

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNAAN
JASA LAYANAN PERUSAHAAN *FREIGHT FORWARDING* MENGGUNAKAN
METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS***

ARTIKEL SIDANG TUGAS AKHIR



**Oleh:
Novreza Rahmadanis
NIM. 4132001021**

**PROGRAM STUDI LOGISTIK PERDAGANGAN INTERNATIONAL
JURUSAN MANAJEMEN BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BATAM
BATAM
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNAAN
JASA LAYANAN PERUSAHAAN *FREIGHT FORWARDING* MENGGUNAKAN
METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS***



Oleh:
Novreza Rahmadanis
NIM. 4132001021

Batam, 7 Juli 2024

Mahasiswa

Novreza Rahmadanis
NIM. 4132001021

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Dian Mulyaningtyas, S.Si., M.T

NIK.
198110022014042002

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNAAN JASA LAYANAN PERUSAHAAN *FREIGHT FORWARDING* MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Novreza Rahmadanis¹, Dian Mulyaningtyas S.Si.M.T 2

¹Mahasiswa Program Studi Logistik Perdagangan Internasional

²Dosen Jurusan Manajemen Bisnis

e-mail: novrezarahmadanisgmial.com

PT ABC adalah sebuah perusahaan multinasional yang fokus pada penyediaan layanan pengelolaan pengiriman barang, khususnya dalam bidang freight forwarding pada transportasi udara dan laut. Freight forwarding memiliki peran sentral dalam menjaga aliran barang yang lancar di pasar global. Bertujuan untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang analisis tingkat kepuasan pelanggan pada layanan perusahaan freight forwarding dengan menggunakan metode Importance-Performance Analysis (IPA). Hasil analisis mengungkapkan bahwa beberapa atribut kinerja di bawah harapan pelanggan, termasuk kemampuan perusahaan dalam memberikan informasi secara konsisten, pemahaman karyawan terhadap proses pengiriman, keramahan karyawan, dan kualitas komunikasi. Rekomendasi perbaikan yang diusulkan bertujuan untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan, sehingga dapat memberikan kepuasan maksimal. Dengan penerapan langkah-langkah perbaikan ini, diharapkan PT ABC dapat meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan PT ABC menggunakan pendekatan SERVQUAL dan Importance-Performance Analysis (IPA). Metode SERVQUAL untuk mengidentifikasi 22 atribut dalam lima dimensi utama: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Hasil menunjukkan kinerja atribut-atribut ini belum memuaskan pelanggan, dengan rata-rata nilai kesenjangan negatif. Melalui IPA menemukan hasil bahwa kinerja rata-rata lebih tinggi daripada kepentingan, namun korelasi antar variabel tidak signifikan. Diagram kartesius mengidentifikasi atribut prioritas yang perlu diperbaiki, seperti konsistensi informasi, pemahaman proses pengiriman, keramahan, dan kualitas komunikasi karyawan, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan PT ABC.

Kata kunci: *FREIGHT FORWARDING, KEPUASAN PELANGGAN, IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS, SERVQUAL*

ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION ON USE FREIGHT FORWARDING COMPANY SERVICES USING THE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS METHOD

Abstract

PT ABC is a multinational company that focuses on providing goods delivery management services, especially in the field of freight forwarding in air and sea transportation. Freight forwarding has a central role in maintaining the smooth flow of goods in global markets. Aims to gain in-depth insight into the analysis of customer satisfaction levels in freight forwarding company services using the Importance-Performance Analysis (IPA) method. The results of the analysis reveal that several performance attributes are below customer expectations, including the company's ability to provide information consistently, employee understanding of delivery process, employee friendliness, and communication quality. The proposed improvement recommendations aim to optimize the company's performance in meeting customer expectations, so as to provide maximum satisfaction. By implementing these improvement steps, it is hoped that PT ABC can improve service quality and maintain customer loyalty. This research evaluates the level of customer satisfaction of PT ABC using the SERVQUAL and Importance-Performance Analysis (IPA) approaches. Using the SERVQUAL method approach to identify 22 attributes in five main dimensions: physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The results show that the performance of these attributes has not satisfied customers, with an average negative gap value. Through IPA the results were found that the average performance was higher than interest, but the correlation between variables was not significant. The Cartesian diagram identifies priority attributes that need to be improved, such as information consistency, understanding of the delivery process, friendliness, and quality of employee communication, to increase PT ABC customer satisfaction.

Key words: FREIGHT FORWARDING, CUSTOMER SATISFACTION, IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS, SERVQUAL

PENDAHULUAN

Industri Logistik dan pengiriman barang mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan globalisasi dan pertumbuhan ekonomi yang terus berlangsung, *freight forwarding*, sebagai salah satu elemen kunci dalam rantai pasok global, memainkan peran yang penting dalam mengelola dan menyelaraskan pengiriman barang dari produsen ke konsumen (Pramudita, 2020).

PT ABC adalah sebuah perusahaan multinasional yang fokus pada penyediaan layanan pengelolaan pengiriman barang, khususnya dalam bidang *freight forwarding* pada transportasi udara, darat dan laut. Freight forwarding memiliki peran sentral

dalam menjaga aliran barang yang lancar di pasar global. PT ABC bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan pengiriman barang di seluruh dunia, mencakup berbagai layanan seperti transportasi, penyimpanan, dan manajemen dokumen untuk mengangkut barang secara efisien dari pemasok ke konsumen akhir. Perusahaan ini berusaha memperluas pasar dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin di industri *freight forwarding*, memenuhi kebutuhan logistik yang semakin kompleks dari para pelanggan. (Nurwahyudi & Rimawan, 2021).

Tabel 1.1 Data pelanggan via Udara

No	Bulan	jumlah pelanggan Udara	jumlah pengiriman	jumlah komplain	Persentase
1	Januari 2023	76	183	45	24,59%
2	Februari 2023	68	176	43	24,43%
3	Maret 2023	55	143	39	27,27%
4	April 2023	45	137	34	24,82%
5	Mei 2023	33	122	30	24,59%
6	juni 2023	40	135	32	23,70%
7	Juli 2023	32	103	29	28,16%
	Total	349	999	252	25,23%

Sumber : database PT ABC

Tabel 1.2 Data pelanggan via laut

No	Bulan	jumlah pelanggan Laut	jumlah pengiriman	jumlah komplain	Persentase
1	Januari 2023	283	650	127	19,54%
2	Februari 2023	254	623	131	21,03%
3	Maret 2023	231	593	134	22,60%
4	April 2023	213	557	130	23,34%
5	Mei 2023	221	551	133	24,14%
6	juni 2023	210	480	110	22,92%
7	Juli 2023	203	490	135	27,55%
	Total	1615	3944	900	22,82%

Sumber : Database PT ABC

Berdasarkan tabel data di atas PT ABC dalam periode Januari hingga Juli, total keseluruhan pengiriman mencapai 3944 unit. PT ABC terlihat meningkat 28,16% layanan via udara dan 27,55% via laut pada bulan juli, seperti yang ditampilkan dalam pada table tersebut, yang mana dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan. Penurunan jumlah pelanggan dapat dilihat dari jumlah pengiriman dari bulan januari hingga bulan juli 2023 yang mana bisa berdampak besar pada perusahaan. Beberapa efeknya termasuk penurunan pendapatan, penurunan laba bersih, dan kekhawatiran investor. Selain itu, penurunan ini dapat memicu ketidakstabilan keuangan, pemotongan anggaran, dan hilangnya keunggulan bersaing. Kehilangan pelanggan juga bisa mengarah pada pemutusan

hubungan kerja dan menandakan masalah dengan kualitas produk atau layanan.

Untuk menganalisis kepuasan pelanggan pada PT ABC dengan menggunakan dengan metode Importance Performance Analysis (IPA). Metode ini perusahaan untuk mengevaluasi seberapa baik kinerja mereka dalam memenuhi harapan pelanggan (Performance) dan mengidentifikasi elemen-elemen yang paling penting bagi pelanggan (Importance) serta pendekatan yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan atau kinerja suatu produk atau layanan dengan mempertimbangkan dua dimensi utama, yaitu tingkat kepentingan dan kinerja.(Veronica et al., 2018).

Berdasarkan latar belakang penelitian, tujuan utama ### Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut yang penting dalam menilai kepuasan pelayanan yang dirasakan oleh pengguna jasa layanan freight forwarding serta menentukan aspek-aspek yang menjadi prioritas untuk diperbaiki demi peningkatan kualitas layanan. Selain itu, penelitian ini juga berfokus pada evaluasi kepuasan pengguna jasa berdasarkan persepsi pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan masih belum memenuhi harapan dan belum mampu memuaskan pelanggan, seperti yang terlihat dari seluruh indikator atau atribut yang memiliki nilai gap negatif. Dari hasil tersebut, penelitian ini mengidentifikasi tujuh indikator atau atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini berfokus pada beberapa rumusan masalah yaitu apa penyebab penurunan jumlah pelanggan dari Januari 2023 hingga Juli 2023? Bagaimana cara mengatasi keluhan pelanggan terkait pelayanan jasa freight forwarding? Dan, rekomendasi perbaikan apa yang dapat diusulkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan PT ABC?

LITERATUR REVIEW

Freight Forwarding

Freight Forwarding menjadi bidang yang semakin diminati dalam rantai pasokan global operator. Menurut Mandasari, Juliani dan Pitria (2021) Dalam industri *freight forwarding*, fokus kegiatan ini adalah pada pengangkutan komoditas secara menyeluruh. Dalam proses pengiriman atau penerimaan komoditas di kapal, eksportir seringkali membutuhkan bantuan dari pihak lain, seperti perusahaan jasa *logistic*, (Mandasari, Juliani, & Pitria, 2021).

Kepuasan Pelanggan

Menurut Meileny (2020) Baik atau buruknya kualitas suatu jasa ditentukan oleh ekspektasi konsumen pengguna jasa tersebut. Oleh karena itu, diperlukan

perbaikan terus-menerus agar dapat secara konsisten menjaga, memelihara dan meningkatkan kualitas pelayanan serta memenuhi harapan dan ekspektasi pelanggan. Suatu produk atau jasa dianggap tidak baik jika persepsi pelanggan terhadap kenyataan produk atau jasa tersebut tidak sesuai dengan harapan mereka. Sebaliknya, produk atau jasa dianggap baik jika persepsi pelanggan terhadap kenyataan produk atau jasa tersebut melebihi harapan mereka.(Meileny, 2020).

Importance Performance Analysis

Menurut Febriyansi,Widaningsih (2019) dan Nurwahyudi,Rimawan (2021) Metode IPA dapat digunakan untuk menganalisis atau membandingkan tingkat kinerja dan pengalaman layanan yang diterima pengguna layanan relatif terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. Tujuan utama *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah untuk dengan mudah mengidentifikasi atribut-atribut berdasarkan minat, apakah layanan tersebut menunjukkan kinerja yang baik atau buruk(Febiyansi & Widaningsih, 2019; Nurwahyudi & Rimawan, 2021). Rumus untuk tingkat kesesuaian adalah:

$$Tk = \frac{x}{y} \cdot 100\%$$

Dengan:

Tk = Tingkat kesesuaian responden

x = Skor penilaian pelaksanaan kinerja

y = Skor penilaian kepentingan pengguna jasa
Setelah dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian, kemudian gunakan rumus berikut untuk setiap atribut untuk menyederhanakan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan:

x = Skor rata-rata persepsi/performance

y = Skor rata-rata harapan/importance

n = Jumlah responden

Selanjutnya adalah membuat peta posisi importance – performance yang merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik yaitu:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{k}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{k}$$

Keterangan:

x = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut

y = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut

k = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan

Servqual

Menurut Asri, Fernanda, & Sokhibi (2023), Nurwahyudi & Rimawan (2021), serta Yanuar & Siregar (2023), Servqual telah menjadi dasar yang luas digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas layanan, terutama dalam memahami persepsi dan harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Model Servqual banyak digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas layanan melalui lima dimensi utama: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Kerangka kerja ini memberikan penilaian yang komprehensif terhadap pengalaman pelanggan dalam menerima layanan (Asri, Fernanda, & Sokhibi, 2023; Nurwahyudi & Rimawan, 2021; Yanuar & Siregar, 2023).

Dimensi kualitas layanan yang mempengaruhi penelitian ini adalah:

1. Bukti Fisik (Tangibles)

Mengacu pada aspek fisik dari lingkungan layanan, termasuk penampilan fasilitas, peralatan, personel, dan materi yang digunakan.

2. Keandalan (Reliability)

Menunjukkan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang andal dan konsisten sesuai dengan yang dijanjikan.

3. Daya Tanggap (Responsiveness)

Menggambarkan kemauan dan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan dengan cepat dan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan.

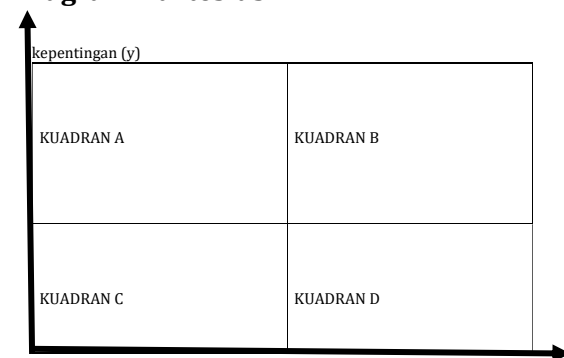
4. Jaminan (Assurance)

Meliputi keyakinan dan kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan melalui kompetensi, keandalan, dan keramahan personel layanan.

5. Empati (Empathy)

Menunjukkan perhatian, pemahaman, dan perasaan yang diberikan kepada kebutuhan dan perasaan pelanggan, serta kemampuan untuk berempati dengan mereka.

Diagram Kartesius



1. Kuadran A (Kepentingan Tinggi, Kinerja Rendah)

Atribut ini sangat penting bagi pelanggan namun kinerjanya rendah. Fokus utama perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Kuadran B (Kepentingan Tinggi, Kinerja Tinggi)

Atribut ini penting dan kinerjanya tinggi, menunjukkan harapan pelanggan terpenuhi atau terlampaui. Perlu diperkuat untuk menjaga keunggulan layanan.

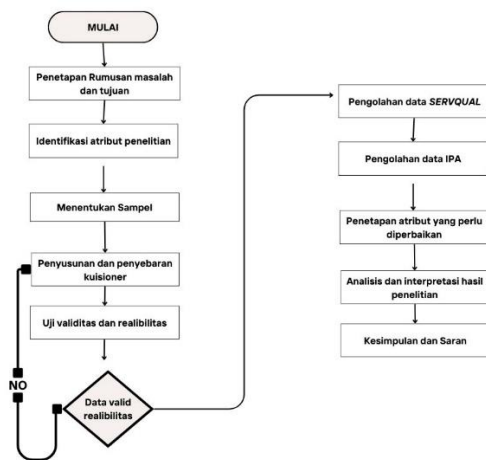
3. Kuadran C (Kepentingan Rendah, Kinerja Rendah)

Atribut ini kurang penting dan kinerjanya rendah. Meskipun bukan prioritas, perbaikan diperlukan untuk menghindari ketidakpuasan.

4. Kuadran D (Kepentingan Rendah, Kinerja Tinggi)

Atribut ini kurang penting tetapi kinerjanya tinggi. Evaluasi ulang alokasi sumber daya untuk memastikan efisiensi.

Kerangka pemikiran



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan metode Importance Performance Analysis (IPA). Pendekatan servqual dalam penelitian menekankan pengumpulan data berupa angka atau variabel numerik. Metode ini melibatkan penggunaan survei kuisioner atau analisis statistik untuk mengumpulkan dan menganalisis data dengan tujuan mengidentifikasi pola, hubungan, atau tren. Data yang dihasilkan dapat diukur secara matematis. Analisis data dilakukan dengan menyajikan gambaran dan mengenali pola atau karakteristik untuk menguji hipotesis atau membuat inferensi statistik.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap dan pendapat responden, dengan skala dari 1 hingga 5. Skala ini mencakup tingkat kesetujuan mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Teknik penetapan jumlah perhitungan responden dalam

penelitian ini menggunakan rumus Slovin, dengan populasi yang ditentukan oleh peneliti sebanyak 100 responden.

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5(1-0.5)}{0.1^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.1^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.01}$$

$$n = 96.04 = 100$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha atau sampling error

Pada penelitian ini untuk analisis data, penelitian menggunakan *software IBM SPSS 29*, yang digunakan untuk mengolah dan menginterpretasi data hasil survei dengan lebih sistematis dan akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Service Quality (Servqual)

Tabel 4.2 analisis servqual

Dimensi	Atribut	Mean Performance	Mean Importance	Servqual Scores
Tangibles (Bukti Fisik)	Perusahaan selalu memberikan (website) bukti dokumen pada proses pengiriman kepada pelanggan (X1)	3.46	4.19	-0.73
	Perusahaan menyediakan portal untuk melakukan pengecekan pengiriman kepada pelanggan (X2)	4.10	3.72	0.38
	Perusahaan memberikan akses kepada pelanggan untuk mengetahui dokumen pengiriman (X3)	3.44	4	-0.57
	Facilitas perusahaan untuk ruang tunggu messenger nyaman (X4)	3.34	4.01	-0.67
	Dokumen fisik pengiriman yang dikirimkan kepada pelanggan dalam keadaan baik (X5)	3.87	4.07	-0.20
Reliability (Keandalan)	Perusahaan dapat memberikan informasi kepada pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan (X6)	3.46	3.84	-0.38
	Perusahaan mampu dalam menangani kebutuhan pelanggan (X7)	3.25	4.08	-0.83
	Waktu yang diberikan perusahaan selalu sesuai dengan yang dijanjikan (X8)	3.28	4.09	-0.81
	Perusahaan dapat memberikan rate harga yang ekonomis bagi pelanggan (X9)	3.62	3.77	-0.15
	Perusahaan mampu untuk menangani masalah dokumen pengiriman yang terjadi di lapangan jika terjadi masalah (X10)	3.67	3.73	-0.06
Responsiveness (Responsivitas)	Perusahaan dapat dengan cepat untuk membalas e-mail dari pelanggan (X11)	3.28	3.85	-0.57
	Perusahaan selalu berupaya dalam membantu menyelesaikan masalah terkait pengiriman oleh pelanggan (X12)	3.43	3.77	-0.34
	Perusahaan tanggap dan merespon dengan baik komplain pelanggan terkait pelayanan yang diterima (X13)	3.2	4.08	-0.88
	Perusahaan selalu memberikan informasi terkait dokumen pelanggan (X14)	3.28	3.94	-0.66
	Perusahaan selalu memberikan informasi dan menyelesaikan masalah jika terjadi ketelambatan moda transportasi pengiriman kepada pelanggan (X15)	3.33	3.82	-0.49
Assurance (Jaminan)	Perusahaan memberikan jaminan keamanan dokumen terkait pengiriman oleh pelanggan (X16)	3.42	3.73	-0.31
	Karyawan perusahaan memiliki pengetahuan yang baik terkait pengiriman oleh pelanggan (X17)	3.36	4.16	-0.80
	Perusahaan bertanggung jawab penuh jika terjadi kehilangan, kerusakan atau keterlambatan pengiriman (X18)	3.39	3.87	-0.48
Empathy (Empati)	Keramahan karyawan perusahaan terhadap pelanggan (X19)	3.32	3.75	-0.43
	Karyawan perusahaan melakukan komunikasi yang baik kepada pelanggan (X20)	3.31	3.68	-0.37
	Karyawan perusahaan selalu teliti untuk memberikan informasi pengiriman dari dokumen awal sampai dokumen pengiriman sampai di tujuan (X21)	3.43	3.78	-0.35
	Perusahaan memiliki kemampuan dalam memahami kebutuhan pelanggan (X22)	3.51	4.05	-0.54

Sumber: data hitungan responden.

Berdasarkan tabel di atas bahwa hasil analisis dengan pendekatan *servqual* diperoleh semua atribut yang menjadi harapan dari pelanggan kinerjanya belum memuaskan pelanggan Hasil analisis dari pendekatan *servqual* didapatkan 22 atribut tersebut yang menjadi harapan dan persepsi dari pelanggan di PT ABC, terdapat lima dimensi untuk menentukan kepuasan pelanggan yaitu dimensi bukti fisik (*tangibles*) sebanyak 5 atribut, keandalan (*reliability*) sebanyak 5 atribut, daya tanggap (*responsiveness*) sebanyak 5 atribut, jaminan (*assurance*) sebanyak 3 atribut, dan empati (*emphaty*) sebanyak 4 atribut. Semua atribut yang menjadi harapan dari pelanggan

kinerjanya belum memuaskan pelanggan, dapat diketahui dari lima dimensi tersebut yang diukur dan memiliki rata-rata nilai kesenjangan (*gap*) negative, yang mana terjadinya ketidakpuasan. Dan hanya 1 atribut yang tidak memiliki nilai kesenjangan yaitu atribut perusahaan menyediakan portal untuk melakukan pengecekan pengiriman kepada pelanggan (X2).

Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

Persepsi pelanggan jasa terhadap kinerja pelayanan PT ABC tercermin dari kesesuaian antara penilaian kinerja yang diterima dan kepentingan pengguna jasa terhadap atribut layanan PT ABC. Kepuasan pelanggan tercapai ketika penilaian terhadap kondisi saat ini sesuai dengan harapan mereka. Jika nilai kesesuaian untuk setiap atribut melebihi rata-rata kesesuaian keseluruhan, pengguna dianggap sangat puas. Namun, jika nilai kesesuaian berada di bawah rata-rata, itu menandakan bahwa ada atribut yang kualitasnya perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan pengguna.

Atribut-atribut yang akan digunakan pada *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3 Hasil Nilai Importance Performance Analysis (IPA)

Dimensi	Atribut	Tingkat Kepuasan (\bar{X})	Tingkat Harapan (\bar{Y})
Tangibles (Bukti Fisik)	Perusahaan selalu memberikan (website) bukti-dokumen pada proses pengiriman kepada pelanggan (X1)	3.46	4.19
	Perusahaan menyediakan portal untuk melakukan pengecekan pengiriman kepada pelanggan (X2)	4.10	3.72
	Perusahaan memberikan akses kepada pelanggan untuk mengetahui dokumen pengiriman (X3)	3.44	4
	Fasilitas perusahaan untuk nang tunggu messenger nyaman (X4)	3.34	4.01
	Dokumen fisik pengiriman yang kiriman kepada pelanggan dalam keadaan baik (X5)	3.87	4.07
Reliability (Keandalan)	Perusahaan dapat memberikan informasi kepada pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan (X6)	3.46	3.84
	Perusahaan mampu dalam menangani kebutuhan pelanggan (X7)	3.25	4.08
	Waktu yang diberikan perusahaan selalu sesuai dengan yang dijanjikan (X8)	3.28	4.09
	Perusahaan dapat memberikan rate harga yang ekonomis bagi pelanggan (X9)	3.62	3.77
	Perusahaan mampu untuk menangani masalah dokumen pengiriman yang terjadi di lapangan jika terjadi masalah (X10)	3.67	3.73
Responsiveness (Responsivitas)	Perusahaan dapat dengan cepat untuk membalas e-mail dari pelanggan (X11)	3.28	3.85
	Perusahaan selalu berupaya dalam membantu menyelesaikan masalah terkait pengiriman oleh pelanggan (X12)	3.43	3.77
	Perusahaan tanggap dan merespon dengan baik keluhan pelanggan terkait pelayanan yang diterima (X13)	3.2	4.08
	Perusahaan selalu memberikan informasi terkait dokumen pelanggan (X14)	3.28	3.94
	Perusahaan selalu memberikan informasi dan menyelesaikan masalah jika terjadi keterlambatan moda transportasi pengiriman kepada pelanggan (X15)	3.33	3.82
Assurance (Jaminan)	Perusahaan memberikan jaminan keamanan dokumen terkait pengiriman oleh pelanggan (X16)	3.42	3.73
	Karyawan perusahaan memiliki pengetahuan yang baik terkait pengiriman oleh pelanggan (X17)	3.36	4.16
	Perusahaan bertanggung jawab penuh jika terjadi kesalahan/kerusakan atau keterlambatan pengiriman (X18)	3.39	3.87
Empathy (Empati)	Kerumahan karyawan perusahaan terhadap pelanggan (X19)	3.32	3.75
	Karyawan perusahaan melakukan komunikasi yang baik kepada pelanggan (X20)	3.31	3.68
	Karyawan perusahaan selalu teliti untuk memberikan informasi pengiriman dari dokumen awal sampai dokumen pengiriman sampai di tujuan (X21)	3.43	3.78
	Perusahaan memiliki kemampuan dalam memahami kebutuhan pelanggan (X22)	3.51	4.05
	Jumlah	75.75	85.99
	Rata-Rata	3.44	3.91

Sumber: hasil perhitungan data responden.

Berdasarkan Tabel 4.3 Berdasarkan tabel di atas bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa total skor kepuasan pelanggan mencapai 75.75, sedangkan total skor harapan pelanggan berada di angka 85.99. Ini berarti rata-rata skor kepuasan adalah 3.44, sementara rata-rata skor harapan adalah 3.91. Meskipun PT ABC sudah memberikan layanan yang cukup memadai dan dinilai baik oleh pelanggan, ada beberapa area yang perlu ditingkatkan. Untuk sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan dan mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi, perusahaan harus fokus pada peningkatan kualitas layanan di berbagai aspek. Dengan melakukan perbaikan ini, PT ABC dapat lebih efektif dalam memenuhi ekspektasi pelanggan, menjaga loyalitas mereka, dan meningkatkan citra perusahaan secara keseluruhan.

Tabel 4.4 Rata-rata skor dan presentasi kesesuaian

Atribut	Rata-Rata Skor		Persentase Kesesuaian
	\bar{X}	\bar{Y}	
1. Tangibles (Bukti Fisik)	3.64	4.00	10983%
2. Reliability (Keandalan)	3.46	3.90	11291%
3. Responsiveness (Responsivitas)	3.30	3.89	11780%
4. Assurance (Jaminan)	3.39	3.92	11563%
5. Empathy (Empati)	3.39	3.82	11245%

Berdasarkan tabel diatas setelah dilakukannya perhitungan menggunakan metode IPA didapati hasil dari analisis kepuasan pelanggan di PT ABC, sebuah perusahaan freight forwarding, melibatkan lima atribut utama: Tangibles (Bukti Fisik), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Responsivitas), Assurance (Jaminan), dan Empathy (Empati). Setiap atribut diukur berdasarkan rata-rata skor kinerja yang dirasakan.

1. Tangibles (Bukti Fisik)

Memiliki rata-rata skor kinerja 3.64 dan ekspektasi 4.00, dengan persentase kesesuaian 109.83%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun aspek fisik layanan dinilai cukup baik oleh pelanggan, masih ada ruang untuk peningkatan agar dapat sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan.

2. Reliability (Keandalan)

Mencatat rata-rata skor kinerja 3.46 dan ekspektasi 3.90, dengan persentase kesesuaian 112.91%. Keandalan layanan dianggap cukup memadai oleh pelanggan, namun masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan.

3. Responsiveness (Responsivitas)

Memperoleh rata-rata skor kinerja 3.30 dan ekspektasi 3.89, dengan persentase kesesuaian 117.80%. Meskipun responsivitas dinilai baik, perusahaan perlu meningkatkan kecepatan dan efektivitas tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan.

4. Assurance (Jaminan)

Menunjukkan rata-rata skor kinerja 3.39 dan ekspektasi 3.92, dengan persentase kesesuaian 115.63%. Aspek jaminan layanan

juga memerlukan peningkatan agar sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

5. Empathy (Empati)

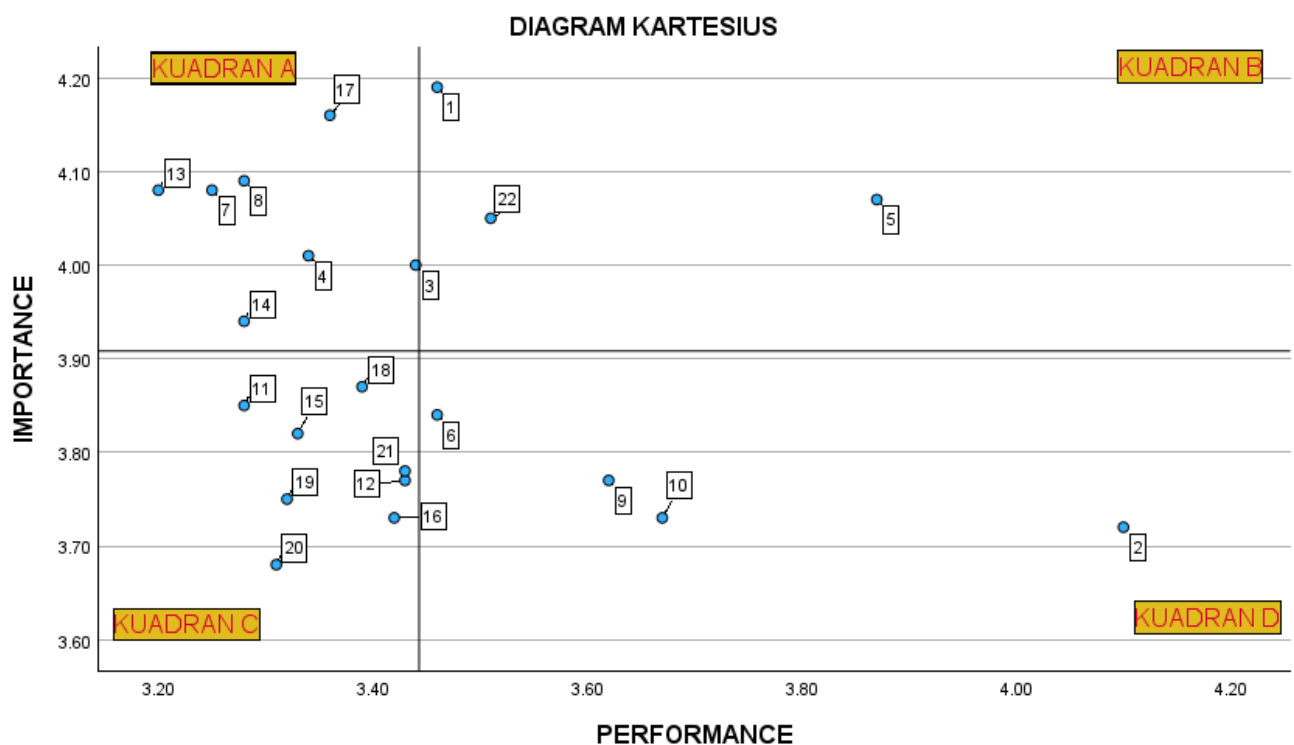
Memiliki rata-rata skor kinerja 3.39 dan ekspektasi 3.82, dengan persentase kesesuaian 112.45%. Meskipun empati dalam layanan dinilai cukup tinggi, masih ada ruang untuk perbaikan untuk memberikan layanan yang lebih memuaskan.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa meskipun PT ABC telah memberikan layanan yang baik, masih ada beberapa area yang perlu ditingkatkan untuk sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Persentase kesesuaian yang tinggi menunjukkan bahwa pelanggan memiliki harapan besar terhadap layanan yang diberikan, sehingga perusahaan perlu fokus pada peningkatan kualitas untuk

mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Diagram Kartesius

Diagram kartesius IPA untuk pengguna jasa layanan PT ABC menunjukkan nilai rata-rata kepuasan pelanggan (X) memotong sumbu horizontal, sedangkan nilai rata-rata kepentingan pelanggan (Y) memotong sumbu vertical mengambil nilai *mean* dari kedua variabel. Dengan memplotkan bobot kepentingan dan kepuasan dalam diagram ini, perusahaan dapat dengan mudah mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan layanan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.



Sumber: *software spss versi 29*.

Berdasarkan gambar 4.1 di atas, dapat diuraikan wilayah kuadran A-D sebagai berikut:

- a. Kuadran A Prioritas Utama (Kepentingan Tinggi, Kinerja Rendah)

Menurut Yanuar dan Siregar (2023), wilayah ini mencakup variabel-variabel dengan tingkat kepentingan yang tinggi tetapi kinerjanya belum memenuhi harapan pengguna. Fokus perbaikan perlu diarahkan

ke variabel-variabel ini karena mereka penting bagi pelanggan, tetapi saat ini belum memadai, (Yanuar & Siregar, 2023). Berikut ini atribut yang terdapat di kuadran A beserta alasan perbaikan dari setiap atribut:

1. Perusahaan memberikan akses kepada pelanggan untuk mengetahui dokumen pengiriman (X3).

Alasan perbaikan: transparansi dan Kepercayaan Pelanggan dengan memberikan akses ini, pelanggan dapat memantau status pengiriman secara langsung, meningkatkan transparansi dan kepercayaan terhadap layanan perusahaan. Serta efisiensi Operasional dalam Pengurangan pertanyaan langsung kepada staf layanan pelanggan mengurangi beban administrasi dan mempercepat respon terhadap kebutuhan pelanggan.

2. Fasilitas perusahaan untuk ruang tunggu messenger nyaman (X4)

Alasan perbaikan: kenyamanan Pelanggan memberikan fasilitas yang nyaman menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan dan membuat mereka merasa dihargai. Dan peningkatan citra perusahaan yang mana memiliki fasilitas yang baik mencerminkan komitmen perusahaan terhadap kualitas layanan dan perhatian terhadap detail.

3. Perusahaan mampu dalam menangani kebutuhan pelanggan (X7)

Alasan perbaikan: pelayanan yang Personal Kemampuan untuk menanggapi kebutuhan individual pelanggan membangun hubungan yang lebih dekat dan meningkatkan loyalitas. Dan kepuasan Pelanggan Memastikan kebutuhan pelanggan terpenuhi dengan baik meningkatkan tingkat kepuasan dan merangsang rekomendasi positif.

4. Waktu yang diberikan perusahaan selalu sesuai dengan yang dijanjikan (X8)

Alasan atribut: keandalan dan Kepuasan Pelanggan untuk kepatuhan terhadap jadwal yang dijanjikan menunjukkan keandalan perusahaan, yang merupakan faktor penting

dalam mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

5. Perusahaan tanggap dan merespon dengan baik komplain pelanggan terkait pelayanan yang diterima (X13)

Alasan perbaikan: penanganan masalah untuk respons yang cepat dan efektif terhadap keluhan pelanggan meningkatkan kepercayaan dan memastikan bahwa masalah dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Serta peningkatan pengalaman pelanggan Memperbaiki pengalaman pelanggan dengan menunjukkan perhatian yang sungguh-sungguh terhadap masalah yang mereka hadapi.

6. Perusahaan selalu memberikan informasi terkait dokumen pelanggan (X14)

Alasan perbaikan: keterbukaan dan kepuasan pelanggan untuk informasi yang jelas dan konsisten mengurangi kebingungan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan perusahaan.

7. Karyawan perusahaan memiliki pengetahuan yang baik terkait pengiriman oleh pelanggan (X17)

Alasan perbaikan: profesionalisme dan kepercayaan untuk pengetahuan yang mendalam tentang proses pengiriman menunjukkan tingkat profesionalisme dan kompetensi yang tinggi, membangun kepercayaan pelanggan dan memastikan pelayanan yang berkualitas.

b. Kuadran B Pertahankan Prestasi (Kepentingan Tinggi, Kinerja Tinggi)

Menurut Yanuar dan Siregar (2023) Wilayah ini adalah wilayah yang memuat variabel-variabel dengan tingkat kepentingan relatif tinggi dengan tingkat kepuasan yang relatif tinggi pula, (Yanuar & Siregar, 2023). Berikut ini atribut yang terdapat di kuadran B beserta alasan perbaikan dari setiap atribut:

1. Perusahaan selalu memberikan (website) bukti dokumen pada proses pengiriman kepada pelanggan (X1)

Alasan Perbaikan: dengan menyediakan bukti dokumen melalui website, pelanggan dapat memverifikasi dan memantau status

pengiriman mereka, meningkatkan transparansi dan kepercayaan terhadap layanan perusahaan. Digitalisasi dokumen mengurangi kebutuhan akan dokumen fisik, mempercepat proses administrasi, dan memberikan akses cepat dan mudah ke informasi yang diperlukan.

2. Dokumen fisik pengiriman yang dikirimkan kepada pelanggan dalam keadaan baik (X5)

Alasan Perbaikan: mengirimkan dokumen fisik dalam kondisi baik menunjukkan profesionalisme dan perhatian terhadap detail, yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Dokumen fisik yang lengkap dan dalam kondisi baik berfungsi sebagai bukti penting dalam berbagai situasi hukum dan bisnis, memastikan perlindungan hukum bagi reputasi perusahaan di mata pelanggan.

3. Perusahaan memiliki kemampuan dalam memahami kebutuhan pelanggan (X22)

Alasan Perbaikan: memahami kebutuhan pelanggan dengan baik memungkinkan perusahaan untuk menawarkan layanan yang lebih personal dan relevan, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

c. Kuadran C Prioritas Rendah (Kepentingan Rendah, Kinerja Rendah)
Menurut Yanuar dan Siregar (2023) wilayah ini mencakup variabel-variabel dengan tingkat kepentingan rendah dan kinerja yang juga rendah. Karena variabel-variabel ini tidak terlalu penting bagi pelanggan, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya yang lebih sedikit untuk perbaikan di area ini, (Yanuar & Siregar, 2023). Berikut ini atribut yang terdapat di kuadran C beserta alasan perbaikan dari setiap atribut:

1. Perusahaan dapat dengan cepat membalas e-mail dari pelanggan (X11).

Alasan perbaikan: untuk memastikan kepuasan pelanggan melalui respons cepat terhadap e-mail, yang menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap kebutuhan mereka. Selain itu, menangani pertanyaan dan masalah pelanggan dengan cepat membantu mengurangi penumpukan pekerjaan dan memastikan operasional berjalan lancar, serta

mencerminkan profesionalisme perusahaan, yang meningkatkan reputasi dan kepercayaan pelanggan.

2. Perusahaan selalu berupaya dalam membantu menyelesaikan masalah terkait pengiriman oleh pelanggan (X12).

Alasan perbaikan: untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan melalui bantuan yang efektif dalam menyelesaikan masalah pengiriman. Pendekatan proaktif dalam menangani masalah memastikan penyelesaian yang lebih cepat dan efisien, mengurangi dampak negatif terhadap operasional dan reputasi perusahaan. Selain itu, pelanggan yang merasa didukung dalam situasi sulit cenderung lebih loyal dan lebih mungkin merekomendasikan layanan perusahaan.

3. Perusahaan selalu memberikan informasi dan menyelesaikan masalah jika terjadi keterlambatan moda transportasi pengiriman kepada pelanggan (X15).

Alasan perbaikan: untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan pelanggan dengan memberikan informasi yang jujur dan tepat waktu mengenai keterlambatan. Menginformasikan dan menyelesaikan masalah keterlambatan membantu mengurangi ketidakpastian dan kecemasan pelanggan, serta menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kepuasan pelanggan, yang meningkatkan loyalitas dan kepercayaan.

4. Perusahaan memberikan jaminan keamanan dokumen terkait pengiriman oleh pelanggan (X16)

Alasan perbaikan: Perusahaan harus menjamin keamanan dokumen pengiriman untuk meningkatkan rasa aman pelanggan, membangun kepercayaan, dan loyalitas. Sistem keamanan yang efektif mengurangi risiko kehilangan atau kerusakan dokumen, menjaga reputasi, dan operasional perusahaan. Keamanan dokumen juga membantu mematuhi regulasi industri dan menghindari masalah hukum. Jaminan keamanan meningkatkan nilai layanan dan kepuasan pelanggan, serta menjadi keunggulan kompetitif yang menarik

pelanggan yang mengutamakan keamanan dan keandalan.

5. Perusahaan bertanggung jawab penuh jika terjadi kehilangan, kerusakan, atau keterlambatan pengiriman (X18).

Alasan perbaikan: untuk menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kualitas layanan dengan bertanggung jawab penuh atas masalah pengiriman, meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Tanggung jawab yang jelas dan tegas membantu menghindari sengketa hukum dan memperkuat hubungan baik dengan pelanggan, serta memperkuat reputasi perusahaan sebagai penyedia layanan yang dapat diandalkan dan bertanggung jawab.

6. Keramahan karyawan perusahaan terhadap pelanggan (X19).

Alasan perbaikan: meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan dengan keramahan karyawan, membuat mereka merasa dihargai dan diterima. Interaksi yang ramah dan positif meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk kembali menggunakan layanan perusahaan dan menciptakan citra perusahaan yang hangat dan peduli, meningkatkan reputasi perusahaan di mata pelanggan.

7. Karyawan perusahaan melakukan komunikasi yang baik kepada pelanggan (X20).

Alasan perbaikan: memastikan efisiensi operasional dengan komunikasi yang baik, memastikan bahwa informasi disampaikan dengan jelas dan akurat, mengurangi kesalahpahaman dan meningkatkan efisiensi operasional. Pelanggan yang menerima komunikasi yang baik lebih puas karena mereka merasa diinformasikan dan didengar, dan komunikasi yang baik membantu dalam mengidentifikasi masalah dan kebutuhan pelanggan, memungkinkan perbaikan layanan yang berkelanjutan.

8. Karyawan perusahaan selalu teliti untuk memberikan informasi pengiriman dari dokumen awal sampai dokumen pengiriman sampai di tujuan (X21).

Alasan perbaikan: memastikan akurasi dan keandalan dalam proses pengiriman melalui ketelitian dalam memberikan informasi. Informasi yang tepat dan rinci membantu pelanggan merasa lebih percaya diri dan puas dengan layanan yang mereka terima, serta mengurangi risiko kesalahan, yang dapat menyebabkan keterlambatan dan masalah lainnya.

d. Kuadran D Berlebihan (Kepentingan Rendah, Kinerja Tinggi)

Menurut Nugraha, Dzikron dan Bachtiar (2023), wilayah ini mencakup variabel-variabel dengan tingkat kepentingan rendah, tetapi kinerja yang tinggi. Sumber daya yang dialokasikan untuk variabel-variabel ini mungkin bisa dialihkan ke area yang lebih membutuhkan perbaikan, (Reza Nugraha, M. Dzikron, & Iyan Bachtiar, 2023). Berikut ini atribut yang terdapat di kuadran D beserta alasan perbaikan dari setiap atribut:

1. Atribut Perusahaan menyediakan portal untuk melakukan pengecekan pengiriman kepada pelanggan (X2).

Alasan perbaikan: perusahaan telah menyediakan portal yang memungkinkan pelanggan untuk memantau status pengiriman secara real-time, meningkatkan transparansi dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan perusahaan.

2. Atribut Perusahaan dapat memberikan informasi kepada pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan (X6)

Alasan perbaikan: dengan memberikan informasi yang tepat waktu dan akurat sesuai dengan yang dijanjikan, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun reputasi sebagai penyedia layanan yang dapat diandalkan.

3. Atribut Perusahaan dapat memberikan rate harga yang ekonomis bagi pelanggan (X9)

Alasan perbaikan: penawaran harga yang ekonomis oleh perusahaan tidak hanya meningkatkan daya saing di pasar tetapi juga menarik pelanggan yang sensitif terhadap harga, memungkinkan perusahaan untuk

meningkatkan volume penjualan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

4. Atribut Perusahaan mampu untuk menangani masalah dokumen pengiriman yang terjadi di lapangan jika terjadi masalah (X10)

Alasan perbaikan: kemampuan perusahaan untuk menangani masalah dokumen pengiriman di lapangan secara efisien tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memastikan kepuasan pelanggan dengan memberikan respons yang cepat dan profesional serta meminimalkan risiko legal.

Penelitian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam dan spesifik tentang kepuasan pelanggan di PT ABC, Setelah dilakukan perhitungan menggunakan diagram kartesius didapat hasil atribut yang perlu untuk dilakukan perbaikan, dimana atribut tersebut dinilai tidak memuaskan para pelanggan PT ABC. Atribut yang perlu diperbaiki pada kuadran A yaitu:

Tabel 4.5 Analisa Respon Teknik terhadap Atribut Pernyataan

No.	Atribut	Respon Teknik
1	Perusahaan memberikan akses kepada pelanggan untuk mengetahui dokumen pengiriman (X3).	Perusahaan harus menerapkan portal digital yang memungkinkan pelanggan untuk memantau dokumen pengiriman secara real-time. Dengan sistem ini, pelanggan dapat mengakses informasi mengenai status pengiriman, dokumen yang diperlukan, dan pembaruan terkini tanpa perlu menghubungi layanan pelanggan. Selain itu, penting untuk memberikan pelatihan kepada karyawan agar mereka dapat memberikan dukungan yang efektif saat pelanggan menggunakan portal tersebut. (Sari, 2024).
2	Fasilitas perusahaan untuk ruang tunggu messenger nyaman (X4)	Perusahaan perlu memperbaiki desain ruang tunggu di platform chat/messenger untuk memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Ini meliputi fitur estimasi waktu tunggu, informasi relevan selama menunggu, dan akses ke materi bantuan atau FAQ yang sering ditanyakan. Selain itu, perusahaan harus memastikan sistem chat memberikan notifikasi kepada pelanggan saat giliran mereka hampir tiba, yang akan menciptakan pengalaman lebih menyenangkan dan mengurangi frustrasi. Pelatihan staf juga penting agar mereka dapat memberikan layanan yang cepat dan responsif saat pelanggan memasuki sesi percakapan. (Daryanti & Shihab, 2019).
3	Perusahaan mampu dalam menangani kebutuhan pelanggan (X7)	Perusahaan harus menerapkan pendekatan yang lebih proaktif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dengan mengimplementasikan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) yang lebih canggih. Sistem ini akan berfungsi untuk mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan, sehingga perusahaan dapat memahami preferensi dan ekspektasi mereka. Penting juga untuk secara konsisten menerapkan umpan balik dari pelanggan, sehingga perusahaan dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan dalam layanan untuk lebih baik memenuhi kebutuhan pelanggan. (Sagirani, 2018).
4	Waktu yang diberikan perusahaan selalu sesuai dengan yang dijanjikan (X8)	Perusahaan harus memastikan bahwa waktu pengiriman yang dijanjikan kepada pelanggan selalu ditepati. Untuk mencapai hal ini, perusahaan perlu mengembangkan sistem pemantauan yang efektif untuk melacak kemajuan pengiriman dan mendeteksi potensi keterlambatan secara dini. Selain itu, komunikasi yang jelas dengan pelanggan mengenai estimasi waktu pengiriman sangat penting, termasuk memberikan pemberitahuan jika ada perubahan.

No.	Atribut	Respon Teknik
		Karyawan juga perlu dilatih untuk mengelola ekspektasi pelanggan secara proaktif dan memberikan solusi yang tepat ketika masalah muncul. Mengimplementasikan umpan balik dari pelanggan tentang ketepatan waktu juga akan membantu perusahaan terus meningkatkan kinerjanya dalam memenuhi komitmen waktu pengiriman, (Widowati, Pratiwi, & Hermawan, 2023).
5	Perusahaan tanggap dan merespon dengan baik komplain pelanggan terkait pelayanan yang diterima (X13)	Perusahaan perlu memastikan bahwa mereka menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat dan efektif terkait layanan yang diterima. Untuk mencapainya, perusahaan harus mengimplementasikan sistem manajemen keluhan yang efisien, memungkinkan pelanggan menyampaikan masalah mereka dengan mudah. Karyawan perlu dilatih untuk menangani keluhan dengan empati dan profesionalisme, serta diberikan alat dan wewenang untuk memberikan solusi yang memadai. Selain itu, penting bagi perusahaan untuk menganalisis data keluhan secara rutin untuk mengidentifikasi tren dan area yang memerlukan perbaikan, sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan, (Pramudita, 2020).
6	Perusahaan selalu memberikan informasi terkait dokumen pelanggan (X14)	Perusahaan harus memastikan bahwa informasi terkait dokumen pelanggan selalu lengkap dan terkini. Untuk mencapai ini, perusahaan perlu mengimplementasikan sistem manajemen dokumen yang efisien, yang memungkinkan pelanggan untuk mengakses status dan detail dokumen mereka kapan saja. Karyawan juga harus dilatih untuk menjaga komunikasi yang jelas dan akurat tentang dokumen pelanggan dan diberikan alat untuk memberikan pembaruan secara real-time. Selain itu, perusahaan perlu menetapkan proses rutin untuk memeriksa dan memastikan keakuratan informasi dokumen yang disampaikan kepada pelanggan guna meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, (Aidina & Suwandi, 2023).
7	Karyawan perusahaan memiliki pengetahuan yang baik terkait pengiriman oleh pelanggan (X17)	Karyawan perusahaan perlu memiliki pengetahuan mendalam tentang proses pengiriman pelanggan. Untuk mencapai hal ini, perusahaan harus menyediakan pelatihan berkelanjutan yang mencakup berbagai aspek pengiriman, mulai dari prosedur operasional hingga pemahaman tentang kebutuhan spesifik pelanggan. Selain itu, perusahaan perlu menyediakan akses ke sumber daya informasi yang relevan dan terkini, seperti panduan prosedur, dokumentasi teknis, dan basis pengetahuan internal. Dengan demikian, karyawan dapat memberikan layanan yang lebih akurat dan responsif, meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan, (Gunadi, Irawan, Ratnasari, & Wibisono, 2015).

Dengan menerapkan rekomendasi di atas, perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan mereka secara signifikan, sehingga mampu memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Respon teknik yang dijelaskan dalam tabel ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan perusahaan dengan fokus pada transparansi, kenyamanan, efisiensi, dan responsivitas. Implementasi teknologi seperti portal digital dan sistem CRM, serta pelatihan

karyawan yang berkelanjutan, adalah kunci untuk mencapai tujuan ini. Setiap langkah yang diambil berdasarkan respon teknik ini harus didukung oleh studi dan referensi yang relevan untuk memastikan efektivitas dan keberhasilan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini mengidentifikasi atribut-atribut kunci yang mempengaruhi kualitas layanan freight forwarding di PT ABC. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan saat ini belum mencapai harapan mereka, seperti yang ditunjukkan oleh nilai gap negatif pada seluruh indikator yang diukur. Penelitian ini menyoroti pentingnya memperbaiki tujuh atribut utama: akses pelanggan untuk mengetahui dokumen pengiriman, fasilitas ruang tunggu yang nyaman, kemampuan perusahaan dalam menangani kebutuhan pelanggan, kepatuhan terhadap waktu yang dijanjikan, respons terhadap keluhan pelanggan, pemberian informasi terkait dokumen pelanggan, dan pengetahuan karyawan tentang proses pengiriman.

2. Penelitian ini menunjukkan bahwa perbaikan pada tujuh atribut prioritas dapat signifikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di PT ABC. Dengan fokus pada peningkatan akses informasi dokumen pengiriman, penyediaan fasilitas ruang tunggu yang lebih baik, peningkatan kemampuan dalam menangani kebutuhan pelanggan, kepatuhan terhadap jadwal yang dijanjikan, tanggapan cepat terhadap keluhan pelanggan, pemberian informasi dokumen yang akurat, dan peningkatan pengetahuan karyawan, PT ABC dapat mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Penelitian ini memberikan arahan strategis bagi PT ABC untuk memperbaiki layanan dan memperkuat posisi kompetitifnya di industri freight forwarding.

3. Analisis kuadran A dalam diagram kartesius mengidentifikasi atribut-atribut yang membutuhkan perhatian utama untuk perbaikan, yaitu aspek-aspek dengan kinerja yang kurang dari harapan pelanggan dan berdampak besar pada tingkat kepuasan. Untuk itu, perusahaan harus memprioritaskan pengembangan solusi yang dapat memperbaiki kualitas layanan, dengan fokus

husus pada elemen-elemen yang paling mempengaruhi pengalaman pelanggan.

Untuk meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi harapan pelanggan, perusahaan perlu menerapkan langkah-langkah perbaikan yang spesifik pada atribut-atribut di kuadran A. hal ini termasuk menerapkan solusi yang dapat mempercepat respon, meningkatkan akurasi informasi, dan meningkatkan efisiensi operasional, sehingga perusahaan dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi kompetitifnya di pasar.

Saran

Dari hasil analisis, pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan pada studi ini, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk memperbaiki atribut yang teridentifikasi di kuadran A, disarankan agar perusahaan mengembangkan solusi berbasis data yang dapat meningkatkan kinerja di area-area kunci. Melakukan survei mendalam dan analisis data pelanggan akan membantu dalam merancang solusi yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

2. Melakukan pelatihan reguler dan mendalam untuk karyawan tentang manajemen waktu, akurasi informasi, dan layanan pelanggan dapat memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memadai. Ini akan membantu karyawan dalam memberikan respons yang lebih cepat dan akurat, serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Mengadopsi teknologi canggih seperti sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) dan platform komunikasi yang lebih efisien dapat membantu dalam memperbaiki kecepatan respon dan akurasi informasi. Teknologi ini dapat menyediakan alat yang diperlukan untuk memantau dan meningkatkan kualitas layanan secara real-time.

4. Menetapkan proses rutin untuk mengumpulkan dan menganalisis umpan

balik pelanggan akan memberikan wawasan berharga mengenai area yang memerlukan perbaikan. Proses ini harus mencakup mekanisme untuk menangani dan menindaklanjuti keluhan pelanggan secara efektif.

5. Perusahaan perlu melakukan pengawasan dan evaluasi secara berkelanjutan terhadap atribut-atribut yang diperbaiki untuk memastikan bahwa langkah-langkah perbaikan yang diimplementasikan efektif. Evaluasi berkala akan membantu dalam menyesuaikan strategi perbaikan sesuai dengan perubahan kebutuhan dan harapan pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah S.W.T atas rahmat dan karunia-Nya yang telah mengiringi saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya sampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada pembimbing skripsi saya, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penulisan skripsi ini. Tanpa dukungan dan pengetahuan yang diberikan, skripsi ini tidak akan terwujud. Terima kasih juga saya haturkan kepada seluruh dosen dan staf fakultas yang telah memberikan ilmu dan dukungan selama masa studi saya. Pengajaran dan bantuan mereka sangat berarti dalam perjalanan akademik saya.

Tidak lupa, saya mengucapkan terima kasih kepada orang tua dan keluarga kepada teman-teman(unggul ,inur rani,harda,kak ocha,kakIndira,windi,wiwin,harda,kakmerant i,jeyen,bang isan, kak hani)atas doa, dukungan, dan cinta yang tanpa henti. Mereka adalah sumber kekuatan dan inspirasi terbesar saya. Saya juga berterima kasih yang telah memberikan dukungan moral, bantuan, dan kebersamaan selama penulisan skripsi ini. Kebersamaan dan solidaritas kalian sangat membantu saya dalam melalui proses ini. Terakhir, terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat saya

sebutkan satu per satu. Semoga Allah membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiguna, A. R., Saputra Chandra, M., & Pradana, F. (2018). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Gudang pada PT Mitra Pinasthika Mulia Surabaya. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(2), 612–621.
- Asri, V. I., Fernanda, T. S., & Sokhibi, A. (2023). Analisis Kepuasan Nasabah Pada Perusahaan Asuransi Untuk Meningkatkan Loyalitas Menggunakan Metode Servqual, Csi, Dan Qfd (Studi Kasus: Kpm. Pruforce One Juwana). *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 14(1), 1–12. <https://doi.org/10.24176/simet.v14i1.9673>
- Azhari, K. H., Budiman, T., Haroen, R., & Yasin, V. (2021). Analisis Dan Rancangan Manajemen Proses Bisnis Untuk Layanan Pelanggan Di Pt. Pgas Telekomunikasi Nusantara. *Journal of Information System, Informatics and Computing*, 5(1), 48. <https://doi.org/10.52362/jisicom.v5i1.381>
- Erni, N., Sriwana, I. K., & Yolanda, W. T. (2017). Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual Dan Triz Di Pt. Xyz. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 2(2). <https://doi.org/10.24912/jitiuntar.v2i2.483>
- Febiyansi, C., & Widaningsih, S. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Importance Performance Analysis (Ipa)(Studi Kasus Pada Pt Gumbira Wana Indonesia Bandung Tahun 2019). *EProceedings ...*, 5(2), 512–517. Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/10063%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniver>

- sity.ac.id/index.php/appliedscience/article/viewFile/10063/9919
- Idris, H., Nurnajamuddin, M., & Nurpadila, N. (2023). Transformasi Manajemen Produksi melalui Inovasi dan Total Quality Management (TQM): Memperkuat Kualitas dan Efisiensi Operasional : A Narative Review. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 457–473.
- Mahdalena, D., & Cholil, W. (2020). Penilaian It Service Management Pada Infrastruktur Teknologi Informasi Pt. Telkom Kota Bengkulu Menggunakan Itil V3. *Gema Teknologi*, 21(1), 34–41. <https://doi.org/10.14710/gt.v21i1.33082>
- Mandasari, P. S., Juliani, R. D., & Pitria, S. (2021). Peranan Freight Forwarding Pt. Cargo Plaza Indah Semarang Dalam Kegiatan Ekspor Impor Barang. *Majalah Inspiratif*, 6(12), 1–27.
- Meileny, F. dan T. I. W. (2020). Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 1–9.
- Nazhicul Amin, A., Ana Rianti, E., Hanggarany, P., & Yunilasari, S. (2023). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Sebelum Dan Sesudah Krisis Moneter (Periode 1978-2018). *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(11), 916–921. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i11.554>
- Nugroho, A., & Amir, H. (2018). Analisis Dampak Insentif Fiskal Penetapan Harga Gas Bagi Industri Domestik Terhadap Perekonomian: Pendekatan Model CGE Dinamis. *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, 2(1), 39–51. <https://doi.org/10.31685/kek.v2i1.322>
- Nurcholis, G. (2014). Pengaruh Pelatihan Komunikasi Interpersonal Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Pelanggan Pada Karyawan PT. Arina Multikarya. *Personifikasi: Jurnal Ilmu Psikologi*. Retrieved from <https://eco-entrepreneur.trunojoyo.ac.id/personifikasi/article/view/6579>
- Nurwahyudi, & Rimawan, E. (2021). Analysis of Customer Satisfaction in Freight Forwarder Industry Using Servqual, Ipa and Fmea Methods. *Academic Journal of Manufacturing Engineering*, 19(2), 11–21.
- Pramudita, A. S. (2020). Pengukuran Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Industri Logistik. *Jurnal Logistik Bisnis*, 10(1), 15. <https://doi.org/10.46369/logistik.v10i1.691>
- Reza Nugraha, A., M.Dzikron, & Iyan Bachtiar. (2023). Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) dan Model Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Riset Teknik Industri*, 9–16. <https://doi.org/10.29313/jrti.v3i1.1830>
- Subekti, R. B. (2020). Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Buku Dengan Metode Supply Chain Operation Reference (Scor) Pada Cv. Arya Duta. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 1(2), 112–123. <https://doi.org/10.36418/jist.v1i2.20>
- Sudaryono, B., & Sumartoyo, S. (2017). Strategi Peningkatan Hubungan Kerjasama Pt. Xyz Dengan Mitra Logistik. *Journal of Management and Business Review*, 10(1), 46–62. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v10i1.69>
- Veronica, V., Senna, A., & Marlita, D. (2018). Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Aktivitas Freehand Export Pada Freight Forwarder. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 4(2), 205–212.
- Yanuar, A., & Siregar, M. R. H. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Freight Forwarding Menggunakan Metode Importance Performance Analysis. *Jurnal Logistik Bisnis*, 13(1), 34–42.
- Zakariya, R. (2020). Optimalisasi

Pemeriksaan Laporan Keuangan
Negara Oleh Badan Pemeriksa
Keuangan Pada Masa Pandemi Covid-
19. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*

(PKN), 2(1), 112-123.
[https://doi.org/10.31092/jpkn.v2i1.1
007](https://doi.org/10.31092/jpkn.v2i1.1007)

