

## ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM KUALITAS PELAYANAN JASA TRANSPORTASI BIRO PERJALANAN PADA CV. SAMOSIR INDAH TRAVEL MEDAN

Fauzia Agustini<sup>1</sup>, Aidil Putra<sup>2</sup>, dan Henra Sihombing<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Dosen Universitas Negeri Medan

Email: Fauziaagustini24@yahoo.com

<sup>2</sup>Dosen STIE Professional Manajemen College Indonesia

Email: aidilputra82@yahoo.com

<sup>3</sup>Dosen Universitas Negeri Medan

Email: henrasahombing878@yahoo.co.id

**Abstract.** *The problem in this research is about services quality for customers CV Samosir Indah Travel Medan and level of satisfaction of customers based on the characteristic of customers. This study aims to analyze the level of customer satisfaction in the use of transport services travel agency CV Samosir Indah Travel Medan. Sampling conducted by accidental sampling. The number of respondents is 80 people. The method of the data collection with structure interviews questionnaires to transport service users CV Samosir Indah Travel Medan. The method of analysis used in the data processing is Importance and Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), and Chi Square Analysis. Customer Satisfaction Index results for calculation of service quality attributes of 64.40 percent. The results of the Customer Satisfaction Index scale in the range 0.51 percent to 0.65 percent. This suggests transport service users CV Samosir Indah Travel Medan "Quite satisfied" with the quality of CV Samosir Indah Travel Medan.*

**Keywords:** *Consumer Satisfaction, services quality.*

### I. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini semakin ketat, sehingga manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Seperti pada saat ini, bisnis dibidang jasa mengalami pertumbuhan yang semakin cepat. Semakin banyak ragam jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu industri jasa tersebut adalah jasa transportasi biro perjalanan atau yang sering dikenal saat ini dengan sebutan *travel*. Pengusaha jasa transportasi biro perjalanan berlomba-lomba menggaet konsumennya dengan peningkatan pelayanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan armada, ketepatan waktu dan lain sebagainya.

Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek yang sangat penting dalam rangka mempertahankan keberlanjutan industri jasa. Pada saat ini, pelanggan semakin terdidik dan menyadari hak-haknya. Setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan pelayanan optimal. Pada prinsipnya, terdapat tiga kunci dalam memberikan pelayanan yang unggul terhadap pelanggan. Pertama, kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kedua, pengembangan database yang lebih akurat daripada pesaing. Ketiga, pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategis (Tjiptono, 2004 : 62).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk/jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2005:70). Tingkat

kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Kalau kinerja sesuai harapan, konsumen akan puas. Dan apabila kinerja melampaui harapan, konsumen akan sangat senang atau sangat puas.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Lupiyoadi, 2006:182 ), ada lima dimensi kualitas jasa yang digunakan oleh pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan pada industri jasa yaitu bentuk fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*).

Badan usaha CV Samosir Indah Travel merupakan salah satu bisnis yang mengkonsentrasikan bidang usahanya di sektor industri jasa transportasi yaitu biro perjalanan Medan-Samosir. Sebagai suatu perusahaan swasta tentu saja CV Samosir Indah Travel hadir untuk mendapatkan keuntungan sekaligus memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Akan tetapi bukan hanya CV Samosir Indah Travel sendiri yang bergerak di bidang jasa transportasi ini sehingga hal ini menimbulkan persaingan antar perusahaan yang bergerak di bidang ini. Badan usaha biro perjalanan yang menawarkan kualitas jasa yang sejenis dengan tujuan perjalanan yang sama antara lain Royal Travel, CV Merpati Travel, Danau Toba Indah dan lain-lain. Dapat dilihat bahwa ada beberapa badan usaha yang bergerak di bidang jasa transportasi yang sama dan jumlahnya mungkin akan terus bertambah.

CV Samosir Indah Travel ini merupakan pendatang baru di bidang usaha jasa transportasi biro perjalanan Medan-Samosir. Dengan adanya peningkatan permintaan akan kebutuhan angkutan umum yang bersifat pribadi dari konsumen dan meningkatnya jumlah pesaing menimbulkan tantangan baru bagi pihak manajemen perusahaan, bagaimana agar dapat mendapatkan pelanggan dan memberikan pelayanan sesuai yang diharapkan dan bahkan mempertahankan loyalitas konsumen. Untuk mencukupi kebutuhan para konsumen, CV Samosir Indah Travel memiliki sepuluh

unit armada travel yang telah beroperasi.

Namun ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat, CV Samosir Indah Travel tentu saja mengalami beberapa hambatan ataupun kendala-kendala dalam beroperasi yang berimbas pada badan usaha itu sendiri. Salah satunya dapat diketahui dari hasil wawancara yang peneliti peroleh dari CV Samosir Indah Travel yaitu bahwa terjadi penurunan pendapatan/omset rata-rata dari tahun 2011 ke tahun 2012. Pada tahun 2011 pendapatan/omset yang diperoleh kurang lebih 2 juta/hari, sedangkan pada tahun 2012 kurang lebih 1,3 juta/hari. Terjadinya penurunan omset dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk menyusun langkah baru, untuk melakukan perbaikan strategi dalam hal kualitas pelayanan jasa kepada konsumen untuk memastikan kepuasan konsumen baik dari konsumen tetap maupun konsumen yang baru. Peneliti juga melakukan wawancara singkat secara langsung kepada konsumen yang dijumpai dilokasi penelitian mengenai tanggapan mereka dalam menggunakan jasa transportasi biro perjalanan CV Samosir Indah Travel. Dari hasil wawancara didapatkan informasi fenomena yang sering terjadi di lapangan tentang masih kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV Samosir Indah Travel seperti lama waktu tunggu, keterlambatan keberangkatan, ketepatan penyediaan taksi, karyawan yang kurang ramah, pemberian pelayanan yang kurang cepat, dan lalai dalam menepati janji (seperti waktu penjemputan). Hal-hal seperti itulah yang masih penumpang rasakan selama menggunakan jasa transportasi CV Samosir Indah ini.

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi biro perjalanan CV Samosir Indah Travel. Dimana perlunya mengetahui tingkat kepuasan para pengguna jasa transportasi biro perjalanan CV Samosir Indah Travel yang dilihat dari setiap karakteristik konsumen (berdasarkan jenis kelamin, umur, dan jenis pekerjaan) meliputi penilaian terhadap tingkat kepentingan (harapan) dan

tingkat kinerja (kenyataan) yang didapatkan oleh para konsumen dalam menikmati kualitas pelayanan nantinya dapat memberikan gambaran kepada perusahaan untuk memberikan kualitas pelayanan yang sesuai kepada para pelanggannya. Atribut-atribut kualitas pelayanan jasa yang dinilai berdasarkan tingkat kepentingan para pelanggan dan tingkat kinerja yang dirasakan oleh para pelanggan akan dijabarkan dalam sebuah diagram yaitu Diagram *Cartesius*. Perusahaan dapat mengetahui peringkat jasa menurut kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan, serta mengidentifikasi tindakan apa yang perlu dilakukan manajemen perusahaan melalui penjabaran keseluruhan atribut kualitas pelayanan ke dalam diagram *cartesius*.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Jasa/ Pelayanan

Menurut Simamora (2001:172) "pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun".

Kotler (2007 : 42) mengatakan bahwa pengertian jasa adalah : "Setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik."

Jasa memiliki beberapa karakteristik yang tidak dimiliki oleh barang, menurut Tjiptono (2004: 42) ada empat karakteristik yang membedakannya dari barang, yaitu: tidak berwujud (*Intangibility*), tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*), berubah-ubah (*Variability*), dan daya tahan (*Perishability*).

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Menurut Kotler (2000 : 83) "kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun,

produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.

Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2004: 59) "kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dari defenisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

### Kepuasan Konsumen

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai usaha pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut Kotler dan AB Susanto (2001: 52) "Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya."

Kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan yang diberikan oleh pelanggan (*customer*) atas terpenuhinya keputuhan, sehingga memperoleh rasa senang tau gembira. Dengan pengertian itu, maka penilaian terhadap suatu bentuk keistimewaan/kelebihan dari suatu barang atau jasa itu sendiri dapat memberikan suatu tingkat kenyamanan yang berhubungan dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan yang sesuai (*meet expectation*) atau melebihi harapan (*excellent*) pelanggan. Pelanggan yang merasa puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai dari seorang pemasok, produsen, atau penyedia jasa (Irawan, 2003: 26). Nilai bagi pelanggan adalah produk

berkualitas, maka kepuasan terjadi saat pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Kepuasan pelanggan juga bergantung pada harapan pelanggan, oleh karena itu pengetahuan tentang kepuasan pelanggan harus disertai oleh pengetahuan akan harapan pelanggan.

Terdapat 3 kemungkinan yang dapat terjadi yaitu:

1. Kinerja > harapan  
Bila hal ini terjadi, maka konsumen menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan buruk karena harapan konsumen tidak terpenuhi atau pelayanannya kurang baik sehingga tidak dapat memuaskan konsumen.
2. Kinerja=harapan  
Bila hal ini terjadi, maka bagi konsumen tidak ada istimewanya. Pelayanan yang diberikan biasa-biasa saja karena belum dapat memuaskan konsumen.
3. Kinerja < harapan  
Bila keadaan ini terjadi, maka konsumen menyatakan pelayanan yang diberikan adalah baik dan menyenangkan.

Menurut Kotler dalam (Tjiptono, 2001:35) ada empat metode yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu :

- a. Sistem keluhan dan saran
- b. Survei kepuasan konsumen
- c. Ghost Shopping
- d. Analisis kehilangan konsumen

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di CV Samosir Indah Travel Medan yang beralamat di Jalan Djamin Ginting No.667 Pasar VI Padang Bulan, Medan. Dalam pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 orang.

Variabel bebas adalah Dimensi Kualitas Pelayanan (X) yaitu Bentuk fisik (*tangible*) ( $X_1$ ), Keandalan (*reliability*) ( $X_2$ ), Jaminan (*Assurance*) ( $X_3$ ), Daya tanggap (*responsiveness*) ( $X_4$ ), dan Kepedulian (*Empathy*) ( $X_5$ ). Serta Variabel terikat (Y) adalah Kepuasan Konsumen.

Pada proses pengolahan data, untuk menghitung masing-masing indikator, maka akan digunakan skala likert, Skala likert digunakan untuk mengetahui atau menganalisis kualitas pelayanan CV Samosir Indah Travel Medan dengan cara melihat tingkat kesesuaian antara kualitas pelayanan yang diberikan.

Metode analisis data yaitu:

#### a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan cara menggambarkan serinci mungkin dari data yang diperoleh. Semua hasil yang diperoleh dari jawaban-jawaban responden dibuat tabulasi dan dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama kemudian dipresentasikan. Persentase yang besar merupakan faktor yang dominan dari masing-masing variabel yang diteliti. Analisis ini dapat digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden yang menggunakan jasa transportasi biro perjalanan CV Samosir Indah Travel Medan.

#### b. *Importance-Performance Analysis* (IPA)

Untuk mengukur sejauh mana tingkat kepentingan konsumen dan tingkat pelaksanaan perusahaan, maka digunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) atau Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja (Irawan, 2003). Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan maka dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan dari suatu jasa. Sementara itu, untuk menghitung tingkat kesesuaian pelanggan dapat dilakukan dengan cara melakukan perbandingan rata-rata pelaksanaan skor pelaksanaan dan rata-rata skor kepentingan, yang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja produk/jasa yang dihasilkan. Tingkat kesesuaian ini akan menentukan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Analisis data yang diperoleh dari kuesioner, akan dipresentasikan dalam bentuk Diagram

Kartesian. Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

#### IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### Tingkat Kesesuaian /Gap /Kesenjangan

Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara tingkat kinerja dengan tingkat harapan. Tingkat kesesuaian dapat

digunakan untuk melihat peringkat atau ranking dari atribut-atribut kualitas pelayanan yang diteliti dari yang terendah sampai tertinggi, sehingga terlihat urutan prioritas upaya peningkatan atau perbaikan kualitas pelayanan CV Samosir Indah Travel Medan. Tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan tingkat kinerja pada setiap atribut kualitas pelayanan disajikan dalam Tabel 1.

**Tabel 1. Tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan tingkat kinerja pada setiap atribut kualitas pelayanan**

No.	Dimensi Kualitas Pelayanan	Skor Tingkat Harapan (X)	Skor Tingkat Kinerja (Y)	Tingkat Kesesuaian (%) (X/Yx100%)
1.	Mobil yang digunakan sebagai fasilitas pelayanan.	379	320	84,43
2.	Kebersihan Mobil	336	334	99,40
3.	Penampilan karyawan.	282	296	104,96
4.	Fasilitas didalam mobil sebagai fasilitas pelayanan	351	389	110,82
	<b>Bentuk fisik (<i>Tangibles</i>)</b>	<b>337</b>	<b>334,75</b>	<b>99,33</b>
5.	Ketepatan waktu penyediaan taksi bila ada pemesanan melalui telepon	342	153	44,73
6.	Ketersediaan waktu untuk menanggapi keluhan penumpang	348	175	50,29
7.	Ketepatan waktu untuk mengantarkan penumpang ke tempat tujuan	340	209	61,47
	<b>Kehandalan (<i>Reliability</i>)</b>	<b>343,33</b>	<b>179</b>	<b>52,14</b>
8.	Kemampuan karyawan untuk menepati janji kapan pelayanan akan diberikan.	340	139	40,88
9.	Kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan secara cepat	310	212	68,39
10.	Kemampuan karyawan untuk menolong penumpang	320	321	100,31
11.	Kemauan karyawan untuk menanggapi permintaan penumpang	301	267	88,70
	<b>Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>	<b>317,75</b>	<b>259,75</b>	<b>81,75</b>
12.	Tarif pembayaran sesuai dengan jarak yang ditempuh dan tidak merugikan penumpang.	351	352	100,28
13.	Kejujuran karyawan untuk mengembalikan barang bawaan penumpang yang tertinggal.	335	350	104,48
14.	Rasa aman yang didapat penumpang terhadap tindak kejahatan	332	294	88,55
15.	Keramahan karyawan.	322	250	77,64
16.	Pengetahuan yang dimiliki karyawan	265	270	101,89
	<b>Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>	<b>321</b>	<b>233,2</b>	<b>72,65</b>
17.	Perhatian secara khusus bila ada keluhan dari penumpang	308	258	83,77
18.	Ketersediaan staff khusus untuk menangani keluhan penumpang	260	137	52,70
19.	Kepedulian untuk selalu berusaha mempunyai	304	195	64,14

No.	Dimensi Kualitas Pelayanan	Skor Tingkat Harapan (X)	Skor Tingkat Kinerja (Y)	Tingkat Kesesuaian (%) (X/Yx100%)
	reputasi yang baik			
20	Kepedulian karyawan untuk memahami suasana penumpang	329	186	57,44
	<b>Kepedulian (<i>Empathy</i>)</b>	<b>300,25</b>	<b>194</b>	<b>64,61</b>

Pada Tabel 1. dapat dilihat bahwa hanya ada enam atribut yang telah mencapai bahkan melebihi nilai 100% dari seluruh atribut kualitas pelayanan yang dianalisis, yaitu atribut fasilitas di dalam mobil sebagai pelengkap pelayanan (110,82 %), atribut penampilan karyawan (104,96 %), atribut kejujuran karyawan untuk mengembalikan barang bawaan penumpang yang tertinggal (104,48 %), atribut pengetahuan yang dimiliki karyawan (101,89%), atribut kemampuan karyawan untuk menolong penumpang (100,31%), dan atribut tarif pembayaran sesuai dengan jarak yang ditempuh dan tidak merugikan penumpang (100,28%). Hal ini berarti bahwa keenam atribut tersebut telah memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas. Sedangkan keempat belas atribut lainnya masih belum memenuhi harapan pelanggan, karena persentase tingkat kesesuaiannya masih di bawah 100%, sehingga pelanggan belum merasa puas. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja dari CV Samosir Indah Travel Medan terhadap ke empat belas atribut tersebut belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan, sehingga pihak manajemen harus senantiasa melakukan perbaikan dan peningkatan secara berkesinambungan.

Secara umum, rata-rata tingkat kesesuaian dari seluruh dimensi mutu pelayanan yang telah diberikan belum ada yang mencapai 100%, namun dapat dikatakan bahwa tingkat kinerja CV Samosir Indah Travel relatif cukup baik (mendekati 100%). Rataan tingkat kesesuaian tertinggi, yaitu dimensi *tangible* (99,33%), sedangkan rata-rata tingkat kesesuaian terendah yaitu dimensi *reliability* (52,14%). Nilai rata-rata dimensi *emphaty* (64,16%) dan dimensi *assurance* (72,65%) dan dimensi

*responsiveness* (81,75%). Tingkat kesesuaian dapat digunakan juga melihat peringkat atau ranking dari atribut-atribut mutu pelayanan yang diteliti dan dianalisis dari yang terendah sampai yang tertinggi, sehingga dapat dilihat urutan prioritas upaya peningkatan dan perbaikan kualitas pelayanan.

### **Importance and Performance Matrix (IPA)**

*Importance and Performance Matrix (IPA)* merupakan suatu bentuk diagram yang terbagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y). Sumbu X (sumbu mendatar) akan mengisi skor tingkat kinerja/kepuasan (*performance*), sedangkan sumbu Y (sumbu tegak) akan mengisi skor untuk tingkat kepentingan/harapan (*importance*).

*Importance and Performance Matrix (IPA)* diperlukan untuk melihat kedudukan 20 atribut kualitas jasa yang diperoleh berdasarkan skor tingkat kepentingan dan skor tingkat kinerja dari 80 pelanggan CV Samosir Indah Travel Medan. Sehingga perusahaan dapat mengkaitkan pentingnya atribut-atribut tersebut dengan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan, sehingga memungkinkan pihak CV samosir Indah Travel Medan untuk memfokuskan usaha-usaha yang harus dilaksanakan.

Pada hasil perhitungan Tabel 2, skor rata-rata tingkat kepentingan adalah (4,051) dan terdapat 11 atribut yang melebihi skor rata-rata. Atribut tersebut adalah mobil yang digunakan sebagai fasilitas pelayanan, kebersihan mobil, fasilitas didalam mobil sebagai fasilitas pelayanan, ketepatan waktu penyediaan taksi bila ada pemesanan melalui telepon, Ketersediaan waktu untuk menanggapi keluhan penumpang, ketepatan waktu untuk mengantarkan penumpang ke

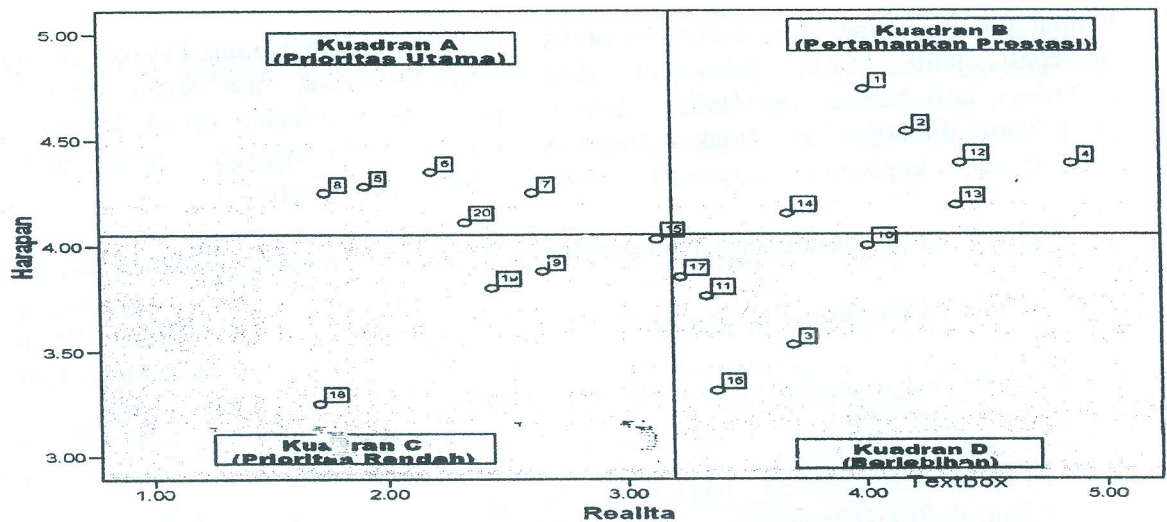
tempat tujuan, kemampuan karyawan untuk menepati janji kapan pelayanan akan diberikan, tarif pembayaran sesuai dengan jarak yang ditempuh dan tidak merugikan penumpang, kejujuran karyawan untuk mengembalikan barang bawaan penumpang yang tertinggal, rasa aman yang didapat penumpang terhadap tindak kejahatan, dan kepedulian karyawan untuk memahami suasana penumpang.

**Tabel 2. Skor rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja atribut kualitas jasa, 2013**

No	Dimensi Kualitas Pelayanan	Skor Rataan	
		Tingkat Harapan	Tingkat Kinerja
1.	Mobil yang digunakan sebagai fasilitas pelayanan	4.74	4.00
2.	Kebersihan Mobil	4.54	4.18
3.	Penampilan karyawan.	3.53	3.70
4.	Fasilitas didalam mobil sebagai fasilitas pelayanan	4.39	4.86
	<b>Bentuk fisik (Tangibles)</b>	<b>4.30</b>	<b>4.19</b>
5.	Ketepatan waktu penyediaan taksi bila ada pemesanan melalui telepon	4.28	1.91
6.	Ketersediaan waktu untuk menanggapi keluhan penumpang	4.35	2.19
7.	Ketepatan waktu untuk mengantarkan penumpang ke tempat tujuan	4.25	2.61
	<b>Kebandalan (Reliability)</b>	<b>4.29</b>	<b>2.24</b>
8.	Kemampuan karyawan untuk menepati janji kapan pelayanan akan diberikan.	4.25	1.74
9.	Kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan secara cepat	3.88	2.65
10.	Kemampuan karyawan untuk menolong penumpang	4.00	4.01
11.	Kemauan karyawan untuk menanggapi permintaan penumpang	3.76	3.34
	<b>Daya Tanggap (Responsiveness)</b>	<b>3.97</b>	<b>2.94</b>
12.	Tarif pembayaran sesuai dengan jarak yang ditempuh dan tidak merugikan penumpang.	4.39	4.40
13.	Kejujuran karyawan untuk mengembalikan barang bawaan penumpang yang tertinggal.	4.19	4.38
14.	Rasa aman yang didapat penumpang terhadap tindak kejahatan	4.15	3.68
15.	Keramahan karyawan.	4.03	3.13
16.	Pengetahuan yang dimiliki karyawan	3.31	3.38
	<b>Jaminan (Assurance)</b>	<b>4.01</b>	<b>3.79</b>
17.	Perhatian secara khusus bila ada keluhan dari penumpang	3.85	3.23
18.	Ketersediaan staff khusus untuk menangani keluhan penumpang	3.25	1.71
19.	Kepedulian untuk selalu berusaha mempunyai reputasi yang baik	3.80	2.44
20.	Kepedulian karyawan untuk memahami suasana penumpang	4.11	2.33
	<b>Kepedulian (Empathy)</b>	<b>3.75</b>	<b>2.43</b>

Skor rata-rata untuk tingkat kinerja adalah (3,161) dan terdapat 11 atribut yang melebihi skor rata-rata. Atribut tersebut adalah Mobil yang digunakan sebagai fasilitas pelayanan (4.00), kebersihan Mobil (4.18), penampilan karyawan (3.70), fasilitas di dalam mobil sebagai fasilitas pelayanan (4.86), kemampuan karyawan untuk menolong penumpang (4.01), kemauan karyawan untuk menanggapi permintaan

penumpang (3.34), tarif pembayaran sesuai dengan jarak yang ditempuh dan tidak merugikan penumpang (4.40), kejujuran karyawan untuk mengembalikan barang bawaan penumpang yang tertinggal (4.38), rasa aman yang didapat penumpang terhadap tindak kejahatan (3.68), pengetahuan yang dimiliki karyawan (3.38), perhatian secara khusus bila ada keluhan dari penumpang (3,23).



Gambar 1. Importance and Performance Matrix (IPA) kualitas jasa CV Samosir Indah Travel Medan.

Pada Gambar 1 terlihat bahwa letak atribut-atribut kualitas pelayanan yang dianalisis tersebar menjadi empat bagian (No. 1 sampai dengan no. 20 pada gambar merupakan nomor atribut), yaitu kuadran A (Prioritas Utama), kuadran B (Pertahankan Prestasi), kuadran C (Prioritas Rendah), dan Kuadran D (Berlebihan). Interpretasi dari diagram Kartesius dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### Kuadran A (Prioritas Utama)

Atribut-atribut yang berada di kuadran A menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi atau di atas nilai rata-rata, tetapi memiliki tingkat kinerja dinilai rendah. Atribut-atribut ini perlu mendapatkan perhatian yang khusus atau diprioritaskan oleh CV Samosir Indah Travel Medan karena keberadaan faktor-faktor ini dinilai sangat penting bagi pelanggan, tetapi pihak badan usaha belum dapat melaksanakannya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga tingkat kerjanya masih belum memuaskan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini ada lima, yaitu:

1. Ketepatan waktu penyediaan mobil bila ada pemesanan melalui telepon (5)
2. Ketersediaan waktu untuk menanggapi keluhan penumpang (6)
3. Ketepatan waktu untuk mengantarkan penumpang ketempat tujuan (7)

4. Kemampuan karyawan untuk menepati janji kapan pelayanan akan diberikan (8)
5. Kepedulian karyawan untuk memahami suasana penumpang (20)

Pihak manajemen biro perjalanan harus lebih meningkatkan kerjanya dengan senantiasa melakukan perbaikan terus-menerus. Ketepatan waktu penyediaan mobil bila ada pemesanan melalui telepon ini termasuk prioritas utama dalam perusahaan ini perlunya untuk selalu sedia untuk menyiapkan mobil apabila pelanggan melakukan pemesanan melalui telepon karena pelanggan merasa ini alternatif yang mudah dilakukan namun pihak badan usaha ini belum bisa melakukan kerjanya dengan maksimal. Dalam diagram kartesius tersebut atribut ketersediaan waktu untuk menanggapi keluhan penumpang juga menjadi prioritas utama, para pelanggan merasa tidak diperhatikan dengan tidak mendengarkan keluhan-keluhan mereka selama menggunakan jasa transportasi ini. Ketepatan waktu untuk mengantarkan penumpang dan kemampuan karyawan menepati janji juga termasuk dalam kuadran ini, itu berarti hal tersebut juga tugas perusahaan untuk lebih memperhatikan kerjanya dan melakukan perbaikan. Dan karyawan lebih memperhatikan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan dan pada akhirnya kinerja yang telah



dilaksanakan dapat sesuai bahkan melebihi harapan pelanggan.

### **Kuadran B (Pertahankan Prestasi)**

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut pelayanan CV Samosir Indah Travel Medan yang perlu dipertahankan atau ditingkatkan, karena tingkat kinerja yang telah dilaksanakan umumnya telah sesuai dengan tingkat kepentingan atau harapan pelanggan. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang berada pada kuadran ini adalah :

1. Mobil yang digunakan sebagai fasilitas pelayanan (1)
2. Kebersihan mobil (2)
3. Fasilitas didalam mobil sebagai pelengkap pelayanan (4)
4. Tarif pembayaran sesuai dengan jarak yang ditempuh dan tidak merugikan penumpang (12)
5. Kejujuran karyawan untuk mengembalikan barang bawaan penumpang yang tertinggal (13)
6. Rasa aman yang di dapat penumpang terhadap tindak kejahatan (14)

Keenam atribut yang terdapat pada kuadran B kinerja yang telah dilaksanakan telah tinggi dan harus dipertahankan prestasinya dan harus terus dikelola dengan baik, karena keberadaannya memiliki keunggulan dalam pandangan pelanggan. Berdasarkan penilaian dari responden tingkat kinerja dari keenam atribut tersebut sudah mencapai harapan pelanggan dan dianggap sudah tinggi tingkat kerjanya dan sudah memuaskan para pelanggan yang menggunakan jasa transportasi CV Samosir Indah Travel Medan.

### **Kuadran C (Prioritas Rendah)**

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja rendah. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pihak perusahaan hanya melaksanakannya secara biasa, sehingga pihak perusahaan belum terlalu perlu memperhatikan atau

mengutamakan untuk memperbaiki kerjanya (prioritas rendah).

Kuadran ini hampir sama halnya dengan kuadran A, hanya saja atribut-atribut pada kuadran A tingkat kepentingannya tinggi, sehingga perlu diprioritaskan kerjanya. Sedangkan tingkat kepentingan pelanggan di kuadran C rendah, sehingga prioritasnya juga rendah. Oleh karena itu, walaupun kerjanya ditingkatkan, tidak akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara maksimal. Karena itu lebih baik perhatian dan perbaikan digunakan untuk meningkatkan pelayanan pada atribut-atribut yang berada di kuadran A (prioritas utama). Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

1. Kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada penumpang (9)
2. Keramahan karyawan (15)
3. Ketersediaan staff khusus untuk menangani keluhan penumpang (18)
4. Kepedulian untuk selalu berusaha mempunyai reputasi yang terbaik (19)

Pada diagram Kartesius terlihat bahwa walaupun atribut-atribut yang berada di kuadran ini kurang penting bagi pelanggan, namun atribut-atribut masih harus tetap perlu diwaspadai, dicermati dan dikontrol, karena tingkat kepentingan pelanggan dapat berubah seiring dengan meningkatnya kebutuhan dari para pelanggan.

### **Kuadran D ( Berlebihan )**

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan rendah, tetapi pelaksanaannya tinggi. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini, dalam pelaksanaannya dirasakan terlalu berlebihan oleh pelanggan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

1. Penampilan karyawan (3)
2. Kemauan karyawan untuk menolong penumpang (10)
3. Kemauan karyawan untuk menanggapi permintaan penumpang (11)

4. Pengetahuan yang dimiliki karyawan (16)
5. Perhatian khusus bila ada keluhan dari penumpang (17)

Atribut yang terletak pada kuadran ini merupakan atribut kualitas pelayanan jasa CV Samosir Indah Travel Medan yang mempunyai tingkat kinerja yang sangat baik menurut pelanggan, tetapi atribut-atribut kualitas jasa ini memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu penting. Jadi atribut-atribut kualitas jasa ini perlu dipertimbangkan kembali karena dirasakan terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya. Dalam hal ini terdapat dua langkah yang dapat dilakukan CV Samosir Indah Travel Medan yaitu (1) tidak perlu terlalu berkonsentrasi pada peningkatan pelayanan atribut yang terdapat di kuadran D dengan mengalokasikan biaya dan investasi ke atribut-atribut lain yang membutuhkan peningkatan dan perbaikan kualitas pelayanan, atau (2) tetap mempertahankan kinerja atribut yang termasuk dalam kuadran ini, karena perusahaan memiliki keunggulan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya.

### *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Nilai rata-rata untuk tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atau kepuasan masing-masing atribut kualitas jasa digunakan untuk menghitung *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Dapat dilihat bahwa indeks kepuasan pelanggan CV Samosir Indah Travel Medan sebesar 64,40 %. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum pelanggan CV Samosir Indah Travel Medan berada pada kategori cukup puas (51% - 65%). Tingkat kinerja dari mutu pelayanan CV Samosir Indah Travel Medan dinilai cukup puas, karena cukup mampu memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu CV Samosir Indah Travel Medan harus lebih memperhatikan kinerjanya dan dapat terus berkomitmen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada tahun-tahun berikutnya untuk mencapai kategori sangat puas atau mendekati angka 100 persen, dan mempertahankannya demi tercapainya loyalitas pelanggan.

**Tabel 3. Perhitungan customer satisfaction index (CSI) atribut kualitas jasa**

No. Atribut	Skor Tingkat Harapan (X)	Importance Weighting Factor (WF) (%)	Skor Tingkat Kinerja (Y)	Weighted Score (WS)
1.	4.74	5.85	4	0.23
2.	4.54	5.60	4.18	0.23
3.	3.53	4.36	3.7	0.16
4.	4.39	5.42	4.86	0.26
5.	4.28	5.28	1.91	0.10
6.	4.35	5.37	2.19	0.12
7.	4.25	5.24	2.61	0.14
8.	4.25	5.24	1.74	0.09
9.	3.88	4.79	2.65	0.13
10.	4	4.94	4.01	0.20
11.	3.76	4.64	3.34	0.15
12.	4.39	5.42	4.4	0.24
13.	4.19	5.17	4.38	0.23
14.	4.15	5.12	3.68	0.19
15.	4.03	4.97	3.13	0.16
16.	3.31	4.08	3.38	0.14
17.	3.85	4.75	3.23	0.15
18.	3.25	4.01	1.71	0.07
19.	3.8	4.69	2.44	0.11
20.	4.11	5.07	2.33	0.12
<b>Total</b>	<b>81.05</b>	<b>100.00</b>		

No. Atribut	Skor Tingkat Harapan (X)	Importance Weighting Factor (WF) (%)	Skor Tingkat Kinerja (Y)	Weighted Score (WS)
<i>Weighted Total (WT)</i>				3.22
<i>satisfaction index (SI)</i>				64.40

Berdasarkan Tabel 3. tersebut terlihat bahwa atribut mobil yang digunakan sebagai fasilitas pelayanan (1) memiliki *importance weighting factor* (WF) tertinggi (5,85%). Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa atribut tersebut merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi kualitas pelayanan CV Samosir Indah Travel Medan. Keberadaan atribut ini harus tetap dipertahankan oleh pihak manajemen CV Samosir Indah Travel Medan, karena atribut ini merupakan keunggulan dari segi kualitas pelayanan yang dimiliki oleh CV Samosir Indah Travel Medan.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis yang sudah dibahas sebelumnya, pada penelitian ini peneliti menyimpulkan:

1. Karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian responden berjenis kelamin laki-laki (61,25%). Usia responden yang menggunakan jasa transportasi CV Samosir Indah Travel Medan sebagian besar berusia antara 20-25 tahun (30%). Dan sebagian besar responden mempunyai pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa (42,5%).
2. Tingkat kepentingan pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan CV Samosir Indah Travel menunjukkan bahwa dimensi fisik (*tangibles*) memiliki nilai rata-rata tingkat kepentingan tertinggi (4,30) dan yang terendah adalah kepedulian (*empathy*) (3,75). Dalam tingkat kinerja, dimensi Keandalan (*Reliability*) memiliki nilai rata-rata tingkat kepuasan yang paling rendah yaitu (2,24) dan yang lebih tinggi adalah Bentuk fisik (*Tangibles*) (4,19).
3. Hasil IPA menunjukkan bahwa atribut yang berada di kuadran A yang merupakan prioritas utama yang harus yang harus diperbaiki dan ditingkatkan, karena belum memenuhi harapan konsumen secara menyeluruh antara lain ketepatan waktu penyediaan mobil bila ada pemesanan melalui telepon (5), ketersediaan waktu untuk menanggapi keluhan penumpang (6), ketepatan waktu untuk mengantarkan penumpang ketempat tujuan (7), kemampuan karyawan tuk menepati janji kapan pelayanan akan diberikan (8), dan kepedulian karyawan untuk memahami suasana penumpang (20).
4. Analisis terhadap tingkat kesesuaian menunjukkan bahwa atribut-atribut mutu pelayanan yang tertinggi dari seluruh dimensi adalah dimensi *tangibles* (99,33%), sedangkan yang terendah adalah dimensi *reability* (52,14%). Urutan prioritas atribut peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan tingkat kesesuaian yang paling rendah adalah kemampuan karyawan untuk menepati janji kapan pelayanan akan diberikan (40,88%), sedangkan fasilitas di dalam mobil sebagai fasilitas pelayanan (110,82%) adalah atribut dengan tingkat kesesuaian tertinggi.
5. Berdasarkan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh indeks kepuasan sebesar 64,40%, nilai itu berada pada selang (51% - 65%) yang artinya secara keseluruhan responden menyatakan cukup puas terhadap pelayanan yang telah diberikan CV Samosir Indah Travel Medan.

**Saran**

1. Sebaiknya pihak CV Samosir Indah Travel harus lebih memperhatikan mutu pelayanannya seperti lebih memperhatikan jadwal keberangkatan, waktu tunggu yang lama, pemberian pelayanan yang cepat, ketanggapan jika ada pemesanan mobil melalui telepon, dan ketersediaan waktu menanggapi keluhan penumpang.
2. Atribut-atribut yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi sebaiknya pihak CV Samosir Indah Travel Medan dapat mempertahankannya, karena hal itu akan menjadi suatu keunggulan dan memberikan keuntungan bagi CV Samosir Indah Travel Medan. Seperti fasilitas mobil, tarif pembayaran sesuai dengan jarak yang ditempuh, kemampuan karyawan untuk menolong penumpang, dan kejujuran karyawan untuk mengembalikan barang bawaan penumpang yang tertinggal.
3. Seluruh karyawan yang bekerja di CV Samosir Indah Travel Medan hendaknya diberikan tambahan keterampilan dan kesigapan dalam memberikan pelayanan

**DAFTAR PUSTAKA**

- Irawan H. 2003. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*. Jakarta : Prenhalindo.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)*.

Jakarta : PT. Indeks Kelompok Media.

- Kotler, Philip dan A. B. Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 12. PT Indeks. New Jersey.
- Lupiyoadi, Rambat. 2004. *Manajemen Pemasaran : Teori dan Praktek*. Jakarta : Salemba Empat
- Megawati, Yenli. 2007. *Penilaian Kualitas Pelayanan Pendidikan Terhadap Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Mahasiswa/I di Universitas Tarumanagara Fakultas Ekonomi Program Sarjana di Jakarta Tahun 2006*. Jurnal Business Management Journal Bunda Mulia, Vo.3, No.1, Maret 2007. Jakarta.
- Rahmawati, Fitri. 2008. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap kualitas Pelayanan Salon Dina Lee Bogor*. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar*. Jakarta: gamedia Pustaka Utama.
- Tjiptono.F. 2001. *Strategi Pemasaran. Edisi 1*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono.F dan G Chandra. 2004. *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.