

## ANALISA INTEGRASI *SERVICE QUALITY* DAN KANO UNTUK PENINGKATAN PELAYANAN KONSUMEN (Studi Kasus: JNE Suryopranoto)

Farhan Eka Pramana<sup>1</sup>, Suparto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Industri - Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya

Email: [1farhanekaeka56@gmail.com](mailto:farhanekaeka56@gmail.com) , [2suparto@itats.ac.id](mailto:suparto@itats.ac.id)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Peningkatan kualitas jasa memiliki keterkaitan yang kuat dengan tingkat kepuasan pelanggan diberbagai aspek layanan seperti keandalan, responsifitas, dan kompetensi, pelanggan cenderung merasa bahwa harapan pelanggan terpenuhi dengan baik. Masalah yang terjadi dalam kepuasan pelanggan di perusahaan pengiriman JNE Suryopranoto meliputi berbagai aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. keterlambatan pengiriman yang mengakibatkan paket tidak sampai tepat waktu, kerusakan atau kehilangan barang dalam proses pengiriman, serta kurangnya kejelasan dalam sistem pelacakan bisa membuat pelanggan merasa khawatir dan kecewa. Oleh karena itu dilakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dengan metode *servqual* dan kano untuk menentukan prioritas atribut dan dilakukan perbaikan. Pada metode *servqual* terdapat 16 atribut yang bernilai negatif dan pada metode *servqual* dan kano diperoleh 5 urutan teratas atribut layanan yang perlu dilakukan perbaikan yaitu kode T4 (Fasiitas pengukuan dan pengecekan JNE Suryopranoto), R4 (Pelayanan yang cepat dalam pelanggan), K3 (*Repacking* paket dengan rapi), E2 (Karyawan menghargai seluruh pelanggan), R1 (Proses klaim mudah dan cepat).

**Kata Kunci :** *Kepuasan pelanggan, Service quality, Kano, JNE*

### PENDAHULUAN

Peningkatan kualitas jasa memiliki keterkaitan yang kuat dengan tingkat kepuasan pelanggan saat penyedia jasa fokus pada meningkatkan berbagai aspek layanan seperti keandalan, responsifitas, dan kompetensi, pelanggan cenderung merasa bahwa harapan pelanggan terpenuhi dengan baik. Pemenuhan harapan ini menciptakan persepsi positif mengenai layanan, menghasilkan rasa puas yang melekat pada pengalaman pelanggan. Dengan mengatasi masalah potensial sebelum pelanggan muncul dan menyajikan solusi yang efektif, penyedia jasa juga mengurangi keluhan dan masalah yang dapat merusak citra layanan. Kelebihan ini berkontribusi pada pembentukan loyalitas pelanggan, yang berarti pelanggan akan lebih mungkin untuk tetap menggunakan layanan yang sama di masa depan (Priansa, 2017).

Peningkatan kualitas jasa bukan hanya menciptakan pengalaman yang lebih baik, tetapi juga membangun fondasi untuk hubungan jangka panjang yang kuat antara penyedia jasa dan pelanggan, serta memberikan persepsi nilai yang lebih tinggi terhadap layanan. Mengabaikan pentingnya peningkatan layanan dapat berdampak serius terhadap usaha yang menyebabkan kehilangan pelanggan dan penurunan loyalitas, yang berujung pada penurunan pendapatan dan profitabilitas. Selain itu, pelanggan yang tidak puas dengan layanan yang diberikan cenderung beralih ke pesaing yang menawarkan pengalaman yang lebih baik. Selain itu, modalitas negatif

dapat merusak reputasi bisnis secara luas, menghambat upaya untuk menarik pelanggan baru (Baskoro, 2022). Akhirnya, kurangnya fokus pada kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi citra dan persepsi positif mengenai usaha, yang pada gilirannya berdampak pada daya tarik bagi calon pelanggan. Oleh karena itu, memprioritaskan kepuasan pelanggan menjadi kunci untuk menjaga keberhasilan dan pertumbuhan berkelanjutan dalam bisnis jasa.

JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) merupakan salah satu perusahaan logistik dan kurir terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini menawarkan berbagai layanan pengiriman, termasuk pengiriman paket, dokumen, barang kargo, dan layanan lainnya. Menyediakan layanan pengiriman, termasuk pengiriman regular, ekspres, dan kargo. Terdapat banyak cabang yang tersebar diseluruh indonesia, salah satunya adalah JNE Suryopranoto. Masalah yang terjadi dalam kepuasan pelanggan di perusahaan pengiriman JNE Suryopranoto meliputi berbagai aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. keterlambatan pengiriman yang mengakibatkan paket tidak sampai tepat waktu, kerusakan atau kehilangan barang dalam proses pengiriman, serta kurangnya kejelasan dalam sistem pelacakan bisa membuat pelanggan merasa khawatir dan kecewa. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan perlu berkomunikasi secara proaktif dengan pelanggan, memberikan solusi yang memadai, dan melakukan perbaikan berkelanjutan dalam layanan untuk memastikan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan membangun hubungan yang positif. Kepuasan pelanggan di JNE Suryopranoto dapat diatasi dengan metode *Service Quality* (Servqual). Sebagai alat yang efektif untuk mengatasi kepuasan pelanggan dalam perusahaan pengiriman seperti JNE dan Metode Kano membantu dalam mengklasifikasikan atribut atau fitur layanan berdasarkan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

*Service Quality* (*Servqual*) didefinisikan sebagai *gap* antara persepsi konsumen dan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan dengan membandingkannya dengan harapan pelanggan terhadap layanan tersebut. Metode *Service Quality* (Servqual) melibatkan survei yang meminta pelanggan untuk menilai harapan dan persepsi mereka terhadap masing-masing dimensi kualitas layanan (Astuti, 2017). Model Kano adalah alat yang membantu bisnis memahami sejauh mana kinerja layanan dan mengetahui apa yang benar-benar diinginkan pelanggan melalui pendekatan *service gaps* (Hartono, 2017). Terdapat enam atribut pengategorian model kano yaitu atribut *Attractive* (A), *One Dimensional* (O), *Must Be* (M), *Questionable* (Q), *Indifferent* (I), dan *Reserve* (R). Melihat perspektif dan keinginan konsumen JNE Suryopranoto selaku unit pelayanan jasa pengiriman barang agar dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen menurut (Astuti, 2017) menyatakan bahwa menciptakan kepuasan konsumen merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Kepuasan merupakan gambaran perbedaan antara harapan dan kinerja (yang nyata diterima). Terciptanya kepuasan di hati konsumen sangat bermanfaat bagi tumbuhnya loyalitas/kesetiaan merek. Konsumen akan setia ketika produk sejenis yang dimilikinya sudah mewakili kemudahan kebutuhannya. Menurut

(Sangjad, 2017) variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas dan suasana.

## 2. *Service Quality*

*Service Quality* didefinisikan sebagai rata-rata dari *gap* antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. *Servqual* pada dasarnya digunakan sebagai alat *diagnostic* atau teknik dalam menemukan kekuatan dan kelemahan perusahaan dan mengevaluasi performa dari atribut layanan. Terdapat 5 (lima) dimensi pokok dari *Servqual* yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* (TRRAE). Metode *servqual* memiliki kelebihan dan kekurangan sebagai berikut:

### a. Kelebihan

- 1) Metode *Service Quality* dapat membantu organisasi untuk memahami bagaimana pelanggan mereka menilai kualitas layanan. Ini memberikan pandangan langsung dari sudut pandang pelanggan.
- 2) Dengan memahami persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, organisasi dapat lebih baik menyesuaikan layanan mereka dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.
- 3) Metode ini membantu organisasi untuk mengidentifikasi area di mana mereka mungkin perlu meningkatkan kualitas layanan. Ini dapat menjadi dasar untuk perbaikan dan pengembangan strategi.
- 4) *Service Quality* dapat digunakan untuk membandingkan kualitas layanan organisasi dengan pesaing, sehingga membantu dalam menentukan posisi kompetitif.

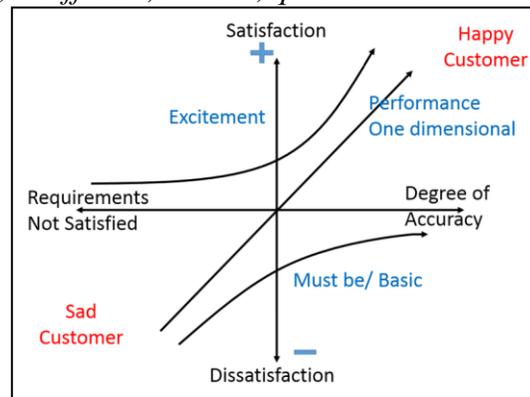
### b. Kekurangan

- 1) Penilaian kualitas layanan melibatkan persepsi pelanggan yang bersifat subjektif. Hal ini dapat menyebabkan hasil yang bervariasi antar individu dan sulit untuk diukur secara objektif.
- 2) Beberapa kritikus menyatakan bahwa metode *Service Quality* mungkin tidak sepenuhnya relevan untuk semua jenis industri atau layanan.
- 3) Beberapa aspek kualitas layanan, seperti kepercayaan atau empati, sulit diukur secara konkret. Hal ini dapat menyulitkan penggunaan metode ini untuk mengukur aspek-aspek yang lebih abstrak.
- 4) Metode ini mungkin kurang mampu menangkap perubahan dinamis dalam persepsi pelanggan seiring waktu, karena metode ini seringkali dilakukan pada titik waktu tertentu

## 3. *KANO*

Menurut (Hartono, 2017) Pengertian model Kano merupakan pendekatan yang menggambarkan hubungan antara tingkat performa layanan dan kepuasan pelanggan. Pandangan tradisional yang menganggap bahwa peningkatan tingkat performa layanan secara linear berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan ternyata tidak selalu benar. Menurut metode Kano, kepuasan pelanggan dapat menunjukkan pola yang non-linear, dan kualitas layanan tidak selalu sesuai dengan harapan. Dengan kata lain, tidak setiap peningkatan dalam layanan secara otomatis menghasilkan peningkatan kepuasan

pelanggan. Menurut (Hartono, 2017) penjelasan dari 6 (enam) jenis tingkat atribut layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu *attractive, one-dimensional, must-be, indifferent, reverse, questionable*.



Gambar 2.1 *Customer Satisfaction Level*

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian meliputi langkah-langkah yang digunakan dalam proses pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi hasil penelitian.

### 1. Identifikasi dan perumusan masalah

Tahap ini bertujuan untuk mempresentasikan latar belakang masalah merumuskan masalah yang hendak dijadikan bahan penelitian, menetapkan tujuan, serta menentukan asumsi dan batasan penelitian. Dalam tahap ini meliputi survei pendahuluan, perumusan masalah, studi pustaka, penentuan tujuan penelitian, identifikasi variabel penelitian,

### 2. Tahap pengumpulan data

Merupakan suatu metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan informasi dan data dari objek penelitian. Cara atau teknik yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data ini adalah dengan melakukan kuisisioner dengan dibantu proses wawancara untuk memudahkan responden memahami setiap pertanyaan yang ada pada kuisisioner.

### 3. Tahap pengolahan data

Pengolahan data terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, dan pengolahan data sesungguhnya yang merupakan lanjutan dari pengolahan awal yang terdiri dari analisis kualitas layanan, metode *Service Quality (Servqual)*, serta metode perbaikan dengan menggunakan model Kano.

### 4. Tahap analisa dan kesimpulan

Pada tahap ini dilakukan analisis dan pembahasan dari tahap pengolahan data yang selesai dilakukan sebelumnya, sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan. Untuk perhitungan nilai *Servqual*, *gap* atau kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan yang terbesar ditunjukkan dengan hasil paling negatif, yaitu kriteria yang harus ditingkatkan atau diperbaiki kualitas pelayanannya sehingga konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan (*Result & Discussion*). Memuat hasil analisis penelitian dan interpretasinya. Hasil dan pembahasan berisi hasil-hasil temuan penelitian dan pembahasannya secara ilmiah. Tuliskan temuan-temuan ilmiah yang diperoleh dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan dengan ditunjang oleh data-data yang memadai. Hasil-hasil penelitian dan temuan harus bisa menjawab tujuan/hipotesis penelitian di bagian pendahuluan.

### • HASIL

#### Pengumpulan Data

Dalam upaya mengidentifikasi keinginan dan harapan konsumen (*voice of customer*) terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan JNE Suryopranoto, maka dilakukan penyebaran kuisioner kepada 35 pelanggan perusahaan JNE Suryopranoto yang berisikan harapan terhadap dimensi dan atribut yang telah ditentukan. Berikut merupakan desain dari pernyataan kuisioner yang didapatkan melalui brainstorming dengan owner dan akan digunakan pada penelitian.

Tabel 4.1 Desain Dimensi dan Atribut

No	Dimensi	Atribut	Kode
1.	Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )	Memiliki area parkir yang cukup luas untuk pengunjung yang berkunjung	T1
		Lokasi yang mudah untuk ditemukan	T2
		Ruang tunggu nyaman dan bersih area JNE Suryopranoto	T3
		Fasilitas pengukuran dan pengecekan JNE Suryopranoto	T4
2.	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Pelayanan yang diberikan teliti dan cepat	K1
		Pengiriman paket sesuai dengan waktu yang diperkirakan	K2
		<i>Repacking</i> paket dengan rapi	K3
		Kemudahan pelayanan pada JNE Suryopranoto	K4
3.	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Proses klaim mudah dan cepat	R1
		Pelacakan informasi paket mudah dan ter-update	R2
		Karyawan cepat tanggap dalam menerima keluhan pelanggan	R3
		Pelayanan yang cepat dalam pelanggan	R4
4.	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Menjaga keamanan barang dari pelanggan	A1
		Jaminan jika paket hilang dan rusak	A2
		Jaminan Ketika paket terlambat	A3
		Menumbuhkan rasa percaya pelanggan	A4
5.	Empati ( <i>Empathy</i> )	Karyawan menyambut pelanggan dengan ramah dan sopan	E1
		Karyawan menghargai seluruh pelanggan	E2

	Mau menerima kritik dan saran	E3
	Tersedianya tata cara pengaduan komplain	E4

### Uji Sampel Bernoulli

Pada tahap ini dilakukan penyusunan dan penyebaran kuesioner kano terhadap para responden konsumen JNE Suryopranoto. Dimana pada kuesioner ini berisikan fungsional (positif) dan disfungsional (negatif) yang akan diisi oleh responden, untuk mengetahui respon konsumen terhadap variabel yang telah diperoleh pada penyebaran kuesioner *Service Quality*. Berikut adalah rekapitulasi hasil pembagian kuesioner:

Tabel 4.2 Rekapitulasi Hasil Pembagian Kuesioner

Keterangan	Jumlah Kuisisioner
Kuisisioner yang dibagikan	50
Kuisisioner yang kembali	50
Kuisisioner yang dapat diolah	44
Kuisisioner yang tidak dapat di olah	6

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah data dari kuisisioner yang dibutuhkan telah terkumpul dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Berikut merupakan hasil uji validitas dan reliabilitas.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Atribut	Keterangan	Validitas		Reliabilitas	
		Nilai	Hasil	Nilai	Hasil
<b>Bukti Fisik (T)</b>					
T1	Memiliki area parkir yang cukup luas untuk pengunjung yang berkunjung	0,272	Valid	0,714	Reliabel
T2	Lokasi yang mudah untuk ditemukan	0,467	Valid	0,705	Reliabel
T3	Ruang tunggu nyaman dan bersih area JNE Suryopranoto	0,481	Valid	0,702	Reliabel
T4	Fasilitas pengukuan dan pengecekan JNE Suryopranoto	0,273	Valid	0,713	Reliabel
<b>Kehandalan (K)</b>					
K1	Pelayanan yang diberikan teliti dan cepat	0,265	Valid	0,714	Reliabel
K2	Pengiriman paket sesuai dengan waktu yang diperkirakan	0,452	Valid	0,706	Reliabel
K3	<i>Repacking</i> paket dengan rapi	0,399	Valid	0,709	Reliabel
K4	Kemudahan peayanan pada JNE Suryopranoto	0,377	Valid	0,709	Reliabel
<b>Daya Tanggap (R)</b>					
R1	Proses klaim mudah dan cepat	0,486	Valid	0,704	Reliabel
R2	Pelacakan informasi paket mudah dan ter-update	0,512	Valid	0,707	Reliabel
R3	Ketanggapan karyawan dalam menerima keluhan pelanggan	0,399	Valid	0,710	Reliabel

R4	Pelayanan yang cepat dalam pelanggan	0,601	Valid	0,699	Reliabel
<b>Jaminan (A)</b>					
A1	Menjaga keamanan barang dari pelanggan	0,476	Valid	0,704	Reliabel
A2	Jaminan jika paket hilang dan rusak	0,617	Valid	0,700	Reliabel
A3	Jaminan Ketika paket terlambat	0,514	Valid	0,704	Reliabel
A4	Menumbuhkan rasa percaya pelanggan	0,410	Valid	0,708	Reliabel
<b>Empati (E)</b>					
E1	Karyawan menyambut pelanggan dengan ramah dan sopan	0,496	Valid	0,704	Reliabel
E2	Karyawan menghargai seluruh pelanggan	0,265	Valid	0,714	Reliabel
E3	Mau menerima kritik dan saran	0,521	Valid	0,703	Reliabel
E4	Tersedianya tata cara pengaduan komplain	0,498	Valid	0,703	Reliabel
<b>Bukti Fisik (T)</b>					
T1	Memiliki area parkir yang cukup luas untuk pengunjung yang berkunjung	0,555	Valid	0,717	Reliabel
T2	Lokasi yang mudah untuk ditemukan	0,500	Valid	0,719	Reliabel
T3	Ruang tunggu nyaman dan bersih area JNE Suryopranoto	0,623	Valid	0,714	Reliabel
T4	Fasilitas penguatan dan pengecekan JNE Suryopranoto	0,380	Valid	0,724	Reliabel
<b>Kehandalan (K)</b>					
K1	Pelayanan yang diberikan teliti dan cepat	0,633	Valid	0,714	Reliabel
K2	Pengiriman paket sesuai dengan waktu yang diperkirakan	0,524	Valid	0,719	Reliabel
K3	<i>Repacking</i> paket dengan rapi	0,321	Valid	0,726	Reliabel
K4	Kemudahan pelayanan pada JNE Suryopranoto	0,542	Valid	0,717	Reliabel
<b>Daya Tanggap (R)</b>					
R1	Proses klaim mudah dan cepat	0,320	Valid	0,726	Reliabel
R2	Pelacakan informasi paket mudah dan ter-update	0,693	Valid	0,712	Reliabel
R3	Ketanggapan karyawan dalam menerima keluhan pelanggan	0,469	Valid	0,722	Reliabel
R4	Pelayanan yang cepat dalam pelanggan	0,298	Valid	0,726	Reliabel
<b>Jaminan (J)</b>					
A1	Menjaga keamanan barang dari pelanggan	0,264	Valid	0,727	Reliabel
A2	Jaminan jika paket hilang dan rusak	0,376	Valid	0,723	Reliabel
A3	Jaminan Ketika paket terlambat	0,555	Valid	0,717	Reliabel
A4	Menumbuhkan rasa percaya pelanggan	0,616	Valid	0,714	Reliabel

Empati (E)					
E1	Karyawan menyambut pelanggan dengan ramah dan sopan	0,441	Valid	0,720	Reliabel
E2	Karyawan menghargai seluruh pelanggan	0,468	Valid	0,721	Reliabel
E3	Mau menerima kritik dan saran	0,377	Valid	0,723	Reliabel
E4	Tersedianya tata cara pengaduan komplain	0,694	Valid	0,711	Reliabel

### Pengolahan Data Menggunakan Metode *Service Quality*

Setelah data kuisioner lolos dari tahap pengujian, selanjutnya yakni tahapan pengolahan data dengan menggunakan metode *Servqual* (*Service Quality*). Berikut merupakan nilai *Servqual* keseluruhan.

Tabel 4.4 Hasil Pengolahan Data Metode *Servqual*

No	Kode	Atribut Layanan	Skor rata-rata		GAP	Rasio Tingkat Kepuasan
			Persepsi	Harapan		
<b>Dimensi Fisik (<i>Tangible</i>)</b>						
1.	T1	Memiliki area parkir yang cukup luas untuk pengunjung yang berkunjung	4,39	4,43	-0,03	99,10%
2.	T2	Lokasi yang mudah untuk ditemukan	3,97	4,17	-0,19	95,33%
3.	T3	Ruang tunggu nyaman dan bersih area JNE Suryopranoto	3,90	4	-0,19	95,23%
4.	T4	Fasilitas pengukuhan dan pengecekan JNE Suryopranoto	3,90	4,58	-0,67	85,20%
<b>Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>)</b>						
5.	K1	Pelayanan yang diberikan teliti dan cepat	3,97	4,07	-0,09	97,68%
6.	K2	Pengiriman paket sesuai dengan waktu yang diperkirakan	4,14	4,48	-0,33	92,55%
7.	K3	<i>Repacking</i> paket dengan rapi	4,02	4,51	-0,48	89,23%
8.	K4	Kemudahan peayanan pada JNE Suryopranoto	4,19	3,95	0,24	106,20%
<b>Dimensi Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)</b>						
9.	R1	Proses klaim mudah dan cepat	4,12	4,58	-0,45	89,99%
10.	R2	Pelacakan informasi paket mudah dan ter-update	4,39	4,14	0,25	106,04%
11.	R3	Ketanggapan karyawan dalam menerima keluhan pelanggan	4,34	4,58	-0,23	94,79%
12.	R4	Pelayanan yang cepat dalam pelanggan	4,07	4,58	-0,50	88,93%
<b>Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>						

13.	A1	Menjaga keamanan barang dari pelanggan	3,97	4,14	-0,16	96,02%
14.	A2	Jaminan jika paket hilang dan rusak	4,04	4,07	-0,02	99,47%
15.	A3	Jaminan Ketika paket terlambat	4,04	4,43	-0,38	91,39%
16.	A4	Menumbuhkan rasa percaya pelanggan	4,14	4,17	-0,02	99,43%

Dari hasil perhitungan diatas maka didapatkan beberapa atribut yang memiliki nilai kesenjangan negatif cukup besar sehingga nantinya akan dilakukan pertimbangan untuk dilakukan perbaikan pada proses yang ada.

Tabel 4.5 Urutan Atribut Berdasarkan Nilai *Gap* dari tertinggi

No	Kode	<i>Gap</i>
1	T4	-0,67
2	R4	-0,5
3	K3	-0,48
4	E2	-0,46
5	R1	-0,45
6	A3	-0,38
7	K2	-0,33
8	R3	-0,23
9	T2	-0,19
10	T3	-0,19
11	A1	-0,16
12	K1	-0,09
13	E4	-0,06
14	T1	-0,03
15	A2	-0,02
16	A4	-0,02

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat 16 atribut dari 20 atribut yg memiliki nilai negatif, 5 atribut bernilai negative terbesar antara lain atribut dengan kode T4 atau fasilitas pelayanan dan pengecekan JNE Suryopranoto, R4 pelayanan yang cepat dalam pelanggan, kemudian K3 yaitu *repacing* paket dengan rapi, E2 yaitu karyawan menghargai seluruh pelanggan, R1 yaitu proses klaim mudah dan cepat.

### Pengolahan Data Menggunakan Metode KANO

Setelah melakukan pengolahan data menggunakan metode *Servqual* selanjutnya akan dilakukan pengolahan data menggunakan metode kano data atribut yang telah dikumpulkan akan diolah melalui beberapa tahap berdasarkan metode kano. Berikut merupakan hasil pengelompokan dari 20 atribut KANO:

Tabel 4.6 Hasil Pengelompokan 20 Atribut Kano

No	Kode	Jumlah jawaban						Total	Kategori
		O	A	M	I	R	Q		
1.	T1	9	4	20	7	0	1	41	M

2.	T2	17	9	5	10	0	0	41	O
3.	T3	12	6	19	3	1	0	41	M
4.	T4	18	9	8	6	0	0	41	O
5.	K1	19	7	5	9	0	1	41	O
6.	K2	20	7	6	6	1	0	41	O
7.	K3	21	6	5	8	1	0	41	O
8.	K4	10	5	18	8	0	0	41	M
9.	R1	8	9	4	19	0	0	41	I
10.	R2	8	7	6	20	0	0	41	I
11.	R3	10	6	8	17	0	0	41	I
12.	R4	7	18	9	6	0	1	41	A
13.	A1	6	17	8	9	1	0	41	A
14.	A2	15	4	9	12	0	1	41	O
15.	A3	6	19	9	7	0	0	41	A
16.	A4	16	7	9	8	0	1	41	O
17.	E1	14	9	7	10	1	0	41	O
18.	E2	10	7	6	18	0	0	41	I
19.	E3	9	8	5	19	0	0	41	I
20.	E4	8	20	7	6	0	0	41	A

Selanjutnya perhitungan *Better* dan *Worse* akan dilakukan terhadap semua variabel yang ada. Berikut merupakan rekap perhitungan nilai *Better* dan *Worse* menggunakan metode Kano pada seluruh atribut:

Tabel 4.7 Hasil Perhitungan *Better* dan *Worse* Variabel Kano

No	Kode	<i>Better</i>	<i>Worse</i>
1.	T1	0,32	0,72
2.	T2	0,63	0,53
3.	T3	0,45	0,77
4.	T4	0,65	0,63
5.	K1	0,65	0,60
6.	K2	0,69	0,66
7.	K3	0,67	0,65
8.	K4	0,36	0,68
9.	R1	0,42	0,30
10.	R2	0,36	0,34
11.	R3	0,39	0,43
12.	R4	0,62	0,40
13.	A1	0,57	0,35
14.	A2	0,47	0,60
15.	A3	0,60	0,36
16.	A4	0,57	0,62
17.	E1	0,57	0,52
18.	E2	0,41	0,39
19.	E3	0,41	0,34
20.	E4	0,68	0,36

Berdasarkan pengelompokan masing-masing atribut pada tabel diatas terdapat 4 katagori kano yang terdapat pada 20 atribut yang ada. 4 kategori atribut kano ini antara lain. Tujuan dari pengelompokan atribut adalah untuk mengkatagorikan setiap atribut berdasarkan kinerja atribut dalam memuaskan pelanggan. Diharapkan dengan adanya pengkatagorian dari atribut ini dapat diketahui atribut mana yang lebih dahulu dilakukan prioritas perbaikan. Untuk prioritas pengelompokan variabel berdasarkan katagori kano bisa dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.8 Prioritas Pengelompokkan Variabel Berdasarkan Kategori Kano

No	Kode	Atribut	Kategori	Ranking
1.	T3	Ruang tunggu nyaman dan bersih area JNE Suryopranoto	M	1
2.	K4	Kemudahan peayanan pada JNE Suryopranoto	M	2
3.	T1	Memiliki area parkir yang cukup luas untuk pengunjung yang berkunjung	M	3
4.	K3	Repacking paket dengan rapi	O	4
5.	K2	Pengiriman paket sesuai dengan waktu yang diperkirakan	O	5
6.	K1	Pelayanan yang diberikan teliti dan cepat	O	6
7.	T4	Fasiitas pengukuan dan pengecekan JNE Suryopranoto	O	7
8.	T2	Lokasi yang mudah untuk ditemukan	O	8
9.	A4	Menumbuhkan rasa percaya pelanggan	O	9
10.	A2	Jaminan jika paket hilang dan rusak	O	10
11.	E1	Karyawan menyambut pelanggan dengan ramah dan sopan	O	11
12.	E4	Tersedianya tata cara pengaduan komplain	A	12
13.	A3	Jaminan Ketika paket terlambat	A	13
14.	R4	Pelayanan yang cepat dalam pelanggan	A	14
15.	A1	Menjaga keamanan barang dari pelanggan	A	15
16.	R2	Pelacakan informasi paket mudah dan ter-update	I	16
17.	E3	Mau menerima kritik dan saran	I	17
18.	R1	Proses klaim mudah dan cepat	I	18
19.	E2	Karyawan menghargai seluruh pelanggan	I	19
20.	R3	Ketanggapan karyawan dalam menerima keluhan pelanggan	I	20

## • PEMBAHASAN

### Pembahasan Hasil Metode *Servqual*

Dari hasil skor *Servqual (Gap)* pada perhitungan di bab sebelumnya, terdapat 16 atribut bernilai negatif dari 20 atribut keseluruhan kualitas layanan yang diberikan. Dari 16 atribut yang bernilai negatif tersebut, atribut T4 (Fasiitas pengukuan dan pengecekan JNE Suryopranoto) memiliki nilai skor *Servqual* negatif terbesar dengan skor -0,67. Hal ini menunjukkan bahwa menurut pelanggan JNE Suryopranoto kurang memberikan keamanan yang mungkin saja berupa prosedur pengecekan yang terotomatisasi dan efisien pihak karyawan

Selain itu atribut yang bernilai positif terdapat 4 atribut, yang diharapkan nantinya dapat dipertahankan oleh pihak JNE ataupun ditingkatkan, agar nantinya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Berikut urutan atribut kualitas layanan dari negative terbesar menurut metode *Servqual*.

### Pembahasan Hasil Metode KANO

Analisa hasil metode Kano digunakan untuk mengkategorikan seluruh atribut ke dalam kategori Kano antara lain *Must-be*, *One Dimensional*, *Attractive*, *Indifferent*, *Reserve*, *Questionable*. Kategori Kano disini dimaksudkan untuk memprioritaskan perbaikan atribut berdasarkan kepuasan pelanggan. Dari 6 kategori keseluruhan hanya 4 kategori yang dipilih oleh pelanggan. Jika di *breakdown* keseluruhan dari masing-masing kategori, maka terdapat 3 atribut *Must-be*, 8 atribut *One Dimensional*, 4 atribut *Attractive*, 5 atribut *Indifferent*.

### Analisa Penentuan Usulan Perbaikan

Usulan perbaikan disusun berdasarkan *brainstorming* antara pihak manajemen perusahaan, karyawan dan penulis. Usulan ini juga hanya diperuntukkan untuk yang memiliki nilai *gap* negatif karena belum dapat memuaskan keinginan pelanggan. Adapun usulan perbaikan atribut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9 Usulan Perbaikan

No	Kode	Perbaikan
1.	T4	Memberikan implementasi sistem pengukuran otomatis yang dapat mempercepat proses pengukuran dan mengurangi kesalahan. Teknologi seperti <i>barcode scanning</i> dapat digunakan untuk mempermudah identifikasi dan pengukuran barang dengan tepat.
2.	R4	Melakukan <i>training</i> rutin mengenai <i>speed</i> dan selalu konfirmasi ke konsumen apabila estimasi waktu input barang lebih lama dari estimasi awal
3.	K3	Menggunakan kemasan yang sesuai untuk jenis barang yang dikirimkan. Misalnya menambahkan <i>bubble wrap</i> yang tebal dan memberikan kayu untuk lebih aman
4.	E2	Menerapkan umpan balik secara teratur dari pelanggan untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan. Umpan balik ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi area di mana karyawan perlu meningkatkan cara mereka berinteraksi dan memberikan layanan kepada pelanggan.
5.	R1	Menerapkan proses klaim cepat dengan teknologi sistem <i>online</i> atau aplikasi <i>mobile</i> yang memungkinkan pelanggan untuk mengajukan klaim dengan mudah
6.	A3	Jika paket dikirim melalui perusahaan pengiriman atau kurir, hubungi pihak perusahaan. Lalu sampaikan nomor pelacakan ( <i>tracking number</i> ) dan informasi yang relevan agar pelanggan dapat mengecek status pengiriman.
7.	K2	Memperkuat kerja sama dengan penyedia layanan logistik yang dapat diandalkan dan efisien. Ini termasuk memilih penyedia layanan yang memiliki reputasi baik dalam memenuhi tenggat waktu pengiriman.

8.	R3	Memberikan pelatihan memadai pada karyawan mengenai cara-cara yang efektif untuk menerima dan menanggapi keluhan pelanggan, memberikan respon keluhan pelanggan dengan cepat
9.	T2	Memberikan integrasikan dengan layanan GPS populer seperti Google Maps. Pastikan bahwa lokasi terdaftar dan terlihat dengan jelas di platform ini. Tidak lupa dengan informasi kontak yang jelas dan lengkap (alamat, nomor telepon, email) mudah diakses oleh pelanggan.
10.	T3	Menerapkan kebersihan untuk menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan nyaman bagi karyawan serta memberikan kesan positif kepada pengunjung atau pelanggan.
11.	A1	Memastikan mempunyai sistem penyimpanan yang aman dan terlindungi serta memeriksa rutin terhadap area penyimpanan untuk memastikan keamanan barang tetap terjaga.
12.	K1	Melakukan <i>training</i> rutin mengenai <i>speed</i> dan selalu konfirmasi ke konsumen apabila barang yg di input kurang benar
13.	E4	Menerapkan panduan yang terperinci mengenai langkah-langkah yang harus diambil oleh pelanggan untuk mengajukan komplain. Pastikan prosedur mudah dipahami dan tidak membingungkan.
14.	T1	Mengkoordinasikan dengan penjaga parkir apabila area parkir konsumen penuh bisa menggunakan area parkir karyawan yang ada di dalam
15.	A2	Menerapkan asuransi untuk paket yang dikirim yang nantinya jika hilang, memiliki tim layanan pelanggan yang responsif dan dapat dihubungi untuk membantu mengatasi masalah dengan paket yang hilang atau rusak.
16.	A4	Menerapkan umpan balik dari pelanggan, baik itu positif maupun negatif. Perhatikan masukan mereka dan gunakan untuk meningkatkan layanan perusahaan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### • Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dengan *Servqual*, secara umum dapat dilihat masih banyak sekali nilai *gap* negatif. Ada 16 atribut yang bernilai negatif dari 20 atribut layanan yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan JNE Suryopranoto masih belum memenuhi harapan pelanggannya sehingga perlu dilakukan adanya perbaikan kualitas layanan. Atribut layanan yang perlu dilakukan perbaikan yaitu kode T4 (Fasilitas pengukuhan dan pengecekan JNE Suryopranoto), R4 (Pelayanan yang cepat dalam pelanggan), K3 (*Repacking* paket dengan rapi), E2 (Karyawan menghargai seluruh pelanggan), R1 (Proses klaim mudah dan cepat).

### • Saran

Sebaiknya memperhatikan kinerja dari atribut-atribut kualitas layanan yang dianggap memiliki kategori penting bagi pelanggan. Untuk atribut yang memiliki performa buruk sebaiknya perusahaan dapat meningkatkan kinerja atribut dengan

mengimplementasikan usulan perbaikan. Sedangkan untuk atribut yang sudah baik dapat dipertahankan

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, H. J. (2017). Analisa Kepuasan Konsumen (SERVQUAL Model dan Important Performance Analysis Model). *Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 1-20
- Baskoro, N. M. (2022). Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Mengintegrasikan Metode Service Quality (SERVQUAL) dan *Quality Function Deployment (QFD)*. *Jurnal Teknik Industri (JURTI)*, 1, 14-23.
- Hartono, M. (2017). *The Extended Integrated Model Of Kansei Engineering, Kano, And Triz Incorporating Cultural Differences Into Services*. *International Journal of Technology*, 97-104.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sangjadi, E. M., Sopiah, & Nikoemus WK. (2017). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- ichelle Horax\*, L. S. (2017). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Restoran Cepat saji (Restoran X) dengan Metode Service Quality (Servqual). *Metris*, 65-74.
- Paramita, M. S. (2018). Penilaian Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual (Service Quality) Dan Six Sigma (Studi Kasus Pada “Restoran Dahlia” Pasuruan). *Jurnal Industria*, 102-115.
- Soedjono. (2018). *Analisis Dan Usulan Perbaikan Kualitas Layanan Menggunakan Integrasi Metode Servqual, Model Kano, Dan Qfd Di Warung Ipang Cabang Mayjend Sungkono Surabaya*.
- Widiawan. (2017). *Pemetakan Preferensi Konsumen Supermarket Dengan Metode Kano (Kriswanto Widiawan, Et Al Pemetakan Preferensi Konsumen Supermarket Dengan Metode Kano Berdasarkan Dimensi Servqual)*.