

ANALISIS KUALITAS LAYANAN JAMAAH UMRAH TERHADAP PT. RELASI LAKSANA WISATA JEMBER DENGAN METODE IPA

Rizki Romadhoni

Budi Santoso¹

Haris Hermawan²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Jember, Jawa Timur, Indonesia.

rizkiromadhoni07@gmail.com

ABSTRAK

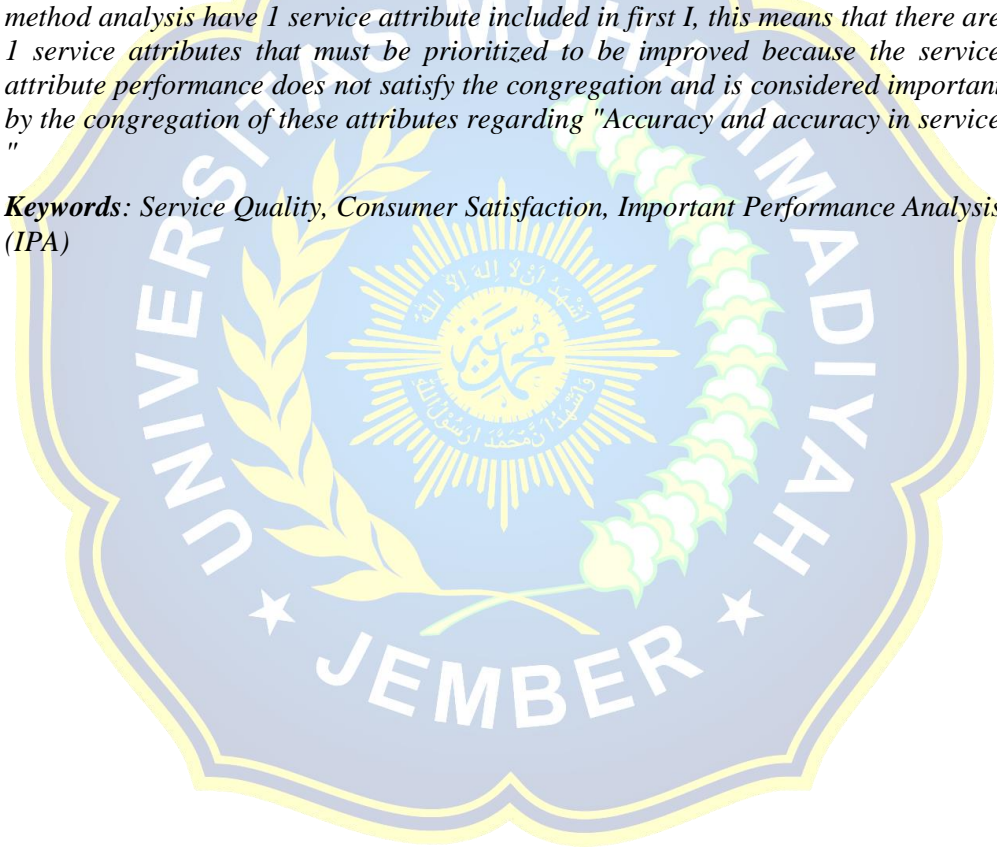
Penelitian ini tentang Analisis Kualitas Layanan Jamaah Umrah Terhadap Pt. Relasi Laksana Wisata Jember Dengan Metode IPA. Bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Data yang diperoleh dari wawancara dan kusioner. Dalam kuisisioner penulis menggunakan 5 dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *empati* dan *assurance* sebagai referensi dalam pembuatta instrumen pernyataan sebanyak 10 pernyataan mengenai atribut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 62 responden, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Kemudian data tersebut diolah menggunakan program excel dan program SPSS kemudian di analisis menggunakan metode IPA (*Important Performance Analysis*) untuk mengetahui atribut layanan apa saja yang harus diperbaiki dan dipertahankan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil dari analisis metode IPA terdapat 1 atribut pelayanan yang masuk kedalam kaudran I, hal ini berarti ada 1 atribut pelayanan yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki karena kinerja atribut pelayanan tidak memuaskan jamaah dan dianggap penting oleh jamaah atribut ini tentang “Keakuratan dan ketepatan dalam pelayanan”

Kata Kunci :Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Important Performance Analysis (IPA)

ABSTRACT

This research about the Analisis Kualitas Layanan Jamaah Umrah Terhadap Pt. Relasi Laksana Wisata Jember Dengan Metode IPA. Aims to test empirically the influence of service quality on customer satisfaction. Data obtained from interviews and questionnaires. In the questionnaire the authors used 5 dimensions of service quality consisting of tangibility, reliability, responsiveness, empathy and assurance as a reference in making statements as many as 10 statements regarding attribute. The sample used in this study were 62 respondents, the type of data used in this study are primary data and secondary data. Then the data is processed using the excel program and the SPSS program and then analyzed using the IPA (Important Performance Analysis) method to find out what service attributes need to be repaired and maintained. The results of this study indicate that the results of the IPA method analysis have 1 service attribute included in first I, this means that there are 1 service attributes that must be prioritized to be improved because the service attribute performance does not satisfy the congregation and is considered important by the congregation of these attributes regarding "Accuracy and accuracy in service "

Keywords: *Service Quality, Consumer Satisfaction, Important Performance Analysis (IPA)*

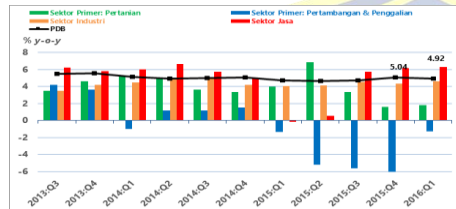


PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik mencatat pertumbuhan ekonomi di Indonesia sepanjang 2018 mencapai 5,17 persen. Angka ini menjadi salah satu pencapaian tertinggi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, penopang utama pertumbuhan ekonomi adalah bisnis di sektor jasa atau sektor *non-tradable*, ada beberapa sektor jasa yang tumbuh di atas pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Faktor ini juga menjadi salah satu kunci pertumbuhan PDB untuk bisa lebih tinggi dari tahun sebelumnya.

Berikut adalah grafik pertumbuhan sektor jasa di Indonesia dari tahun 2013-2016 :

Tabel 1.1 Grafik Pertumbuhan Sektor Jasa Indonesia



Sumber : Data BPS dan CEIC.

Seiring meningkatnya pertumbuhan bisnis biro jasa umrah dewasa ini, bisnis bukan lagi sekedar bisnis menjual jasa tetapi sudah sampai pada tahap kenyamanan. Persaingan yang dirasakan juga akan semakin ketat untuk mencari jamaah, pada tahun 2016 jumlah jamaah umrah di Indonesia berjumlah 280.000 jamaah (jurnalhaji.com), kuantitas ini tentunya membuat jumlah perusahaan travel umrah di Indonesia akan terus bertambah. Saat ini saja, di Indonesia sudah ada sekitar 400 perusahaan biro travel umrah baik yang sudah mengantongi izin Kementerian Agama maupun yang belum berizin Kemenag (manasik.com).

Menurut Kotler (2012) kualitas pelayanan diartikan sebagai keseluruhan ciri dari barang dan jasa yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan. Sedangkan menurut (Tjiptono,2018) kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dipandang sebagai satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan pelanggan baru dan dapat mengurangi pelanggan lama beralih pada perusahaan lain.

Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dimana hal ini fisik produk biasanya ditunjang dengan berbagai macam inisial produk. Adapun inti produk yang dimaksud biasanya merupakan jasa tertentu. Menurut Gronroos (dalam Ratminto 2012)pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Kepuasan konsumen dapat dijadikan sebagai pencapaian harapan dari sebuah perusahaan dalam memberikan suatu bentuk pelayanan terhadap konsumennya. Kepuasan konsumen terhadap suatu jasa ditentukan oleh kebutuhan konsumen sebelum menggunakan jasa dibandingkan dengan hasil persepsi konsumen (Arif, 2007). Persepsi dari konsumen akan mempengaruhi kepuasan yang dapat

diperolehnya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja dan harapan-harapannya (Kotler, 2011:143), perasaan tersebut ketika konsumen sudah terpenuhi segala bentuk harapannya.

Untuk mengukur suatu tingkat kepuasan konsumen terhadap produk jasa perlu dilakukan suatu analisis kualitas pelayanan yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dengan perbandingan antara tingkat kepentingan (*Important*) dengan kinerja (*Performance*) pelayanan. Salah satu alat analisa yang dapat digunakan yakni *Important Performance Satisfaction* (IPA). IPA adalah metode yang digunakan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. IPA merupakan teknik yang tepat untuk mengukur tingkat kepentingan (*important*) konsumen dengan kinerja (*performance*). Hasil dari IPA digambarkan pada diagram kartesius dengan empat kuadran, sehingga dapat diketahui sejauh mana tingkat perbaikan yang diinginkan oleh konsumen terhadap layanan yang peroleh. Kualitas pelayanan ini ditentukan oleh beberapa dimensi, hal ini dapat diuraikan ke dalam atribut-atribut penyusun dimensi tersebut, dengan mengetahui dimensi kualitas pelayanan apa saja dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dalam model penelitian Zeithaml (2000) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati), *tangible* (bukti fisik), *product quality* (kualitas produk), dan *price* (harga).

Penelitian sebelumnya menurut Widodo (2018) dengan menggunakan alat analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) hasil akhir yang diperoleh 62,81% yang berarti konsumen puas atas kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Sedangkan menurut hasil penelitian terdahulu dari Siti Noor Hidayati (2015) dengan menggunakan alat analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Important Performance Analysis* (IPA) mayoritas pelanggan puas dengan layanan yang diberikan tetapi belum maksimal, hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian tingkat kepuasan pelanggan diperoleh 53,7% hasil ini dianggap ada beberapa atribut kualitas layanan yang diberikan masih belum maksimal.

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT.Relasi Laksana Wisata Jember yang berlokasi di Jalan Doho 88 Cluster 02 Kabupaten Jember yang merupakan cabang dari perusahaan di Surabaya Jalan Ahmad Yani No.151, Margorejo Kec.Wonocolo Surabaya. Salah satu lembaga swasta yang bergerak dibidang pariwisata khusus perjalanan haji dan umrah. Yang mencoba membantu memperlancar pelaksanaan ibadah jamaah di Indonesia khususnya di Jember guna melakukan pelayanan yang sesuai standar pelayanan haji dan umrah yang telah diatur undang-undang tentang ibadah haji dan umrah. PT.Relasi Laksana Wisata Jember adalah biro perjalanan jamaah umrah yang telah memiliki izin resmi dari Kementerian Agama (PPIU NO.605 Th.2016) untuk pemberangkatan haji dan umrah. Dengan adanya PT.Relasi Laksana Wisata Jember yang telah hadir maka akan sangat membantu bagi para calon jamaah haji maupun umrah yang berada disekitar wilayah Jember.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang ada pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan menghasilkan kepemilikan sesuatu dikutip oleh Kotler dan Keller dalam Fandy Tjiptono (2009:4). Menurut Lovelock dan Gummesson (2011:36) mendefinisikan bahwa *service* (pelayanan) adalah sebuah bentuk jasa dimana para pelanggan dapat memperoleh manfaat melalui nilai jasa yang diharapkan.

B. Pengertian Jasa

Pengertian jasa menurut Kotler & Keller (2012:214) merupakan setiap kegiatan, manfaat atau *performance* yang ditawarkan satu pihak lain yang bersifat *intangible* serta tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun yang mana dalam produksinya terikat maupun tidak dengan produk fisik, kemudian Lovelock (2007:5) menyimpulkan jasa adalah layanan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain, adapun proses ini tidak terkait dengan produk fisik, jasa tidak berwujud, umumnya tidak menyebabkan kepemilikan dari faktor produksi. Sesuaidengan teori ini, jasa merupakan setiap aktivitas yang ditawarkan dan tidak berwujud tetapi memiliki manfaat dan tidak terikat dengan produk fisik.

C. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2012:59), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan atas tingkat keunggulan guna memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas dari suatu barang jasa sangat penting, karena kualitas barang dan jasa yang baik berbanding lurus dengan keputusan pembelian, karena perkembangan zaman membuat pola pikir konsumen semakin teliti terhadap barang atau jasa akan dikonsumsi. Kualitas yang tinggi akan membentuk suatu persepsi baik suatu produk terhadap konsumen.

D. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan atau konsumen adalah perasaan senang (puas) atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk atau jasa yang diterima terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2011:70).

E. Definisi *Important Performance Analysis* (IPA)

Important Performance Analysis adalah suatu alat analisis untuk mengetahui sejauh mana mutu pelayanan yang telah dilakukan perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, metode ini merupakan suatu teknik penerapan untuk mengukur atribut-atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan guna pengembangan pemasaran yang efektif. Pengukuran dihitung menggunakan skala likert lima butir, yang memberikan nilai bobot dari 1 sampai dengan 5.

Dalam metode IPA, langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan tingkat kesesuaian antara kepentingan dan tingkat kinerja

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = tingkat kesesuaian responden

X_i = skor penilaian tingkat kinerja

Y_i = skor penilaian tingkat kepentingan

2. Penentuan skor rata-rata atribut tingkat kepentingan dan pelaksanaan secara keseluruhan dengan rumus:

$$\underline{X}_j = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\underline{Y}_j = \frac{\sum y_i}{n}$$

Keterangan:

X = batas sumbu x (tingkat pelaksana)

Y = batas sumbu y (tingkat kepentingan)

K = banyak atribut pelayanan

3. Menentukan dua garis yang berpotongan tegak lurus dengan cara menghitung rata-rata dari rata-rata tingkat pelaksanaan (x) dan rata-rata tingkat kepentingan (y), untuk keseluruhan indikator dirumuskan

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k \underline{x}_j}{k}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^k \underline{y}_j}{k}$$

Keterangan:

\bar{X} = Rataan dari total rataan bobot tingkat kepuasan

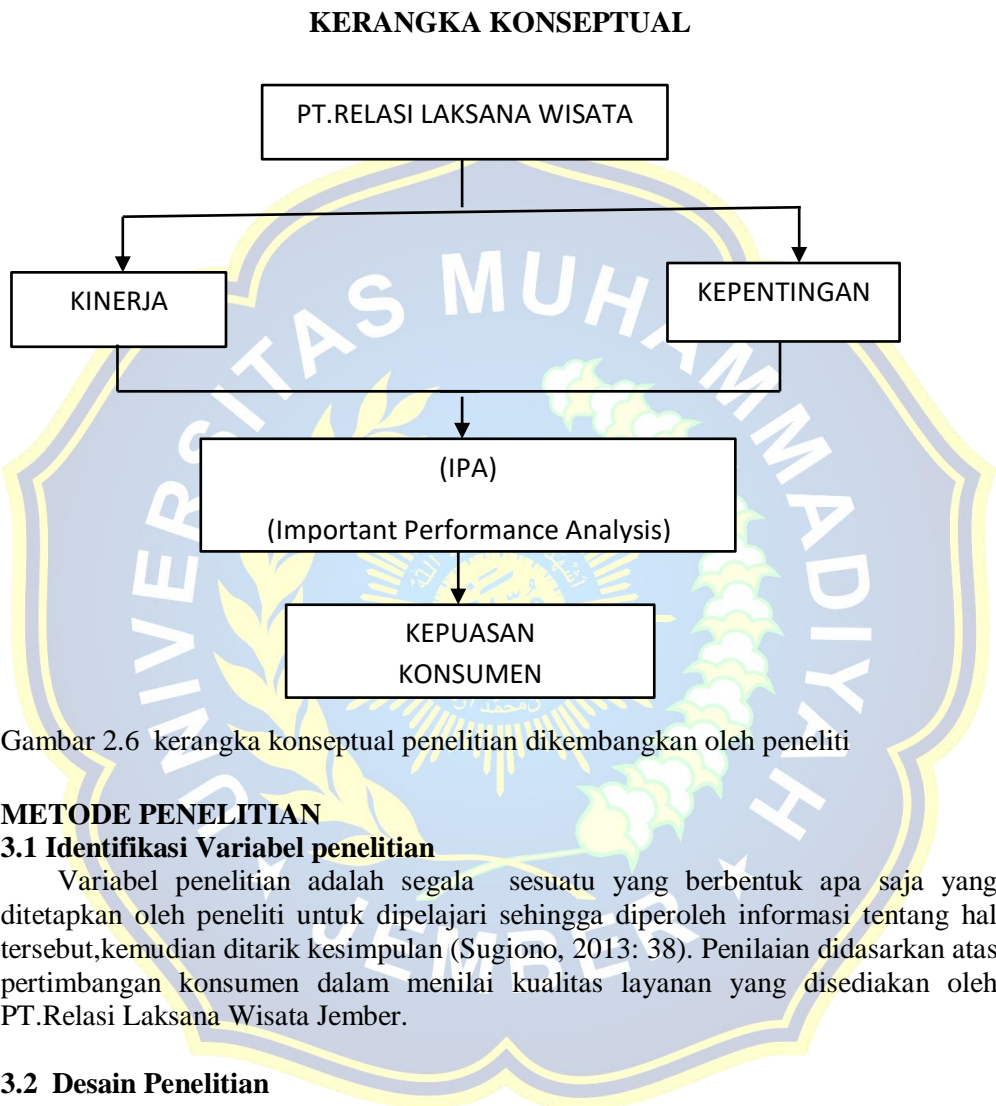
\bar{Y} = Rataan dari total rataan bobot tingkat kepentingan

k = banyak atribut

PENELITIAN TERDAHULU

1. Metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business Customer, Widodo (2018)
2. Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan smartfren Palembang, Yuliah (2015)
3. Analisis Kualitas Pelayanan e-KTP Menggunakan Metode CSI dan IPA, Siti Noor Hidayati (2015)

4. Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode CSI dan PGCV, Vera Devani (2016)



Gambar 2.6 kerangka konseptual penelitian dikembangkan oleh peneliti

METODE PENELITIAN

3.1 Identifikasi Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2013: 38). Penilaian didasarkan atas pertimbangan konsumen dalam menilai kualitas layanan yang disediakan oleh PT. Relasi Laksana Wisata Jember.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode IPA (*Important Performance Analysis*) untuk membandingkan antara harapan dan kinerja dari PT. Relasi Umrah Laksana Wisata Jember. Digunakannya metode kuantitatif merupakan metodologi riset yang bertujuan untuk mengkuantifikasi data, yang diterapkan dalam analisis statistik tertentu.

3.3 Jenis Data

3.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek dan orang-orang yang menjadi responden penelitian (Sugiyono,2012). Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah tanggapan responden dari hasil kuisioner tentang pelayanan (*Tangible, Realibility, Responsiviness, Assurance, Empathy*) di PT.Relasi Laksana Wisata Jember yang sudah menggunakan jasa tersebut.

3.3.2 Data sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, memahami melalui media lain yang bersumber dari *literature*, buku-buku, serta dokumen perusahaan. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari data-data yang bersumber dari PT.Relasi Laksana Wisata Jember.

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Tjiptono (2011:79), populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok suatu riset khusus. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna atau jamaah umrah PT.Relasi Laksana Wisata Jember.

2. Sampel

2.1 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (ferdinand, 2006). Sampel dalam peelitian ini adalah sebagian jamaah umroh dari PT Relasi Laksana Wisata Jember. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Non Probability Sampling*. *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang anggota populasinyatidak mempunyai peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel (Asnawi, 2009). Teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling* peneliti menggunakan metode *Purposive Sampling*, yaitu dimana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan didalam sampel dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa sampel tersebut representative atau mewakili populasi (Arikunto, 2010:84).

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. Al, 2007) Sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan

dalam penelitian ini populasi yang digunakan jumlah jamaah umrah Pt. Relasi Laksana Wisata Jember dari tahun 2015- 2019 sebanyak 170

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

$$n = \frac{170}{1 + 170 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{170}{1 + 170 \times 0,01}$$

$$n = \frac{170}{1 + 1,7}$$

$$n = \frac{170}{2,7}$$

$$n = 62$$

Dari perhitungan diatas maka diambil sampel penelitian di PT.Relasi Laksana WisataJember sebanyak 62 sampel.

2.2 Metode Pengambilan Sampel

Menurut Arikunto (2010:52), sampel adalah suatu sun kelompok dari populasi yang dipilih dalam penelitian. Selain itu adanya pengambilan sampel dimaksud untuk memperoleh keterangan meengenai objek penelitian dengan cara mengamati sebagian populasi. Dalam penelitian ini tenik pengambilan sampel yang digunakan teknik *non probability sampling*, dimana populasi tidak mempunyai kesempatan untuk dijadikan sample lagi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu dimana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan didalam sample dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa sample tersebut representative atau mewakili populasi (Arikunto,2010:84). Metode *purposive sampling* diambil dan dilakukan dalam penelitian ini karena beberapa pertimbangan seperti keterbatasan tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Kuesioner

Kuisioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan oleh responden. Kuisioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2012). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert, dengan variabel yang akan diukur, kemudian variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen pernyataan atau pertanyaan (Sugiono, 2008). Skala likert merupakan skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidak setujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan dan pertanyaan mengenai objek stimulus, maka jawaban diberi skor sebagai berikut (Maholtra, 2005):

- a. Jawaban Tidak Puas (TP) skor: 1
- b. Jawaban Kurang Puas (KP) skor: 2
- c. Jawaban Cukup Puas (CP) skor: Netral
- d. Jawaban Puas (P) skor: 4

e. Jawaban Sangat Puas (SP) skor: 5

5.2 Observasi

Observasi adalah sebaaiaan teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisiener. Kalau wawancara dan kuisiener selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada objek-objek alam yang lain (Sugiyono,2012).

3.5.3 Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan bisa dilakukan dengan cara tatap muka atau secara langsung maupun dengan menggunakan alat komunikasi. Sehingga dapat menghasilkan informasi dan dikontrsuksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2012).

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukuranya. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar, pengujian ini menggunakan pearson correlaction, yaitu dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika koefisien korelasi *product moment* > r-tabel ($\alpha = 0,05$, n-2) n = jumlah sampel. (Suliyanto, 2007).

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum Y^2 - (N \sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisioner korelasi

$\sum x$ = jumlah skor tiap *item*

$\sum y$ = jumlah skor total (seluruh item)

N = jumlah responden

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisiener yang merupakan indikator dari variabel konstruk. Suatu kuisiener dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu kewaktu. Pengujian dalam penelitian ini menggukan teknik *Cronbach Alpha*, dimana instrumen dapat dikatakan handal (reabel) jika *Cronbach Alpha* 0,6 ataulebih. Dalam hal ini digunakan rumus *alpha* dengan menggunakan software spss versi 16.

$$a = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{nx \sum s^2}{s^2} \right)$$

Keterangan:

- a = koefisien reabilitas alpha cronbach
 k = jumlah item pertanyaan yang diuji
 $\sum s^2_j$ = jumlah varian skor item
 S^2 = varian skor-skor tes (seluruh item K)

3.6.3 Analisis Deskriptif

Menurut sugiyono (2009) analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan secara umum. Analisis ini dapat mengkaji kepuasan konsumen PT.Relasi Laksana Wisata dengan mentabulasi data yang didapat.

3.6.4 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan suatu bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistic tertentu. Analisis kuantitatif yang dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat-alat analisis statistic.

3.6.5 *Important Performance Anlysis* (IPA)

Salah satu alat analisis yang dapat digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan adalah dengan metode *Importance Performance Analysis* /IPA (Rangkuti,2003). Metode ini merupakan suatu teknik penerapan yang sangat mudah untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan itu sendiri yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif.

Analisis menggunakan metode IPA bertujuan untuk membandingkan tingkat kepentingan (*importance*) konsumen dengan kinerja (*performance*) menurut persepsi responden. Dalam metode IPA, langkah yang dilakukan untuk menentukan IPA adalah sebagai berikut:

1. Menentukan tingkat kesuaian antara kepentingan dan tingkat kinerja

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = tingkat kesesuaian responden

X_i = skor penilaian tingkat kinerja

Y_i = skor penilaian tingkat kepentingan

2. Penentuan skor rata-rata atribut tingkat kepentingan dan pelaksanaan secara keseluruhan dengan rumus:

$$\underline{X}_i = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\underline{Y}_i = \frac{\sum y_i}{n}$$

Keterangan :

X = batas sumbu x (tingkat pelaksanaan)

Y = batas sumbu y (tingkat kepentingan)

K = banyak atribut pelayanan

3. Menentukan dua garis yang berpotongan tegak lurus dengan cara menghitung rata-rata dari rata-rata tingkat pelaksanaan (x) dan rata-rata tingkat kepentingan (y), untuk keseluruhan indikator dirumuskan

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k \underline{x}_j}{k}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^k \underline{y}_j}{k}$$

Keterangan:

\bar{X} = Rataan dari total rataan bobot tingkat kepuasan

\bar{Y} = Rataan dari total rataan bobot tingkat kepentingan

k = banyak atribut

Nilai tersebut (x,y) dimasukkan ke dalam diagram kartesius yang terbagi dalam empat kuadran setelah dipisah oleh garis x dan y. Diagram kartesius merupakan suatu bagan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (x, y)

PEMBAHASAN DAN HASIL

1. Pengukuran IPA dijabarkan kedalam diagram kartesius yang tersaji pada gambar 4.5 yang memusat pada sumbu X dan Y. Sumbu X merupakan nilai rataan kinerja dan sumbu Y merupakan rataan kepentingan. Kedua sumbu tersebut membentuk dua garis tegak lurus yang saling berpotongan dan membagi diagram kartesius menjadi empat kuadran. Berdasarkan hasil pengolahan data IPA yang telah dilakukan maka diketahui terdapat 1 atribut

yang berada pada kuadran I, artinya atribut tersebut adalah atribut yang menjadi prioritas utama atau dianggap penting oleh responden namun kinerjanya kurang baik, terdapat 4 atribut yang berada pada kuadran II artinya pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan responden, terdapat 3 atribut yang berada pada kuadran III atribut tersebut merupakan atribut kurang penting oleh responden dan kenyataannya pelaksanaan kurang istimewa, dan ada 2 atribut yang berada pada kuadran IV, artinya atribut tersebut dirasa kurang penting oleh responden dan terasa terlalu berlebihan.

Hasil dari penelitian dengan judul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Smartfren Palembang oleh Yuliah (2015) dengan menggunakan alat analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) diperoleh bahwa terdapat 2 atribut yang berada pada kuadran I, hal ini berarti layanan yang diberikan oleh Smartfren Palembang masih belum sesuai dengan harapan konsumen untuk itu pihak Smartfren Palembang perlu mengevaluasi ke 2 atribut yang dinilai kinerjanya kurang baik dan segera merencanakan strategi kedepan supaya kinerja atribut tersebut dapat ditingkatkan. Sedangkan hasil penelitian oleh Siti Noor Hidayati (2015) yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan e-KTP Menggunakan CSI dan IPA dengan menggunakan satu alat analisis yang sama CSI dan IPA, dalam penelitian ini terdapat 8 atribut yang berada pada kuadran I, hal ini menunjukkan layanan yang diberikan tidak memuaskan dan belum maksimal serta masih belum sesuai dengan harapan konsumen untuk itu pihak pelayanan e-KTP perlu mengevaluasi ke 8 atribut yang dinilai kinerjanya kurang baik dan segera merencanakan strategi kedepan supaya kinerja atribut tersebut dapat ditingkatkan. Sama halnya dengan PT. Relasi Laksana Wisata Jember yang perlu melakukan evaluasi dan perencanaan solusi maupun strategi supaya kinerja dari atribut-atribut yang berada dalam kuadran I, kuadran III dan kuadran IV dapat diperbaiki, berikut ini adapun strategi peningkatan dari atribut tersebut:

a. Kuadran I

Atribut no 4: Keakuratan dan ketepatan karyawan dalam pelayanan ibadah haji

Strategi yang dapat dilakukan oleh pihak PT. Relasi Laksana Wisata Jember adalah selalu memberitahukan perkembangan informasi-informasi terbaru dari kementerian agama setempat maupun dari arab saudi kepada semua karyawan sehingga tidak terjadi mis komunikasi informasi dan memberikan pelatihan terhadap semua karyawan PT. Relasi Laksana Wisata Jember

b. Kuadran III

Atribut no 2: Penampilan karyawan yang sopan dan rapi

Atribut no 9: Kesiapan karyawan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan dan keluhan jamaah

Atribut no 10: Pelayanan yang adil

Strategi yang dapat dilakukan untuk peningkatan atribut yang berada pada kuadran ini adalah dengan mempertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan konsumen sangat kecil.

c. Kuadran IV

Atribut no 7: Karyawan sudah ahli dan berpengalaman

Atribut no 8: Kesiapan karyawan dalam menanganai pertanyaan jamaah

Strategi yang dapat dilakukan oleh pihak PT. Relasi Laksana Wisata Jember adalah dengan mengurangi dan mengevaluasi atribut yang berada pada kuadran ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan antara kinerja dan harapan yang ada dalam perusahaan PT. Relasi Laksana Wisata Jember, berdasarkan hasil dari pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa :
 - a) Terdapat 1 atribut pelayanan yang berada pada kuadran I prioritas utama, hal ini menunjukkan bahwa atribut-atribut yang dianggap penting oleh responden, namun kinerjanya belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para responden atau jamaah.
 - b) Terdapat 2 atribut pelayanan yang berada pada kuadran III prioritas rendah, hal ini menunjukkan bahwa atribut-atribut yang dirasa kurang penting oleh para responden dan pelaksanaannya tidak terlalu istimewa.
 - c) Terdapat 2 atribut pelayanan yang berada pada kuadran IV kuadran berlebihan

KETERBATASAN RISET

Keterbatasan riset dalam penelitian ini hanya melibatkan responden atau sampel dengan jumlah terbatas, yakni sebanyak 62 jamaah, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan dengan jumlah yang besar.

SARAN

Berdasarkan pembahasan serta kesimpulan yang sudah disajikan, peneliti memberikan saran untuk meningkatkan kinerja pelayanan di PT. Relasi Laksana Wisata Jember agar dapat terus mempertahankan kepuasan konsumen atau jamaah terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, saran-saran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Agar pihak PT. Relasi Laksana Wisata Jember senantiasa memperhatikan dan memperbaiki segala atribut yang dinilai kurang dan masih perlu peningkatan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan jamaah dalam hal pelayanan. Pihak PT. Relasi Laksana Wisata Jember juga harus

mengevaluasi dan mempertimbangkan kembali atribut pelayanan yang berada pada kuadran III dan IV.

2. Agar pihak PT. Relasi Laksana Wisata Jember senantiasa mempertahankan dan meningkatkan atribut yang sudah baik sehingga para jamaah selalu merasa puas dan menjadi jamaah yang mempunyai loyalitas tinggi kepada perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Artonang Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Dimiyati, mohamad. 2012. *Konsep Inti dan Pemasaran*. Mojokerto: Insan Global.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Fandy, Tjiptono. 2010. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia. Malang.
- Ferdinand, Augusty, DBA, Prof. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan Handi, “*Indonesia Customer Satisfaction Index: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSSA*”, Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2004.
- Jaya, fitrah. “*Analisis Tingkat Kepuasan Jemaah Haji Kota Medan Terhadap Pelayanan Haji Tahun 2012*”. Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Vol 1 No 1.
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Manap Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana.
- Mahalli kasyfull darus dhio muhammad, “*Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan di Bandara Internasional Kualanamu*”. 2015.