

# ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP JASA ELANG KURIR DI TANJUNG PIAYU

Obajano Situmorang<sup>1</sup>, Citra Indah Asmarawati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Teknik Industri, Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Teknik Industri, Universitas Putera Batam

email: [pb180410079@upbatam.ac.id](mailto:pb180410079@upbatam.ac.id)

## ABSTRACT

*Various courier services located in Tanjung Piayu are Courier Eagle. The provision of this service already has many customers every day, starting from the delivery of basic necessities, clothing, cosmetics, and household furniture. The amount of competition for courier services make the courier eagle have to provide better service to each of its customers so that customers can trust the courier eagle as a competent courier service than other courier services in tanjung piayu. The unexpected problem that is often experienced by the courier eagle as a delivery service for goods to customer is how the delivery hours of goods to customers start from 10 am to 10 pm, making customer satisfaction from courier eagles reduced.*

*Keywords: Satisfaction, Service, Servqual, IPA, dan CSI.*

## PENDAHULUAN

Berdasarkan yang data WHO di peroleh hasil covid 19 terjadinya pandemic global dengan hasil yang diperoleh 4.534.0731 sehingga kasus positif yang dikonfirmasi adalah 216 negara dibagian dunia. Dikarenakan susahny masyarakat untuk keluar rumah atau dari lingkungan sekitar membawa dampak positif bagi penjual yang berbasis online untuk mengakses atau membeli barang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa harus berpergian keluar. Dengan adanya penularan covid yang sangat cepat tersebar, penjual memiliki alternative lain, untuk menjual

produk - produk secara online di sebuah aplikasi dengan cara mengambil gambar produk lalu mengupload ke aplikasi tersebut agar bisa menarik peminat pembeli. Setelah pembeli melihat produk yang di pasarkan di penjualan online dan pembeli tertarik untuk memesan produk tersebut.

Berbagai jasa kurir yang terletak di tanjung piayu ialah elang kurir. Penyediaan jasa ini sudah memiliki banyak pelanggan setiap harinya mulai dari pengantaran sembako, pakaian, kosmetik, dan perabotan rumah tangga.

Banyaknya persaingan terhadap jasa kurir membuat elang kurir harus lebih memberikan pelayanan yang lebih baik kepada setiap pelanggannya supaya pelanggan dapat mempercayai elang kurir sebagai jasa kurir yang kompeten dari pada jasa kurir lain yang ada di tanjung piayu. Adapun permasalahan yang tak terduga yang sering di alami elang kurir sebagai jasa pengantaran barang ke pelanggan yaitu tentang bagaimana jam pengiriman barang ke pelanggan dan barang yang sampai ke pelanggan terkadang ada yang rusak dan kotor maka dari itu pelanggan yang kurang memuaskan dan dianggap mengecewakan.

## KAJIAN TEORI

### 2.1 Pelanggan

Sekumpulan orang-orang yang bertujuan membeli suatu produk atau memakai produk dan service (jasa) yang terlibat secara langsung kesuatu perusahaan penyedia barang dan jasa maupun tidak langsung bisa dikatakan pula sebagai pelanggan. Adapun menurut Jenis-jenis pelanggan terdiri dari 3 jenis pelanggan :

1. pelanggan internal
2. pelanggan perantara
3. pelanggan eksternal

### 2.2 Kepuasan Pelanggan

Menurut (Masturi et al., 2021) suatu cara bantuan ke orang lain dengan proses tertentu yang membutuhkan keperdulian dan hubungan komunikasi supaya terjadinya suatu kepuasan dan kesuksesan.

Menurut (Aliyah & Istiyanto, 2022) Adanya kompetitor-kompetitor membuat persaingan semakin sengit sehingga diharuskan perusahaan memberikan *service* yang bagus terhadap pelanggan

agar merasa puas. Keinginan dan akan adanya harapan dari pelanggan dapat diwujudkan oleh perusahaan sehingga terciptany kepuasan.

### 2.3 Jasa

Konsumen ataupun pelanggan dapat memilih jasa pengiriman barang yang mengkaji penyebab yang terlihat dari kualitas atas jasa (Nansi, 2022).

### 2.4 Kurir

Layanan pengantar kurir adalah suatu bisnis dari jasa pengantaran produk maupun berkas-berkas yang sering dilakukan perorangan maupun pemgelolah bisnis (Olanta et al., 2019).

### 2.5 Servqual

Menurut (Nababan, 2018) SQ atau disebut *Servqual* adalah mengetahui perbandingan persepsi dan harapan terhadap pelayanan maupun kualitas yang dapat diberikan.

Rumus :

$$SQ = P - I$$

Keterangan:

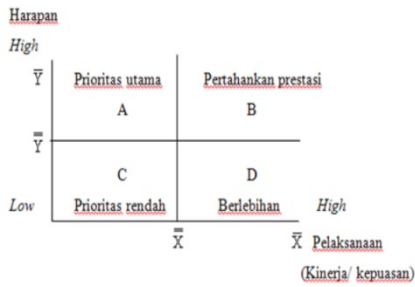
SQ = Kualitas Pelayanan

P= Persepsi konsumen atas kinerja layanan

I = Harapan konsumen

### 2.6 IPA (*Importance Performance Analysis*)

Menurut (Widiyanti, 2022) IPA adalah pengukuran dimana data ini digunakan untuk harapan dan persepsi yang menjadi alasan nyata yang dirasakan oleh pelanggan.



**Gambar 1.1** Grafik kuadran

**2.7 CSI (Customer Satisfaction Index)**

CSI adalah analisa data kuantitatif yang berupa present yang membuat pelanggan merasa bahagia tentang survey kepuasan pelanggan. Menurut (Trinoto et al., 2021) untuk menentukan besarnya CSI, maka dilakukan 4 langkah-langkah berikut :

- 1.MeneNtukan MIS (*Mean Importance Score* ) dan MSS (*Mean Satisfaction Score*).
- 2.Menghitung *Weight Factor*(WF).
- 3.Menghitung *Weight Score* (WS).
- 4.Perhitungan CSI.

Rumus CSI :

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p MIS}{HS} \times 100\%$$

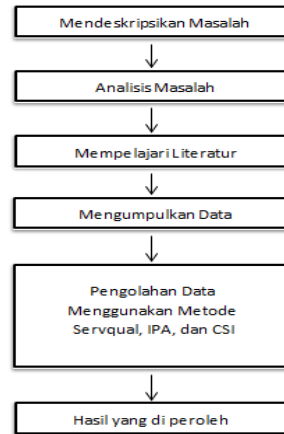
Keterangan :

$\sum_{i=1}^p MIS$  = Total rata-rata skor kepentingan dari-i ke-p

HS = *Higest scale* skala maksimum yang digunakan Impoetance.

**METODE PENELITIAN**

Di desain penelitian ini telah di uraikan, desain ini adalah langkah-langkah yang di lakukan dalam penyelesaian masalah yang di bahas. Terlihat jelas desain penelitian pada gambar di bawah ini.



**Gambar 1.2** Desain Penelitian (Sumber : Data Penelitian, 2022)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peneliti mendapatkan sampel berjumlah 109 data responden keseluruhan yang ialah pelanggan yang pernah menggunakan jasa elang kurir di tanjung piayu, dalam pengisian kuesioner masing-masing responden mempunyai deskripsi yang meliputi jenis kelamin, dan usia. Data kuesioner ini akan di olah data mentahnya di *Excel* dan langkah selanjutnya adalah *SPSS* yang akan di implementasikan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap jasa elang kurir di tanjung piayu.

**1. Karakteristik Jenis Kelamin**

Berdasarkan jenis kelamin yang memberikan responden dari laki-laki besarnya 33 orang dengan persen sebanyak 30% dari keseluruhan 109 lanjut ke sisa dari jumlah berdasarkan *gender*, perempuan dengan perolehan 76 orang dengan persen sebanyak 70% dari keseluruhan 109 responden dengan hasil presentase 100%.

**2. Karakteristik Usia**

Berdasarkan usia terdapat 5

pembagian kategori umur yang dijadikan respon, di awali dengan usia pelanggan yang paling sering menggunakan jasa elang kurir 15 tahun sampai 23 tahun sebanyak 66 pelanggan yang persentasinya bernilai 60% dari total keseluruhan 109 respon. pada pelanggan yang mempunyai usia 24-32 tahun banyaknya 40 pelanggan yang persentasinya bernilai 37% dari total keseluruhan 109 respon, lalu pada pelanggan yang mempunyai usia 33-41 tahun banyak 1 pelanggan yang persentasinya banyak 1% dari total keseluruhan 109 responden, pada pelanggan yang mempunyai usia 42-50 tahun banyaknya 2 pelanggan yang persentasinya sebanyak 2% dari total keseluruhan 109 responden, pada pelanggan yang mempunyai usia 51 tahun keatas banyaknya 0

sebanyak 0% dari total keseluruhan 109 responden.

1. Hasil Servqual

Terlihat dari hitungannya apabila  $Q > 1$ , maka kesenjangan kualitas pelayanan ditunjuk adalah baik. Maka ditunjukkan untuk tabel 4.13, Nilai rata-rata Q bernilai 0.899.

1. Maka Tangible jika  $0.930 > 1$ , maka nilai gap kurang baik ataupun kurang memuaskan.
2. Maka Reliability jika  $0.923 > 1$ , maka nilai gap kurang baik ataupun kurang memuaskan.
3. Maka Responsiveness jika  $0.905 > 1$ , maka nilai gap kurang baik ataupun kurang memuaskan.
4. Maka Assurance jika  $0.908 > 1$ , maka nilai gap kurang baik ataupun kurang memuaskan.
5. Maka Empathy jika  $0.935 > 1$ , maka nilai gap kurang baik ataupun kurang memuaskan.

pelanggan yang persentasinya

**Tabel 1.1** Kualitas Pelayanan

No	Dimensi	Persepsi (P)	Harapan (H)	Gap	Q = P/H
1	<i>Tangible</i>	3.925	4.220	-0.295	0.930
2	<i>Reliability</i>	3.963	4.294	-0.331	0.923
3	<i>Responsiveness</i>	3.875	4.281	-0.407	0.905
4	<i>Assurance</i>	3.898	4.291	-0.303	0.908
5	<i>Empathy</i>	4.070	4.355	-0.284	0.935
	<i>Rata-rata</i>	3.946	4.288	-0.324	0.920

(Sumber : Data Penelitian, 2022)

2. Hasil IPA

Didapatkan kuadran untuk atribut pada beberapa kuadran yang terbagi 4 bagian berikut :

a. Kuadran A (prioritas utama)

1. Jasa pengantaran barang harus tepat waktu (6)
2. Kurir mengantar dengan cepat ketujuan (9)
3. Kurir mengantar produk dalam keadaan bagus atau tidak rusak (14)

b. Kuadran B (prioritas kedua)

1. Kurir memahami rute tanjung payu (8)

2. Struk pembelian harus benar dan sesuai (13)

3. Kurir memberikan perhatian kepada pelanggan (16)

4. Kurir memberikan layanan kepada semua pelanggan tanpa memandang status social (18)

c. Kuadran C (prioritas rendah)

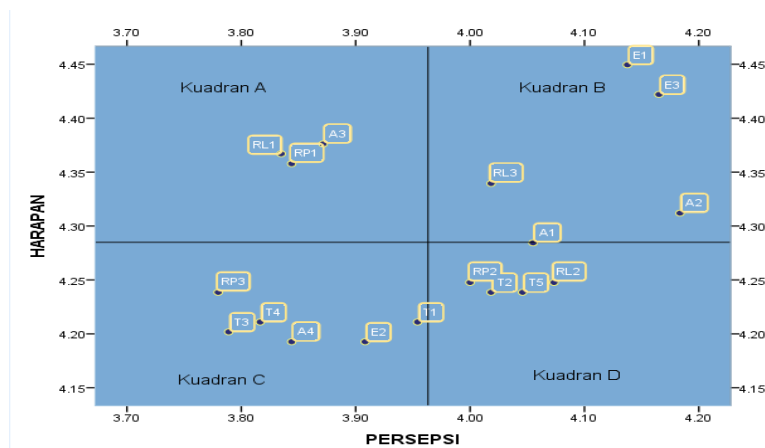
1. Fasilitas ruangan kurir bersih (1)

2. Adanya fasilitas parkir yang luas dan memadai (3)

3. Tersedianya toilet yang bersih dan tidak bau (4)

4. Kurir menanggapi keluhan pelanggan dengan tepat (11)
  5. Tidak ada syarat ketentuan yang berlaku yang disembunyikan oleh kurir (15)
  6. Kurir peduli terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan (17)
- d. Kuadran D (prioritas sangat rendah)
1. Penampilan kurir rapi dan bersih (2)

2. Adanya akses komunikasi kurir dengan pelanggan melalui whatsapp (5)
3. Harga jasa kurir yang ditawarkan sesuai dengan fisik barang (7)
4. Kurir selalu menjawab pertanyaan pelanggan dengan sopan (10)
5. Kurir mengantar produk sesuai dengan pesanan pelanggan (12)



Gambar 1.3 Grafik Cartesius

### 3.CSI

Dengan menggunakan rumus :

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p MIS}{HS} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{397.58}{5} \times 100\%$$

$$CSI = 79.515$$

Nilai CSI diperoleh adalah 79.515% terlihat bahwa dari nilai indeks termasuk dalam no 4 yang

### SIMPULAN

1. Mengukur data yaitu, *Tangible* (bukti fisik) terbentuk 5 simbol :

menunjukkan nilai indeks 66.00 – 80.99 yang membuat hasilnya menjadi Setuju, dalam menyatakan pelanggan akan merasa setuju atas suatu kinerja layanan yang telah di berikan oleh kurir, akan tetapi masih ada yang belum maksimum keseluruhan. agar terciptanya kepuasan lebih tinggi lagi dimasa yang akan datang, maka perusahaan wajib memperbaiki dari sistem kerja layanan yang belum memuaskan.

T1, T2, T3, T4, dan T5. *Reliability* (kehandalan) terbentuk 3 simbol : RL1, RL2, dan RL3. *Responsiveness* (daya tanggap) terbentuk 3 simbol : RP1, RP2, dan RP3. *Assurance* (jaminan)

terbentuk 4 simbol : A1, A2, A3 dan A4. *Empathy* (empati) terbentuk 3 simbol : E1, E2, dan E3

2. Nilai *Gap* bernilai rendah dan *negative* (-) ada 3 yaitu dari *Realibility* RL1 bernilai -0532 adalah Jasa pengantaran kurir harus tepat waktu menduduki posisi 1, dari *Responsiveness* RP1 bernilai -05.14 adalah kurir mengantar dengan cepat ketujuan menduduki posisi 2, dari *Assurance* A3 bernilai -0.505 adalah kurir mengantar produk dalam keadaan bagus dan tidak rusak menduduki posisi 3. Dari Kualitas pelayanan bernilai rendah pada *Assurance* yang 0.908 > 1

sehingga kesenjangan kualitas layanan kurang.

3. Kuadran A adalah kuadran yang tingkat harapan tinggi dan kepuasan tinggi yang harus di prioritaskan untuk di perbaiki adalah *Reliability* di RL1 Jasa pengantaran barang harus tepat waktu, *Responsiveness* di RP1 kurir mengantar dengan cepat ketujuan, *Assurance* di A3 kurir mengantar produk dalam keadaan bagus atau tidak rusak.

Perhitungan *CSI* (*Customer Satisfaction Index*) di hasilkan 79.515 memasuki nilai indeks ke 4 dengan skala likers 66.00–80.99 yang menyatakan setuju.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, H. Al, & Istiyanto, B. (2022). *Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman Noni Juice Boyolali Saat Pandemi Service Quality , Product Quality , Price and Brand Image on Customer Satisfaction of Boyolali Noni Juice Drinks During a Pan.* 09, 130–135.
- Dwiyanto, B. M. (2021). *Analisis Penagruh Kualitas Layanan dan.* 10, 1–12.
- Herliandry, L. D., Nurhasanah, Suban, M. E., & Kuswanto, H. (2020). Pembelajaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Lessons Learned During the Covid-19 Pandemic). *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 22(1), 65–70.
- Masturi, H., Hasanawi, A., & Hasanawi, A. (2021). Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1–208.
- Nababan, B. O. (2018). Panduan Pengolahan Data Service Quality (SQ), Customer Satisfaction Index (CSI), dan Index Performance Analysis (IPA) dengan Software Excel dan SPSS. *LPPM STIE Dewantara*, April 2018. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10743.96169>
- Nansi, M. R. (2022). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN ( STUDI KASUS PADA DPL TRANSLOGISTICS ).* 9(2), 317–324.
- Olanta, A. J., Sianto, M. E., & Gunawan, I. (2019). Perbandingan Metode ANP Dan AHP Dalam Pemilihan Jasa Kurir Logistik Oleh Penjual Gadget Online. *Widya Teknik*, 18(2), 96–101. <https://doi.org/10.33508/wt.v18i2.2275>
- Online, A., & Page, J. (2020). *Available Online: https://dinastirev.org/JMPIS Page 317.* 1(1), 317–323. <https://doi.org/10.38035/JMPI S>

Permata, S., & Kinasih, R. K. (2022). *Aplikasi IPA dan CSI untuk Penentuan Prioritas Perbaikan Kinerja Terminal 2 Bandara Internasional Soekarno - Hatta di Masa Pandemi*. 11(1), 17–29.

Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 12–31. <https://ejournal.stei.ac.id/index.php/JAM/article/view/438>

Trinoto, A. A., Zamakhsari, A., Studi, P., Informatika, T., Pelanggan, P. P., & Indonesia, K. A. (2021). *PELAYANAN PELANGGAN DENGAN METODE CSI DAN SERVQUAL*. 5(3), 342–347.

Widiyanti, W. (2022). *Evaluasi Servqual pada Petshop Indonesia menggunakan Metode IPA dan*. 20(1).

	<p>Penulis pertama, Obajano Situmorang merupakan mahasiswa Prodi Teknik Industri Universitas Putera Batam.</p>
	<p>Penulis kedua, Citra Indah Asmarawati, S.T., M.T. Dosen Prodi Teknik Industri Universitas Putera Batam. Penulis banyak berkecimpung di bidang manufaktur.</p>