

## Analisa Proses Pelayanan JASTIP Dengan Metode Servqual

Putri Ifa Febriyanti<sup>1</sup>, Mohammad Arief Nur Wahyudien<sup>2</sup>, Elisa Kusri<sup>3</sup>, Asih Ahistasari<sup>4</sup>, Siswanto<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Sorong

<sup>2</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknik Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia

<sup>3</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Luwuk

E-mail: [putriifafebriyanti@gmail.com](mailto:putriifafebriyanti@gmail.com)<sup>1</sup>, [arief@um-sorong.ac.id](mailto:arief@um-sorong.ac.id)<sup>2</sup>, [elisakusri@uii.ac.id](mailto:elisakusri@uii.ac.id)<sup>3</sup>, [asih@um-sorong.ac.id](mailto:asih@um-sorong.ac.id)<sup>4</sup>, [wanto201191@gmail.com](mailto:wanto201191@gmail.com)<sup>5</sup>

### Abstrak

Jasa titip barang (JASTIP) menjadi satu layanan yang sangat dibutuhkan dan dapat menjadi solusi bagi mereka yang menyukai kemudahan dan kepraktisan dalam hal mengirimkan suatu barang terlebih jika itu menyangkut keterjangkauan wilayah sehingga menjadi sangat penting bagi masyarakat seiring dengan mahalnya biaya pengiriman melalui jasa pengiriman konvensional. Proses pelayanan jastip yang langsung bersentuhan dengan pelanggan sehingga perlu adanya keseimbangan dalam hal keinginan dan harapan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jastip. Metode Servqual sangat cocok untuk mengukur tingkat kepuasan, tingkat kepentingan dan tingkat harapan pelanggan dengan menggunakan 5 dimensi pelayanan yaitu, bukti fisik, kehandalan, responsive, asuransi dan empati. Hasil dari penelitian ini dimana yang menjadi fokus untuk dilakukan perbaikan yakni di kuadran A yaitu meliputi atribut yang dianggap sangat penting oleh pengguna namun pada kenyataan atribut ini belum sesuai kenyataan terdiri dari atribut ke 3,12,15,16,17,19,20,21 dan 22 dan kuadran C yaitu merupakan wilayah yang memuat atribut yang dianggap Cukup penting oleh pengguna dan pada kondisi sesungguhnya kinerjanya tidak cukup baik terdiri dari atribut ke 10 dan 24.

**Kata kunci:** Pengiriman, Servqual, Proses Pelayanan, Pelanggan

### Abstract

Goods deposit service (JASTIP) is a service that is very much needed and can be a solution for those who like convenience and practicality in terms of sending an item, especially when it comes to regional affordability so that it becomes very important for the community along with the high cost of shipping through conventional delivery services. jastip services that are in direct contact with customers so there needs to be a balance in terms of customer expectations and desires to increase customer satisfaction in using jastip. The Servqual method is very suitable to measure the level of satisfaction, the level of importance and the level of customer expectations by using 5 service dimensions, namely, physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy. The results of this study where the focus for improvement is in quadrant A, which includes attributes that are considered very important by users but in reality these attributes are not in accordance with reality. an consists of attributes 3,12,15,16,17,19,20,21 and 22 and quadrant C, which is an area that contains attributes that are considered quite important by users and in actual conditions the performance is not good enough consisting of the 10th attribute. and 24.

**Keywords:** Delivery, Servqual, Service Process, Customer

### 1. Pendahuluan

Indonesia adalah negara besar di dunia berdasarkan luas wilayahnya dimana wilayah perairan lebih besar dari pada wilayah daratan yang terpisah dari sabang sampai merauke oleh lautan. Karenanya untuk mencapai satu pulau ke pulau lainnya dibutuhkan suatu sarana

pengangkutan baik melalui darat, laut dan udara. (Gunardo. 2014: 198).

Ibarat jaringan darah, transportasi di upayakan agar melancarkan jalur ekonomi antara pulau satu dengan pulau lainnya dengan sistem perencanaan transportasi yang baik akan terjalin hubungan ekonomi yang semakin berkembang dengan memperhatikan 4 aspek

yaitu ,kehandalan, kenyamanan, ketejangkauan, dan keamanan. (Gunardo. 2014: 189). Untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Karena dengan adanya kualitas layanan pengelola yang baik akan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang tentunya akan berdampak positif (Bora, Sanusi & Isdar. 2018).

Peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen sangat penting dan dapat berpengaruh besar pada perusahaan. (Donoriyanto. 2012). Kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk adalah tingkat perasaan seseorang setelah mendapatkan hasil yang dirasakannya dengan harapannya dari suatu produk.(Sutoni & Ramadiah. 2019).

Jasa titip (JASTIP) barang pada perusahaan Jastip XXX menjadi pilihan utama dalam proses pengiriman barang khususnya dari jawa ke papua sehingga memunculkan jastip – jastip lainnya. Jastip xxx perlu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga pelanggan terpuaskan dan loyal terhadap jastip xxx.

Mengukur kualitas jasa berarti mengevaluasi atau membandingkan kinerja suatu jasa dengan seperangkat standar yang telah ditetapkan terlebih dahulu (Tjiptono & Chandra, 2011). Model kualitas layanan yang paling populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa adalah model SERVQUAL (singkatan dari Service Quality) yang dikembangkan telah oleh Parasuraman, dkk (1985) dalam serangkaian penelitian mereka terhadap berbagai sektor jasa. Dalam model ini juga dikenal dengan gap analysis model.

Konsumen yang puas akan mengulangi memakai jasa dan menyampaikan pesan positif tentang hal itu kepada orang lain. Kepuasan pelanggan yang tinggi harus menunjukkan peningkatan kesetiaan untuk pelanggan saat ini, mengurangi isolasi elastisitas harga pelanggan saat ini dari upaya kompetitif, menurunkan biaya transaksi di masa depan, mengurangi biaya kegagalan, menurunkan biaya menarik pelanggan baru, dan meningkatkan reputasi perusahaan (Zainal F. 2020).

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode servqual. Penelitian dilaksanakan pada perusahaan Jastip XXX di Kab. Sorong Papua Barat.

Pengumpulan data penelitian dengan cara wawancara dan menyebarkan kuesioner ke pelanggan Jastip xxx yang terdata dan pernah menggunakan Jastip tersebut.

- Wawancara dilakukan untuk menentukan atribut apa yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan menggunakan 5 dimensi pelayanan dari hasil wawancara ada 25 atribut pertanyaan dan di validasi setiap atribut sebelum digunakan untuk mengukur tingkat pelayanan Jastip XXX.

- Kuesioner dibagikan untuk mendapatkan sebuah nilai dari setiap atribut yang digigunakan dalam mengukur tingkat pelayanan Jastip XXX.

Langkah –langkah metode servqual yaitu :

- Menggunakan lima dimensi utama dalam kualitas pelayanan yaitu tangible (Bukti Langsung), Reability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), dan Emphaty (Empati).

- Untuk mengukur kualitas pelayanan Jastip Kurir Cendana serta harapan dan kepentingan dari pelanggan.

- Menghitung “Gap Analisis” antara nilai pada bobot Kepuasan, harapan dan kepentingan

## 3. Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas dan Reliabilitas Responden

Hasil jawaban responden terhadap atribut pertanyaan ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu tingkat Kepuasan, Tingkat Harapan dan Tingkat Kepentingan seperti tabel 3.1. Uji

validitas data responden dan 3.2. Uji Reliabilitas Responden dibawah ini

**Tabel 3.1. Uji Validitas Responden**

| Atribut<br>Pertanyaan | T. Kepuasan | T. Harapan | T.<br>Kepentingan | Ket.  |
|-----------------------|-------------|------------|-------------------|-------|
| P1                    | 0,875       | 0,845      | 0,872             | Valid |
| P2                    | 0,878       | 0,904      | 0,908             | Valid |
| P3                    | 0,740       | 0,778      | 0,789             | Valid |
| P4                    | 0,818       | 0,871      | 0,886             | Valid |
| P5                    | 0,843       | 0,923      | 0,895             | Valid |
| P6                    | 0,874       | 0,885      | 0,872             | Valid |
| P7                    | 0,923       | 0,824      | 0,847             | Valid |
| P8                    | 0,884       | 0,891      | 0,903             | Valid |
| P9                    | 0,917       | 0,891      | 0,881             | Valid |
| P10                   | 0,908       | 0,904      | 0,900             | Valid |
| P11                   | 0,910       | 0,889      | 0,889             | Valid |
| P12                   | 0,821       | 0,886      | 0,873             | Valid |
| P13                   | 0,903       | 0,947      | 0,938             | Valid |
| P14                   | 0,923       | 0,897      | 0,916             | Valid |
| P15                   | 0,841       | 0,879      | 0,917             | Valid |
| P16                   | 0,886       | 0,883      | 0,876             | Valid |
| P17                   | 0,838       | 0,883      | 0,919             | Valid |
| P18                   | 0,875       | 0,875      | 0,886             | Valid |
| P19                   | 0,777       | 0,858      | 0,886             | Valid |
| P20                   | 0,824       | 0,869      | 0,882             | Valid |
| P21                   | 0,820       | 0,850      | 0,820             | Valid |
| P22                   | 0,889       | 0,898      | 0,873             | Valid |
| P23                   | 0,945       | 0,896      | 0,798             | Valid |
| P24                   | 0,884       | 0,892      | 0,879             | Valid |
| P25                   | 0,917       | 0,907      | 0,886             | Valid |

**Tabel 3.2. Uji Reliabilitas Responden**

| Atribut       | T. Kepuasan | T. Harapan | T. Kepentingan | Ket      |
|---------------|-------------|------------|----------------|----------|
| Total Atribut | 0,962       | 0,964      | 0,964          | Reliabel |

Dari table diatas, hasil dari uji reliabilitas keseluruhan atribut pertanyaan ini adalah **Reliabel** karena nilai **R hitung** > **R tabel** (**0, 254**).

### Hasil Penyebaran Kuisisioner

Dari hasil penyebaran kuisisioner peneliti menghitung nilai rata-rata dari setiap

atribut dalam mengukur tingkat kepuasan, tingkat harapan, dan tingkat kepentingan pelanggan yang dapat dilihat pada table 3.3 Hasil Rata-Rata Penyebaran Kuisisioner ke Pelanggan Jastip dibawah ini.

**Tabel. 3.3. Rata – Rata Penyebaran Kuisisioner**

| Dimensi               | Atribut                                                                                                                        | T. Kepuasan | T. Harapan | T. Kepentingan |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------|----------------|
| <b>Tangible</b>       | Kemudahan mengakses website Jastip Kurir Cendana                                                                               | 3,279       | 3,279      | 3,279          |
|                       | Keakuratan informasi diberikan oleh kurir cendana (meliputi status barang, tracking, dan keberangkatan dan kedatangan barang). | 3,213       | 3,443      | 3,426          |
|                       | Kenyamanan ruang tunggu Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)                         | 2,836       | 3,180      | 3,115          |
|                       | Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.                                                 | 3,230       | 3,344      | 3,459          |
|                       | Lokasi kantor Kurir Cendana mudah di temukan                                                                                   | 3,262       | 3,279      | 3,344          |
| <b>Reliability</b>    | Pengiriman barang tepat waktu, akurat dan sesuai jadwal                                                                        | 3,230       | 3,311      | 3,410          |
|                       | Biaya pengiriman dan proses pembayaran mudah dan murah/ sesuai                                                                 | 3,426       | 3,426      | 3,475          |
|                       | Keamanan barang terjamin dan diperhatikan dengan baik oleh kurir cendana                                                       | 3,361       | 3,492      | 3,492          |
|                       | Persyaratan pengiriman jastip tidak memberatkan pengguna jasa (barang elektronik dan barang yang mudah rusak).                 | 3,443       | 3,361      | 3,443          |
| <b>Responsiveness</b> | Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang/ volume barang.                                                               | 3,148       | 3,361      | 3,443          |
|                       | Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.                                                         | 3,082       | 3,180      | 3,311          |
|                       | Ketersediaan notifikasi mengenai shipment progres.                                                                             | 3,115       | 3,328      | 3,311          |
|                       | Kemudahan dan kecepatan dalam sistem pembayaran                                                                                | 3,459       | 3,426      | 3,443          |
|                       | Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi.                                                                                   | 3,344       | 3,410      | 3,410          |
|                       | Tindakan cepat tanggap atas                                                                                                    | 3,148       | 3,393      | 3,377          |

|                  | keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen                                                                                |       |       |       |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| <b>Assurance</b> | Keamanan transaksi terjamin.                                                                                                 | 3,410 | 3,574 |       |
|                  | Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.                                                    | 3,180 | 3,574 | 3,541 |
|                  | Kepercayaan pelanggan bahwa perusahaan Kurir Cendana berpengalaman dan professional untuk meng-handle barang kiriman mereka. | 3,475 | 3,459 | 3,426 |
|                  | Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah                                            | 2,918 | 3,311 | 3,311 |
|                  | Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang                                                              | 3,033 | 3,311 | 3,328 |
| <b>Empathy</b>   | Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis                       | 3,016 | 3,344 | 3,262 |
|                  | Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan                                                 | 3,098 | 3,393 | 3,344 |
|                  | Pelayanan yang ramah dan sopan dari karyawan.                                                                                | 3,410 | 3,459 | 3,508 |
|                  | Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan                                                          | 3,197 | 3,426 | 3,459 |
|                  | Komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan.                                                                          | 3,410 | 3,557 | 3,459 |

**GAP Analisis**

Gap analisis dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur kesenjangan (gap) antara kinerja suatu variabel terhadap kepuasan, harapan dan kepentingan pelanggan terhadap variabel yang digunakan.

**Gap Analisis Kepuasan dan Harapan Pelanggan**

Gap analisis yang pertama yaitu menghitung gap antara tingkat kepuasan dan harapan pelanggan untuk menentukan nilai *customer satisfaction* Seperti table 3.4 Gap Analisis Kepuasan dan Harapan Pelanggan Jastip XXX dibawah ini.

**Tabel 3.4. Gap Analisis Kepuasan dan Harapan**

| Dimensi            | Atribut | T. Kepuasan | T. Harapan | Gap           |
|--------------------|---------|-------------|------------|---------------|
| <b>Tangible</b>    | 1       | 3,279       | 3,279      | <b>0</b>      |
|                    | 2       | 3,213       | 3,443      | <b>-0,213</b> |
|                    | 3       | 2,836       | 3,180      | <b>-0,344</b> |
|                    | 4       | 3,230       | 3,344      | <b>-0,115</b> |
|                    | 5       | 3,262       | 3,279      | <b>-0,016</b> |
| <b>Reliability</b> | 1       | 3,230       | 3,311      | <b>-0,082</b> |
|                    | 2       | 3,426       | 3,426      | <b>0</b>      |

|                       |   |       |       |               |
|-----------------------|---|-------|-------|---------------|
|                       | 3 | 3,361 | 3,492 | <b>-0,131</b> |
|                       | 4 | 3,443 | 3,361 | <b>0,082</b>  |
|                       | 5 | 3,148 | 3,361 | <b>-0,213</b> |
| <b>Responsivenees</b> | 1 | 3,082 | 3,180 | <b>-0,098</b> |
|                       | 2 | 3,115 | 3,328 | <b>-0,213</b> |
|                       | 3 | 3,459 | 3,426 | <b>0,033</b>  |
|                       | 4 | 3,344 | 3,410 | <b>-0,066</b> |
|                       | 5 | 3,148 | 3,393 | <b>-0,246</b> |
| <b>Assurance</b>      | 1 | 3,410 | 3,574 | <b>-0,164</b> |
|                       | 2 | 3,180 | 3,574 | <b>-0,393</b> |
|                       | 3 | 3,475 | 3,459 | <b>0,016</b>  |
|                       | 4 | 2,918 | 3,311 | <b>-0,393</b> |
|                       | 5 | 3,033 | 3,311 | <b>-0,279</b> |
|                       | 6 | 3,016 | 3,344 | <b>-0,328</b> |
| <b>Empathy</b>        | 1 | 3,098 | 3,393 | <b>-0,295</b> |
|                       | 2 | 3,410 | 3,459 | <b>-0,049</b> |
|                       | 3 | 3,197 | 3,426 | <b>-0,230</b> |
|                       | 4 | 3,410 | 3,557 | <b>-0,148</b> |

**Gap Analisis Importance To Custome**  
Analnsis gap yang kedua dilakukan untuk menentukan nilai *importance to customer*

dari tingkat harapan dan kepentingan pelanggan, seperti table 3.5.

**Tabel 3.5 Tingkat Harapan dan Kepentingan**

| Dimensi               | Atribut | T. Harapan | T. Kepentingan | Gap           |
|-----------------------|---------|------------|----------------|---------------|
| <b>Tangible</b>       | 1       | 3,279      | 3,279          | <b>0</b>      |
|                       | 2       | 3,443      | 3,426          | <b>0,016</b>  |
|                       | 3       | 3,180      | 3,115          | <b>0,066</b>  |
|                       | 4       | 3,344      | 3,459          | <b>-0,115</b> |
|                       | 5       | 3,279      | 3,344          | <b>-0,066</b> |
| <b>Reliability</b>    | 1       | 3,311      | 3,410          | <b>-0,098</b> |
|                       | 2       | 3,426      | 3,475          | <b>-0,49</b>  |
|                       | 3       | 3,492      | 3,492          | <b>0</b>      |
|                       | 4       | 3,361      | 3,443          | <b>-0,082</b> |
|                       | 5       | 3,361      | 3,443          | <b>-0,082</b> |
| <b>Responsivenees</b> | 1       | 3,180      | 3,311          | <b>-0,131</b> |
|                       | 2       | 3,328      | 3,311          | <b>0,016</b>  |
|                       | 3       | 3,426      | 3,443          | <b>-0,066</b> |
|                       | 4       | 3,410      | 3,410          | <b>0</b>      |

|                  |   |       |       |               |
|------------------|---|-------|-------|---------------|
|                  | 5 | 3,393 | 3,377 | <b>0,016</b>  |
| <i>Assurance</i> | 1 | 3,574 | 3,541 | <b>0,033</b>  |
|                  | 2 | 3,574 | 3,541 | <b>0,033</b>  |
|                  | 3 | 3,459 | 3,426 | <b>0,033</b>  |
|                  | 4 | 3,311 | 3,311 | <b>0</b>      |
|                  | 5 | 3,311 | 3,328 | <b>-0,016</b> |
|                  | 6 | 3,344 | 3,262 | <b>0,082</b>  |
| <i>Empathy</i>   | 1 | 3,393 | 3,344 | <b>0,049</b>  |
|                  | 2 | 3,459 | 3,508 | <b>-0,049</b> |
|                  | 3 | 3,426 | 3,459 | <b>-0,033</b> |
|                  | 4 | 3,557 | 3,459 | <b>0,098</b>  |

### Gap Analisis Total

Gap analisis total ini dihitung antara total dari analisis gap pertama dan kedua, analisis menentukan nilai prioritas dari

atribut-atribut yang digunakan Perhitungan tersebut dapat dilihat pada table 3.6 Gap Analisis Total *Customer Satisfaction & Importance to customer*

**Tabel 3.6. Gap Analisis Total**

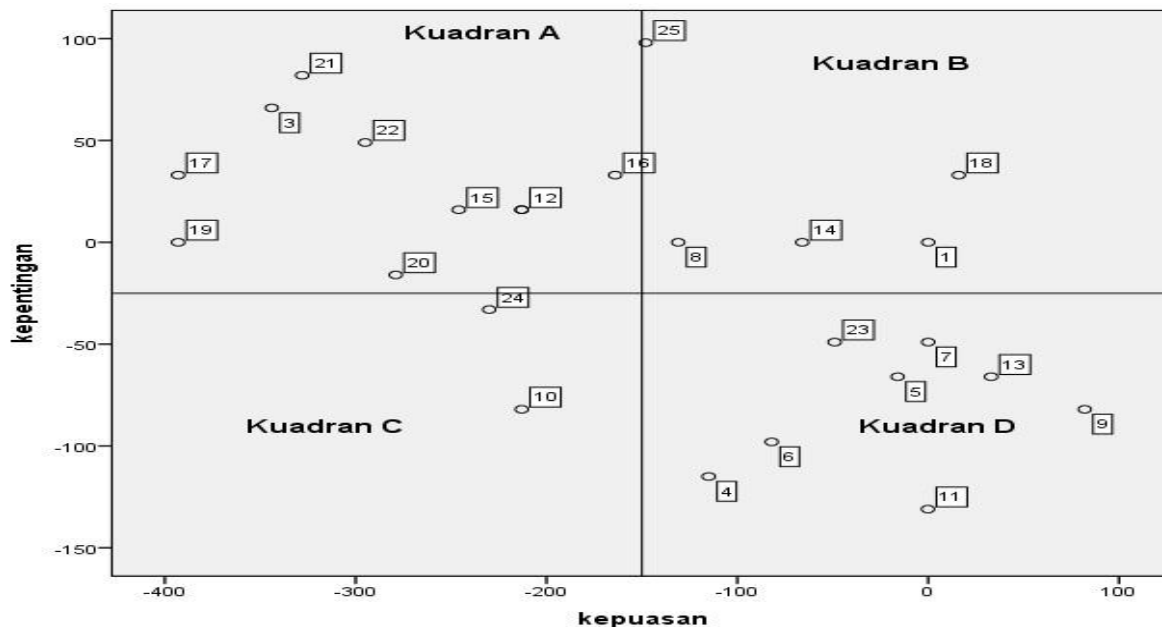
| Atribut   | <i>Customer Satisfaction</i> | <i>Importance to customer</i> | Gap           | Prioritas |
|-----------|------------------------------|-------------------------------|---------------|-----------|
| <b>1</b>  | 0                            | 0                             | <b>0</b>      |           |
| <b>2</b>  | -0,213                       | 0,016                         | <b>-0,213</b> |           |
| <b>3</b>  | -0,344                       | 0,066                         | <b>-0,279</b> | <b>5</b>  |
| <b>4</b>  | -0,115                       | -0,115                        | <b>-0,230</b> | <b>11</b> |
| <b>5</b>  | -0,016                       | -0,066                        | <b>-0,082</b> |           |
| <b>6</b>  | -0,082                       | -0,098                        | <b>-0,180</b> |           |
| <b>7</b>  | 0                            | -0,049                        | <b>-0,049</b> |           |
| <b>8</b>  | -0,131                       | 0                             | <b>-0,131</b> |           |
| <b>9</b>  | 0,082                        | -0,082                        | <b>0</b>      |           |
| <b>10</b> | -0,213                       | -0,082                        | <b>-0,295</b> | <b>3</b>  |
| <b>11</b> | -0,098                       | -0,131                        | <b>-0,230</b> | <b>10</b> |
| <b>12</b> | -0,213                       | 0,016                         | <b>-0,197</b> |           |
| <b>13</b> | 0,033                        | -0,066                        | <b>0,016</b>  |           |
| <b>14</b> | -0,066                       | 0                             | <b>-0,066</b> |           |
| <b>15</b> | -0,246                       | 0,016                         | <b>-0,230</b> | <b>9</b>  |
| <b>16</b> | -0,164                       | 0,033                         | <b>-0,131</b> |           |
| <b>17</b> | -0,393                       | 0,033                         | <b>-0,361</b> | <b>2</b>  |

|    |        |        |               |          |
|----|--------|--------|---------------|----------|
| 18 | 0,016  | 0,033  | <b>0,049</b>  |          |
| 19 | -0,393 | 0      | <b>-0,393</b> | <b>1</b> |
| 20 | -0,279 | -0,016 | <b>-0,295</b> | <b>4</b> |
| 21 | -0,328 | 0,082  | <b>-0,246</b> | <b>8</b> |
| 22 | -0,295 | 0,049  | <b>-0,246</b> | <b>7</b> |
| 23 | -0,049 | -0,049 | <b>-0,098</b> |          |
| 24 | -0,230 | -0,033 | <b>-0,262</b> | <b>6</b> |
| 25 | -0,148 | 0,098  | <b>-0,049</b> |          |

**Analisis Importance Performance Matrix**

Digunakan untuk memperoleh faktor yang berpengaruh terhadap Total kepuasan

pelanggan Jastip xxx. Detail IPA terdapat pada gambar 3.1 Grafik 4 Kuadran Penyebaran Total Kepuasan Pelanggan Jastip xxx berikut:



**Gambar 3.1. Grafik 4 Kuadran Penyebaran Total Kepuasan Pelanggan Jastip xxx**

**Kuadran A:** meliputi atribut yang dianggap sangat penting oleh pengguna namun pada kenyataan atribut ini belum sesuai kenyataan. Atribut 3,12,15,16,17,19,20,21 dan 22 merupakan atribut yang berada di kuadran A.

**Kuadran B:** meliputi atribut yang dianggap penting oleh pengguna dan atribut ini dianggap sudah sesuai oleh pengguna sehingga tingkat kepuasan relatifnya lebih tinggi, yang merupakan

atribut dalam kuadran ini adalah atribut 1,8,14,18 dan 25.

**Kuadran C:** merupakan wilayah yang memuat atribut yang dianggap Cukup penting oleh pengguna dan pada kondisi sesungguhnya kinerjanya tidak cukup baik. Kuadran C terdiri dari atribut 10 dan 24.

**Kuadran D:** terdiri dari atribut 4,5,6,7,9,11,13 dan 23. Pada kuadran ini kepuasan pengguna telah terpenuhi namun oleh pengguna tidak dianggap penting.



## **Pembahasan**

Pada uji kecukupan data kuesioner ini dengan menggunakan rumus Solvin dimana jumlah populasi sekali melakukan pengiriman jastip kurir cendana berjumlah 70 orang, dengan nilai eror/ toleransi sebesar 5% sehingga jumlah kuisisioner yang didapat yakni 60 kuisisioner data dianggap cukup untuk mewakili sebagai sampel populasi konsumen jastip kurir cendana.

Analisis gap total ini dihitung dari nilai Gap *Customer Satisfaction* dan Gap *Importance to customer* digunakan sebagai penentuan atribut- atribut apa saja yang menjadi krusial atau penting untuk ditingkatkan dilihat dari rata-rata gap di setiap atribut. Atribut yang diambil yakni atribut yang memiliki nilai gap terbesar. Semakin besar gap yang ada menunjukkan kepuasan akan produk atau jasa tersebut perlu untuk dilakukan perbaikan (Wijaya, 2011).perhitungan nilai gap ini dapat dilihat pada tabel hasil perhitungan gap total.

Berdasarkan analisis grafik 4 kuadran terdapat importance performance pada servqual dimana ada 4 kuadran dimana yang menjadi fokus untuk dilakukan perbaikan yakni di kuadran A yaitu meliputi atribut yang dianggap sangat penting oleh pengguna namun pada kenyataan atribut ini belum sesuai kenyataan terdiri dari atribut ke 3,12,15,16,17,19,20,21 dan 22 dan kuadran C yaitu merupakan wilayah yang memuat atribut yang dianggap Cukup penting oleh pengguna dan pada kondisi sesungguhnya kinerjanya tidak cukup baik terdiri dari atribut ke 10 dan 24.

## **4. Simpulan dan Saran**

### **Kesimpulan pada penelitian ini yaitu:**

Pada penelitian ini menggunakan metode service quality (servqual). Servqual sendiri digunakan untuk menentukan atribut – atribut pelayanan dengan menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu Tangible,

Reliability, Responsiveness, Ansurance dan Empathy. Pengumpulan data ini menggunakan kuesioner yang dibagikan ke 61 konsumen Jastip Kurir Cendana dimana rata – rata pengguna adalah olshop, toko pakaian, toko sembako, toko minuman dll.Terdapat 11 atribut yang memiliki nilai gap tertinggi yang sesuai dengan matrix 4 kuadran yang terdiri dari 9 poin pada kuadran A yaitu Atribut 3,12,15,16,17,19,20,21,22 dan 2 point pada kuadran C.yakni Atribut 10 dan 24.

### **Saran pada Penelitian ini:**

Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya dapat mendesain model pengiriman Jastip berbasis teknologi 4.0 sehingga proses pelayanan lebih transparan

### **Daftar Pustaka**

- Bora, M. A., Sanusi., & Isdar Andi. 2018. Desain Produk Jasa Layanan Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment ( QFD ) Di Rusun Fanindo. *Jurnal Kreatif Industri*. Vo. 2, No. 2, Pp. 37 – 50.
- Donoriyanto, D. Sukma. (2012). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang dengan Metode Servqual dan QFD di PT APAS. Teknik Industri. Jawa Timur
- Gurnado, R. B. 2014. *Geografi Transportasi* (1 ed). Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Hilmansyah, D. 2016. Integrasi Metode Service Quality, Kano Model Dan Quality Function Deployment Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Sekolah Staf Dan Komando Angkatan Laut. *Jurnal Peahanan dan Bela Negara*. Vol. 6, No. 1, Pp. 193-223.
- Sutoni, A., & Ramadian, P. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Dan Pengembangan Produk Menggunakan Metode Kano Dan House Of Quality. *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC 2019. Surakarta, 2-3 Mei 2019. 1-10*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2011. *Service*,

- Quality, and Satisfaction. Yogyakarta: Andi. Journal of Computer Applications, 17-21. Evidence. International Journal of Logistics, 1-34.*
- Wijaya T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi Pertama. Jakarta : PT Indeks.
- Zainal Fahani R., *et all.* 2020. *Analisis Logistic Service Quality* untuk Meningkatkan Kualitas Layanan JAsa Pengiriman JNE Express. *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 15, No, 2, Pp. 73 -81.