

PENINGKATAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP JASA J&T EXPRESS TELUK AMBON

Boy Soumokil¹, Alfredo Tutuhatonewa² dan, Johan M. Tupan³

¹Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Pattimura, Ambon 97233

E-mail: boykesoumokil@gmail.com

²Jurusan Studi Teknik Industri Universitas Pattimura, Ambon 97233

Email : alfredo.tutuhatonewa@lecturer.unpatti.ac.id

³Jurusan Studi Teknik Industri Universitas Pattimura, Ambon 97233

Email : johan.tupan@lecturer.unpatti.ac.id

Abstrak. J&T Express Teluk Ambon, yang merupakan penyedia jasa pengantaran barang di kota Ambon, dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan yang berkualitas. Masalah keterlambatan pengantaran barang, kondisi barang yang rusak saat diterima, hingga terjadinya kesalahan komunikasi antara kurir dengan pelanggan, merupakan hal yang sering dikeluhkan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa J&T Express Teluk Ambon. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner *google form* bagi para pelanggan yang telah menggunakan jasa J&T Express Teluk Ambon. Metode analisis data yang digunakan adalah Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA). Hasil analisis Servqual menunjukkan gap 5 secara keseluruhan bernilai negatif. Hasil analisis IPA menunjukkan variabel yang berada pada kuadran 1 adalah variabel tangible dan responsiveness. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa J&T Express Teluk Ambon masih rendah, karena kondisi aktual yang dirasakan lebih rendah dari ekspektasi pelanggan.

Kata kunci: Servqual, IPA, GAP, Kepuasan Pelanggan, J&T

Abstract. *J&T Express Teluk Ambon, which is a goods delivery service provider in the city of Ambon, is required to always provide quality service. Problems with late delivery of goods, the condition of goods being damaged when received, and communication errors between couriers and customers, are things that customers often complain about. This research aims to analyze the level of customer satisfaction with J&T Express Teluk Ambon services. Data collection was carried out through interviews and distributing Googleform questionnaires to customers who had used J&T Express Teluk Ambon services. The data analysis methods used are Servqual and Importance Performance Analysis (IPA). The results of the Servqual analysis show that gap 5 as a whole is negative. The results of the IPA analysis show that the variables in quadrant 1 are tangible and responsiveness variables. Based on this, it can be concluded that the level of customer satisfaction with J&T Express Teluk Ambon services is still low, because the actual conditions felt are lower than customer expectations.*

Keywords: Servqual, IPA, GAP, Customer Satisfaction, J&T

1. PENDAHULUAN

J&T Express Teluk Ambon merupakan salah satu cabang dari perusahaan J&T Express yang berpusat di Jakarta, yang menyediakan jasa pengiriman/pengantaran barang di Kota Ambon. J&T Express Teluk Ambon terletak di Jl. Ir. M. Putuhena, Rumah

Tiga, Tlk Ambon, dan umumnya melayani pengiriman/pengantaran barang pada area atau wilayah Poka, Waiyame, Rumah Tiga, Hative Besar, Tawiri dan lain sebagainya. Sejumlah pengguna jasa J&T Express Teluk Ambon, ditemukan masalah yang sering dikeluhkan berupa adanya

keterlambatan pengantaran barang, yaitu pengantaran yang tidak sesuai dengan tanggal dan waktu yang ditetapkan, kondisi barang yang kurang baik saat diterima, hingga terjadinya miss communication antara kurir dengan pelanggan.

Selain itu, sejumlah pelanggan juga merasa kecewa karena perilaku kurir yang kurang peduli dan cenderung tidak memberikan informasi mengenai kemungkinan terjadinya keterlambatan pengantaran barang atau paket. Masalah-masalah tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan belum mampu menyediakan kualitas pelayanan yang baik, sehingga dapat menimbulkan perasaan kecewa bahkan tidak puas.

Dengan demikian, maka perusahaan perlu mengetahui tingkat kepuasan pelanggan sehingga dapat dilakukan perbaikan terhadap dimensi yang belum sesuai dengan harapan pelanggan guna memenuhi kepuasan pelanggan [1]. Sehingga perlu dilakukan penelitian tentang Peningkatan Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa J&T Express Teluk Ambon.

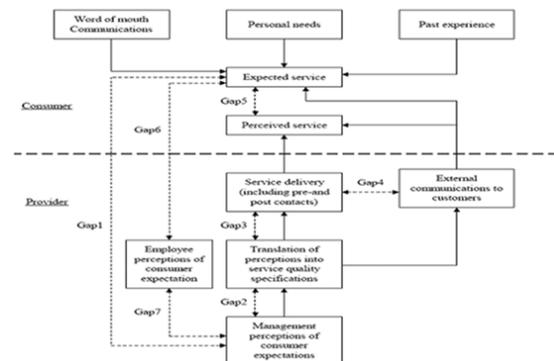
Kotler [2] mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Melalui pengertian dan teori ini dapat diketahui bahwa suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi konsumen akan nilai produk yang diberikan kepada konsumen tersebut [3]. Artinya, mutu atau kualitas merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan konsumen [4].

Produsen dikatakan telah menyampaikan kualitas jika produk atau jasa yang ditawarkannya sesuai atau melampaui ekspektasi pelanggan. Dari uraian di atas maka kualitas dapat diartikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk (barang/jasa) yang menunjang kemampuan dalam memenuhi kebutuhan [5].

Menurut Parasuraman [6], Indikator konsep pengukuran kualitas pelayanan yaitu:

1. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, penampilan personel, dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (keandalan), yaitu Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membentuk para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dapat dimiliki oleh staf.

5. *Empathy* (empati), meliputi kemudahan dalam hubungan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan.

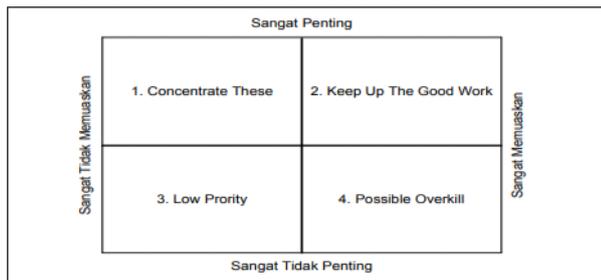


Gambar 1. Service Quality Gaps Model

Model gap ini mengidentifikasi tujuh kesenjangan yang berkaitan dengan persepsi manajerial terhadap kualitas pelayanan, dan tugas-tugas yang berkaitan dengan penyampaian layanan kepada pelanggan. Enam kesenjangan pertama (Gap 1, Gap 2, Gap 3, Gap 4, Gap 6 dan Gap 7) diidentifikasi sebagai fungsi mengenai bagaimana cara layanan ini disampaikan, sedangkan Gap 5 berkaitan dengan pelanggan dan dengan demikian dianggap sebagai ukuran sebenarnya dari kualitas pelayanan. Gap yang memiliki pengaruh pada metodologi *Servqual* adalah gap 5.

Gap 5: Kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka tentang layanan yang diberikan. Terjadi akibat dari pengaruh diberikan dari sisi pelanggan dan kekurangan (gap) pada bagian penyedia layanan [7]. Dalam hal ini, harapan pelanggan dipengaruhi oleh tingkat kebutuhan pribadi, rekomendasi dari mulut ke mulut dan pengalaman masa lalu [8].

Importance Performance Analysis adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor kualitas layanan yang membutuhkan perbaikan [9]. Metode ini membantu memprioritaskan tindakan dengan mengevaluasi pentingnya dan kinerja berbagai aspek layanan, sehingga dapat memandu pengalokasian sumber daya untuk peningkatan layanan yang optimal. IPA adalah alat manajemen yang valid dalam mengkaji kepuasan pelanggan dan strategi manajemen dengan memberikan peringkat pada elemen layanan berdasarkan kombinasi penting dan kinerja, sehingga tindakan perbaikan dapat diprioritaskan berdasarkan pemetaan tersebut [10], [11]. Peta IPA ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Peta Importance Performance Analysis

Strategi yang dapat dilakukan berkenaan dengan posisi masing-masing variabel pada keempat kuadran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran 1 (*Concentrate These*)

Pada kuadran ini merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

2. Kuadran 2 (*Keep Up The Good Work*)

Pada kuadran ini merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variable-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variable ini menjadikan produk atau jasa unggul di mata pelanggan.

3. Kuadran 3 (*Low Priority*)

Pada kuadran ini merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

4. Kuadran 4 (*Possible Overkill*)

Pada kuadran ini merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

2. BAHAN DAN METODE

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, yang bertujuan untuk menghimpun data mengenai pengalaman maupun pendapat pelanggan terhadap pelayanan jasa pengiriman barang J&T

Express Teluk Ambon, serta penyebaran Angket/Kuesioner, yang bertujuan untuk memperoleh data mengenai persepsi dan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan jasa pengiriman barang J&T Express.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif. Dalam penelitian ini, data yang telah dikumpulkan akan diolah dan dianalisis. Metode analisis data pada penelitian ini adalah Metode Servqual dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Analisis Servqual

Berdasarkan hasil analisis dengan metode *Servqual*, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, nilai gap 5 yang diperoleh adalah negatif, yaitu -0,3995 (Tabel 1). Hal ini menandakan bahwa kualitas jasa pengiriman/pengantaran barang pada J&T Express Teluk Ambon belum dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.

Tabel 1. Nilai Gap

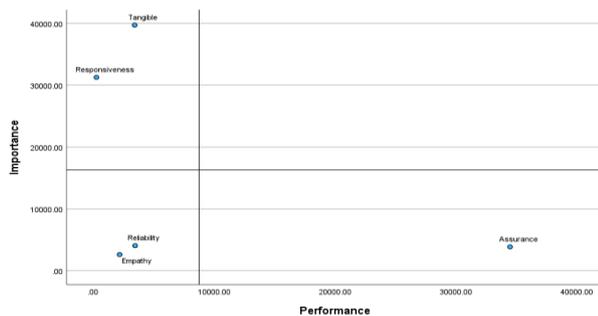
Atribut	Persepsi		Ekspektasi		Gap
	Nilai Pembobotan	Rata-rata	Nilai Pembobotan	Rata-rata	
Tan 1	374	3,74	426	4,26	-0,52
Tan 2	368	3,68	422	4,22	-0,54
Tan 3	360	3,60	425	4,25	-0,65
Tan 4	382	3,82	422	4,22	-0,4
Rel 5	378	3,78	432	4,32	-0,54
Rel 6	389	3,89	428	4,28	-0,39
Rel 7	369	3,69	433	4,33	-0,64
Rel 8	374	3,74	432	4,32	-0,58
Rel 9	390	3,90	425	4,25	-0,35
Res 10	319	3,19	357	3,57	-0,38
Res 11	295	2,95	354	3,54	-0,3
Res 13	303	3,03	359	3,59	-0,56
Ass 14	369	3,69	383	3,83	-0,14
Ass 15	362	3,62	395	3,95	-0,33
Ass 16	388	3,88	437	4,37	-0,49
Ass 17	376	3,76	420	4,20	-0,44
Emp 18	401	4,01	384	3,84	0,17
Emp 20	379	3,79	370	3,70	0,09
Emp 21	300	3,00	350	3,50	-0,5
Emp 22	312	3,12	333	3,33	-0,21
Rata-rata	3,594		3,9935		-0,3995

3.2 Hasil Analisis IPA Dimensi Kualitas

Kelima dimensi *Servqual* dipetakan di grafik IPA berdasarkan data dari analisis Gap sebelumnya. Hasilnya ditunjukkan pada Gambar 3.

Dimensi *Tangible* dan *Responsiveness* berada pada kuadran 1, yang menunjukkan bahwa dimensi ini dianggap memengaruhi kepuasan pelanggan dan dianggap penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Dimensi *Reliability* dan *Empathy* berada pada kuadran 3, yang artinya dimensi ini memiliki tingkat prestasi atau kinerja aktual yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting sehingga J&T Express

tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada dimensi tersebut. Dimensi *Assurance* berada pada kuadran 4 yang artinya tidak terlalu penting atau terlalu diharapkan sehingga pihak J&T Express perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan atribut-atribut dimensi tersebut kepada atribut-atribut lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan.



Gambar 3. IPA Matrix Variabel

4. KESIMPULAN

Hal-hal yang dapat disimpulkan pada penelitian ini adalah:

1. Nilai tingkat kepuasan pelanggan untuk dimensi Tangible adalah 88%, dimensi Reliability adalah 88%, dimensi Responsiveness adalah 85%, dimensi Assurance adalah 91%, dan dimensi Empathy adalah 97%. Keseluruhan 40% (Cukup Puas)
2. Atribut yang menjadi prioritas perbaikan adalah atribut dengan nilai gap negatif terbesar, yaitu dimensi Tangible nilai gap dimensinya sebesar (-0,5275) atribut ‘Karyawan perusahaan jasa pengantar barang (J&T Express) harus berpakaian rapi dan terlihat menarik’ (TAN 3) dengan nilai gap atributnya sebesar (-0,65) dan dimensi Responsiveness dengan nilai gap dimensinya sebesar (-0,52) atribut ‘Tidak realistis bagi pelanggan untuk mengharapkan layanan yang cepat dari karyawan perusahaan jasa pengantar barang J&T Express (-)’ (RES 11) dengan nilai gap atributnya sebesar (-0,62).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. P. S. Qur’aini, M. Tukan, and A. Tutuhunewa, “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Jasa Antar Barang di PT JNE Kantor Cabang Utama Ambon dengan Metode Servqual,” *i-tabaos*, vol. 2, no. 1, pp. 35–43, May 2022, doi: 10.30598/i-tabaos.2022.2.1.35-43.
- [2] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 13th ed. Pearson Prentice Hall, 2009.
- [3] T. A. Khoironi, H. Syah, and P. Dongoran, “Product Quality, Brand Image and Pricing to Improve Satisfaction Impact on Customer Loyalty,” *International Review of Management and Marketing*, vol. 8, no. 3, pp. 51–58, May 2018.
- [4] I. Ismartaya, L. H. Maulana, W. Simanjuntak, and T. Kartini, “The Impact of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction at Kedai Falsafah Ngopi Bogor, Indonesia,” *International Journal of Science, Technology & Management*, vol. 4, no. 4, pp. 834–841, July 2023, doi: 10.46729/ijstm.v4i4.899.
- [5] V. Gaspersz, *Total Quality Management*. PT.Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- [6] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, “SERVQUAL A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,” *Journal of Retailing*, vol. 41, no. 1, pp. 12–40, 1988.
- [7] E. C. Tuahatu, A. Tutuhunewa, and J. M. Tupan, “Analisis Pengendalian Kualitas Pengiriman Barang Melalui Penerapan Metode Statistical Quality Control pada PT Pos Indonesia Cabang Ambon,” *i-tabaos*, vol. 2, no. 1, pp. 12–22, May 2022, doi: 10.30598/i-tabaos.2022.2.1.12-22.
- [8] Y. Megawati, “Kualitas Pelayanan Terkait dengan Kepuasan Konsumen dalam Industri Jasa,” *BMJ*, vol. 2, no. 2, July 2017, doi: 10.30813/bmj.v2i2.589.
- [9] F. A. Nuraini, N. Ravenska, and H. A. Pradesa, “Applying Importance Performance Analysis (IPA) Method in Analyzing Level of Service Quality,” *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, vol. 5, no. 2, pp. 85–93, Dec. 2021, doi: 10.30741/adv.v5i2.779.
- [10] I. Sever, “Importance-performance analysis: A valid management tool?,” *Tourism Management*, vol. 48, pp. 43–53, June 2015, doi: 10.1016/j.tourman.2014.10.022.
- [11] D. A. Harahap, R. Hurriyati, . Disman, V. Gaffar, and D. Amanah, “An Analysis of Service Quality using Importance Performance Analysis and Gap Analysis at a Commercial Banks in Indonesia:,” in *Proceedings of the 4th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference*, Palembang, South Sumatra, Indonesia: SCITEPRESS - Science and Technology Publications, 2018, pp. 161–168. doi: 10.5220/0008437901610168.