansi 5% yang digunakan dari r_{tabel} Sugiyono 2019 adalah 0,220. Adapun hasil uji validitas instrument penelitian ini dengan menggunakan aplikasi SPSS 25 sebagai berikut :

Tabel. 1 Uji Validitas Skor Kinerja atau Kepuasan

Kode	R_{hitung}	R_{tabel}	Status
X ₁	0,795	0,220	Valid
X ₂	0,811	0,220	Valid
X ₃	0,821	0,220	Valid
X ₄	0,895	0,220	Valid
X ₅	0,879	0,220	Valid
X ₆	0,872	0,220	Valid
X ₇	0,905	0,220	Valid
X ₈	0,843	0,220	Valid
X ₉	0,899	0,220	Valid
X ₁₀	0,826	0,220	Valid

X ₁₁	0,872	0,220	Valid
X ₁₂	0,898	0,220	Valid
X ₁₃	0,769	0,220	Valid
X ₁₄	0,847	0,220	Valid
X ₁₅	0,844	0,220	Valid
X ₁₆	0,858	0,220	Valid
X ₁₇	0,912	0,220	Valid
X ₁₈	0,871	0,220	Valid
X ₁₉	0,902	0,220	Valid
X ₂₀	0,923	0,220	Valid
X ₂₁	0,908	0,220	Valid
X ₂₂	0,876	0,220	Valid
X ₂₃	0,872	0,220	Valid
X ₂₄	0,846	0,220	Valid
X ₂₅	0,893	0,220	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Dari tabel.7 diatas dapat diketahui keseluruhan hasil uji validitas item pernyataan skor tingkat kinerja bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$ sehingga keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel. 2 Uji Validitas Skor Kepentingan

Kode	R _{hitung}	R _{tabel}	Status
Y ₁	0,836	0,220	Valid
Y ₂	0,900	0,220	Valid
Y ₃	0,819	0,220	Valid
Y ₄	0,915	0,220	Valid
Y ₅	0,936	0,220	Valid
Y ₆	0,893	0,220	Valid
Y ₇	0,904	0,220	Valid
Y ₈	0,849	0,220	Valid
Y ₉	0,949	0,220	Valid
Y ₁₀	0,920	0,220	Valid

Y ₁₁	0,934	0,220	Valid
Y ₁₂	0,935	0,220	Valid
Y ₁₃	0,858	0,220	Valid
Y ₁₄	0,915	0,220	Valid
Y ₁₅	0,910	0,220	Valid
Y ₁₆	0,913	0,220	Valid
Y ₁₇	0,917	0,220	Valid
Y ₁₈	0,900	0,220	Valid
Y ₁₉	0,924	0,220	Valid
Y ₂₀	0,939	0,220	Valid
Y ₂₁	0,942	0,220	Valid
Y ₂₂	0,949	0,220	Valid
Y ₂₃	0,940	0,220	Valid
Y ₂₄	0,951	0,220	Valid
Y ₂₅	0,908	0,220	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Dari tabel.8 diatas dapat diketahui keseluruhan hasil uji validitas pada item pernyataan pada skor tingkat kepentingan bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$, sehingga keseluruhan item pernyataan pada skor tingkat kepentingan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan suatu instrumen penelitian. Pada uji reliabilitas menggunakan nilai *Cronbarch's Alpha*. Apabila nilai *Cronbarch's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka instrument dinyatakan reliable. Berikut hasil uji reliabilitas instrument pada penelitian ini:

Tabel. 3 Uji Reliabilitas Skor Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

Indikator	<i>Cronbarch's Alpha</i>	Status
Tingkat Kinerja	0,986	<i>Reliable</i>
Tingkat Kepentingan	0,991	<i>Reliable</i>

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Dari tabel. 9 tersebut diatas diketahui bahwa hasil perhitungan uji reliabilitas menggunakan SPSS 25 memperoleh hasil *Cronbarch's Alpha* > 0,60 sehingga item setiap pernyataan dinyatakan *reliable*. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dapat menunjukkan stabilitas hasil pengamatan apabila diukur berulang kali.

Metode Importance Performance Analysis

Metode *Importance Performance Analysis* digunakan untuk mengamati kinerja kualitas pelayanan suatu perusahaan dan meranking tingkatan item pelayanan, sehingga dapat diketahui item pelayanan yang harus ditingkatkan dan harus diperbaiki kualitasnya. Terdapat dua tahapan pengolahan data yang harus dilakukan pada metode *importance performance analysis* yaitu analisis tingkat kesesuaian dan analisis kuadran. Analisis tingkat kesesuaian dilakukan dengan cara membandingkan skor tingkat kinerja pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan skor tingkat kepentingan bagi pelanggan sehingga diketahui urutan prioritas dalam memperbaiki kualitas pelayanan. Selanjutnya untuk mengetahui item pernyataan dimensi pelayanan pada kuadran-kuadran *importance performance analysis* menggunakan diagram kartesius.

Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian dilakukan untuk menentukan apakah perusahaan sebagai penyedia jasa harus mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah berjalan atau harus melakukan perbaikan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dalam menghitung tingkat kesesuaian, yang pertama harus dilakukan adalah menghitung total skor bobot penilaian responden masing-masing item dengan cara menjumlahkan keseluruhan bobot penilaian yang diberikan responden pada setiap item pernyataan, lalu dihitung tingkat kesesuaian dengan membandingkan total skor tingkat kinerja dengan total skor tingkat kepentingan melalui rumus dibawah ini:

$$T_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Ket :

$X_i = \text{Performance/Kepuasan}$

$Y_i = \text{Importance/Kepentingan}$

maka diperoleh hasil penghitungan pada tabel berikut :

Tabel. 4 Tingkat Kesesuaian

No	Indikator Pernyataan	Skor Total		Kesesuaian n (%)
		<i>Performance</i> /Kepuasan	<i>Importance</i> /Kepentingan	
1.	P ₁	322	330	97,57
2.	P ₂	309	327	94,45
3.	P ₃	311	325	95,69
4.	P ₄	324	332	97,59
5.	P ₅	324	336	96,43
6.	P ₆	318	326	97,55
7.	P ₇	320	329	97,26
8.	P ₈	317	315	100,63
9.	P ₉	322	330	97,57
10.	P ₁₀	313	330	94,84
11.	P ₁₁	328	335	97,91
12.	P ₁₂	324	333	97,30
13.	P ₁₃	319	321	99,38
14.	P ₁₄	319	329	96,96
15.	P ₁₅	317	332	95,48
16.	P ₁₆	317	329	96,35
17.	P ₁₇	327	334	97,90
18.	P ₁₈	308	322	95,65
19.	P ₁₉	320	333	96,09
20.	P ₂₀	321	333	96,40
21.	P ₂₁	327	337	97,03
22.	P ₂₂	319	334	95,50
23.	P ₂₃	316	336	94,04
24.	P ₂₄	330	336	98,21
25.	P ₂₅	318	336	94,64
Jumlah				2.418,42

Rata-rata	96,73
-----------	-------

Sumber: Pengolahan data Ms. Excel 2016, 2024

Berdasarkan tabel.10 diketahui tingkat kesesuaian kualitas pelayanan pada PT Ekspedisi Pada Jaya, yang selanjutnya akan dibuat penilaian sebagai dasar pengambilan keputusan dengan mempertahankan kualitas pelayanan atau melakukan perbaikan. Batas pengambilan keputusan dihitung dari rata-rata nilai kesesuaian dengan cara membagi jumlah total nilai kesesuaian dengan jumlah item pernyataan dan memperoleh hasil sebesar 96,73%. Selanjutnya pengambilan keputusan dengan cara sebagai berikut:

1. Jika tingkat kesesuaian $\geq 96,73\%$, maka kualitas pelayanan PT Ekspedisi Pada Jaya perlu dipertahankan.
2. Jika tingkat kesesuaian $< 96,73\%$, perlu dilakukan tindakan perbaikan kualitas pelayanan pada PT Ekspedisi Pada Jaya.

Adapun data kesesuaian dan keputusan yang harus dilakukan disajikan pada tabel berikut:

Tabel. 5 Keputusan Pertahankan atau Perbaiki Kualitas Pelayanan

No	Indikator Pernyataan	Kesesuain	Keputusan
1.	P1. Gudang PT Ekspedisi Pada Jaya strategis, bersih dan rapi.	97,57	Pertahankan
2.	P2. Gudang PT Ekspedisi Pada Jaya dilengkapi dengan fasilitas parkir yang memadai	94,45	Perbaikan
3.	P3. Karyawan yang bertugas (sopir dan petugas lainnya), berpenampilan rapi dan bersih	95,69	Perbaikan
4.	P4. Dokumen Pengiriman (surat jalan/resi) dan penagihan (invoice) tersusun rapi, mudah dibaca, dan dipahami.	97,59	Pertahankan
5.	P5. Kendaraan yang digunakan untuk pengiriman barang, bersih, rapi dan terawat	96,43	Perbaikan
6.	P6. Karyawan terlatih dalam menjawab pertanyaan dan kebutuhan pelanggan	97,55	Pertahankan

7.	P ₇ . Penjemputan dan pengiriman barang tepat waktu	97,26	Pertahankan
8.	P ₈ . Tersedianya pilihan pengiriman (sewa dan partial/ecer)	100,63	Pertahankan
9.	P ₉ . Penyampaian informasi oleh karyawan sesuai dengan data yang ada	97,57	Pertahankan
10.	P ₁₀ . Karyawan memiliki solusi atas kendala yang dialami oleh pelanggan	94,84	Perbaiki
11.	P ₁₁ . Karyawan memberikan respon yang baik dan tanggap atas keluhan dan permintaan pelanggan	97,91	Pertahankan
12.	P ₁₂ . Karyawan dapat memberikan informasi dengan cepat dan tepat atas pertanyaan pelanggan	97,30	Pertahankan
13.	P ₁₃ . Karyawan memiliki jam kerja yang cukup panjang untuk melayani pelanggan.	99,38	Pertahankan
14.	P ₁₄ . Karyawan cepat tanggap dan siaga menangani kendala yang dialami pelanggan	96,96	Pertahankan
15.	P ₁₅ . Karyawan memberikan informasi keterlambatan dan keberangkatan barang.	95,48	Perbaiki
16.	P ₁₆ . Karyawan memberi perhatian penuh saat melayani pelanggan	96,35	Perbaiki
17.	P ₁₇ . Karyawan melayani pelanggan dengan sopan dan ramah	97,90	Pertahankan
18.	P ₁₈ . Karyawan dapat memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan	95,65	Perbaiki
19.	P ₁₉ . Karyawan dapat membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan	96,09	Perbaiki
20.	P ₂₀ . Karyawan mengutamakan kenyamanan pelanggan	96,40	Perbaiki
21.	P ₂₁ . Karyawan menjamin kerahasiaan data pelanggan	97,03	Pertahankan
22.	P ₂₂ . Karyawan menerima komplain dan menyelesaikannya dengan baik	95,50	Perbaiki

23.	P ₂₃ . Karyawan menjamin keamanan barang sampai di tujuan	94,04	Perbaiki
24.	P ₂₄ . Gudang berlokasi di tempat dengan keamanan yang terjamin	98,21	Pertahankan
25.	P ₂₅ . PT Ekspedisi Pada Jaya memberikan ganti rugi atas kerusakan atau kehilangan barang yang terjadi akibat pengiriman barang.	94,64	Perbaiki

Sumber: Pengolahan Data, 2024

P_n = Pernyataan ke -n

Berdasarkan tabel.11 diketahui indikator kualitas pelayanan yang harus diperbaiki adalah lahan parkir, penampilan karyawan, kebersihan dan kerapian kendaraan, keandalan karyawan dalam memberikan solusi, informasi keterlambatan dan keberangkatan, perhatian karyawan, komunikasi karyawan dengan pelanggan, penanganan komplain, keamanan barang, dan claim kerugian. Indikator kualitas pelayanan tersebut harus diperbaiki, dan selanjutnya untuk mengetahui tingkat prioritas perbaikan setiap indikator kualitas pelayanan maka akan dianalisis menggunakan analisis kuadran.

Analisis Kuadran

Analisis kuadran *importance performance analysis* digunakan untuk meranking item kualitas pelayanan berdasarkan kepentingan dan kinerja yang telah diberikan perusahaan sebagai penyedia jasa. Dengan analisis ini akan diketahui prioritas pelayanan yang harus ditingkatkan, prestasi pelayanan yang harus dipertahankan sampai item pelayanan yang tidak perlu terlalu difokuskan. Analisis ini akan disajikan dalam diagram kartesius yang terbagi menjadi 4 kuadran, Langkah pertama yang dilakukan adalah mencari skor rata-rata masing masing item pernyataan. dengan cara membagi skor total dengan jumlah responden. Maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel. 6 Skor Rata-Rata Setiap Indikator Pernyataan

No	Indikator Pernyataan	Skor Rata-rata	
		Kepuasan	Kepentingan

1.	P ₁	4,03	4,13
2.	P ₂	3,86	4,09
3.	P ₃	3,89	4,06
4.	P ₄	4,05	4,15
5.	P ₅	4,05	4,20
6.	P ₆	3,98	4,08
7.	P ₇	4,00	4,11
8.	P ₈	3,96	3,94
9.	P ₉	4,03	4,13
10.	P ₁₀	3,91	4,13
11.	P ₁₁	4,10	4,19
12.	P ₁₂	4,05	4,16
13.	P ₁₃	3,99	4,01
14.	P ₁₄	3,99	4,11
15.	P ₁₅	3,96	4,15
16.	P ₁₆	3,96	4,11
17.	P ₁₇	4,09	4,18
18.	P ₁₈	3,85	4,03
19.	P ₁₉	4,00	4,16
20.	P ₂₀	4,01	4,16
21.	P ₂₁	4,09	4,21
22.	P ₂₂	3,99	4,18
23.	P ₂₃	3,95	4,20
24.	P ₂₄	4,13	4,20
25.	P ₂₅	3,98	4,20

Sumber: Pengolahan Data 2024

Pada tabel.12 diatas menunjukkan skor rata-rata setiap indikator pernyataan yang akan dibagi dalam kuadran-kuadran pada diagram kartesius. Diagram kartesius memiliki 4 kuadran, masing-masing kuadran tersebut dibatasi oleh perpotongan dua garis tegak lurus pada titik X dan Y. X merupakan garis horizontal yang menggambarkan nilai rata-rata indikator *performance*

kinerja atau kepuasan pelanggan dan Y merupakan garis vertical menggambarkan rata-rata indikator *Importance* atau kepentingan bagi pengguna jasa. Dan garis tegak lurus yang memotong kedua garis tersebut merupakan nilai tengah dari rata-rata *importance* dan *performance*. Untuk memperoleh nilai tengah tersebut menggunakan rumus sebagai berikut:

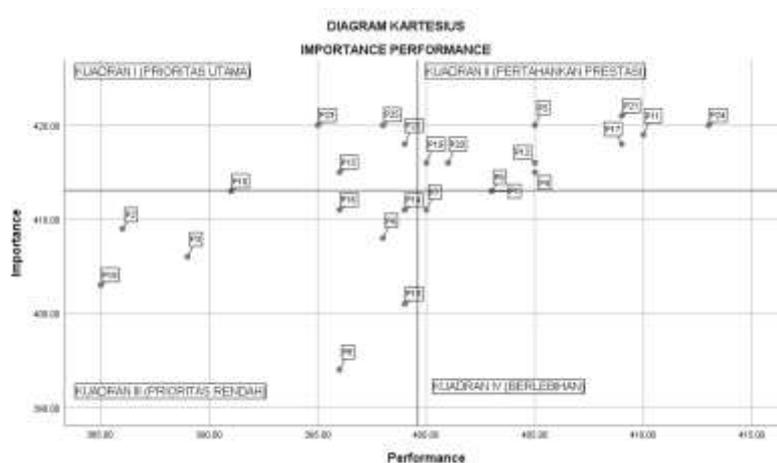
$$\text{Garis tengah yang memotong sumbu } x = \frac{\text{Jumlah seluruh rata-rata item kinerja}}{\text{jumlah indikator pernyataan}}$$

$$\text{Maka nilai tengah sumbu } x = \frac{99,88}{25} = 3,99$$

$$\text{Garis tengah yang memotong sumbu } y = \frac{\text{Jumlah seluruh rata-rata item kepentingan}}{\text{jumlah indikator pernyataan}}$$

$$\text{Maka nilai tengah sumbu } y = \frac{103,25}{25} = 4,13$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka diperoleh nilai tengah untuk sumbu X (*Performance*) = 3,99 dan Y (*Importance*) = 4,13. Selanjutnya adalah menempatkan nilai rata-rata setiap nilai rata-rata indikator pernyataan sesuai dengan titik koordinatnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan aplikasi SPSS 25 untuk menentukan titik koordinat setiap indikator pernyataan sehingga memperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar. 2 Diagram Kartesius *Importance Performance*

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Dari gambar. 2 diagram kartesius menunjukkan penyebaran setiap rata-rata indikator pernyataan sesuai dengan titik koordinatnya dan telah terbagi menjadi 4 kuadran dengan penjelasan masing-masing kuadran sebagai berikut :

1. Kuadran I (*Concentrate Here*) atau prioritas utama merupakan suatu daerah yang memuat indikator-indikator yang dianggap penting, namun belum sesuai dengan harapan pengguna jasa. Dapat diartikan *importance* atau kepentingan tinggi namun *performance* atau kinerja yang diberikan perusahaan rendah, indikator kualitas pelayanan yang masuk pada kuadran ini merupakan prioritas utama untuk ditingkatkan guna mencapai kepuasan pelanggan. Indikator pernyataan kualitas pelayanan PT Ekspedisi Pada Jaya yang masuk pada kuadran ini adalah solusi atas kendala yang dialami pelanggan (P₁₀), informasi keterlambatan dan keberangkatan (P₁₅), penyelesaian komplain (P₂₂), jaminan keamanan barang sampai tujuan (P₂₃) dan ganti rugi atas kerusakan dan kehilangan barang (P₂₅).
2. Kuadran II (*Keep Up the Good Work*) atau pertahankan prestasi, merupakan suatu daerah yang memuat indikator-indikator kualitas pelayanan yang dianggap penting dan kinerja yang diberikan telah sesuai dengan harapan pelanggan. Dapat diartikan *importance* atau kepentingan tinggi dan *performance* atau kinerja yang diberikan tinggi sehingga sesuai dengan harapan pelanggan. Indikator pelayanan yang masuk pada kuadran ini harus dipertahankan prestasinya agar pelanggan senantiasa puas dengan kinerja yang diberikan. Adapun indikator kualitas pelayanan PT Ekspedisi Pada Jaya yang masuk dalam kuadran ini adalah lokasi gudang yang strategis (P₁), kerapian dokumen pengiriman dan penagihan (P₄), kebersihan dan kerapian kendaraan (P₅), penyampaian informasi (P₉), tanggap terhadap keluhan pelanggan (P₁₁), kecepatan dan ketepatan informasi (P₁₂), komunikasi karyawan dengan pelanggan (P₁₉), kenyamanan pelanggan (P₂₀), kerahasiaan data pelanggan (P₂₂), lokasi gudang yang terjamin keamanannya (P₂₄) dan kesopanan dan keramahan karyawan (P₁₇).
3. Kuadran III (*Low Priority*) atau prioritas rendah, merupakan suatu daerah yang memuat indikator-indikator kualitas pelayanan yang dianggap kurang penting dan kinerja yang diberikan perusahaan tidak terlalu memuaskan pelanggan. Peningkatan kinerja pada kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali karena tidak terlalu berpengaruh manfaat yang dirasakan pelanggan sangat kecil. Indikator kualitas pelayanan PT Ekspedisi Pada Jaya yang masuk dalam kuadran ini adalah fasilitas parkir (P₂), penampilan karyawan (P₃), kecakapan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan (P₆), pilihan pengiriman sewa dan partial (P₈), jam kerja karyawan yang panjang (P₁₃), cepat tanggap

karyawan dalam menangani kendala (P₁₄), perhatian penuh karyawan (P₁₆), dan karyawan memahami kebutuhan pelanggan (P₁₈).

4. Kuadran IV (*Possible Overkill*) atau berlebihan, merupakan suatu daerah yang memuat indikator-indikator yang dianggap kurang penting namun kinerja yang diberikan perusahaan dirasa terlalu berlebihan. Dapat diartikan *importance* atau kepentingan rendah sedang *performance* atau kinerja yang diberikan perusahaan tinggi. Indikator kualitas pelayanan PT Ekspedisi Pada Jaya yang masuk dalam kuadran ini adalah penjemputan dan pengiriman barang tepat waktu (P₇). Pada indikator pelayanan ini perusahaan telah memberikan kinerja yang maksimal meskipun dirasa kurang penting bagi pelanggan. Indikator pelayanan ini tetap harus dipertahankan karena visi perusahaan adalah memberikan pelayanan tepat waktu.

Berikut pengelompokan indikator kualitas pelayanan PT Ekspedisi Pada Jaya berdasarkan penyebaran masing-masing kuadran.

Tabel. 7 Indikator Pernyataan Pada Kuadran I

Indikator Pernyataan	Dimensi	Kode
Karyawan memiliki solusi atas kendala yang dialami oleh pelanggan	<i>Realiabile</i>	P ₁₀
Karyawan memberi informasi keterlambatan dan keberangkatan barang	<i>Responsiveness</i>	P ₁₅
Karyawan menerima komplain dari pelanggan dan menyelesaikannya dengan baik	<i>Assurance</i>	P ₂₂
Karyawan menjamin keamanan barang sampai tujuan	<i>Assurance</i>	P ₂₃
PT Ekspedisi Pada Jaya memberikan ganti rugi atas kerusakan atau kehilangan barang yang terjadi karena pengiriman barang	<i>Assurance</i>	P ₂₅

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Tabel. 8 Indikator Pernyataan Pada Kuadran II

Indikator Pernyataan	Dimensi	Kode
-----------------------------	----------------	-------------

Gudang strategis, bersih dan rapi	<i>Tangible</i>	P ₁
Dokumen pengiriman (surat jalan/resi) dan penagihan (invoice) tersusun rapi, mudah dibaca dan dipahami	<i>Tangible</i>	P ₄
Kendaraan yang digunakan untuk pengiriman barang bersih, rapi dan terawat	<i>Tangible</i>	P ₅
Penyampaian informasi oleh karyawan sesuai dengan data yang ada	<i>Reliable</i>	P ₉
Karyawan memberikan respon yang baik dan tanggap atas keluhan dan permintaan pelanggan	<i>Responsiveness</i>	P ₁₁
Karyawan dapat memberikan informasi dengan cepat dan tepat atas pertanyaan pelanggan	<i>Responsiveness</i>	P ₁₂
Karyawan melayani pelanggan dengan sopan dan ramah	<i>Empathy</i>	P ₁₇
Karyawan dapat membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan	<i>Empathy</i>	P ₁₉
Karyawan mengutamakan kenyamanan pelanggan	<i>Empathy</i>	P ₂₀
Karyawan menjamin kerahasiaan data pelanggan	<i>Assurance</i>	P ₂₁
Gudang berlokasi ditempat dengan keamanan yang terjamin	<i>Assurance</i>	P ₂₄

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Tabel. 9 Indikator Pernyataan pada Kuadran III

Indikator Pernyataan	Dimensi	Kode
Gudang dilengkapi dengan fasilitas parkir yang memadai	<i>Tangible</i>	P ₂
Karyawan yang bertugas (sopir dan petugas lainnya) berpenampilan rapi dan bersih	<i>Tangible</i>	P ₃
Karyawan terlatih dalam menjawab pertanyaan dan kebutuhan pelanggan	<i>Reliable</i>	P ₆

Tersedianya pilihan pengiriman (sewa dan partial/ecer)	<i>Reliable</i>	P ₈
Karyawan memiliki jam kerja yang cukup panjang untuk melayani pelanggan	<i>Responsiveness</i>	P ₁₃
Karyawan cepat tanggap dan siaga menangani kendala yang dialami pelanggan	<i>Responsiveness</i>	P ₁₄
Karyawan memberikan perhatian penuh saat melayani pelanggan	<i>Empathy</i>	P ₁₆
Karyawan dapat memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan baik	<i>Empathy</i>	P ₁₈

Sumber; Pengolahan Data, 2024

Tabel. 10 Indikator Pernyataan pada Kuadran IV

Indikator Pernyataan	Dimensi	Kode
Penjemputan dan pengiriman barang tepat waktu	<i>Reliable</i>	P ₇

Sumber: Aplikasi pengolahan data SPSS 25, 2024

Metode Customer Satisfaction Index

Customer satisfaction index atau indeks kepuasan pelanggan merupakan indeks yang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan. Indeks kepuasan ini dinilai dari kinerja yang diberikan perusahaan dan kepentingan pelanggan. Untuk mengetahui nilai CSI maka dilakukan Langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) atau rata-rata kepentingan dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) atau rata-rata kinerja atau kepuasan pelanggan.

$$MIS = \frac{\text{Total Skor Importance per indikator}}{\text{Jumlah indikator importance}}$$

$$MSS = \frac{\text{Total Skor Performance per indikator}}{\text{Jumlah indikator Performance}}$$

2. Membuat *Weight Factor* (WF) atau faktor pembobot merupakan persentasi nilai MIS per indikator kualitas pelayanan. Penentuan nilai ini dengan cara membagi masing-masing skor kepentingan dengan jumlah skor keseluruhan kepentingan.

$$WF = \frac{MIS}{\sum MIS} \times 100$$

- Menentukan *Weight Score* (WS) atau faktor tertimbang dengan cara mengalikan masing-masing skor kepuasan dengan *Weight factor* (WF)

$$WS = MSS \times WF$$

- Menentukan *Weighted Average* atau disebut juga *Weight Total* (WT) dengan menjumlahkan keseluruhan *Weight Score* (WS)

$$WT = \sum ws$$

- Menentukan *Customer Satisfaction Index*, dengan cara membagi WT dengan nilai tertinggi pada skala likert.

$$CSI = \frac{WT}{\text{Skor tertinggi pada skala likert yang digunakan}} = \frac{WT}{5} \times 100\%$$

Dengan perhitungan CSI menggunakan langkah-langkah diatas maka diperoleh hasil penghitungan sebagai berikut :

Tabel. 11 Hasil penghitungan MIS, MSS, WF, WS dan WT

Indikator/Kode	MIS	MSS	WF	WS
P ₁	4,13	4,03	4,00	16,08
P ₂	4,09	3,86	3,96	15,29
P ₃	4,06	3,89	3,93	15,30
P ₄	4,15	4,05	4,02	16,28
P ₅	4,20	4,05	4,07	16,47
P ₆	4,08	3,98	3,95	15,69
P ₇	4,11	4,00	3,98	15,93
P ₈	3,94	3,96	3,81	15,11
P ₉	4,13	4,03	4,00	16,08
P ₁₀	4,13	3,91	4,00	15,63
P ₁₁	4,19	4,10	4,06	16,63
P ₁₂	4,16	4,05	4,03	16,33
P ₁₃	4,01	3,99	3,89	15,50
P ₁₄	4,11	3,99	3,98	15,88
P ₁₅	4,15	3,96	4,02	15,93
P ₁₆	4,11	3,96	3,98	15,78
P ₁₇	4,18	4,09	4,04	16,53

P ₁₈	4,03	3,85	3,90	15,01
P ₁₉	4,16	4,00	4,03	16,13
P ₂₀	4,16	4,01	4,03	16,18
P ₂₁	4,21	4,09	4,08	16,68
P ₂₂	4,18	3,99	4,04	16,12
P ₂₃	4,20	3,95	4,07	16,07
P ₂₄	4,20	4,13	4,07	16,78
P ₂₅	4,20	3,98	4,07	16,17
WT (total WS)				399,56

Sumber: Pengolahan Data,2024

MIS : *Mean Importance Score,*

MSS : *Mean Satisfaction Score,*

WF : *Weight Factor,*

WS : *Weight Score,*

WT : *Weight Total.*

Dari tabel IV.17 diatas telah diketahui WT (*weight total*) sebesar 399,56, maka penghitungan *Customer Satisfaction Index* sebagai berikut:

$$CSI = \frac{WT}{5} = \frac{399,56}{5} \times 100\% = 79,91\%$$

Dari penghitungan diatas diketahui nilai CSI sebesar 79,91% dan diterpretasikan pada rentang kategori 66% - 80,99 % yang menunjukkan bahwa pelanggan telah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT Ekspedisi Pada Jaya.

Jika dihubungkan dengan penghitungan menggunakan metode IPA terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan pada kuadran 1 yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki dan beberapa indikator kualitas pelayanan pada kuadran 2 yang menjadi prioritas kedua dalam upaya perbaikan, sehingga nilai CSI belum mencapai 100%.

Meskipun hasil penghitungan CSI telah menunjukkan kepuasan pelanggan terhadap kinerja yang diberikan oleh PT Ekspedisi Pada Jaya, namun PT Ekspedisi Pada Jaya harus tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang telah baik dan meningkatkan kualitas pelayanan yang buruk sehingga kepuasan pelanggan dapat dipertahankan atau ditingkatkan.

B. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pembahasan diatas mengenai hasil penelitian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) memperoleh ranking kualitas pelayanan dan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) memperoleh hasil indeks kepuasan pelanggan PT Ekspedisi Pada Jaya berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan. Maka pada penelitian ini penulis dapat menyimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang dianggap penting menurut persepsi pelanggan dari hasil analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* yaitu indikator pernyataan yang ada pada kuadran I diagram kartesius. Pada kuadran ini, indikator kualitas pelayanan menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan. Adapun indikator kualitas pelayanan yang ada pada kuadran ini adalah;
 - a. Dimensi *reliable* kode P₁₀ yaitu solusi atas kendala yang dialami pelanggan
 - b. Dimensi *responsiveness* kode P₁₅ yaitu informasi keterlambatan dan keberangkatan barang
 - c. Dimensi *assurance* yaitu kode P₂₂ Penyelesaian komplain pelanggan, P₂₃ Jaminan keamanan barang sampai tujuan, P₂₅ Ganti rugi atas kehilangan dan kerusakan barang.
2. Kualitas pelayanan yang dianggap kurang penting menurut persepsi pelanggan dari hasil analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* yaitu indikator kualitas pelayanan yang terdapat pada kuadran IV diagram kartesius. Indikator kualitas pelayanan tersebut ada pada dimensi *reliable* dengan kode indikator pernyataan P₇ yaitu penjemputan dan pengiriman barang tepat waktu. Indikator pelayanan ini tetap dipertahankan kinerjanya meskipun mendapatkan respon kurang penting dari pelanggan, dikarenakan indikator pelayanan ini merupakan visi dari PT Ekspedisi Pada Jaya untuk melakukan penjemputan dan pengiriman barang tepat waktu.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* diperoleh hasil indeks kepuasan pelanggan sebesar 79,91%, skor tersebut ada dalam range kepuasan 60 % - 80,99 % dan diinterpretasikan Puas. Dapat disimpulkan bahwa PT Ekspedisi Pada Jaya telah memenuhi kepuasan pelanggan namun masih dapat ditingkatkan kembali

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, P. W. D. S., & Yasa, N. N. K. (2023). *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Beli Ulang (Pertama)*. Cilacap: Media Pustaka Indo.
- Cahyani, A., Isti Rahayu, W., & Siti Fatonah, N. (2020). *Panduan Pembuatan dan Penggunaan Aplikasi Implementasi Metode *Servqual* untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Hasil Penanganan Menggunakan Metode Weighted Product Pada PT CDA* (R. Maulana Awangga (ed.); Pertama). Bandung: Kreatif Industri Nusantara.
- Chandra, T., & Novia, D. (2019). *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index (Csi)* Dan *Importance Performance Analysis (Ipa)* Pada Optik “Jakarta” Pekanbaru*. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 125–139.
<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Dewianawati, D., Nurhayati, N., Razak, M., Wijaya, N. P. N. P., Sakti, I. G. N. S., Hanafiah, M., Mustafa, F., Puspitasari, M., Puspasari, D., & Suastina, A. W. O. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa* (M. A. Wardana (ed.)). Bali: CV. Intelektual Manifes Indonesia.
- Hendrata, K., Yasa, P. N. S., & Indiani, N. L. P. (2021). *Sistem Informasi Pemasaran pada Masa Covid-19 di Industri Otomotif* (P. N. S. Yasa & N. L. P. Indiani (eds.)). Surabaya: Scopindo.
- Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian pada Kualitas Layanan SIM Corner di Indonesia* (F. A. Rahmayani (ed.)). Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Surabaya: Unitomo Press.
- Mardikaningsih, R. (2021). *Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan*. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 64–73. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v4i1.58>
- Mu'ah, & Masram. (2021). *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Mudjanarko, S. W., Sulastri, D., & Wahyuni, A. (2020). *Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk Mengukur Kinerja Prasarana Kereta Api Melalui Kepuasan Pelanggan* (S. W. Mudjanarko (ed.)). Surabaya: Scopindo.

- Mulyo Sanusi, W., & Joko, S. (2018). Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada *E-Commerce Model Business to Customer*. *Jurnal Informatika Upgris*, 4(1), 38–45.
- Saputra, B., & Savitri, D. (2020). Penerapan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) Untuk Menganalisis Kinerja Suroboyo Bus Sebagai Moda Transportasi Umum Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pengguna. *MATHunesa: Jurnal Ilmiah Matematika*, 8(3), 239–253. <https://doi.org/10.26740/mathunesa.v8n3.p239-253>
- Sellang, K., Jamaluddin, & Mustanir, A. (2022). Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik. Pasuruan: Qiara Media.
- Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., & Winati, F. D. (2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). 1(4), 286–295.
- Setyawati, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 57–63. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/view/12660/2345>
- Sihotang, F. P., & Oktarina, R. (2022). Penggunaan *Metode Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dalam Menganalisis Pengaruh Sistem *E-Service* Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v3i1.2439>
- Syah, A. (2021). Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan (A. T. Putranto (ed.)). Bandung: Widina.
- Syarif, A., & Widodo, A. (2020). Konsumen Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Important Performance Analysis* (IPA) Pada Bengkel Auto2000 Asia Afrika Bandung, Universitas Telkom Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 685–701.
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 7–12.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima* (3rd ed.). Cv. Andi Offset.