



Pengukuran Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Menggunakan Metode SERVQUAL Pada PT. XYZ

¹Ismail, ²Marwan

^{1,2} Program Studi Teknik Industri, Universitas Potensi Utama
E-mail: ¹ismail2013@yahoo.co.id, ²marwan2192@gmail.com

Abstrak

Dengan menerapkan metode SERVQUAL, perusahaan pengiriman barang dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi pelayanan yang perlu ditingkatkan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil data yang valid dan reliabel. Dimensi kualitas yang menunjukkan disparitas terbesar adalah daya tanggap, terjadi kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja aktual dalam hal merespons permintaan konsumen secara cepat dan efisien. Dengan nilai Q sebesar 0,95778420 (kurang dari 1), diketahui bahwa kualitas pelayanan total masih perlu ditingkatkan dengan menggunakan metode $Q=P/E$. Hal ini menunjukkan perlunya inisiatif perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Servqual, Kepuasan Pelanggan, Distribusi

Abstract

By applying the SERVQUAL method, shipping companies can identify service dimensions that need to be improved to achieve higher customer satisfaction. Validity and reliability tests show valid and reliable data results. The quality dimension that shows the greatest disparity is responsiveness, a gap occurs between expected performance and actual performance in terms of responding to consumer requests quickly and efficiently. With a Q value of 0.95778420 (less than 1), it is known that total service quality still needs to be improved using the Q=P/E method. This indicates the need for improvement initiatives to increase customer satisfaction.

Keywords : Servqual, Customer Satisfaction, Distribution

PENDAHULUAN

Sektor logistik dan pengiriman barang telah menjadi tulang punggung perekonomian modern, terutama dengan meningkatnya volume perdagangan elektronik (*e-commerce*). Dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, kualitas pelayanan menjadi faktor krusial yang membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Pelanggan tidak hanya mencari harga yang kompetitif, tetapi juga mengharapkan kecepatan, keandalan, dan keamanan dalam proses pengiriman barang. Kegagalan dalam memenuhi harapan pelanggan dapat berdampak negatif pada reputasi perusahaan, loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya, profitabilitas.

Untuk mengukur kualitas pelayanan secara sistematis, berbagai model telah dikembangkan. Salah satu model yang paling banyak digunakan dan diakui adalah SERVQUAL, yang dikembangkan oleh Parasuraman, dkk (1988). Model ini berfokus pada kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diterima. Dengan menerapkan metode SERVQUAL, perusahaan pengiriman barang dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi pelayanan yang perlu ditingkatkan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Penelitian ini akan mengaplikasikan metode SERVQUAL untuk mengevaluasi kualitas pelayanan pengiriman barang dan memberikan rekomendasi strategis.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang didasarkan pada dimensi - dimensi SERVQUAL.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang dari perusahaan logistik yang diteliti. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria tertentu seperti minimal satu kali menggunakan jasa pengiriman dalam enam bulan terakhir. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin.

Instrumen Penelitian

Kuesioner SERVQUAL terdiri dari dua bagian utama untuk setiap dimensi:

1. Bagian Harapan: Mengukur tingkat harapan pelanggan terhadap pelayanan ideal.
2. Bagian Persepsi: Mengukur tingkat persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang telah mereka terima.
Setiap pertanyaan menggunakan skala Likert 5 poin (misalnya, 1 = Sangat Tidak Setuju/Sangat Tidak Penting, 5 = Sangat Setuju/Sangat Penting).

Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara luring (offline) kepada responden.

Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan langkah-langkah berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas: Memastikan bahwa instrumen kuesioner valid (mengukur apa yang seharusnya diukur) dan reliabel (konsisten dalam pengukuran).
2. Perhitungan Skor Harapan dan Persepsi: Menghitung rata-rata skor untuk setiap item dan dimensi, baik untuk harapan maupun persepsi.
3. Analisis Kesenjangan (Gap Analysis): Menghitung nilai kesenjangan ($P-E$) untuk setiap item dan dimensi. Kesenjangan negatif menunjukkan area yang perlu perbaikan.
4. Analisis Deskriptif: Menyajikan data dalam bentuk tabel dan grafik untuk memberikan gambaran umum tentang karakteristik responden dan distribusi skor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas dapat dipakai untuk menentukan keabsahan instrumen studi. Sejauh mana instrumen studi benar-benar mengukur apa yang diukur ditunjukkan oleh validitasnya. Untuk memperkirakan jumlah sampel minimal, kita dapat menggunakan rumus $n = z^2/4(Moe)^2$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel, $n = 1,96^2/4(0,10)^2$ maka $n = 96,04$ (100/Pembulatan Keatas).

Tabel.1 Hasil Uji Validitas

| Variabel | Indikator | r Hitung | | r Tabel | Keterangan |
|---|---|-----------------|----------------|----------------|-------------------|
| | | Harapan | Realita | | |
| <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) X1 | Kondisi ruangan tertata dan nyaman | 0.343 | 0.470 | 0.195 | Valid |
| | Penampilan pegawai terlihat bersih dan rapi | 0.944 | 0.363 | 0.195 | Valid |
| | Pelayanan yang diberikan pegawai ramah | 0.961 | 0.505 | 0.195 | Valid |
| <i>Reliability</i> (Keandalan) X2 | Pegawai memberikan pelayanan yang baik dari awal hingga akhir | 0.347 | 0.560 | 0.195 | Valid |
| | Pegawai memberikan pelayanan dengan cepat | 0.931 | 0.625 | 0.195 | Valid |
| | Kemudahan dalam mendapatkan informasi | 0.931 | 0.520 | 0.195 | Valid |
| <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) X3 | Pegawai tanggap dengan cepat menerima keluhan pelanggan | 0.917 | 0.642 | 0.195 | Valid |
| | Pegawai mampu menjawab pertanyaan pelanggan | 0.937 | 0.639 | 0.195 | Valid |
| | Ketanggungan pegawai mendampingi pelanggan dalam menghadapi kesulitan | 0.367 | 0.657 | 0.195 | Valid |
| <i>Assurance</i> (Jaminan) X4 | Pihak perusahaan bersedia melakukan ganti rugi sesuai ketentuan | 0.935 | 0.520 | 0.195 | Valid |
| | Pegawai konsisten dalam bersikap (ramah, sopan, tanggap) | 0.644 | 0.569 | 0.195 | Valid |
| | Pihak perusahaan berkomitmen dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan | 0.942 | 0.554 | 0.195 | Valid |
| <i>Emphaty</i> (Empati) X5 | Pelanggan mendapatkan pelayanan secara memuaskan | 0.343 | 0.540 | 0.195 | Valid |

| | | | | | |
|--|---|-------|-------|-------|-------|
| | Pegawai mengutamakan kepentingan pelanggan secara sungguh-sungguh | 0.944 | 0.620 | 0.195 | Valid |
| | Pegawai dapat memberikan solusi terkait keluhan yang dialami | 0.961 | 0.543 | 0.195 | Valid |

Berdasarkan Tabel 1 diatas, didapatkan bahwa semua indikator memiliki nilai rhitung $> r$ tabel yaitu 0,195 atau dapat dilihat dari nilai p - value $< 0,05$ (taraf signifikansi), maka instrumen studi yang dipakai valid dan layak dipakai.

2. Uji Reliabilitas

Item-item dari kumpulan pertanyaan yang dianggap valid menjalani uji reliabilitas. Jika jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut konsisten dari waktu ke waktu, maka variabel tersebut dianggap dapat dipercaya. Analisis Cronbach's Alpha dipakai untuk data uji reliabilitas yang diperoleh dari instrumen studi ini.

Tabel. 2 Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Alpha Cronbach | | Keterangan |
|----------------------------------|-----------------------|----------------|-------------------|
| | Harapan | Realita | |
| Tangibles (Bukti Fisik) X1 | 0.704 | 0.740 | Valid |
| Reliability (Keandalan) X2 | 0.641 | 0.664 | Valid |
| Responsiveness (Daya Tanggap) X3 | 0.647 | 0.768 | Valid |
| Assurance (Jaminan) X4 | 0.813 | 0.722 | Valid |
| Emphaty (Empati) X5 | 0.706 | 0.630 | Valid |

Berdasarkan Tabel 2 diatas, didapatkan bahwa semua indikator memiliki nilai r alpha $> r$ kritis yaitu 0.60 , maka setiap item instrumen studi yang dipakai dinyatakan reliabel atau konsisten sehingga layak dipakai.

3. GAP Analysis

Setelah melakukan analisis terhadap data yang diproses, ditemukan gap nilai yang didapatkan. Gap rata-rata untuk dimensi Berwujud adalah 0,39. Gap yang diperoleh untuk dimensi Keandalan adalah 0,12. Gap daya tanggap adalah 0,15. Gap yang tercatat untuk dimensi Jaminan adalah 0,06, sedangkan gap yang diperoleh untuk dimensi Empati adalah 0,15. Ini adalah hasil dari perhitungan rata-rata setiap dimensi. Tabel berikut ini memberikan rincian mengenai nilai gap total.

Tabel 3 Hasil Analisis Servqual

| Variabel | Indikator | | | Gap |
|--|---|---------|---------|------|
| | | Harapan | Realita | |
| <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) X1 | Kondisi ruangan tertata dan nyaman | 4.35 | 4.01 | 0.34 |
| | Penampilan pegawai terlihat bersih dan rapi | 4.08 | 3.67 | 0.41 |
| | Pelayanan yang diberikan pegawai ramah | 4.07 | 3.64 | 0.43 |
| <i>Reliability</i> (Keandalan) X2 | Pegawai memberikan pelayanan yang baik dari awal hingga akhir | 4.13 | 4.08 | 0.11 |
| | Pegawai memberikan pelayanan dengan cepat | 4.15 | 3.99 | 0.16 |
| | Kemudahan dalam mendapatkan informasi | 4.22 | 4.23 | 0.09 |
| <i>Responsiveness</i> (Daya Tergap) X3 | Pegawai tanggap dengan cepat menerima keluhan pelanggan | 4.11 | 3.98 | 0.13 |
| | Pegawai mampu menjawab pertanyaan pelanggan | 4.02 | 3.80 | 0.22 |
| | Ketangggapan pegawai mendampingi pelanggan dalam menghadapi kesulitan | 4.27 | 4.38 | 0.09 |
| <i>Assurance</i> (Jaminan) X4 | Pihak perusahaan bersedia melakukan ganti rugi sesuai ketentuan | 3.92 | 3.88 | 0.12 |
| | Pegawai konsisten dalam bersikap (ramah, sopan, tergantung) | 3.85 | 3.83 | 0.02 |
| | Pihak perusahaan berkomitmen dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan | 4.24 | 4.24 | 0.04 |
| <i>Emphaty</i> (Empati) X5 | Pelanggan mendapatkan pelayanan secara memuaskan | 4.05 | 4.07 | 0.06 |
| | Pegawai mengutamakan kepentingan pelanggan secara sungguh-sungguh | 4.00 | 3.76 | 0.24 |
| | Pegawai dapat memberikan solusi terkait keluhan yang dialami | 4.13 | 3.97 | 0.16 |

Untuk mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan kepada pelanggan, dapat dipakai suatu rumus sebagai metode analisis:

$$\text{Kualitas Layanan (Q)} = \text{Realita} / \text{Harapan}$$

Perhitungan menunjukkan adanya nilai Gap rata-rata secara keseluruhan. Tabel 4 di bawah ini menunjukkan nilai Gap dalam urutan berikut, dari yang tertinggi hingga terendah.

Tabel. 4 Hasil Perhitungan Kualitas Pelayanan

| Variabel | Harapan (E) | Realita (P) | Gap | Q = P/E |
|-------------------------------|-------------|-------------|------|------------|
| Tangibles (Bukti Fisik) | 3.77 | 4.16 | 0.39 | 0.90544872 |
| Reliability (Keandalan) | 4.07 | 4.19 | 0.12 | 0.97138315 |
| Responsiveness (Daya Tanggap) | 4.02 | 4.17 | 0.15 | 0.96480000 |
| Assurance (Jaminan) | 3.96 | 4.02 | 0.06 | 0.98508699 |
| Emphaty (Empati) | 3.90 | 4.06 | 0.15 | 0.96220214 |
| Rata - rata | 3.95 | 4.12 | 0.17 | 0.95778420 |

Dapat disimpulkan bahwa organisasi menawarkan kualitas pelayanan yang tinggi jika nilai (Q) lebih besar dari 1. Tabel 4 menggambarkan bahwa nilai (Q) = 0,95778420 menunjukkan bahwa (Q) < 1, menunjukkan bahwa pelayanan PT. XYZ kualitasnya di bawah standar dan masih memerlukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan klien. Saat menentukan kualitas layanan, nilai Q kurang dari satu atau nilai totalnya positif (+).

SIMPULAN

Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil data yang valid dan reliabel. Dimensi kualitas yang menunjukkan disparitas terbesar adalah daya tanggap, terjadi kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja aktual dalam hal merespons permintaan konsumen secara cepat dan efisien. Dengan nilai Q sebesar 0,95778420 (kurang dari 1), diketahui bahwa kualitas pelayanan total masih perlu ditingkatkan dengan menggunakan metode $Q=P/E$. Hal ini menunjukkan perlunya inisiatif perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fitriani, A. N. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Semen Di PT. Semen Indonesia Logistik Cabang Gulomantung Gresik. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 2(2), 68–78.
- [2] Gofur. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)* Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 37–44.
- [3] Maharani, A., & Saputra, F. (2021). Relationship of Investment Motivation, Investment Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(1), 23–32.
- [4] Nurpalah, Z., Sinaga, D. (2023). Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan Oleh Pemustaka Di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 66-72.
- [5] Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Abdul Khannan, M. S. (2019). Penerapan metode service quality (servqual) untuk peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. *OPSI - Jurnal OPT.iasi Sistem Industri*, 12(1), 1.

- [6] Putri, T. M., Emirzon, J., Mahfuz, A. L. (2023). Pertanggungjawaban Hukum Atas Kehilangan Barang Pengguna Jasa di PT.. Pos Indonesia (Persero) Kecamatan Sirah Pulau Padang dan Kota Kayuagung. AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam, 5(2), 2371–2382.
- [7] Rasyidi, M. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan Andina. Jurnal Bisnis dan Pembangunan, 8(1).
- [8] Safrizal, & Noviara Aldanisa. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Pada Rsu Cut Meutia Kota Langsa Dengan Pendekatan Service Quality (Servqual). 11(2).
- [9] Satria. (2019). Analisis Sistem Informasi Mengukur Kepuasan Pelayanan Pelanggan Dengan Metode Servqual. KILAT, 8(1), 52–64.
- [10] Subiansyah, G., Matoati, R. (2023). Analysis of User Satisfaction for Go-Pay Mobile Payment Based on E-Service Quality. Universitas Binaniaga Indonesia.
- [11] Siringoringo, I. N. S., Jan, A. B. H., Karuntu, M. M. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Pada Hotel Biz Boulevard Kota Manado Dengan Metode Servqual. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 11(4), 1199-1210.