

Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Logistik Dan Kepuasan Pelanggan Pada CV. Dwi Karya International Denpasar Bali

Ni Putu Eka Yuliantari^{1*}, A.A Ayu Mirah Kencanawati², I Wayan Sukarta³

¹ Prodi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

² Prodi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

³ Prodi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

*Corresponding Author: ekayuliantari0@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan bila ditinjau dari kesenjangan dan kesesuaian antara tingkat harapan dengan tingkat kenyataan dan untuk mengetahui indikator-indikator yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pelanggan pada CV. Dwi Karya International. Penelitian dilakukan pada tahun 2021 terhadap seluruh pelanggan pada CV. Dwi Karya International yang berjumlah 81 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis *Gap* dan analisis *Importance Performance Analysis*. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari keseluruhan 21 atribut pelanggan merasa belum puas terhadap pelayanan CV. Dwi Karya International, Denpasar Bali. Secara keseluruhan kenyataan pelanggan berada pada nilai rata-rata 3,32 dan harapan pelanggan berada pada nilai rata-rata 4,57 maka terdapat kesenjangan sebesar - 1,25 termasuk dalam klasifikasi gap negatif dengan tingkat kepuasan pelanggan adalah kurang puas dibandingkan harapan. Rata-rata kualitas pelayanan keseluruhan dimensi nilai kualitas (Q) sebesar 0,725. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan pada CV. Dwi Karya International kurang baik. Kemudian rata-rata keseluruhan dimensi nilai kesesuaian harapan pelanggan terhadap kenyataan yang didapatkan sebesar 72%. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh CV. Dwi Karya International masih belum mencapai nilai maksimal atau masih masuk dalam kriteria belum puas. Pada diagram *IPA*, atribut yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan adalah atribut yang masuk dalam kuadran I, yaitu Paket sampai sesuai tempat/alamat yang dituju (B4). Dapat melacak keberadaan barang (C1). Selalu menjaga barang yang dikirim tetap aman (C2), Tarif pengiriman barang murah (C3).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Analisis *Gap*, Analisis *IPA*

Abstract. This study aims to determine the level of customer satisfaction when viewed from the expectations and expectations between the level of expectation and the level of reality and to determine the indicators that are considered important in determining customer satisfaction on CV. Dwi Karya International. The research was conducted in 2021 on all customers of CV. Dwi Karya International which opened 81 people. The research method used is descriptive qualitative and quantitative. The analytical method used is *Gap* analysis and *Importance Performance Analysis*. The results of the analysis show that of the 21 attributes of the customer are dissatisfied with the service of CV. Dwi Karya International, Denpasar Bali. Overall, the reality of customers is at an average value of 3.32 and customer expectations are at an average value of 4.57, so there are -1.25 included in the negative gap classification with the level of customer satisfaction being less satisfied than. The average service quality of the overall dimensions of the quality value (Q) is 0.725. These results indicate that the level of service quality at CV. Dwi Karya International is not good. Then the average total dimensions of customer expectations of the reality obtained is 72%. From these results it can be said that the services provided by CV. Dwi Karya International still has not reached the maximum score or is still in the unsatisfied criteria. In the *IPA* diagram, the attributes that are the main priority in improvement are those that are included in quadrant I, namely Packages arrive at the destination / address (B4). Can track the whereabouts of goods (C1). Always keep the goods sent safe (C2), Low shipping rates (C3).

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Gap Analysis, IPA Analysis

Informasi Artikel: Pengajuan Repository pada September 2022/ Submission to Repository on September 2022

Pendahuluan/Introduction

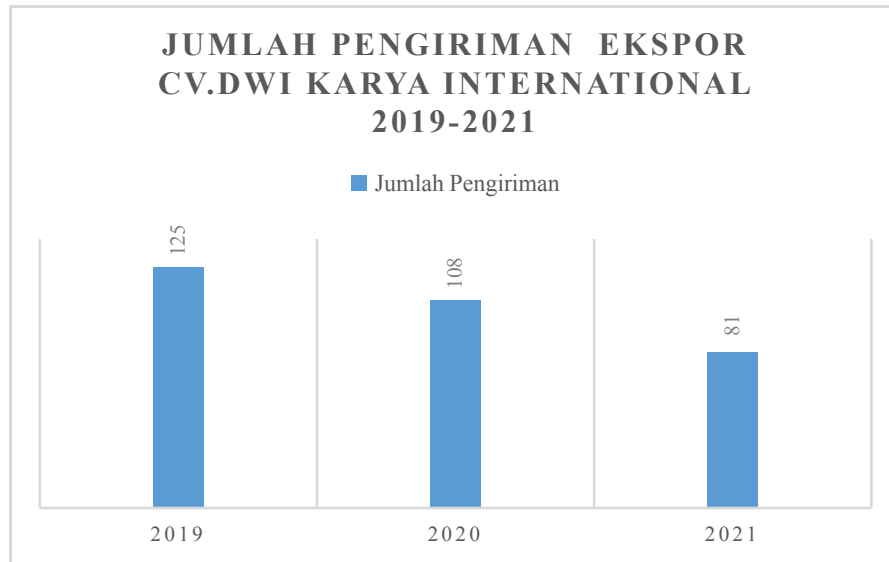
Pandemi virus Covid-19 yang tersebar di penjuru dunia berimpak untuk kehidupan masyarakat. Yang mana pandemic berimplikasi pada penyekatan terhadap aktivitas kegiatan sosial masyarakat. Setelah meluasnya pandemic Covid-19 khususnya di Indonesia, pemerintah mengimplementasikan pembatasan aktivitas masyarakat supaya meminimalisir meluasnya virus Covid 19. Pembatasan aktivitas ini melingkupi penyekatan aktivitas umum, penyekatan aktivitas sosial-budaya, sampai aktivitas moda transportasi (Putsanra, 2020). Selain penerapan pembatasan aktivitas sosial masyarakat pemerintah menerapkan ketetapan *new-normal* yang dihendaki bisa membantu masyarakat beradaptasi dengan tata cara kehidupan yang baru. *New-normal* juga dipergunakan sebagai jalan mempercepat pengendalian COVID-19 pada lingkup kesehatan, kemasyarakatan, maupun ekonomi.

Implementasi *New-normal* sendiri sudah mempengaruhi aspek-aspek ekonomi yang dimana salah satunya adalah perdagangan. Perdagangan ialah salah satu aktivitas yang terpenting, baik itu perdagangan di dalam ataupun di luar negeri. Kemajuan sebuah negara itu bisa dinyatakan berasal pada sektor ekonominya yang dilandaskan pada kemajuan secara global perusahaan ataupun firma di lingkungannya masing-masing terkhususnya pada bagian Ekspor ataupun Impor bila melihat pada lingkup perdagangan. Ekspor dan Impor ialah aktivitas yang menyokong tercapainya perdagangan antar negara. Umumnya dalam menyokong semua perusahaan ekspor terkhususnya pada aktivitas ekspor didukung oleh satu instansi usaha yang dimaksudkan agar memberikan bantuan pelayanan maupun pengelolaan mengenai keseluruhan aktivitas yang dibutuhkan untuk terimplementasinya distribusi, ataupun penerimaan barang melalui pemakaian multimoda transport, mau itu lewat darat, laut, ataupun udara. Jasa ekspor impor merupakan jasa yang bergerak dalam bidang kargo ini yang berlandaskan dengan asas keyakinan dengan memfokuskan mengenai kuantitas pelayanan (*service quality*). Kuantitas servis ini merupakan hal berpengaruh dalam memastikan kesuksesan sebuah jasa kargo. Fenomena ini terjadi hampir di seluruh kargo, dimana pelanggan juga menginginkan adanya meningkatnya fasilitas dengan terus menerus, saat memakai pelayanan yang terdapat di suatu institusi. Pada nyatanya sering kali masih jauh dari kenyataan yang diinginkan, maupun yang dihendaki pada klien itu sendiri, melalui perhitungan terkait kehendak kesenangan pelanggan yang kian tak terbatas.

Menurut Kotler, kesenangan pelanggan ialah derajat emosi individu sesudah mencocokkan kemampuan maupun perolehan yang dialami diperbandingkan pada kehendaknya (Kotler dkk, 2017). Untuk itu, semua industri pelayanan harus membuat, perencanaan, pelaksanaan, serta mengatur system kuantitas pelayanan sebaik mungkin, yang membuat jasa bisa menyenangkan semua pelanggannya. Kualitas pelayanan menyuguhkan suatu stimulus untuk pelanggan, supaya terjalin hubungan yang erat bersama industri. Hubungan tersebut untuk jangka waktu yang panjang membuat perusahaan bisa mengerti terkait harapan konsumen juga keperluan konsumen, untuk itu industri tersebut bisa menaikkan kepuasan pelanggan yang mana instansi memaksimalkan pengetahuan pelanggan yang memuaskan, serta meminimumkan pengetahuan pelanggan yang kurang mengesankan. Industri yang kurang memenuhi pelayanannya tentu bisa mendapatkan persoalan yang kompleks.

Berlandaskan hal tersebutlah timbul persepsi klien begitu juga terkait kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga sebagai tolak ukur dalam menaikkan kuantitas pelayanan serta sebagai hal terutama untuk industri ketika melaksanakan peralihan kejalan yang lebih baik. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam buku Kotler yang lebih diketahui sebagai *service quality* (SERVQUAL), yang berlandaskan pada 5 dimensi kualitas yakni *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara harapan dengan kinerja dari setiap dimensi serta ketimpangan antara pelaksanaan bersama kehendak dari tiap-tiap dimensi tersebut. Dari lima indikator itu didapatkan penilaian pelanggan mengenai kinerja suatu industri hingga bisa dilihat derajat kepuasannya serta bisa dalam mengukur derajat kepentingan (*importance*) dan derajat kinerja (*performance*) memakai metode *Importance and Performance Analysis* (IPA). CV. Dwi Karya International merupakan suatu industri jasa yang membidangi jasa kargo yang berkelas International melalui jasa yang terkhusus mengoperasikan pelayanan transmisi regional dan International melingkupi jasa Ekspedisi Muatan Kapal,

pengiriman dokumen serta jasa *trucking* yang lengkap yang mempermudah semua eksportir melangsungkan transmisi barang. Tak berbeda dengan CV lainnya, walaupun CV. Dwi Karya International terbilang CV yang ternama di Bali, dinamika ketidakpuasan pelanggan juga tak bisa lepas pada sistem pelayanan dari CV. Dwi Karya International. Nampak pada tabel di bawah ini, jumlah pengiriman selama tiga tahun terakhir.



Sumber: Data diolah

Gambar 1. Jumlah Pengiriman Ekspor CV. Dwi Karya International 2019-2021

Dari Gambar 1 terlihat jelas pengiriman ekspor impor pada CV. Dwi Karya International menurun dari 3 tahun terakhir, hal tersebut mesti di perhatikan bagi pihak manajemen dari CV. Dwi Karya International tersebut. Namun pada saat mengalami penurunan pengiriman tersebut maka peneliti mencari tahu bagaimana penerapan kualitas pelayanan yang sudah diberikan sampai terdapatnya pelanggan yang mungkin saja beralih menggunakan competitor lain karena merasa pelayanan yang didapat tak selaras pada apa yang di hendaki pelanggan.

Tabel 1. Data-Data Keluhan Pelanggan Tahun 2019-2021

Tahun	Keluhan-Keluhan	Persentase %
2019	1) Seringnya terjadi kesalahan dalam pembuatan dokumen mengapa selalu begini padahal kemarin baik-baik saja	32 %
	2) Dokumen kurang lengkap barang tidak bisa naik ke kapal agar staff dokumen lebih teliti saat bekerja	24 %
	3) Harus selalu update sarana agar lebih baik.	20 %
2020	1) Harga pengiriman terlalu mahal	50 %
	2) Barang terlambat sampai tujuan, pastikan estimasi yang benar.	40 %
2021	1) Saat komunikasi lebih cepat lagi merespon	20 %
	2) Packaging agar lebih diperhatikan, barang rusak total sampai tujuan	15 %
	3) Karyawan kurang memahami apa yang menjadi keinginan pelanggan karena ada saja hal yang kurang.	35%

Sumber: Data Keluhan Pelanggan CV. Dwi Karya International

Berdasarkan Tabel 1 tersebut disebutkan beberapa keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pelanggan kepada perusahaan pada tahun 2019-2021. Sesuai dengan hasil data-data keluhan pelanggan dapat dilihat bahwa masih banyak pelayanan yang kurang puas yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini berdasarkan saat adanya wawancara pra riset yang dilakukan dengan karyawan terkait bahwa masih adanya keluhan yang disampaikan pelanggan kepada perusahaan.

Pelanggan menjadi kurang merasa yakin dengan perusahaan ini dalam hal ini menjadi suatu pemicu pengurangan jumlah klien setiap tahunnya yaitu pada tahun 2019-2021 berdasarkan pada tabel 1. Oleh karena itu perusahaan perlu memperhatikan pelayanan yang diberikan dalam hal memenuhi keinginan pelanggannya, semakin baik perusahaan ini memberikan layanannya sampai klien menganggap senang dengan jasa layanan yang suguhkan. Dalam hal ini kian baik pemberian kuantitas jasa yang diberikan tentu kian naik juga kepuasan pelanggan dan penciptaan respon positif dari pelanggan karena pemberian layanan yang baik akan berkaitan dengan kepuasan pelanggan dalam penggunaan berulang yang dilakukan oleh pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas untuk itu bisa dirumuskan permasalahan pada studi ini adalah: bagaimana tingkat kualitas pelayanan jikalau dilihat melalui kesenjangan serta keselarasan diantara derajat harapan bersama derajat kenyataan dan indikator-indikator apakah yang dirasa pemicu ketika memastikan kepuasan pelanggan. Tujuan studi ini ialah supaya mengetahui derajat kepuasan pelanggan jikalau dilihat melalui kesenjangan dan keselarasan antara derajat harapan bersama derajat kenyataan dan supaya mengetahui indikator- indikator yang dirasa pemicu dalam memastikan kepuasan pelanggan.

Metode/Method

Penelitian ini dilakukan di CV. Dwi Karya International pada tahun 2021. Populasi studi ini ialah semua pelanggan di CV. Dwi Karya International yang jumlahnya 81 orang dan data pelanggan ekspor dengan rentang pengamatan pada tahun 2021. Oleh karena jumlah pelanggan CV. Dwi Karya pada tahun 2021 yaitu berjumlah 81 pelanggan, untuk itu yang dipakai sebagai sampel pada studi ini melalui pemakaian metode *simple random sampling* ialah semua dari populasi yaitu 81 pelanggan. Jenis data

pada studi ini ialah kualitatif dan data kuantitatif yang bersumber pada data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang dipakai pada studi ini yakni :

1. Observasi

Metode observasi dilangsungkan peneliti lewat pengamatan secara langsung dengan objek studi di CV. Dwi Karya International untuk memberikan gambaran yang sesungguhnya dari objek yang diriset.

2. Wawancara

Wawancara ialah pertemuan dua orang supaya bertukar informasi dan ide lewat Tanya jawab, yang dilakukan oleh Sugiyono (2014). Wawancara yang dilakukan adalah dengan wawancara yang tidak terstruktur dengan bertanya secara langsung untuk pihak perusahaan CV. Dwi Karya International dalam hal mengetahui bagaimanakah kualitas pelayanan yang disuguhkan hingga bisa memberikan dampak terhadap kepuasan klien dan wawancara dipergunakan oleh periset supaya memperoleh data mengenai gambaran umum firma/perusahaan.

3. Kuesioner

Pada studi ini, periset menghimpun data melalui kuisisioner yang memuat pertanyaan-pertanyaan untuk responden. Metode kuisisioner dipergunakan supaya mendapatkan data primer melalui pelanggan yang menggunakan jasa logistik pada CV. Dwi Karya International. Dasar pertanyaan sudah dibuat supaya memperoleh informasi yang dihendaki mengenai dimensi juga perlengkapan jasa yang hendak diolah.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis melalui metode Gap Analysis dan metode *Importance Performance Analysis*. Metode Gap Analysis untuk pengukuran kualitas pelayanan dengan memperoleh nilai *Gap* yang didapatkan dari selisih diantara persepsi kien atas jasa yang diperoleh dengan harapannya disebut dengan metode gap *Servqual*. Metode *Importance Performance Analysis* terbagi kedalam 2 lingkup yaitu analisa kuadran dan Analisa kesenjangan (*gap*). Dengan analisi kuadran bisa dilihat respon pelanggan terhadap variabel berlandaskan derajat harapan (X) dan persepsi kinerja (Y) melalui variabel itu. Kemudian analisa kesenjangan (*gap*) dipergunakan supaya mengetahui kesenjangan diantara harapan pelanggan (X) dengan persepsi kinerja (Y) suatu perlengkapan instrumen.

Hasil dan Pembahasan/ Result and Discussion

Perhitungan nilai *gap* dilangsungkan melalui cara perhitungan perolehan rata-rata dari tingkat kenyataan (persepsi) dan harapan. Analisis *gap* ini dilangsungkan melalui penggunaan bantuan *microsoft excel*. Skor *gap* bisa dihitung berlandaskan rumus berikut :

$$\text{Skor Servqual} = \text{Skor Kenyataan(persepsi)} - \text{Skor Harapan}$$

Berlandaskan hasil perhitungan tersebut ada 3 kemungkinan yaitu :

Jika nilai *Servqual* > 0 (kepuasan positif), maka menunjukkan penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan melebihi harapan atau bersifat puas.

Jika nilai *Servqual* < 0 (kepuasan negatif), maka menunjukkan penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan dibawah harapan pelanggan. Sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi atau bersifat tidak puas.

Jika nilai *Servqual* = 0, maka menunjukkan penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan.

Tabel 2. Nilai Gap Keseluruhan Dimensi Servqual

Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap
<i>Reliability</i>	3,41	4,59	-1,18
	3,37	4,68	-1,31
	3,42	4,67	-1,25
	3,54	4,70	-1,16
	3,43	4,70	-1,27
Rata-rata <i>Reliability</i>	3,43	4,67	-1,23
Indikator	Persepsi	Harapan	Gap
<i>Responsiveness</i>	3,43	4,70	-1,27
	3,31	4,60	-1,29
	3,33	4,78	-1,45
	3,32	4,69	-1,37
Rata-rata <i>Responsiveness</i>	3,35	4,69	-1,35
<i>Assurance</i>	Persepsi	Harapan	Gap
	2,95	4,78	-1,83
	3,02	4,68	-1,66
	3,02	4,70	-1,68
	3,04	4,59	-1,55
Rata-rata <i>Assurance</i>	3,01	4,69	-1,68
<i>Emphaty</i>	Persepsi	Harapan	Gap
	3,33	4,59	-1,26
	3,36	4,58	-1,22
	3,38	4,49	-1,11
	3,42	4,70	-1,28
	3,37	4,59	-1,22
Rata-rata <i>Emphaty</i>	3,36	4,17	-0,81
<i>Tangibles</i>	Persepsi	Harapan	Gap
	3,46	4,58	-1,12
	3,42	4,68	-1,26
	3,40	4,67	-1,27
Rata-rata <i>Tangible</i>	3,44	4,65	-1,21
Rata-rata Keseluruhan dimensi	3,32	4,57	-1,25

Sumber : Data Diolah (2022)

Keterangan: Nilai *gap* diperoleh melalui selisih nilai antara Persepsi dan Nilai harapan pelanggan

Berdasarkan tabel 3 perolehan perhitungan pengolahan data gap keseluruhan, maka didapatkan perolehan rata-rata gap keseluruhan yakni sebanyak – 1,25 yang artinya kualitas pelayanan CV. Dwi Karya International belum memenuhi harapan pelanggan. Perolehan dari perhitungan nilai rata-rata *gap* dengan keseluruhan, untuk itu diperoleh tingkatan perolehan *gap* mulai dari yang tertinggi sampai yang terkecil, nampak pada tabel 4 berikut:

Tabel 3. Ranking *Gap* Keseluruhan Dimensi

No.	Nama Indikator	<i>Gap</i>	Rank
1	Staff teliti dalam memeriksa barang	-1,18	18
2	Staff mampu menginput data dengan baik	-1,31	7
3	Barang sampai ketujuan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	-1,25	15
4	Memberikan jaminan yang sebanding ketika barang hilang/rusak	-1,16	19
5	Staff selalu memberikan informasi terhadap keberadaan barang	-1,27	10
6	Pelayanan staff yang cepat dalam memberikan respon terhadap keluhan pelanggan	-1,27	11
7	Kesedian staff dalam membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan	-1,29	8
8	Membuat pelanggan merasa percaya selama melakukan transaksi atau mengirim barang	-1,45	5
9	Paket sampai sesuai tempat/alamat yang dituju	-1,37	6
10	Dapat melacak keberadaan barang (sampai dimana barang itu dan kapan sampainya)	-1,83	1
11	Selalu menjaga barang yang dikirim tetap aman	-1,66	3
12	Tarif pengiriman barang murah	-1,68	2
13	Kemudahan pelanggan dalam menghubungi staff	-1,55	4
14	Staff bersikap sopan dan ramah terhadap pelanggan	-1,26	13
15	Staff memberikan pelayanan yang profesional terhadap pelanggan	-1,22	16
16	Peka terhadap kenyamanan pelanggan	-1,11	21
17	Staff tidak membedakan status dan kedudukan pelanggan selama memberikan pelayanan	-1,28	9
18	Fasilitas pelayanan kantor yang baik dan memadai	-1,12	20
19	Lengkapya fasilitas untuk pelayanan pengiriman barang	-1,26	14

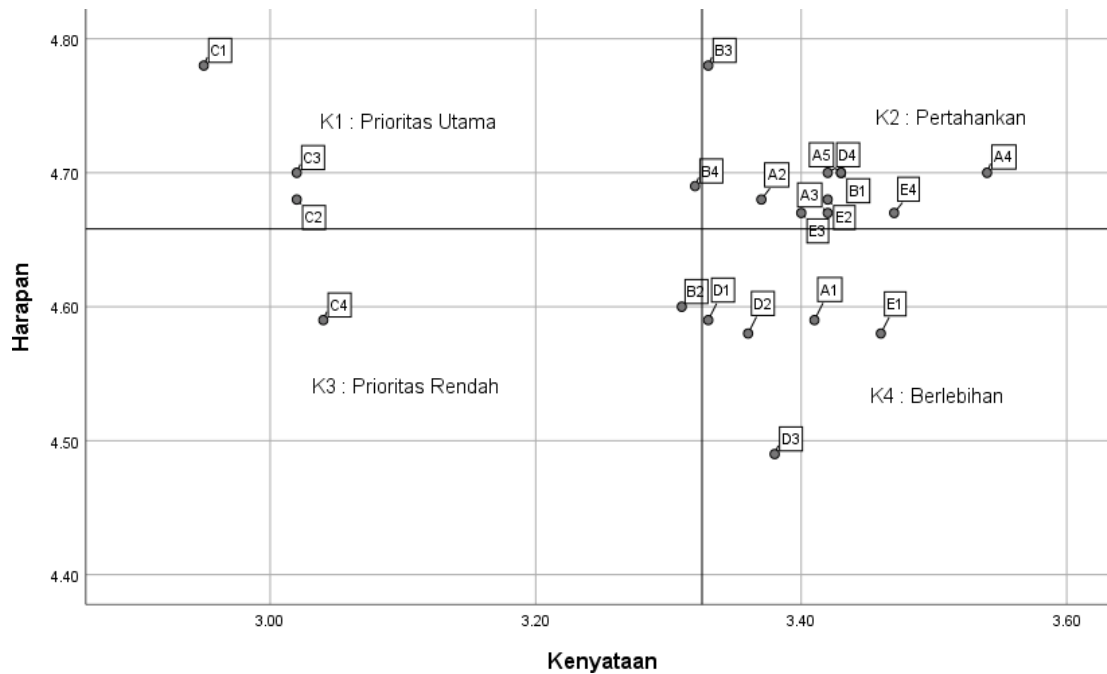
Sumber : Data Diolah (2022)

Pada tahap pertama yaitu menentukan nilai derajat keselarasan diantara harapan dan kenyataan berdasarkan pengolah melalui skor kenyataan dengan skor harapan. Kemudian dilanjutkan dengan menghitung rata-rata derajat kenyataan (X) dan rata-rata derajat harapan (Y) yang hasilnya akan dipetakan ke dalam diagram kartesius menggunakan bantuan *IBM SPSS Statistic 26*. Hasil dari pengolahan data yang menunjukkan derajat kesesuaian merupakan perolehan perbandingan skor kinerja, yang mana derajat keselarasan digunakan untuk memastikan susunan pemicu kenaikan faktor-faktor kinerja yang telah diukur. Tingkat kesesuaian kenyataan dan harapan bisa diketahui melalui kriteria keselarasan yang tertera di tabel berikut.

Tabel 4. Perhitungan Tingkat Kesesuaian menggunakan rumus Tki

Dimensi	Indikator	Kenyataan	Harapan	Tki
<i>Reliability</i>	A1 Staff teliti dalam memeriksa barang	276	372	74%
	A2 Staff mampu menginput data dengan baik	273	379	72%
	A3 Barang sampai tujuan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	277	378	73%
	A4 Memberikan jaminan yang sebanding jika barang hilang/rusak	287	381	75%
	A5 Staff selalu memberikan informasi terhadap keberadaan barang	287	381	75%
Rata-rata Tki				74%
<i>Responsiveness</i>	B1 Pelayanan staff yang cepat dalam memberikan respon terhadap keluhan pelanggan	278	381	73%
	B2 Kesiediaan staff dalam membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan	268	373	72%
	B3 Membuat pelanggan merasa percaya selama melakukan transaksi atau pengiriman barang	270	387	70%
	B4 paket sampai sesuai tempat /alamat yang dituju	269	380	71%
Rata-rata Tki				71%
<i>Assurance</i>	C1 Dapat melacak keberadaan barang	239	387	62%
	C2 Selalu menjaga barang yang dikirim tetap aman	245	379	65%
	C3 Tarif pengiriman barang murah	245	381	64%
	C4 Kemudahan pelanggan dalam menghubungi staff	246	372	66%
Rata-rata Tki				64%
<i>Emphaty</i>	D1 Staff bersikap sopan dan ramah terhadap pelanggan	270	372	73%
	D2 Staff memberikan pelayanan yang professional terhadap pelanggan	272	371	73%
	D3 Peka terhadap kenyamanan pelanggan	274	364	75%
	D4 Staff tidak membedakan status dan kedudukan pelanggan selama memberikan pelayanan	277	381	73%
Rata-rata Tki				73%
<i>Tangibles</i>	E1 Fasilitas pelaynan kantor yang baik dan memadai	280	371	75%
	E2 Lengkapnya fasilitas untuk pelaynan pengiriman barang	277	379	73%
	E3 Peralatan yang digunakan modern dalam mendukung pelayanan	275	378	73%
	E4 Letak perusahaan yang mudah dijangkau	281	378	74%
Rata-rata Tki				74%
Total Rata-rata Tki		269,80	377,38	72%

Sumber : Data Diolah (2022)



Gambar 2. Diagram Kartesius

Berlandaskan gambar diagram diatas nampak bawasanya posisi untuk variabel-variabel kualitas layanan jasa terpecah ke berbagai kuadran. Berdasarkan perolehan analisa diagram kartesius, bisa dilihat bawasanya letak untuk derajat harapan pelanggan bersama kenyataan kuantitas layanan yang disuguhkan

1) Tingkat Kualitas Pelayanan jikalau dilihat melalui kesenjangan serta keselarasan diantara tingkatan harapan bersama dengan kenyataan

Pada analisis derajat kualitas pelayanan pada CV. Dwi Karya International nampak pada nilai semua dimensinya yang diperoleh melalui rumus persepsi dibagi harapan. Berlandaskan perolehan perhitungan melalui penggunaan cara *servqual* untuk keseluruhan 21 atribut, klien merasakan ketidakpuasan kepada pelayanan CV. Dwi Karya International, Denpasar Bali secara keseluruhan kenyataan pelanggan berposisi di perolehan rata-rata 3,32 dan harapanpelanggan berkedudukan di perolehan rata-rata 4.57 untuk itu ada kesenjangan sebanyak -1,25 tergolong pada klasifikasi gap negatif melalui kepuasan pelanggan ialah kurang puas jika diperbandingkan pada harapan. Jikalau diperhatikan melalui rata-rata kualitas pelayanan untuk semua dimensinya perolehan kualitas (Q) sebanyak 0,725. Perolehan tersebut memperlihatkan bawasanya derajat kualitas pelayanan pada CV. Dwi Karya International masih kurang baik. Kemudian rata-rata keseluruhan dimensi nilai kesesuaian harapan pelanggan terhadap kenyataan yang didapatkan sebesar 72%. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh CV. Dwi Karya International masih belum mencapai nilai maksimal atau masih masuk dalam criteria belum puas.

2) Indikator-indikator yang yang dirasa menjadi pemicu ketika memastikan kepuasan pelanggan.

Melalui diagram IPA, atribut yang dipakai prioritas terutama bagi pembenahan yakni totalitas atribut yang ada pada kuadran I. Penyempurnaan yang mesti diutamakan oleh CV. Dwi Karya International yaitu Paket sampai sesuai tempat/alamat yang dituju(B4), Dapat melacak keberadaan barang (C1), Selalu menjaga barang yang dikirim tetap aman (C2), Tarif pengiriman barang murah (C3).

Simpulan/ Conclusion

Berlandaskan perolehan studi analisa kualitas pelayanan lewat pemakaian metode *Gap Analysis* dan *IPA* kepada CV. Dwi Karya International Denpasar Bali, didapatkan rangkuman seperti berikut:

1. Berlandaskan perolehan perhitungan melalui pemakaian metode *servqual* untuk semua yaitu 21 atribut klien merasakan ketidakpuasan kepada pelayanan CV. Dwi Karya International, Denpasar

Bali Secara keseluruhan kenyataan pelanggan berkedudukan di perolehan rata-rata 3,32 dengan harapan pelanggan berkedudukan di perolehan rata-rata 4.57 untuk itu bisa dikatakan bawasanya ada kesenjangan sejumlah - 1,25 tergolong pada kriteria gap negative pada derajar kepuasan pelanggan ialah kurang puas jika diperbandingkan pada harapan. Jikalau melalui rata-rata kualitas pelayanan totalitas dimensi perolehan kualitas (Q) sejumlah 0,725. Perolehan ini memperlihatkan bawasanya derajat kualitas pelayanan di CV. Dwi Karya International belum bisa dikatakan baik. Kemudian rata-rata keseluruhan dimensi nilai kesesuaian harapan pelanggan terhadap kenyataan yang didapatkan sebesar 72%. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh CV. Dwi Karya International masih belum mencapai nilai maksimal atau masih masuk dalam kriteria belum puas.

2. Melalui diagram *IPA*, atribut atribut yang dijadikan pengutamakan untuk pembenahan yakni keseluruhan atribut yang masuk dalam kuadran I, yaitu CV. Dwi Karya Internatioanl Paket sampai sesuai tempat/alamat yang dituju (B4). Dapat melacak keberadaan barang (C1).Selalu menjaga barang yang dikirim tetap aman (C2), Tarif pengiriman barang murah (C3).

Berlandaskan studi yang sudah dilangsungkan, untuk itu bisa diberikan saran yang dipertimbangkan supaya meningkatkan presentase kepuasan pelanggan serta mengatasi perolehan *gap* yang negative supaya bisa berbalik ke *gap* positif. Dan pertimbangan ini selaras pada apa yang dilihat ketika dilangsungkannya riset, yakni seperti berikut: pihak manager lebih baik menciptakan web untuk mengecek keberadaan barang serta mengecek harga jasa pengiriman yang memudahkan pelanggan ketika mengecek notifikasi secara mudah, firma mesti bertanggung jawab untuk packaging dalam pengemasan barang agar barang pelanggan tetap aman sampai tujuan, dan yang terakhir memberikan traning lebih dulu untuk karyawan supaya semua karyawan bisa memberikanservice yang terbaik untuk pelanggan.

Ucapan Terima Kasih/ Acknowledgment

Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Ibu A.A Ayu Mirah Kencanawati , SE., MM Selaku Ketua Penguji , Bapak I Wayan Sukarta,SE., M.Agb selaku pembimbing II ,Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si Selaku Penguji 1, dan Bapak I Wayan Siwantara, SE., MM Selaku Penguji II yang telah banyak meluangkan waktu untuk meberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan;
- b. Ibu Ni Nyoman Manik Herawati,SE Selaku Direktur, terima kasih telah memberikan izin pengambilan data pada perusahaan CV.Dwi Karya International Denpasar Bali.

Referensi/ Reference

- Agustina. (2014). Dasar-dasar Ekspor,Impor,Nilai Tukar Rupiah dan tingkat Inflansi terhadap Cadangan Devisa Indonesia. *Wira Ekonomi Mikroskil Vol.4*.
- Annisa, A. C., & Saputri, M. E. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Imprtance Performance Analysis (Studi pada Perusahaan J&T Express di Bandung). *e-Proceeding of Management Vol.7*.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Berry, Z. P. (1988). *Service Quality. Retailing*.
- Chandra, T. F. (2020). Service Quality and Satisfaction. *Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, Vol.1, No 2*.
- Delima, M., & Puspitasari, D. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel CS Knalpot Semarang dengan Metode Service Quality dan Importance Performance Analysis. *Teknis Industri Universitas Diponogoro*.
- Febrianti, A., Indriani, S., & Adriantantri, E. (2021). Pengukuran Kepuasan Penumpang Terhadap Pelayanan Jasa Penyebrangan Laut Dengan Metode Service Quality dan Importance Performance Analysis (Studi Kasus PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Singkil). *Valtech*.

- Gronroos. (2016). Pengertian Jasa. *Sains Manajemen & Akuntansi*.
- Hamdani. (2017). Prosedur Ekspor. *Administrasi Bisnis Vol.50, No 4*.
- Hasibuan, & M. S. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Husein, & Umar. (2009). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Kotler. (2009). *Management Pemasaran 1 Edisi 13*. Jakarta.
- Kotler, K. (2012). Karakteristik Jasa. *STIE SEMARANG, Vol 4, No.2*.
- Kotler,dkk.(2017). Pemasaran,Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Lukman, & Radhityo. (2015). Pengaruh Faktor Harga dan Merek Terhadap Minat Beli Model Desain Sepatu (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Manajemen,Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Vol.2 No.2*.
- Lupiyoadi. (2014). Definisi Jasa. *Administrasi Bisnis Vol.15 No. 1*. Nasution. (2017). Pengertian Kualitas Pelayanan. *CIMAE Proceeding. Vol.2*.
- Nunnally, & Ghozali. (2006). Teknik Analisis Data Uji Reliabilitas. *Jurnal Manajemen*.
- Oktamala, S., & Zuraidah, E. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan PT.POS Indonesia Cabang Belitang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual. *Prosisko Vol.8, No.2*.
- Oliver. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Putsanra, D. V. (2020, April 13). Arti PSBB yang Dibuat untuk Cegah Penyebaran Corona di Indonesia.
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valarie A. 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal of Marketing, Vol;. 49 (Fall),pp,41-50*
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2014). *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta.
- Tjiptono, & Chandra. (2011). Service Quality and Satisfaction. *Edisi 3 Yogyakarta*.
- Andi. Videlia, P. D. (2020, April 13). Arti PSBB yang dibuat untuk Cegah Penyebaran Corona di Indonesia. *Tirto.id*.
- Yulmanita. (2010). Analisis Kepuasan Pelanggan atas Pelayanan Customer Service pada Galeri Indosat Semarang. *Institutional Repository Diponegoro University*.