

Analisis Service Quality Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt Clandestin Kreasi Mandiri Tahun 2023

1st Febby Oktalina BR Tarigan
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

febbyoktalina@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Sri Widaningsih
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

Sri@tass.telkomuniversity.ac.id

Abstrak — More and more brands and companies in Indonesia are improving service quality to meet the expectations of company customers, maintain customer satisfaction, and gain loyal customers as an important asset for business continuity. Organizing a successful event largely depends on the quality of services provided by the event planner. This research aims to analyze the factors that influence service quality in event planning and its impact on client satisfaction. The research results show that service quality in event planning has a significant role in creating a positive experience for clients.

The purpose of this research is to determine the performance expectations and level of satisfaction with PT Clandestin Kreasi Mandiri by examining 100 respondents. The method used is descriptive research analysis with quantitative data types. The discussion analysis used is Importance Performance Analysis (IPA). This research uses the Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) methods with 5 dimensions (service quality), namely tangible, empathy, reliability, responsiveness and assurance. The results of the descriptive analysis of Importance and performance based on the Servequal dimension at PT Clandestin Kreasi Mandiri are 78.50% which is on the line between 62.50% - 81.25%, which means they are both high.

Kata kunci: Service Quality, Metode Importance Performance Analysis, Customer satisfaction index (CSI)

I. PENDAHULUAN

Loyalitas pelanggan dalam menggunakan layanan yang ditawarkan menjadi factor masukan kepada perusahaan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan kepercayaan yang diberikan dan ditawarkan. Mengenai kepercayaan pelanggan berdasarkan kepuasan dari pelanggan, pelanggan akan terus melakukan pembelian pada perusahaan. Apabila konsumen/pelanggan mendapatkan apa yang mereka inginkan maka loyalitas konsumen/pelanggan akan semakin tinggi. Kepuasan konsumen/pelanggan dapat dibentuk melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Rumusan masalah adalah Bagaimana tingkat service quality menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) pada PT Clandestin Kreasi Mandiri? Tujuan Penelitian pada penelitian ini yaitu untuk untuk tingkat service quality menggunakan metode Importance Performance Analysis

(IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) pada PT ClandestinKreasiMandiri?

II. KAJIAN TEORI

A. Pemasaran Jasa

Menurut Fathihudin & Firmansyah (2019:2) definisi pemasaran jasa dapat dibedakan menjadi dua bagian baik secara sosial maupun manajerial. Secara sosial, pemasaran jasa adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain. Secara manajerial, adalah proses perencanaan, pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi dan penyaluran gagasan tentang produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi secara individu dan organisasi.

B. Service quality

Menurut Wyckof dan lovelock 1988 dalam (Tjiptono, 2019) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi pelanggan. ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yakni jasa yang diharapkan (expected service) dan jasa yang dipersepsikan (perceived service). Implikasi baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan Importance Performance Analysis (IPA).

C. Customer satisfaction Index

Menurut Anggraini et al (2015:75) dalam Irgandi (2019:96) selain metode IPA, metode lain yang dapat mendukung perbaikan atribut adalah metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Manfaat efesien dari metode analisis ini tidak hanya mengolektifkan informasi saja tetapi memberikan gambaran bagian - bagian yang perlu diperbaiki, penggunaan

cukup mudah, dan memiliki skala yang cukup tinggi dalam sensitivitas dan reliabilitas.

III. METODE

1. Menggunakan metode pendekatan kuantitatif.
2. Menggunakan jenis kuantitatif deskriptif
3. Sampel menggunakan sampling purposive, yaitu 100 responden dengan kriteria sampel PT Clandestin
4. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan kuesioner
5. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan metode IPA

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada variabel harapan dan kenyataan terdapat 21 item pernyataan yang digunakan, dari 21 item tersebut didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Berdasarkan hal tersebut dapat dijelaskan bahwa masing-masing item pernyataan pada variabel adalah valid.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid. Nilai reliabilitas dinyatakan konsisten apabila Cronbach Alpha $> 0,60$. Berdasarkan perhitungan olahan penulis, diperoleh uji reliabilitas pada harapan yaitu 0,955 dan kenyataan 0,937, makadadinyatakanreliable.

Dari analisis deskriptif hasil pengolahan data mengenai nilai harapan diperoleh sebesar 78.50% berada pada kategori "Setuju" dan kenyataan diperoleh sebesar 78.50% berada pada kategori "setuju".

TABEL 1. 1

No.	Dimensi	Hasil Persentase	Hasil Kategori Penilaian
1.	Tangible	78,00%	Tinggi
2.	Reliability	78,50%	Tinggi
3.	Responsiveness	78,50%	Tinggi
4.	Assurance	79,25%	Tinggi
5.	Empathy	78,25%	Tinggi
Rata – Rata Skor		78,50%	Tinggi

No.	Dimensi	Hasil Persentase	Hasil Kategori Penilaian
1.	Tangible	77,50%	Tinggi
2.	Reliability	77,00%	Tinggi
3.	Responsiveness	78,25%	Tinggi
4.	Assurance	77,50%	Tinggi
5.	Empathy	77,75%	Tinggi
Rata – Rata Skor		78,50%	Tinggi

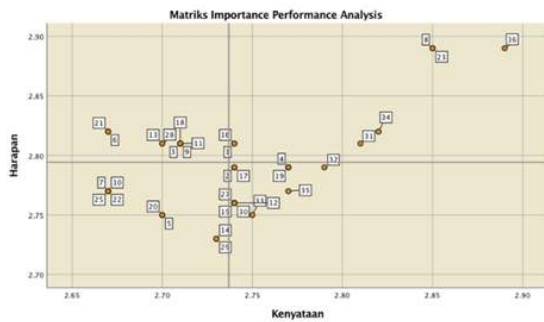
Dari lima dimensi SERVQUAL tersebut dapat disimpulkan bahwasannya rata- rata nilai dari data pengukuran mengenai Harapan pada tinjauan Responden berdasarkan dimensi SERVQUAL didapati sebesar 78,50%

yang berada di posisi garis antara 62,50%- 81,25% yang artinya Tinggi.

Customer satisfaction index (CSI)

Pernyataan	Wight Factor (WF)	Weight Score (WS)
H1	4.47	10.2
H2	4.44	10.07
H3	4.47	10.01
H4	4.44	10.27
H5	4.37	10.56
H6	4.49	10.81
H7	4.4	10.5
H8	4.61	10.44
H9	4.47	10.01
H10	4.4	10.5
H11	4.47	10.01
H12	4.39	10.88
H13	4.47	10.94
H14	4.33	10.63
H15	4.39	10.88
H16	4.47	10.2
H17	4.44	10.07
H18	4.47	10.01
H19	4.44	10.27
H20	4.37	10.56
H21	4.49	10.81
H22	4.4	10.5
H23	4.61	10.44
H24	4.47	10.01
H25	4.4	10.5
H26	4.47	10.01
H27	4.39	10.88
H28	4.47	10.94
H29	4.33	10.63
H30	4.39	10.88
H31	4.47	10.2
H32	4.44	10.07
H33	4.47	10.01
H34	4.44	10.27
H35	4.37	10.56
H36	4.49	10.81
Weight Total (WT)		375.34
Customer Satisfaction Index (CSI)		93.75%

Hasil dari perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) selanjutnya peneliti petakan kedalam kategori karakteristik Interpretasi Customer Satisfaction Index yang sudah ada. Dengan hasil skor Customer Satisfaction Index sebesar 93,75% menunjukkan bahwasannya berada di posisi antara 81.00-100.00 % yang artinya Sangat puas. Ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas dengan Service Quality yang diberikan oleh Pt Clandestin Kreasi Mandiri.



A. Kuadran I berlebihan (Possible Overkill)

adalah kuadran yang mungkin berlebihan, wilayah kuadran ini terletak disebelah kanan bawah yang memuat faktor-faktor kinerja dimana kuadran ini menunjukkan variable memenuhi atau melampaui standar kualitas layanan, tetapi tingkat kepentingan yang rendah di tetapkan untuk layanan sehingga kurang dianggap penting oleh pelanggan. Berikut peneliti paparkan nomor atribut dan pernyataan yang ada di kuadran I yaitu:

1. Tangible: "Atribut Nomor 3" "Perusahaan Clandestin menyediakan fasilitas yang komprehensif"
2. Tangible: "Atribut Nomor 6" "PT Clandestin menghasilkan dekorasi yang sesuai dengan konsep yang diinginkan oleh klien."
3. Tangible: "Atribut Nomor 9" "Saat bekerja, penampilan staff memancarkan keyakinan diri "
4. Reliability: "Atribut Nomor 11" "Clandestin memberikan solusi yang akurat terkait pertanyaan yang diajukan"
5. Reliability: "Atribut Nomor 13" "Perusahaan memiliki kemampuan untuk menganalisis kebutuhan pelanggan guna penyediaan layanan yang lebih unggul"
6. Reliability: "Atribut Nomor 18" "Pelayanan yang disajikan kepada klien sejalan dengan perjanjian yang telah dibuat"
7. Responsiveness: "Atribut Nomor 21" "Staff PT Clandestin siap membantu klien dalam mengatasi permasalahan"
8. Assurance: "Atribut Nomor 28" "Kesopanan Staff PT Clandestin Mamampu

B. Kuadran II

harus dipertahankan karna faktor tersebut menjadikan produk jasa unggul dimata konsumen. Berikut peneliti paparkan poin-poin yang terdapat pada Kuadran II sebagai berikut:

1. Tangible: "Atribut Nomor 1" "Kelengkapan Fasilitas Perusahaan Clandestin untuk Dokumentasi video dan foto"
2. Tangible: "Atribut Nomor 8" "Penampilan staf selama acara berlangsung terlihat teratur dan bersih."
3. Reliability: "Atribut Nomor 16" "Layanan yang diberikan kepada client sesuai dengan kesepakatan"
4. Responsiveness: "Atribut Nomor 23" "Pelayanan PT Clandestin dilaksanakan dengan cepat"
5. Empathy: "Atribut Nomor 31" "Kepekaan staff PT Clandestin dalam memberikan alternatif solusi terhadap masalah di lapangan"
6. Empathy: "Atribut Nomor 34" "Sistem penanganan complain dan saran"
7. Empathy: "Atribut Nomor 36" "Staff dari PT Clandestin memiliki pemahaman tentang keperluan para customer"

C. Kuadran III Prioritas utama (Concantrate Management Here)

peringkat penting dan kinerja tidak memenuhi layanan standar kualitas. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini mewakili area utama yang perlu ditingkatkan dengan prioritas tertinggi.

1. Tangible: "Atribut Nomor 5" "PT Clandestin menciptakan dekorasi yang mengikuti tema yang diinginkan oleh klien"
2. Tangible: "Atribut Nomor 7" "Pada saat berada di kantor, penampilan staf Clandestin terlihat rapi dan lingkungan kerjanya bersih"
3. Reliability: "Atribut Nomor 10" "Pelayanan yang disajikan kepada pelanggan sejalan dengan kesepakatan yang telah diatur."
4. Reliability: "Atribut Nomor 14" "Pelayanan dilaksanakan sesuai prosedur"
5. Responsiveness: "Atribut Nomor 20" "PT Clandestin bersedia membantu client dalam memecahkan masalah"
6. Responsiveness: "Atribut Nomor 22" "PT Clandestin cekatan dalam membantu customer"
7. Assurance: "Atribut Nomor 25" "Pengetahuan Staff PT Clandestin dalam melayani client memberikan rasa percaya dan yakin
8. Assurance: "Atribut Nomor 29" "Staff PT Clandestin sopan dalam menyambut client"

D. Kuadran IV Prioritas rendah (low priority)

skor kinerja tidak memenuhi standar kualitas layanan, tetapi responden tidak tidak menempatkan tingkat kepentingan yang tinggi pada layanan.

1. Tangible: "Atribut Nomor 2" "Kondisi kantor PT Clandestin yang nyaman dan bersih"
2. Tangible: "Atribut Nomor 4" "Kelengkapan Peralatan audio visual PT Clandestin"
3. Reliability: "Atribut Nomor 12" "Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan selaras dengan perjanjian yang telah dibuat"
4. Reliability: "Atribut Nomor 15" "Perusahaan memiliki kapabilitas dalam menganalisis keperluan pelanggan untuk memberikan layanan yang lebih superior"
5. Reliability: "Atribut Nomor 17" "PT Clandestin memberikan solusi dengan tepat waktu"
6. Responsiveness: "Atribut Nomor 19" "PT Clandestin Tanggap dalam merespon kebutuhan client"
7. Assurance: "Atribut Nomor 27" "Keahlian Staff PT Clandestin dalam memberikan pelayanan kepada klien menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan"
8. Assurance: "Atribut Nomor 30" "Staff PT Clandestin bersikap ramah saat menyambut klien"
9. Empathy: "Atribut Nomor 32" "Staff PT Clandestin Professional dalam melayani Client"
10. Empathy: "Atribut Nomor 33" "Staff PT Clandestin memiliki kemampuan dalam menghadirkan opsi solusi yang berbeda untuk mengatasi situasi di lapangan"
11. Empathy: "Atribut Nomor 35" "Staff PT Clandestin mengetahui akan kebutuhan customer".

V. KESIMPULAN

Client mempunyai harapan yang besar atas kualitas pelayanan pada PT Clandestin Kreasi Mandiri, berdasarkan analisis deskriptif harapan secara keseluruhan berada dalam kategori "Setuju" yaitu 78.50%

Persepsi Client terhadap kinerja yang telah diberikan PT Clandestin Kreasi Mandiri, berdasarkan analisis deskriptif kenyataan secara keseluruhan berada dalam kategori "Setuju" yaitu sebesar 78.50%.

Hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) Dengan hasil skor Customer Satisfaction Index sebesar 93,75% menunjukkan bahwasannya berada di posisi antara 81.00-100.00 % yang artinya Sangat puas. Ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas dengan Service Quality yang diberikan oleh Pt Clandestin Kreasi Mandiri.

Aspek-aspek yang perlu diperbaiki berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode importance performance analysis pada diagram kartesius terdapat atribut pada kuadran IV yang harus ditingkatkan dan atribut berlebihan pada kuadran I yang harus dikurangkan, untuk meningkatkan kepuasan Client PT Clandestin Kreasi Mandiri yaitu sebagai berikut:

A. Kuadran IV

PT Clandestin tanggap dalam merespon kebutuhan Client Staff PT Clandestin Professional dalam melayani Client

B. Kuadran I

Perusahaan memiliki kemampuan untuk menganalisis kebutuhan pelanggan guna penyediaan layanan yang lebih unggul PT Clandestin menghasilkan dekorasi yang sesuai dengan konsep yang diinginkan oleh client.

REFERENSI

Fatihudin , D., & Firmansyah , A. (2019). Pemasaran jasa(strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan). Yogyakarta: Deepublish.

Firmansyah, H. e. (2022). Teori Marketing . Bandung : Widya Bhakti Persada.

Hasan , S., & Awalia , S. (2022). Pemasaran Jasa . Purwokerto : CV. PENA PERSADA.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). Principles of Marketing . London: Pearson.

Kotler, P. &. (2016). Principles of Marketing (18e global edition). Pearson Education Limited.

Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi.

REFERENSI JURNAL:

Analysis (IPA) pada SMK Telkom Bandung Studi Kasus pada Penerimaan Peserta Didik

Baru SMK Telkom Bandung Tahun 2022, Bandung.

Azizah, S.M.N. (2020). Analisis Service Quality dengan Menggunakan Metode Importance

Performance Analysis (IPA) Studi pada Konsumen BTW Café Cimahi Tahun 2020,Bandung.

Akmalda, R. (2022). Importance Performance Analysis (IPA) untuk Mengetahui Kepuasan Pelayanan melalui Kualitas Layanan Kona Gelato and Coffee Cimahi 2022, Bandung.

REFERENSI WEBSITE:

<https://poltekparprima.ac.id/perkembangan-event-di-indonesia/>

<https://glints.com/id/lowongan/serba-serbi-event-planner/>

<https://www.gatra.com/news-447368-gaya-hidup-jasa-event-planner-dibalik-wisata-perusahaam>