

Pengukuran Pelayan Jasa dengan Model *Service Quality Analysis* dan *Kano Diagram* pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Bandung

Measurement of Service Services with Service Quality Analysis and Canoe Models Diagram at PT. Nugraha Ekakurir Line Bandung Branch

¹Arief Bangun Anggoro, ²Tasya Aspiranti

^{1,2}*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

email: ¹ariefanggoro97@gmail.com, ²ad_tasya@yahoo.com

Abstract. The purpose of this study was to determine the consumer services at PT. Jalur Nugraha Ekakurir and measurement services at PT. Jalur Nugraha Ekakurir by using Service Quality Analysis and Kano Diagram. This type of research is descriptive quantitative research method used is descriptive survey that investigations are conducted to obtain the facts of the symptoms and work out the particulars in fact, both of the social institutions, economic, political or of a group or an area. Population in this study is a congregation that has been deployed by PT. Jalur Nugraha Ekakurir in the period April 2018 and has a sample of 100 people. Data collection techniques used in this study were interviews to managers, observation, documentation, and Survey (documentation) to the congregation a number of 100 people. The results of this study revealed that the services provided by PT. Jalur Nugraha Ekakurir included into the category well, But in studies using Service Quality Analysis of services provided by PT. Jalur Nugraha Ekakurir still has shortcomings in terms of estimated delivery time or receipt of goods PT. Jalur Nugraha Ekakurir track does not match the promised time. The result of CS-Coefficient calculation shows that the value and satisfaction of customer satisfaction are 2 attributes, with value better than 0.87, the customer service gives the information of each product, and the customer service clear with value 0,77. For attributes that affect dissatisfaction or decline in consumer value with a worse value of -0.29, that is PT. JNE timely delivery or receipt of goods as promised.

Keywords : Services, Service Quality Analysis, Kano Diagram

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelayanan jasa pengiriman pada PT Jalur Nugraha Ekakurir serta mengukur pelayanan jasa pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir dengan menggunakan *Service Quality Analysis* dan *Kano Diagram*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif survey yaitu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah. Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen yang telah melakukan pengiriman barang oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir pada periode April 2018 dan memiliki sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara kepada manager, observasi, dokumentasi, dan survey (dokumentasi) pada konsumen sejumlah 100 orang. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pelayanan yang diberikan PT. Jalur Nugraha Ekakurir termasuk kedalam kategori baik, namun pada penelitian menggunakan *Service Quality Analysis* pelayanan yang diberikan PT. Jalur Nugraha Ekakurir masih memiliki kekurangan dalam hal estimasi waktu pengiriman atau penerimaan barang PT. Jalur Nugraha Ekakurir tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Hasil perhitungan *CS-Coefficient* menunjukkan bahwa nilai yang paling tinggi dan yang berpengaruh pada kepuasan konsumen terdapat 2 atribut, dengan nilai *better* sebesar 0.87, yaitu *customer service* memberikan Informasi setiap produk yang ditawarkan secara jelas, dan *customer service* memberikan Informasi biaya setiap produk yang ditawarkan secara jelas dengan nilai 0.77. Untuk atribut yang berpengaruh pada ketidakpuasan atau berpengaruh pada penurunan kepuasan konsumen dengan nilai *worse* sebesar -0.29, yaitu PT. JNE menepati waktu mengenai pengiriman atau penerimaan barang sesuai yang dijanjikan.

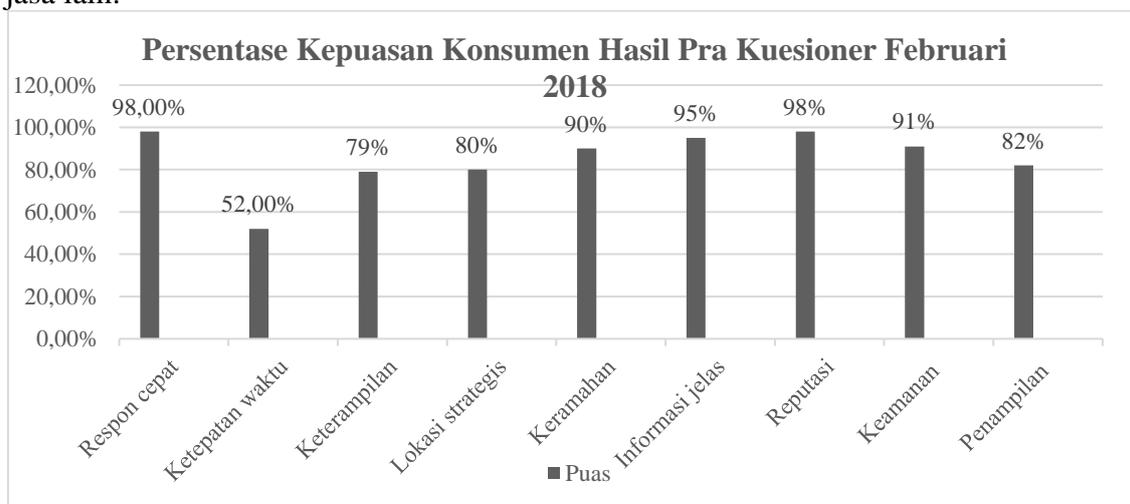
Kata Kunci : Pelayanan Jasa, *Service Quality*, *Kano Diagram*

A. Pendahuluan

Perkembangan industri jasa pengiriman saat ini mulai berkembang cepat. Hal ini berhubungan dengan pesatnya tingkat perpindahan barang dari satu wilayah ke wilayah yang lainnya. Banyaknya perusahaan jasa layanan pengiriman barang di Indonesia

secara langsung hal ini mengakibatkan persaingan antar perusahaan tersebut sehingga masyarakat memiliki banyak pilihan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam dunia bisnis, setiap perusahaan harus bisa melihat setiap perubahan-perubahan yang ada dan harus berpikir strategis dan inovatif agar dapat bersaing dengan para kompetitor.

Tujuan utama dari industri jasa adalah memberikan kepuasan kepada konsumen melalui pelayanan yang baik serta keramah-tamahan sehingga akan menimbulkan hubungan yang baik antara konsumen dengan penyedia jasa. Hubungan yang baik antara penyedia jasa dan konsumen dapat memberikan dampak positif bagi penyedia jasa. Karena akan membangun *image* yang baik dimata konsumen dan dapat pula membuat konsumen loyal terhadap penyedia jasa. Namun, jika konsumen tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa maka konsumen akan beralih ke penyedia jasa lain.



Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Gambar 1. Persentase Kepuasan Konsumen Hasil Pra Kuesioner Februari 2018

Berdasarkan Gambar 1. kuesioner yang di dapat dari 34 responden dapat terlihat bahwa masih ada beberapa aspek yang masih kurang dalam memenuhi kepuasan dari para konsumen. Aspek yang terlihat jelas diantaranya adalah estimasi waktu pengiriman/penerimaan barang yang memperoleh penilaian tidak puas sebanyak 52% responden. Dengan adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen maka dilakukan analisis tingkat kepuasan konsumen PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Bandung. Sejauh mana tingkat kualitas atribut pelayanan PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Bandung dapat memberi kepuasan kepada konsumen. Setelah diketahui tingkat kualitas masing-masing atribut pelayanan maka pihak PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Bandung dapat melakukan perbaikan-perbaikan proses pengiriman barang dan pelayanan sehingga pelayanan yang diberikan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Bandung menjadi lebih baik. Dengan pelayanan yang lebih baik maka akan menarik konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman barang menggunakan PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Bandung.

Salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui layanan pengiriman barang yang memberikan kepuasan kepada konsumen adalah metode *Service Quality Analysis*. *Service quality Analysis* berfungsi sebagai alat yang digunakan untuk pemilihan skala yang ringkas namun memiliki tingkat dan kebenaran yang cukup tinggi yang dapat digunakan manajemen agar lebih mengerti bagaimana persepsi konsumen dan harapan konsumen akan pelayanan yang diberikan.

Untuk mengetahui kategori atribut pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir, peneliti akan menggunakan *kano diagram*. (Kano dalam Toni Wijaya, 2011) *Kano Diagram*, model ini bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut produk atau jasa yang mampu memuaskan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui kualitas layanan jasa pada PT Jalur Nugraha Ekakurir dengan menggunakan *service Quality Analysis* dan *kano Diagram* yang dituangkan dalam tugas akhir yang berjudul **“Pengukuran Pelayanan Jasa Dengan Model Service Quality Analysis dan Kano Diagram Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang”**.

Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan jasa pengiriman barang menurut konsumen di PT Jalur Nugraha Ekakurir saat ini?
2. Bagaimana pengukuran kualitas jasa dengan menggunakan metode *Service Quality Analysis* dan *Kano Diagram* untuk meningkatkan kualitas jasa pada PT Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Bandung?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Pelayanan jasa pengiriman barang pada PT Jalur Nugraha Ekakurir saat ini.
2. Kualitas jasa dengan menggunakan metode *Service Quality Analysis* dan *Kano Diagram* untuk meningkatkan kualitas jasa pada PT Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Bandung

B. Landasan Teori

Manajemen Operasi

Menurut *William J. Stevenson* (2009:4) menyatakan bahwa : “Manajemen operasi adalah sistem manajemen atau serangkaian proses dalam pembuatan produk atau penyediaan jasa.”

Menurut *Heizer, et. al.* (2017:4) menyatakan bahwa : “Manajemen operasional adalah rangkaian kegiatan yang menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output.”

Berdasarkan definisi tersebut bisa disimpulkan bahwa manajemen operasi adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang berhubungan dengan proses produksi yang merubah input menjadi output dengan alat dan teknik yang khusus.

Kualitas

Pengertian mutu menurut *Vincent Gaspersz* dalam bukunya *“Total Quality Management”* (2005:4) adalah merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan sedangkan menurut *ISO 9000:2000* pengertian mutu adalah derajat atau tingkat karakteristik yang melekat pada produk yang mencukupi persyaratan atau keinginan.

Manajemen Kualitas

Manajemen kualitas adalah aspek-aspek dari fungsi manajemen keseluruhan yang menetapkan dan menjalankan kebijakan mutu suatu perusahaan/organisasi.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen mutu merupakan

gabungan dari semua fungsi manajemen yang dibangun berdasarkan konsep kualitas dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Service Quality

Dalam model *Service Quality*, kualitas jasa didefinisikan sebagai “penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa” (Parasuraman et al, 1985), sedangkan definisi kualitas layanan yang sering disebut sebagai mutu pelayanan (Parasuraman et al, 1988) adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan merupakan keinginan para pelanggan dari pelayanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan.

Kano Diagram

Kano Diagram dikembangkan oleh Noriaki Kano (Kano dalam Toni Wijaya, 2011). *Kano Diagram* adalah model yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk tersebut mampu memuaskan kebutuhan konsumen.

Langkah langkah pengukuran kualitas pelayanan dengan metode kano adalah sebagai berikut (Wijaya, 2011:161) :

1. Identifikasi atribut
2. Penyusunan Kuesioner
3. Mengklasifikasikan atribut dengan langkah sebagai berikut :
 - a. Menentukan atribut tiap responden.
 - b. Menghitung jumlah atribut.
 - c. Menghitung jumlah masing-masing kategori kano dalam tiap-tiap atribut
 - d. Menentukan kategori kano dengan menggunakan *blauth formula*:

Jika $(One\ dimensional + Attractive + Must\ be) > (Indifferent + Reverse + Questionable)$, maka grade yang diperoleh adalah nilai yang paling maksimum pada kategori *One dimensional, Attractive* dan *Must be*.

Jika $(One\ dimensional + Attractive + Must\ be) < (Indifferent + Reverse + Questionable)$, maka grade yang diperoleh adalah nilai yang paling maksimum pada kategori *Indifferent, Reverse* dan *Questionable*.

Menentukan kategori kano dengan menggunakan perhitungan koefisien pelanggan (*CS-Coefficient*)

Koefisien kepuasan (koordinat Y)

$$\frac{A + O}{A + O + M + I}$$

Better (Kepuasan)

$$\frac{O + M}{A + O + M + I}$$

Worse (Ketidakepuasan)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1. Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pernyataan *Service Quality* (Aktual)

Service Quality						
Item	Sangat Baik	Baik	Cukup	Buruk	Sangat Buruk	Skor
1	33	42	18	5	2	399
2	36	45	15	2	2	411
3	50	31	14	4	1	425

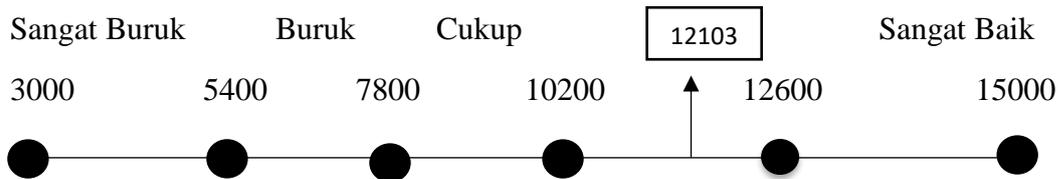
4	12	18	24	10	36	260
5	39	36	16	7	2	403
6	34	31	29	6	0	393
7	36	33	23	7	1	396
8	38	42	15	3	1	410
9	44	36	15	4	1	418
10	45	36	12	6	1	418
11	43	26	19	9	3	397
12	38	23	29	10	0	389
13	50	32	11	7	0	425
14	51	35	9	3	2	430
15	42	26	28	4	0	406
16	40	31	21	7	0	401
17	39	39	19	3	0	414
18	39	39	20	1	0	413
19	43	35	20	2	0	419
20	38	30	23	9	0	397
21	45	34	15	4	2	416
22	42	36	16	5	1	413
23	40	38	17	3	2	411
24	41	37	14	6	1	408
25	43	28	24	3	1	406
26	35	39	22	3	1	404
27	37	33	19	11	0	396
28	39	33	24	3	0	405
29	39	28	22	10	1	394
30	35	35	20	7	2	426
Total Skor						12103

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2018)

Berdasarkan hasil kuesioner variable Service Quality Analysis disamping, yang terdapat 10 dimensi dengan 30 item pernyataan dapat diketahui jumlah skor sebesar 12103 dan termasuk kategori baik. Kategori nilai baik dimulai dari nilai 10200 hingga 12600 sebagai nilai maksimalnya. Namun dari hasil diatas masih terdapat item yang kurang yaitu item no 4 yaitu PT. JNE menepati waktu pengiriman atau penerimaan barang sesuai yang dijanjikan.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(30 \times 100 \times 5) - (30 \times 100 \times 1)}{5} = \frac{15000 - 3000}{5} = 2400$$

Dari hasil diatas dapat diketahui panjang interval pada setiap rentang kategorinya yaitu sebesar 2400, sehingga diperoleh rentang sebagai berikut :



Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Gambar 2. Rentang Nilai Variabel Kualitas Pelayanan

Melalui gambar 4.5 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai *Service Quality* pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir termasuk kedalam kategori baik karena memiliki jumlah skor 12103 berada diatas kategori cukup baik yang memiliki angka 10200.

Hasil Analisis *Kano Diagram*

Dengan menggunakan metode *kano diagram* masing-masing kategori memiliki pengaruh kepuasan dan ketidakpuasan yang berbeda-beda pada setiap atributnya. Berikut ini adalah atribut yang memiliki pengaruh tertinggi terhadap kepuasan dan ketidakpuasan pada masing-masing kategori dilihat dari nilai *better* dan *worse* yang tertinggi:

1. Kategori *must be* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan adalah atribut yang ke-15 yaitu saya merasa nyaman dalam berkomunikasi dengan para karyawan dengan nilai *better* sebesar 0.29 dan untuk atribut yang mempengaruhi ketidakpuasan atau harus diperbaiki terlebih dahulu adalah atribut yang ke-4 yaitu PT. JNE menepati waktu mengenai pengiriman / penerimaan barang sesuai yang dijanjikan dengan nilai *worse* -0.29.
2. Kategori *one dimensional* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan adalah atribut yang ke-28 yaitu saya merasa moda transportasi sudah PT. JNE mencukupi dengan nilai *better* sebesar 0.77 dan untuk atribut yang harus diperbaiki terlebih dahulu adalah atribut yang ke-12 yaitu *customer service* PT. JNE mudah dihubungi karena mempengaruhi ketidakpuasan tertinggi yaitu dengan nilai *worse* -0.75.
3. Kategori *attractive* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan adalah atribut yang ke-17 yaitu *customer service* memberikan Informasi setiap produk yang ditawarkan secara jelas dengan nilai *better* sebesar 0.87 dan untuk atribut yang harus diperbaiki terlebih dahulu adalah atribut yang ke-5 yaitu PT. JNE memiliki penampilan fisik gedung yang baik karena mempengaruhi ketidakpuasan tertinggi dengan nilai *worse* -0.3.
4. Kategori *indifferent* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan adalah atribut yang ke-21 yaitu PT. JNE memiliki *image* yang baik dimata masyarakat umum khususnya untuk konsumen dan calon konsumen dengan nilai *better* sebesar 0.42 dan untuk atribut yang mempengaruhi ketidakpuasan atau harus diperbaiki terlebih dahulu adalah atribut yang ke-22 yaitu PT. JNE memiliki penilaian kualitas pelayanan yang baik dimata konsumen karena mempengaruhi ketidakpuasan tertinggi dengan nilai *worse* sebesar -0.47.

Berdasarkan hasil Analisis *Kano Diagram* maka PT. Jalur Nugraha Ekakurir perlu meningkatkan pelayanan dalam proses pengiriman barang sesuai yang dijanjikan. PT. Jalur Nugraha Ekakurir mengkonfirmasi lagi kepada konsumen jika waktu estimasi pengiriman atau penerimaan barang tidak sesuai seperti perjanjian awal agar konsumen

tidak menunggu dan merasa cemas jika menggunakan jasa PT. Jalur Nugraha Ekakurir.

D. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir, maka dapat disimpulkan:

1. Kualitas layanan jasa yang dilakukan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir dengan menggunakan metode *Service Quality Analysis* berada pada kontinum baik. Hal tersebut dikarenakan seluruh jawaban dari responden merujuk pada nilai baik pada setiap dimensinya. Dengan menggunakan metode *service quality Analysis* didapatkan bahwa ada 10 atribut pelayanan yang mempunyai nilai *gap score* negatif dan ada 20 atribut pelayanan kualitas yang mempunyai nilai positif. Tingkat ketidakpuasan konsumen berdasarkan gap yang ada antara target perusahaan dan ekspektasi yang paling tinggi adalah -0.04, yaitu pada dimensi *reliability* yang berkaitan dengan PT. JNE menepati waktu mengenai pengiriman atau penerimaan barang sesuai yang dijanjikan.
2. Dengan menggunakan metode *kano diagram* masing-masing kategori memiliki pengaruh kepuasan dan ketidakpuasan yang berbeda pada setiap atributnya. Berikut ini adalah atribut yang memiliki pengaruh tertinggi terhadap kepuasan dan ketidakpuasan pada masing-masing kategori dilihat dari nilai *better* dan *worse* yang tertinggi:
3. Hasil perhitungan koefisien kepuasan konsumen atau *CS-Coefficient* menunjukkan bahwa nilai yang paling tinggi dan yang berpengaruh pada kepuasan konsumen terdapat 2 atribut, dengan nilai *better* sebesar 0.87 terdapat pada atribut nomor 17 yaitu *customer service* memberikan Informasi setiap produk yang ditawarkan secara jelas, dan dengan nilai *better* 0.77 pada atribut nomor 18 yaitu *customer service* memberikan Informasi biaya setiap produk yang ditawarkan secara jelas. Untuk atribut yang berpengaruh pada ketidakpuasan atau berpengaruh pada penurunan kepuasan konsumen dengan nilai *worse* sebesar -0.29 terdapat pada atribut nomor 4 yaitu PT. JNE menepati waktu mengenai pengiriman / penerimaan barang sesuai yang dijanjikan.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Beberapa saran untuk perbaikan kualitas jasa di PT. Jalur Nugraha Ekakurir pada dimensi *reliabilitas* yaitu sebaiknya PT. JNE mengkonfirmasi lagi kepada konsumen jika waktu estimasi pengiriman atau penerimaan barang tidak sesuai seperti perjanjian awal agar konsumen tidak menunggu dan merasa cemas jika menggunakan jasa PT. JNE, pada dimensi *responsiveness* yaitu sebaiknya jika ada karyawan yang melihat konsumen yang sedang terlihat memerlukan bantuan karyawan langsung siap untuk membantunya, pada dimensi *competence* yaitu karyawan harus lebih menguasai dan memahami keadaan lingkungan sekitar, pada dimensi *access* yaitu *customer service* memberikan penjelasan agar konsumen bersedia menunggu untuk menceritakan masalah yang dialami secara bergantian dengan konsumen yang lain, pada dimensi *tangibles* yaitu sebaiknya ruang tunggu di setiap agen harus diperbaiki, seperti menambah kursi dan memperluas lahan parkir agar konsumen merasa nyaman.
2. Untuk atribut yang masuk ke dalam kategori *Must Be*, penyedia jasa harus dapat

memenuhi atribut tersebut agar tidak menimbulkan ketidakpuasan dari konsumennya, setelah kategori *Must Be* terpenuhi maka dilakukan perbaikan terhadap kategori *One-Dimensional* agar dapat meningkatkan daya saing terhadap atribut yang masuk ke dalam kategori ini, selanjutnya melakukan pengembangan terhadap atribut yang masuk ke dalam kategori *Attractive* agar atribut yang ditawarkan dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pengiriman barang di PT. Jalur Nugraha Ekakurir dan dapat mempertahankan para konsumen yang selalu datang pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir dengan kata lain mempertahankan konsumen tetap. Yang terakhir yaitu kategori *Indifferent*, dimana yang masuk ke dalam kategori ini artinya tidak membuat konsumen merasa puas atau tidak puas terhadap adanya atribut tersebut, namun yang masuk ke dalam kategori ini harus diperhatikan karena bisa saja suatu saat berubah, maka atribut ini harus dikembangkan sehingga nantinya dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Jalur Nugraha Ekakurir.

Daftar Pustaka

- Gaspersz, Vincent. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Heizer, et. Al, 2017. *Operations Management 12th ed.*
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L.L. Berry (1988) “*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*”, *Journal of reatiling*, Vol. 64, Spring.
- Stevenson J, William. (2009). *Management Operation*: Prantice Hall. Uk
- Wijaya, Tony, 2011. *Manajemen Kualitas Jasa : Desain Servqual, QFD, dan Kano : Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. Jakarta : PT. Indeks