
Analisis Kepuasan Pelanggan PT. Era Energi Krazu Nusantara dengan Metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis*

Andre Viola¹, Moh Jufriyanto², Efta Dhartikasari Priyana³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik

Email : andreviola51@gmail.com¹

ABSTRACT

Quality of service as one of the efforts of PT. Era Krazu Energi Nusantara to continuously improve the quality of all processes, services and products produced. Based on the results of interviews with customers, complaints related to service quality and customer satisfaction are influenced by several factors, apart from product quality and price, the most important of which are service quality and personal factors that annoy individual customers. The results of the study using the Service Quality and Importance Performance Analysis methods, on the quality of service, it is known that there are several attributes indicating that the current quality of service is still not as expected by customers. Based on the calculation of Gap 5 from the service quality questionnaire, the highest results were obtained and had an effect on service quality, namely attribute X4 with a gap value of -0.33823, which is a strategic location attribute. Based on Importance Performance Analysis, the highest value is obtained from the attribute value in quadrant I at X7 (Employees' willingness to handle complaints quickly), and X11 (Employees are honest with consumers).

Keywords: customer satisfaction, importance performance analysis, service quality.

INTISARI

Kualitas pelayanan sebagai salah satu upaya dari PT. Era Krazu Energi Nusantara untuk memperbaiki mutu secara terus-menerus terhadap semua proses, service serta produk yang dihasilkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan, adanya keluhan berkaitan dengan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, selain karena kualitas produk dan harga yang terpenting diantaranya adalah karena kualitas jasa serta faktor-faktor pribadi yang mengganggu individu dari pelanggan. Hasil penelitian menggunakan metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis*, pada kualitas pelayanan jasa diketahui ada beberapa atribut menunjukkan kualitas pelayanan saat ini masih tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh para pelanggan. Berdasarkan perhitungan Gap 5 dari kuisisioner kualitas layanan didapatkan hasil tertinggi dan berpengaruh pada kualitas pelayanan yaitu pada atribut X4 dengan nilai gap -0,33823 yaitu atribut lokasi yang strategis. Berdasarkan *Importance Performance Analysis* nilai tertinggi didapatkan dari nilai atribut pada kuadran I pada X7 (Kesediaan para karyawan menangani keluhan dengan cepat), dan X11 (Karyawan bersikap jujur kepada konsumen).

Kata kunci: *Importance Performance Analysis*, kepuasan pelanggan, *Service Quality*.

PENDAHULUAN

Peningkatan kualitas produk bagi perusahaan adalah salah satu upaya dalam proses bersaing dalam dunia industri (Nugroho et al., 2023), baik perusahaan bidang manufaktur maupun jasa. Menurut Kotler (2009), kualitas pelayanan sebagai salah satu upaya sebuah perusahaan untuk memperbaiki mutu secara terus-menerus terhadap semua proses, service serta produk yang dihasilkan. Selain itu, kualitas layanan juga sebagai kebutuhan pada industry manufaktur maupun jasa yang terlihat dalam pembangunan sektor industri yang terus saja meningkat (Prananda, et.al, 2019).

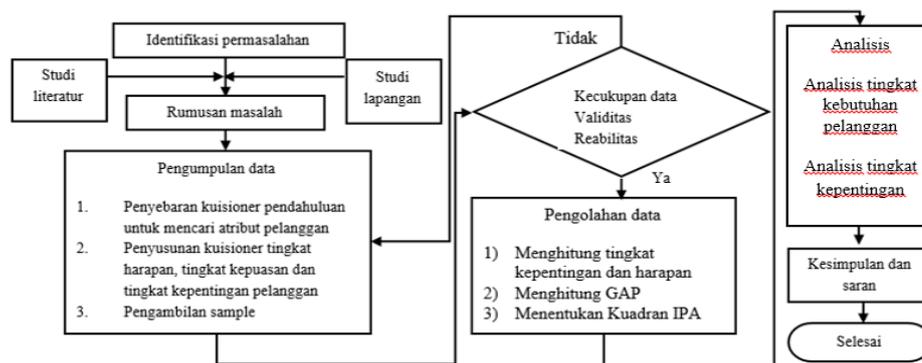
PT. Era Krazu Energi Nusantara sebagai sebuah perusahaan jasa yang bergerak di bidang *Mechanical & Electrical/Instrument Construction, Fabrication, Operation & Maintenance*, memiliki 40 karyawan di bidang *Mechanical and Electrical/Instrument Construction* sebanyak 15 orang, *Fabrication* sebanyak 10 orang, *Operation and Maintanance* sebanyak 5 orang, dan staff karyawan sebanyak 10 orang. Perusahaan dituntut untuk memiliki kesadaran akan kepuasan pelanggan sehingga, peningkatan kualitas perlu untuk dilakukan karena kepuasan pelanggan adalah bagian dari keberlangsungan hidup perusahaan (Fransiska, C., & Bernarto, I. 2021).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan, terdapat data keluhan dari pelanggan selama tahun 2021 dan 2022 adalah berkaitan dengan kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, selain karena kualitas produk dan harga yang terpenting

diantaranya adalah karena kualitas jasa serta faktor-faktor pribadi yang mengganggu individu dari pelanggan (Rangkuti, 2012). Untuk mengetahui apakah persepsi dan harapan maka dilakukan penelitian dengan menggunakan metode *Service Quality* (Jazuli et al., 2020)

METODE

Terdapat 5 dimensi (Lukmandono, L. 2022) pengukuran pada metode *Service Quality* yaitu *tangible* (kemampuan sebuah perusahaan untuk menunjukkan eksistensi terhadap pihak eksternal), *reability* (kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat serta terpercaya), *responsive* (kebijakan untuk membantu serta memberikan pelayanan secara cepat dan tepat pada pelanggan sesuai dengan informasi yang dibutuhkan), *assurance* (sopan santun, kemampuan untuk menumbuhkan perasaan percaya atau kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan), dan *empaty* (perhatian tulus secara individual yang diberidak kepada pelanggan sebagai upaya untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan (Penilasari, et al, 2021). Kemudian untuk *Importance Performance Analysis* atau IPA merupakan matirks yang di dalamnya terdiri dari kuadran I dengan prestasi paling tinggi, kuadran II dengan prioritas paling utama, kuadran III dengan prioditas rendah, dan kuadran IV melebihi ekspektasi atau harapan (Chen, J., Becken, S., & Stantic, B. 2022). Adapun tahapan penyelesaian penelitian dapat dilihat pada gambar 1:



Gambar 1. Tahapan penyelesaian penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Menurut Sugiyono (2017) uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Berikut tabel 1 merupakan hasil uji validitas untuk kepuasan

Tabel 1. Uji validitas kepuasan

Kode	Atribut	Kepuasan			Harapan		
		R Hitung	R Tabel	Keterangan	R Hitung	R tabel	Keterangan
X1	Fasilitas fisik contohnya perlengkapan safety, peralatan kerja	0,451127	0,297	Valid	0,395062	0,297	Valid
X2	Fasilitas pendukung yang bersih dan nyaman.	0,469267	0,297	Valid	0,553231	0,297	Valid
X3	Penampilan pegawai yang bersih, dan rapi serta	0,469267	0,297	Valid	0,454992	0,297	Valid
X4	Lokasi pengerjaan proyek yang strategis	0,400467	0,297	Valid	0,738694	0,297	Valid
X5	Keterampilan para karyawan dalam menanggapi kebutuhan.	0,349716	0,297	Valid	0,388402	0,297	Valid
X6	Kesiagapan ketika mengalami kendala.	0,469267	0,297	Valid	0,340666	0,297	Valid
X7	Kesediaan para karyawan menangani keluhan dengan cepat.	0,400467	0,297	Valid	0,379272	0,297	Valid
X8	Ketepatan waktu layanan.	0,647844	0,297	Valid	0,333121	0,297	Valid
X9	Pelayanan yang baik dan tepat tanpa kesalahan.	0,647844	0,297	Valid	0,361283	0,297	Valid
X10	Tingkat kecepatan dalam pengerjaan proyek	0,339716	0,297	Tidak Valid	0,386541	0,297	Valid
X11	Karyawan bersikap jujur kepada konsumen	0,400467	0,297	Valid	0,412877	0,297	Valid
X12	Keterampilan memberikan informasi yang dibutuhkan customer	0,469267	0,297	Valid	0,480851	0,297	Valid
X13	Kepercayaan Bersedia melakukan pengerjaan ulang jika ada kerusakan dari pihak karyawan	0,469267	0,297	Valid	0,56523	0,297	Valid
X14	Reputasi terhadap perusahaan	0,365238	0,297	Valid	0,367694	0,297	Valid
X15	mengenal proyek dengan baik.	0,365238	0,297	Valid	0,420711	0,297	Valid
X16	Kesabaran karyawan dalam menerima keluhan customer	0,647844	0,297	Valid	0,324358	0,297	Valid

Data dikatakan valid apabila nilai r lebih besar atau sama dengan r tabel, dengan $n = 44$, $df = n-2=42$ maka didapat nilai r hitung $\geq 0,297$ maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid, dan jika butir pertanyaan mempunyai korelasi pearson r hitung $< 0,297$ maka butir pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid dan harus di hilangkan. Nilai r tabel ($0,297$) didapat dari perhitungan excel yaitu dengan rumus $=TINV(0,05;60)$. Uji reliabilitas menyatakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017). Hasil dari uji reabilitas kuisisioner kepuasan konsumen dengan menggunakan software SPSS yaitu dengan metode koefisien *alpha Cronbac*, hasil uji realibilitas menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Uji reabilitas kepuasan konsumen

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
0,719	16

Dari hasil perhitungan diperoleh dari koefisien *alpha Cronbach*, untuk kuisisioner data dengan nilai 0,719 data dikatakan reliable jika nilai α lebih dari nilai *cronbach's alpha* (Ghozali, 2011) atau 0.7. Berdasarkan ketetapan tersebut maka kuisisioner yang dibuat sudah dikatakan *reliable*. Nilai nilai tingkat kepentingan $X1= 2,6$ diperoleh dari penilaian 35 responden dengan skala kuisisioner 1-5 dengan membagi jumlah atribut/jumlah responden. Berikut hasil nilai tingkat kepentingan dan harapan dapat dilihat pada tabel 3 di bawah :

Tabel 3. Nilai Tingkat Kepentingan dan harapan

Kode	Atribut	Tingkat Kepentingan	Tingkat Harapan
X1	Fasilita Fisik contohnya perlengkapan sefty, peralatan kerja	2.6	2.54
X2	Fasilitas pendukung yang bersih dan nyaman.	2.34	2.43
X3	Penampilan pegawai yang bersih, dan rapi serta	2.57	2.56
X4	Lokasi pengerjaan proyek yang strategis	2.77	3.11
X5	Keterampilan para karyawan dalam menanggapi kebutuhan.	2.83	3.08
X6	Kesiagapan ketika mengalami kendala.	2.37	2.29
X7	Kesediaan para karyawan menangani keluhan dengan cepat.	3.06	2.17
X8	Ketepatan waktu layanan.	2.71	3.19
X9	Pelayanan yang baik dan tepat tanpa kesalahan.	2.46	2.5
X10	Tingkat kecepatan dalam pengerjaan proyek	2.94	2.7
X11	Karyawan bersikap jujur kepada konsumen	3.11	3.15
X12	Keterampilan Karyawan memberikan informasi yang dibutuhkan <i>customer</i>	2.49	2.5
X13	Kepercayaan Bersedia melakukan pengerjaan ulang jika ada kerusakan dari pihak karyawan	2.6	2.7
X14	Reputasi terhadap perusahaan	2.66	2.86
X15	mengenal proyek dengan baik.	2.74	3
X16	Kesabaran karyawan dalam menerima keluhan <i>customer</i>	2.57	2.25

Nilai Gap atau selisih merupakan analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi tindakan yang diperlukan untuk mengurangi kesenjangan atau mencapai kinerja yang diharapkan pada masa datang. Lebih dari itu analisis ini juga memperkirakan waktu, biaya, dan sumberdaya yang dibutuhkan untuk mencapai keadaan perusahaan yang diharapkan. Setiap pertanyaan mempunyai Gap/selisih yang berbeda antara kepuasan dan harapan konsumen, nilai kepuasan dan nilai harapan dapat diketahui dengan cara mencari uji validitas R hitung kepuasan dan uji validitas R hitung harapan, berikut tabel 4 adalah nilai hasil GAP:

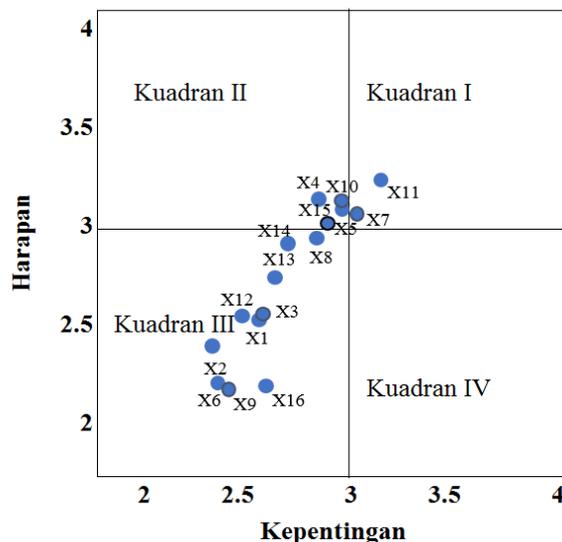
Tabel 4. Hasil dari GAP

Kode	Atribut	Tingkat Kesenjangan
X1	Fasilita fisik contohnya perlengkapan sefty, peralatan kerja	-0.338
X2	Fasilitas pendukung yang bersih dan nyaman.	-0.255
X3	Penampilan pegawai yang bersih, dan rapi serta	-0.248
X4	Lokasi pengerjaan proyek yang strategis	-0.246
X5	Keterampilan para karyawan dalam menanggapi kebutuhan.	-0.202
X6	Kesiagapan ketika mengalami kendala.	-0.095
X7	Kesediaan para karyawan menangani keluhan dengan cepat.	-0.083
X8	Ketepatan waktu layanan.	0.012
X9	Pelayanan yang baik dan tepat tanpa kesalahan.	-0.011
X10	Tingkat kecepatan dalam pengerjaan proyek	0.424

X11	Karyawan bersikap jujur kepada konsumen	0.323
X12	Keterampilan Karyawan memberikan informasi yang dibutuhkan <i>customer</i>	0.286
X13	Kepercayaan Bersedia melakukan pengerjaan ulang jika ada kerusakan dari pihak karyawan	0.128
X14	Reputasi terhadap perusahaan	0.056
X15	mengenal proyek dengan baik.	0.021
X16	Kesabaran karyawan dalam menerima keluhan <i>customer</i>	0.014

Indikator untuk tingkat kepentingan dan harapan pada kuadran IPA (lihat gambar 2) adalah berikut :

- Kuadran I**, adalah tingkat harapan dari customer atau pelanggan dengan tingkatan paling tinggi berdasarkan dengan tingkat kepuasan atau fakta yang diharapkan di lapangan. Artinya adalah kuadran I merupakan kuadran terpenting. Kode yang menunjukkan pada kuadran I adalah X7 (Kesediaan para karyawan menangani keluhan dengan cepat), dan X11 (Karyawan bersikap jujur kepada konsumen).
- Kuadran II** adalah dengan tingkat harapan yang tinggi dengan tingkat kepuasan rendah, sehingganya pelanggan merasa masih kurang merasa puas. Kode yang ditunjukkan adalah X4 (Lokasi yang strategis), X5 (Keterampilan para karyawan dalam menanggapi kebutuhan), X10 (Tingkat kecepatan dalam pengerjaan proyek), dan X15 (Mengenal proyek dengan baik).
- Kuadran III** menunjukkan tingkat harapan yang rendah dengan tingkat kepuasan rendah, sehingga pelanggan merasa hal ini tidak begitu penting. Kode atribut yang menunjukkan pada kua kuadran III ini adalah X1 (Fasilita Fisik contohnya perlengkapan sefty, peralatan kerja), X2 (Fasilitas pendukung yang bersih dan nyaman), X3 (Penampilan pegawai yang bersih, dan rapi serta), X6 (Kesiagapan dalam mengalami kendala), X8 (Ketepatan waktu layanan), X9 (Pelayanan yang baik dan tepat tanpa kesalahan), X12 (Keterampilan Karyawan memberikan informasi yang dibutuhkan *customer*), X13 (Kepercayaan Bersedia melakukan pengerjaan ulang jika ada kerusakan dari pihak karyawan, X14 (Reputasi terhadap perusahaan), X16 (Kesabaran karyawan dalam menerima keluhan *customer*).
- Kuadran IV**, menunjukkan tingkat kepentingan yang tinggi dengan tingkat harapan rendah, dalam artian atribut yang dimaksud tidak terlalu diharapkan namun tangka kepuasan lebih dari ekspektasi. Namun tidak ada atribut yang tercakup dalam kuadran IV ini.



Gambar 2. Kuadran IPA (Importance Performance Analysis)

Analisis kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat kepuasan yang merupakan kesenjangan (GAP) antara kepuasan dan harapan konsumen adalah suatu kebutuhan yang harus di koreksi oleh pihak manajemen. Tingkat perbaikan diperoleh dari atribut yang bernilai negatif yang mengidentifikasi keinginan konsumen yang belum terpenuhi. Sedangkan atribut layanan yang sudah bernilai positif mengidentifikasi keinginan konsumen yang sudah terpenuhi. Untuk selengkapnya dapat pada tabel 5.

Tabel 5. Tingkat Kesenjangan

Urutan kesenjangan	Atribut	Tingkat kesenjangan (kepuasan-harapan)
1	X4	-0.33823
2	X15	-0,25547
3	X5	-0.24869
4	X10	-0.24683
5	X14	-0.20463
6	X13	-0,09596
7	X2	-0.08396
8	X11	-0.01241
9	X12	-0.01158
10	X8	0.424723
11	X16	0.323486
12	X9	0.286561
13	X6	0.128601
14	X1	0.056065
15	X7	0.021195
16	X3	0.014275

Analisis kebutuhan pelanggan berdasarkan tingkat kepentingan akan dikaitkan dengan hasil analisa kebutuhan pelanggan berdasarkan tingkat kesenjangan kualitas. Hal ini ditunjukkan untuk kepentingan analisis yang nantinya akan dijadikan pertimbangan perbaikan bagi pihak manajemen. Untuk selengkapnya bisa dilihat di tabel 7.

Tabel 7. Analisis Kepentingan Pelanggan

Kode	Atribut	Tingkat Kepentingan
X1	Fasilita Fisik contohnya perlengkapan sefty, peralatan kerja	3.114.286
X2	Fasilitas pendukung yang bersih dan nyaman.	3.057.143
X3	Penampilan pegawai yang bersih, dan rapi serta	2.942.857
X4	Lokasi pengerjaan proyek yang strategis	2.828.571
X5	Keterampilan para karyawan dalam menanggapi kebutuhan.	2.771.429
X6	Kesiagapan ketika mengalami kendala.	2.742.857
X7	Kesediaan para karyawan menangani keluhan dengan cepat.	2.714.286
X8	Ketepatan waktu layanan.	2.657.145
X9	Pelayanan yang baik dan tepat tanpa kesalahan.	2.6
X10	Tingkat kecepatan dalam pengerjaan proyek	2.6
X11	Karyawan bersikap jujur kepada konsumen	2.571.429
X12	Keterampilan Karyawan memberikan informasi yang dibutuhkan <i>customer</i>	2.571.429
X13	Kepercayaan Bersedia melakukan pengerjaan ulang jika ada kerusakan dari pihak karyawan	2.485.714
X14	Reputasi terhadap perusahaan	2.457.143
X15	mengenal proyek dengan baik.	2.371.429
X16	Kesabaran karyawan dalam menerima keluhan <i>customer</i>	2.342.857

Usulan perbaikan

- a. Lokasi yang strategis (-0,33823)
 - Tempat pengerjaan proyek yang aman dan nyaman agar tidak terjadi kecelakaan kerja
- b. Mengenal proyek dengan baik (-0,25547)
 - Melakukan rapat divisi bagian pekerjaan supaya mengerti bagian-bagian mana yang di kerjakan agar tepat sasaran
 - Mendetailkan tugas-tugas dalam pengerjaan suatu proyek
- c. Keterampilan para karyawan dalam menanggapi kebutuhan (-0,24869)
 - Setiap 3 bulan melakukan pelatihan di bidang masing – masing
- d. Tingkat kecepatan dalam pengerjaan proyek (-0,24683)
 - Alat dan bahan selalu tersedia agar cepat dalam pengerjaan
 - Memilih karyawan yang disiplin dan ahli dalam bidang masing - masing
- e. Reputasi terhadap perusahaan (-0,20246)
 - Memberikan informasi perusahaan kepada pelanggan
 - Menjelaskan proses pengerjaan kepada pelanggan
 - Memberikan jaminan apabila dalam pengerjaan mengalami kesalahan

KESIMPULAN

Hasil dari kuisioner kualitas pelayanan jasa terdapat beberapa atribut menunjukkan kualitas pelayanan saat ini masih tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh para pelanggan, dhal ini dilihat dari nilai Gap negatif dari atribut. Sedangkan hasil Gap tertinggi dan berpengaruh pada kualitas pelayanan yaitu pada atribut X4 dengan nilai gap -0,33823 yaitu atribut lokasi yang strategis. Berdasarkan *Importance Performance Analysis* nilai atribut pada kuadran I pada X7 (Kesediaan para karyawan menangani keluhan dengan cepat), dan X11 (Karyawan bersikap jujur kepada konsumen), sehingga usulan yang dapat yaitumemilih lokasi yang strategis untuk pekerjaan proyek supaya memperkecil adanya kendala yang muncul.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, J., Becken, S., & Stantic, B. (2022). Assessing destination satisfaction by social media: An innovative approach using Importance-Performance Analysis. *Annals of Tourism Research*, 93, 103371.
- Fransiska, C., & Bernarto, I. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Keberlanjutan Penggunaan pada Pengguna Aplikasi Kesehatan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 132-142.
- Freddy Rangkuti, 2012. *Studi Kelayakan Bisnis dan Investasi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jazuli, M., Samanhudi, D., & Handoyo, H., 2020,. Analisis kualitas pelayanan dengan menggunakan metode service quality (Servqual) dan importance performance analysis (IPA) di PT. XYZ. *Juminten*, 1(1), 67-75.
- Kolter, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lukmandono, L. 2022, Analisis Layanan Konsumen Menggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL) Dan Fuzzy Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan. In *Prosiding SENASTITAN: Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan* (Vol. 2, pp. 78-85).
- Nugroho, B. W. D., Jakti, N. J. K., Rochman, M. A. N., & Nugroho, A. J. (2023). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Gula dan Biaya Kualitas dalam Menunjang Efektivitas Produksi:(Studi Kasus: PT Madu Baru Pg Madukismo). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 2(2), 72-81.
- Penilasari, Yanistiya., Nugraha, Jaka. 2021. Penggunaan Servqual Dalam Kualitas Pelayanan Bidang Administrasi Di Kecamatan Gayungan Surabaya, *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol 15 No 2.
- Prananda, Yandra., Lucitasari, Dyah., Khannan, M.Shodiq. 2019. Penerapan Metode Service Quality (SERVQUAL) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Jurnal OPSI*. Vol.12. No. 1.