

PENILAIAN KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. TRAJEKLINE JEMBER DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL

Amalia Rahmawati, Seno Sumowo, Nursaidah

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Jember

ABSTRACT

The purpose of this study is to assess the level of customer satisfaction with service and measure the quality of each service attribute. Thus it will be known that service attributes that have high quality levels and which are still low based on consumer perceptions on the CV. Trajekline Jember. This will be the basis for efforts to improve and improve service quality. This research was conducted by distributing questionnaires to 92 consumers. The results of the questionnaire were analyzed using the service quality method. There are 5 measured dimensions, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy. From the results of the study it can be seen that the quality of service on the CV. Trajekline Jember has not met the needs and desires of consumers. Based on the assessment, all attributes have negative or less satisfying customer values. Of the 19 attributes, there are 4 attributes that are priority improvements, namely security must be guaranteed when conducting transactions, the results must be in accordance with the wishes, employees must give individual attention, and employees must be able to convey information services appropriately.

Keywords: Consumer Satisfaction, Service quality

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan perusahaan rental kendaraan di Indonesia pada umumnya memang mengalami pertumbuhan yang sangat besar ini terlihat dari hal nyata meningkatnya tempat rental kendaraan yang bersifat *corporate* atau bersifat pribadi. Salah satu jasa rental kendaraan yang terdapat di kabupaten Jember adalah CV. Trajekline Jember. Seiring dengan bertambahnya jasa rental kendaraan maka jasa rental ini berupaya untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen. Kepuasan

konsumen menjadi orientasi dari jasa rental kendaraan ini karena dengan konsumen puas maka akan mudah dalam memajukan perusahaan. Rental kendaraan merupakan jenis usaha yang bergerak dibidang jasa yaitu sistem penyewaan berbagai transportasi. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan (Nasution, 2004:415). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dan peroleh dengan layanan yang mereka harapkan/inginkan.

Penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL, yaitu terdapat dimensi (1) bukti fisik (*tangible*), (2) kehandalan (*reability*), (3) daya tanggap (*responsiveness*), (4) jaminan (*assurance*), dan (5) empati (*empathy*). Hasil pengukuran dengan instrument tersebut dapat memberikan informasi tentang seberapa jauh layanan yang diberikan oleh perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan. Pemberian kepuasan kepada para konsumen adalah strategi pertahanan yang paling baik untuk melawan para pesaing bisnis. Tujuan pada penelitian adalah untuk mengetahui penilaian kepuasan konsumen pada CV. Trajekline Jember dengan menggunakan metode servqual guna mengetahui atribut-atribut yang menjadikan prioritas perbaikan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian yang Relevan

Berdasarkan keempat penelitian yang pertama Delima pada tahun 2015 “Analisis Kepuasan Pelanggan pada Bengkel CS Knalpot Semarang dengan Metode Service Quality (Servqual), kedua Paramita pada tahun 2013 “Penilaian Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan menggunakan Metode Service Quality (Studi Kasus pada Restoran Dahlia Pasuruan)”, ketiga Horax pada tahun 2017 “Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji (Restoran X) dengan menggunakan Metode Service Quality dan keempat Saputro pada tahun 2016 “Penerapan Metode Fuzzy Servqual untuk Analisa Kualitas Pelayanan” tersebut dimensinya meliputi reabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik menghasilkan persamaan yaitu sama-sama menghasilkan nilai *gab* negatif yang artinya persepsi yang didapatkan oleh konsumen terhadap kualitas pelayanan belum sesuai dengan harapannya, sehingga perlu dilakukan perbaikan. Sedangkan perbedaannya yaitu terdapat pada berbagai macam atribut tiap dimensi yang menjadi prioritas untuk penyempurnaan agar konsumen merasa puas.

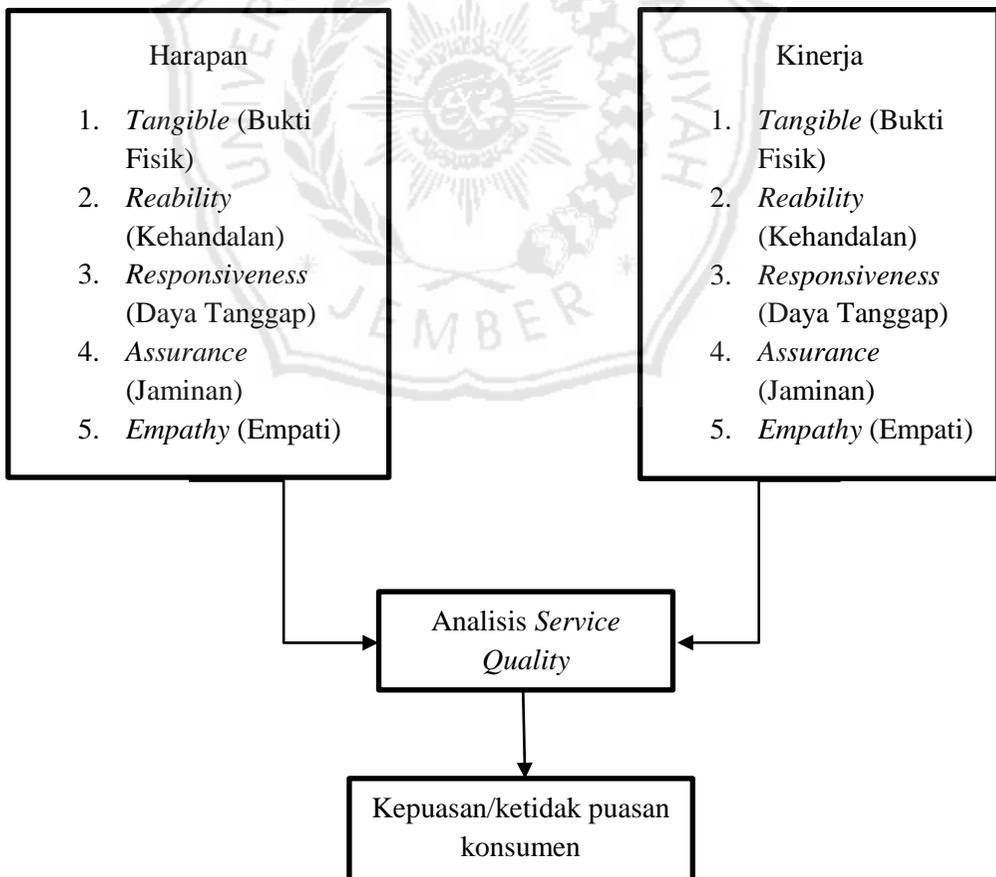
2.2 Landasan Teori

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang (pelanggan) setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan (pelayanan yang diterima dan dirasakan) dengan yang diharapkannya. Kepuasan konsumen menurut Kotler (2005:70) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

2.3 Kerangka Pemikiran

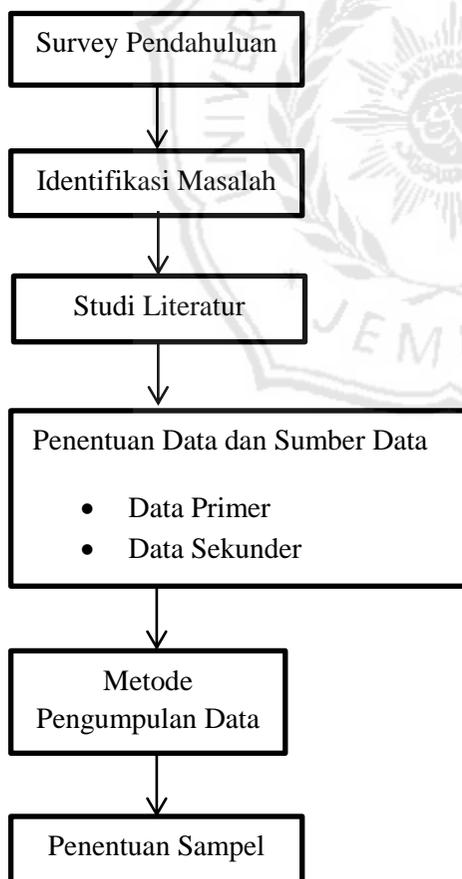
Model kerangka Servqual

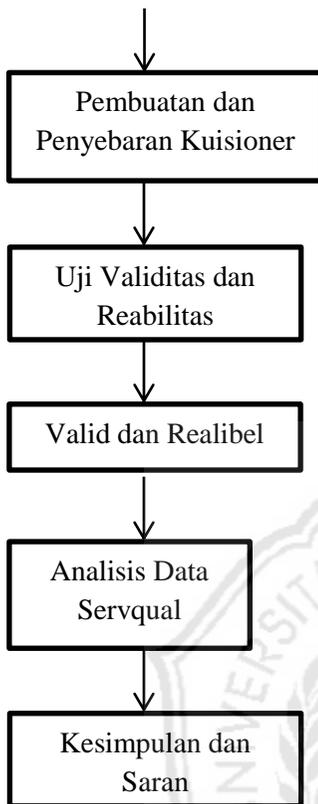


Penilaian metode *servqual* dilakukan terhadap 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible* (bukti fisik), *reability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). Adapun kepuasan itu sendiri merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja pelayanan dengan harapan yang diinginkan (Kolter, 2005). Artinya konsumen membandingkan antara kenyataan dengan harapan terhadap pelayanan tersebut. Kepuasan konsumen dapat diketahui dari membandingkan antara kenyataan dan harapan berdasarkan metode *Servqual*. Masing-masing dimensi akan dinilai dari atribut atau faktor-faktor yang mewakili dimensi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Trajekline Jember yang terletak di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember. Penelitian dan pengolahan data dilakukan mulai bulan Desember 2018 sampai dengan selesai. Diagram alur penelitian dapat dilihat pada gambar 1.





Gambar 1 : Diagram Alur Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, meliputi dimensi reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*).

Responden penelitian adalah konsumen yang pernah atau sedang melakukan rentcar di CV. Trajekline Jember minimal satu kali, baik laki-laki maupun perempuan, yang dinilai mampu memberikan penilaian terhadap variabel-variabel kualitas pelayanan.

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah penyebaran kuesioner kepada responden, melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait dan dokumentasi untuk memperoleh data sekunder. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen CV. Trajekline Jember. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *Sampling aksidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai narasumber. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode Slovin. Berdasarkan perhitungan

diperoleh sampel sebanyak 92 responden. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan skala Likert. Kuesioner dilakukan uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut:

Uji validitas menggunakan rumus Bivariate Pearson (*Korelasi Pearson Product Moment*). Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi
 X = skor variabel (jawaban responden)
 Y = skor total dari variabel untuk responden ke-n
 N = jumlah sampel

Nilai r yang diperoleh dari pengujian validitas di konsultasikan ke tabel harga kritik product moment dengan taraf kepercayaan 95%. Syarat minimum nilai korelasi adalah jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ pada taraf signifikan 0,05 dan dk = n-2. Kriteria pengujiannya adalah apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Uji reabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS. Kriteria pengujiannya adalah apabila nilai *cronbach's alpha* $\geq 0,6$ maka atribut dikatakan reliabel. Dan apabila nilai *cronbach's alpha* $\leq 0,6$ maka atribut dikatakan tidak reliabel. Rumus statistik yang digunakan untuk pengujian reabilitas (Sugiono, 2006) :

$$r = \frac{\left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \sum \partial_b^2\right)}{\partial_t^2}$$

Keterangan:

- r = nilai (*koefisien*) *alpha cronbach*
 k = banyaknya variabel penelitian

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah *varians variable* penelitian

σ_t^2 = *varians total*

Analisis Data Metode Servqual

Data yang diolah berasal dari kuesioner yang telah disebar, tentang persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas jasa di CV. Trajekline Jember. Data yang diolah berasal dari kuisioner yang telah disebar, tentang persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas jasa di CV trajekline jember. Menjumlahkan nilai harapan (Y) dan persepsi (X) dari setiap atribut seluruh responden, kemudian dihitung rata-ratanya (Y) dan (X).

$$Y = \frac{\sum Y_i}{n} \quad X = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan :

X = nilai rata-rata tingkat persepsi

Y = nilai rata-rata tingkat harapan

n = jumlah responden

Menghitung *gab*/kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan.

$$NS_i = X_i - Y_i$$

Keterangan:

NS_i = nilai *servqual (gab)* tiap atribut

Menghitung rata-rata dari keseluruhan kesenjangan (*gab*) seluruh atribut tiap dimensi:

$$\frac{\sum NS_i}{A}$$

Keterangan:

NS_i = nilai rata-rata *servqual/gab* per atribut tiap dimensi

A = banyaknya atribut tiap dimensi

Menjumlahkan hasil perhitungan nilai kepuasan tiap dimensi lalu disimpulkan dengan ketentuan, nilai kepuasan (<0) menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen, sebaliknya bila nilai kepuasan positif (>0) menunjukkan kualitas pelayanan telah melebihi tingkat kepuasan konsumen. Bila nilai kepuasan sama dengan nol ($=0$) menunjukkan kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan konsumen.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Singkat CV. Trajekline Jember

CV. Trajekline Jember adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang jasa yang memberikan berbagai solusi transportasi meliputi penyewaan berbagai macam kendaraan, paket wisata, drop off, tour and travel dan pengiriman barang. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2015 dan saat ini semakin berkembang dengan memiliki 30 unit armada dengan cakupan pelayanan untuk pulau jawa, bali dan Madura.

Selama 3 tahun lebih ini, CV Trajekline Jember banyak mendapat respon dan dukungan positif dari teman-teman, mitra yang berterima kasih, pihak-pihak yang mengajak kerjasama, serta apresiasi masyarakat yang sudah memakai jasa ini sangat bagus. Dengan segala jerih payah dan kerjasama tim, kini CV. Trajekline Jember terus meraup omset yang meningkat dari awal pendiriannya yang hanya bermula dari omset 5 juta rupiah, hingga kini mencapai 20 jutaan rupiah perbulan.

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang atau pernah melakukan rentcar di CV. Trajekline Jember minimal satu kali, baik laki-laki maupun perempuan yang dinilai mampu memberikan penilaian terhadap variabel kualitas pelayanan. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 92 responden. Karakteristik responden lebih banyak berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 55 responden (60%). Mayoritas umur responden adalah antara 17-30 tahun sebanyak 40 responden (44%). Sebagian besar responden telah melakukan rentcar selama beberapa kali yaitu 41 responden (45%)

Uji Validitas dan Reabilitas

Hasil kuisioner yang telah disebar kemudian diuji tingkat validitas dan reabilitas dengan menggunakan *software* SPSS. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Hasil Uji Validitas

No.	Dimensi	Indicator	r hitung kinerja	r hitung harapan	r tabel	Kesimpulan
1	Tangible	T1	0,944	0,893	0,1707	Valid
2		T2	0,906	0,884	0,1707	Valid
3		T3	0,914	0,822	0,1707	Valid
4		T4	0,922	0,835	0,1707	Valid
5	Reability	R5	0,900	0,811	0,1707	Valid
6		R6	0,868	0,900	0,1707	Valid
7		R7	0,885	0,945	0,1707	Valid
8	Responsiveness	R8	0,866	0,712	0,1707	Valid
9		R9	0,922	0,776	0,1707	Valid
10		R10	0,886	0,870	0,1707	Valid
11		R11	0,836	0,820	0,1707	Valid
12	Assurance	A12	0,805	0,851	0,1707	Valid
13		A13	0,907	0,881	0,1707	Valid
14		A14	0,914	0,927	0,1707	Valid
15		A15	0,855	0,894	0,1707	Valid
16	Emphaty	E16	0,915	0,665	0,1707	Valid
17		E17	0,927	0,880	0,1707	Valid
18		E18	0,866	0,842	0,1707	Valid
19		E19	0,902	0,879	0,1707	Valid

Alat ukur yang realibel menghasilkan data yang dapat dipercaya. Jika koefisien lebih dari 0,6 maka instrument dinyatakan reliabel. Keseluruhan hasil menunjukkan bahwa semua variabel telah valid dan reliable.

Hasil Uji Reabilitas

No	Dimensi	Cronbach's Alpha		Kesimpulan
		Kinerja	Harapan	
1	<i>Tangibles</i>	0,845	0,836	Reliable
2	<i>Reliability</i>	0,885	0,857	Reliable
3	<i>Responsiveness</i>	0,835	0,822	Reliable
4	<i>Assurance</i>	0,831	0,838	Reliable
5	<i>Empathy</i>	0,845	0,825	Reliable

Analisis Kepuasan Konsumen

Metode Servqual

Salah satu pendekatan kualitas pemasaran adalah model *service quality* yang dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya di harapkan atau diinginkan (*expected service*) (Wardhani, 2006). Pada penelitian ini dilakukan analisis yakni analisis tingkat kepuasan. Analisis tingkat kepuasan pelanggan dilakukan dengan cara menghitung gap kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan. Setelah gap/kesenjangan diketahui maka tahap selanjutnya adalah menyimpulkan. Menurut Mustinaroh (2010), nilai kepuasan negatif (<0) menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen, sebaliknya bila nilai kepuasan positif (>0) menunjukkan kualitas pelayanan telah melebihi tingkat kepuasan konsumen. Bila nilai kepuasan sama dengan nol ($=0$) menunjukkan kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan konsumen. Nilai Gap dapat dilihat pada tabel 1.

Perhitungan Service Quality

No	Indicator	Total kinerja	Total harapan	Skor kinerja	Skor harapan	Gab	Gab dimensi	Gab tunggal	Tbk
1	T1	387	391	4,20	4,25	-0,5	-0,53	-0,69	98%
2	T2	379	404	4,11	4,39	-0,28			93%
3	T3	374	389	4,06	4,22	-0,16			96%
4	T4	383	400	4,16	4,34	-0,18			95%
5	R5	367	396	3,98	4,30	-0,32	-0,93		92%
6	R6	354	390	3,84	4,23	-0,39			90%
7	R7	360	380	3,91	4,13	-0,22			94%
8	R8	370	389	4,02	4,22	-0,2	-0,95		95%
9	R9	360	385	3,91	4,18	-0,27			93%
10	R10	357	379	3,88	4,11	-0,23			94%
11	R11	359	382	3,90	4,15	-0,25			93%
12	A12	367	384	3,98	4,17	-0,19	-0,28		95%
13	A13	361	379	3,92	4,11	-0,19			95%
14	A14	352	407	3,82	4,42	-0,6			86%
15	A15	339	393	3,68	4,36	-0,68			84%
16	E16	362	392	3,93	4,26	-0,33	-0,78		92%
17	E17	365	389	3,93	4,22	-0,29			93%
18	E18	361	373	3,92	4,05	-0,13			96%

19	E19	370	381	4,02	4,14	-0,12			97%
	Jumlah			75,17	80,25				93%
	Rata-rata			3,95	4,22				93%

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa gap bernilai kurang dari nol (<0) maka menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen. Konsumen masih merasa belum puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh CV. Trajekline Jember. Ketidakpuasan ini disebabkan oleh persepsi konsumen saat menikmati pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Atribut yang dianalisis

No.	Aspek Pelayanan
	Tangible
1.	Kebersihan dan kerapian kantor
2.	Kenyamanan fasilitas tunggu yang memadai
3.	Keadaan transportasi sesuai dengan yang terdapat pada brosur
4.	Karyawan berpenampilan rapi dan professional
	Reability
5.	Karyawan mampu menyampaikan informasi jasa secara tepat
6.	Hasil sesuai dengan keinginan konsumen
7.	Karyawan berpengetahuan luas mengenai jasa yang ditawarkan
	Responsiveness
8.	Kecepatan dalam pelayanan
9.	Kesediaan karyawan untuk membantu konsumen
10.	Segala transaksi dilayani dengan cepat dan tepat
11.	Karyawan tanggap atas permintaan konsumen
	Assurance
12.	Kualitas transportasi dan jasa terjamin
13.	Keramahan dan kesopanan karyawan
14.	Kepercayaan dan kejujuran karyawan
15.	Terjaminnya keamanan sewaktu melakukan transaksi
	Emphaty
16.	Memberikan perhatian individual kepada konsumen
17.	Perusahaan peduli terhadap keluhan konsumen
18.	Waktu operasional kantor sesuai dengan kebutuhan konsumen
19.	Menjalin komunikasi yang efektif kepada konsumen

5. KESIMPULAN DAN SARAN REKOMENDASI

Kesimpulan dari penelitian ini yang diukur dengan menggunakan 19 indikator pernyataan kuisioner diperoleh nilai rata-rata *gap* skor sebesar -0,69. Karena nilai *gap* kurang dari nol (bernilai negatif) maka dapat diartikan bahwa pelayanan jasa CV. Trajekline Jember belum memuaskan para konsumen atau kualitas pelayanannya belum memenuhi ekspektasi/harapan konsumen. Dimensi yang menjadi prioritas perbaikan adalah dimensi *responsiveness* (daya tanggap). Berdasarkan penilaian, dimensi tersebut memiliki nilai *gap* negative terbesar yaitu -0,95. Oleh karena itu diperlukan adanya perbaikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan terutama 4 atribut yang menjadi prioritas perbaikan, yaitu harus terjaminnya keamanan sewaktu melakukan transaksi, hasil yang didapat harus sesuai dengan keinginan, karyawan harus memberikan perhatian individual, dan karyawan harus mampu menyampaikan informasi jasa secara tepat, agar dapat memenuhi bahkan melebihi ekspektasi konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

6. PENUTUP

Terima kasih kepada Bapak Seno Sumowo, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Nursaidah, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak waktu, ilmu, masukan, bimbingan, motivasi dan bantuannya hingga terselesainya penelitian ini. Terima kasih Ayah Mursidi dan Mama Erni Yuliati yang tercinta dan tersayang, serta Adik Romadhona Millenia Devi dan Adik Amora Riska Nur Fadilah terima kasih untuk do'a dan support yang tiada henti. Dan Terima kasih sahabat dinamika Ria Yunita Sari, Kiki Uswatun Hasanah, Siti Amina dan Mitha Sari yang selalu setia menemani.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R. D., 2012, *Kualitas Pelayanan pada Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Medan*, Skripsi, Universitas Indonesia, Depok
- Fahmi, H. A., 2009, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Transportasi PT. Garuda Indonesia Airways di Jakarta*, Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional (Veteran), Jakarta
- Horax, Michelle, dkk, 2017, "Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji (Restoran X) dengan Metode Servqual", *Jurnal Metris*. ISSN: 1411-3287. P 65-74

- Mustaniroh, S. Lestari, E. dan Sari, E, 2010, “Penilaian Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Pada “Waroeng X” Cab. Soekarno Hatta-Malang)”, *Jurnal Teknologi Pertanian* 11 (6): 152-161
- Paramita, M. S., W. A. P. Dania, D. M. Iksari, 2013, “Penilaian Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual dan Six Sigma (Studi Kasus pada Restoran Dahlia Pasuruan)”, *Jurnal Industri*. Vol 4 No 3. P 102-115
- Saputro, T. E, 2016, “Penerapan Metode Fuzzy Servqual dan IPA Untuk Analisa Kualitas Pelayanan”, *SENTRA*. ISSN: 2527-6042
- Supranto, J, 2009, *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi 7*, Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, Fandy and Gregorius, 2016, *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Togatorop, R. S., 2018, *Analisis Kepuasan Pelayanan Transportasi Ojek Online dengan Menggunakan Metode Fuzzy Servqual (Studi kasus pada Mahasiswa FMIPA USU)*, Skripsi, Universitas Sumatra Utara, Medan
- Wardhani, K. 2006. “Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus Pada jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang Jakarta)”, *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* 3(1): 40-63