

ANALISIS KUALITAS JASA DAY TRANS EXECUTIVE SHUTTLE MENGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

QUALITY ANALYSIS OF DAY TRANS EXECUTIVE SHUTTLE USING IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS METHOD

¹Ariessa Palero, ²Sri Widiyanesti

^{1,2,3}Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

e-mail: ¹ariessapalero@students.telkomuniversity.ac.id, ²sriwidiyanesti@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Banyaknya alternatif pilihan layanan yang disajikan oleh setiap perusahaan yang bergerak dibidang layanan jasa *Executive Shuttle*, maka kualitas dari jasa yang diberikan oleh perusahaan penyedia layanan jasa *travel* pun berbeda-beda. Day Trans merupakan salah satu perusahaan *Executive Shuttle* yang menjadi pelopor dalam bidang usaha nya.

Berdiri sejak tahun 2004, Day Trans adalah perusahaan yang sudah lama berdiri dibandingkan dengan perusahaan penyedia layanan *Executive Shuttle* lainnya. Bagaimana kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap salah satu pelopor perusahaan *shuttle service* ini.

Kualitas Jasa pun harus dianalisis lebih dalam menggunakan metode *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui atribut mana saja dari setiap dimensi kualitas layanan yang harus dipertahankan dan atribut mana saja yang harus ditingkatkan sesuai dengan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan menggunakan teknik analisis *importance-performance analysis*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 385 responden yang merupakan konsumen Day Trans Executive Shuttle.

Kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan kualitas jasa dari Day Trans Executive Shuttle sudah dapat memenuhi tingkat kepentingan yang dirasakan oleh konsumen dari Day Trans Executive Shuttle.

Kata Kunci: Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index.

Abstract

The number of alternative services presented by each company engaged in Executive Shuttle services, the quality of service provided by the service provider of travel services was different from one another.

Trans Day is one of the company's Executive Shuttle is a pioneer in its field of business. Established in 2004, Day Trans is the oldest compared to its other Executive Shuttle service provider. How the satisfaction felt by consumers against one of the pioneer company's shuttle service.

The quality of services must also be analyzed using Importance Performance Analysis to determine which attributes of each dimension of service quality must be maintained and which attributes should be increased in accordance with the level of interest and the level of performance on customer satisfaction.

This study uses quantitative methods with descriptive research by using non-probability sampling with purposive sampling and analysis technique importance-performance analysis. Samples are taken as much as 385 respondents who represent the Day Trans Executive Shuttle.

The conclusion in this study indicate the quality of the services of Day Trans Executive Shuttle been able to meet the level of importance that consumers of Day Trans Executive Shuttle.

Keywords: Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index.

1. Pendahuluan

Mobilitas menjadi sangat tinggi di era globalisasi, seiring dengan semakin banyak aktifitas yang dilakukan oleh manusia, menyebabkan kebutuhan yang meningkat terhadap jasa/sarana transportasi. Transportasi darat umumnya sering kali digunakan dalam melakukan hubungan luar kota (Kota Bandung dalam angka, 2014:183). Pembangunan jalan tol Cipularang pada tanggal 12 Juli 2005 merupakan salah satu bentuk pembangunan nasional oleh pemerintah dengan tujuan memudahkan masyarakat untuk melakukan mobilitas.

Dengan adanya Jalan Tol Cipularang maka permintaan akan usaha jasa transportasi terutama untuk rute Bandung-Jabodetabek pun meningkat. Keadaan tersebut tentu menjadi peluang yang sangat baik bagi penyedia jasa alat transportasi umum khususnya yang beroperasi di darat untuk menyediakan layanan jasa transportasi seperti shuttle travel di Kota 3 Bandung. Di Kota Bandung terdapat beberapa perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi yang menawarkan shuttle travel. Diantaranya yaitu X Trans, Day Trans, Citi Trans, Day Trans Premium Shuttle dan Baraya (infobdg, 2015). Layanan yang diberikan oleh masing-masing perusahaan diatas dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

Nama Travel	Layanan yang diberikan
Citi Trans	Menyediakan layanan <i>executive shuttle</i> , <i>premium shuttle</i> dengan <i>personal seat</i> yang luas, lampu baca, menggunakan mobil mewah untuk <i>premium shuttle</i> dengan <i>Airbag</i> , <i>AC</i> dan fitur lainnya, <i>online booking</i> , menyediakan Citi Trans <i>Card</i> untuk memudahkan pembayaran, dan layanan <i>pool to pool</i> . (Citi Trans, 2016)
X Trans	Memberikan layanan <i>Basket</i> , menyediakan layanan shuttle dari <i>pool</i> ke <i>pool</i> , reservasi <i>online</i> , <i>call center</i> , <i>ontime shuttle</i> , Mobil berAC, <i>Reclining Seat</i> dan <i>Free Hotspot</i> .(X Trans, 2016)
Day Trans	Memilih nomor kursi sesuai privasi, mobil berAC dilengkapi dengan <i>seatbelt</i> , <i>GPS Tracking System</i> , menyediakan <i>online booking</i> , dan menyediakan Day Trans bioskop saat perjalanan. (Daytrans, 2016)
Baraya	Menyediakan layanan <i>pool to pool</i> dengan mobil berAC, <i>online booking</i> . (Baraya, 2016)
MGO Premium Shuttle	Menyediakan angkutan darat yang menghubungkan antar kota atau antar provinsi (<i>one way trip</i>) dengan jarak tempuh maksimal 150 km, Layanan berkelas premium dengan konsep <i>point to point</i> (<i>outlet ke outlet</i>), rute yang tetap dan terjadwal secara reguler, <i>online booking</i> . (Mgo, 2016)

Sumber : Data olahan peneliti

Dengan banyaknya alternatif pilihan layanan yang disajikan oleh setiap perusahaan yang bergerak dibidang layanan jasa shuttle travel pada tabel 1.1, maka tanggapan setiap konsumen atas kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan penyedia shuttle travel-pun berbeda-beda. Day Trans Executive Shuttle adalah perusahaan shuttle travel yang merupakan salah satu dari beberapa perusahaan pelopor di bidang jasa transportasi shuttle travel. Dalam 4 menyediakan jasa transportasi shuttle travel untuk masyarakat Bandung-Jakarta, Day Trans Executive Shuttle merupakan perusahaan shuttle travel yang berdiri pada tahun 2004, dan merupakan perusahaan yang paling lama berdiri dibandingkan dengan kompetitornya. Hal ini merupakan hal yang menarik dan menimbulkan pertanyaan, apakah Day Trans mampu memberikan customer satisfaction, terhadap konsumen, sebagai pelopor di bidang jasa transportasi. Atribut mana saja yang harus dipertahankan dan atribut mana saja yang harus ditingkatkan sesuai dengan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan terhadap kepuasan konsumen Day Trans Executive Shuttle. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi untuk Day Trans Executive Shuttle dalam melakukan evaluasi dalam memberikan layanan yang terbaik kepada setiap konsumennya. Oleh karena itu disini penulis ingin melakukan penelitian dengan judul "Analisis Kualitas Jasa Day Trans Executive Shuttle Travel Menggunakan Metode Importance Performance Analysis".

2. Dasar Teori dan Metodologi Jasa

Menurut Heizer dan Render (2015:8) jasa mendasari sektor ekonomi terbesar dalam masyarakat pascaindustri. Jasa merupakan aktivitas ekonomi yang biasanya menghasilkan sebuah produk tidak berwujud (seperti pendidikan, hiburan, perumahan, pemerintahan, keuangan, dan jasa kesehatan)

(Heizer dan Render,2015:7). Maka dapat disimpulkan bahwa jasa adalah sebuah produk yang tidak berwujud yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan yang ada.

Kualitas Jasa

Menurut Siew-Phaik Loke, Ayankule, Hanisah Mat Salim, dan Alan G. Downe (2011:24) definisi kualitas jasa dapat dideskripsikan perbedaan rasional antara ekspektasi dengan kompetensi pada dimensi *important quality* (GAP). Menurut Heizer dan Render (2015 : 244) kualitas yang tinggi berarti kinerja yang lebih baik, fitur yang bagus, dan peningkatan lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa adalah upaya pemenuhan ekspektasi konsumen dan berakhir dengan kepuasan konsumen serta persepsi positif terhadap kualitas jasa.

Dimensi Kualitas Jasa

Dalam Kotler dan Keller (2013: 52) mengemukakan ada lima dimensi pokok kualitas layanan yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

- Reliabilitas (*Reliability*)
Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
- Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
- Jaminan (*Assurance*)
Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
- Empati (*Empathy*)
Kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
- Bukti Fisik (*Tangible*)
Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

Kepuasan Pelanggan

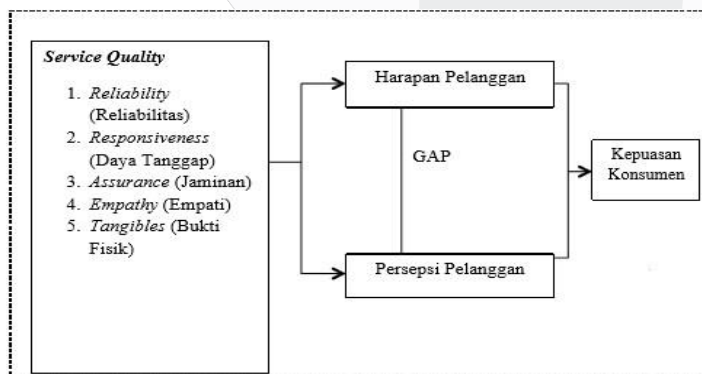
Menurut Siew-Phaik Loke, Ayankunle Adegbite Taiwo, Hanisah Mat Salim, Alan G Downe (2011:24) dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang sifatnya *personal* baik kesenangan atau kekecewaan yang merupakan hasil evaluasi dari jasa yang diberikan oleh suatu organisasi. Menurut Kotler dan Keller (2009:14) kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk tersebut sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk tersebut melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang.

Menurut Canming, dan Jianjun (2011:68) kepuasan konsumen adalah sebuah jenis perasaan yang menentukan bahwa sebuah produk dan jasa telah bertemu atau melebihi ekspektasi.

Maka dapat disimpulkan kepuasan pelanggan adalah respon terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk yang telah dikonsumsi oleh pelanggan tersebut. Respon tersebut bisa puas atau tidak puas.

Importance Performance Analysis

Menurut Fátima dan Paula (2010:307) teknik ini dikemukakan pertama kali dikemukakan oleh Martilla dan James (1997) dalam artikel mereka "*Importance-Performance Analysis As A Tool In Evaluating Higher Education Service Quality*" yang di publikasikan di *Creating Global Competitive Economies: A 360-Degree Approach*. Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribut tersebut.



Gambar di atas menjelaskan pengaruh pengaruh parsial dan simultan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y . Jika profitabilitas dan ukuran perusahaan meningkat, maka struktur modal pun akan meningkat.

Metodologi

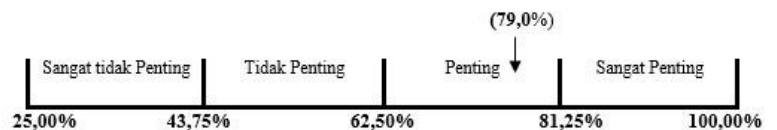
Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan kategori tujuan penelitian deskriptif. Populasi yang digunakan sebagai bahan penelitian ini adalah *Day Trans Executive Shuttle*. teknik *nonprobability sampling* dengan menggunakan *puposive sampling* dengan total 385 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

3. Pembahasan

Rekap Tingkat Kepentingan/Harapan Responden

No	Dimensi	Skor Total	Skor Ideal
1	Keandalan	8025	9240
2	Responsivitas	4978	6160
3	Jaminan	3983	4620
4	Empati	5745	7700
5	Wujud	4045	6160
Total		26776	33880
Persentase		79,0%	

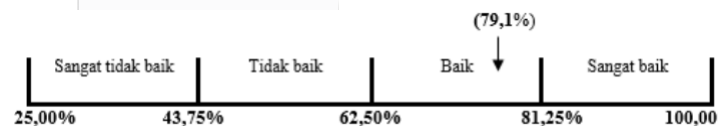
Garis Kontinum Tingkat Kepentingan/Harapan Responden Secara Keseluruhan



Rekap Tanggapan Responden Mengenai Kinerja

No	Dimensi	Skor Total	Skor Ideal
1	Keandalan	7912	9240
2	Responsivitas	5259	6160
3	Jaminan	3971	4620
4	Empati	4600	7700
5	Wujud	5072	6160

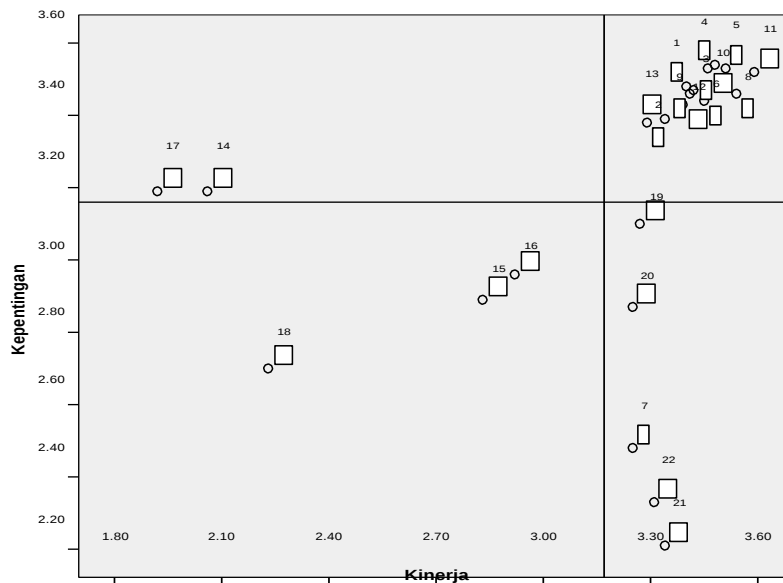
Garis Kontinum Kinerja Keseluruhan Dimensi



No	Dimensi	Skor Total	Skor Ideal	GAP
Total		26814	33880	
Persentase		79,1%		
		(X)	(Y)	
1	Keandalan	3,425	3,474	-0,05
2	Responsivitas	3,415	3,232	0,18
3	Jaminan	3,438	3,448	-0,01
4	Empati	2,390	2,984	-0,59
5	Wujud	3,268	2,733	0,53

Perhitungan Gap Masing-masing Dimensi
Service Quality

Diagram Kartesius Dari Atribut-atribut Kualitas



$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WSI_i}{HS} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{317,8}{348,23} \times 100\%$$

$$CSI = 91,3\%$$

Nilai CSI yang diperoleh adalah 91,3%. Berdasarkan interpretasi skala CSI, Bila nilai CSI > 50% maka dapat dikatakan bahwa konsumen dari pengguna jasa DAY TRANS merasa puas, sebaliknya bila CSI < 50% maka konsumen dari DAY TRANS belum puas. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa konsumen Day Trans merasa puas. Day Trans harus mempertahankan kinerja yang sudah menjadi keunggulan dalam kualitas jasa nya, dan meningkatkan kualitas jasa yang kinerja nya masih rendah atau belum dapat memuaskan pengunjung, namun memiliki tingkat kepentingan yang tinggi.

4. Kesimpulan

1. Atribut-atribut yang harus tetap dipertahankan, karena termasuk ke dalam keunggulan perusahaan.yaitu berkaitan dengan Jasa yang diberikan sesuai dengan informasi yang diberikan (dijanjikan), Keandalan dalam penanganan masalah layanan konsumen, Melaksanakan jasa dengan benar, Catatan dan data konsumen yang dimiliki sesuai dengan informasi yang responden berikan, Menyediakan jasa pada waktu yang dijanjikan, Karyawan dapat menjawab pertanyaan konsumen dengan baik, Karyawan dapat menjawab pertanyaan konsumen dengan baik, Layanan tepat waktu bagi konsumen, Karyawan selalu siap sedia untuk membantu konsumen, Kesiapan untuk merespons permintaan konsumen, Karyawan dapat menanamkan keyakinan pada konsumen, Membuat konsumen merasa aman dalam transaksi mereka, dan Karyawan yang selalu sopan.
2. Atribut-atribut yang memerlukan peningkatan dengan prioritas yang tinggi.yaitu berkaitan dengan Memberikan Perhatian pribadi terhadap konsumen dan Karyawan memahami kebutuhan konsumen mereka.
3. Berdasarkan nilai CSI yang diperoleh adalah 91,3%. Karena nilai CSI nya > 50% maka dapat dikatakan bahwa konsumen dari pengguna jasa merasa puas.

Daftar Pustaka:

- [1] Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- [2] Badan Pusat Statistik Kota Bandung.(2014). *Kota Bandung dalam Angka*.
[Online].<http://bandungkota.bps.go.id/publikasi/kota-bandung-dalam-angka-tahun-2014> [11 September 2015]
- [3] Baraya.(2015). *Baraya Tours and Travel*. [Online]. <http://baraya-travel.com/> [11 September 2015]

- [4] Canming, Cao., dan Jianjun, Chen. (2011). *An Empirical Analysis of the Relationship Among the Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty of High Speed Railway Based on Structural Equations Model*. 7(4), P67-73. *Canadian Social Science*.
- [5] Day Trans. (2016). *Shuttle Premium*. [Online]. [http://www.maharlika.co.id/layanan/Day Trans-shuttle](http://www.maharlika.co.id/layanan/Day%20Trans-shuttle)
- [6] Cititrans. (2016). *Shuttle Service For The Customer*. [Online]. <http://cititrans.co.id/services/>
- [7] Daytrans. (2016). *Daytrans Shuttle adalah Layanan Angkutan Penumpang Antarkota dengan Outlet di Berbagai Lokasi Strategis*. [Online]. <http://daytrans.co.id/>
- [8] Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung. (2015). *Rekapitulasi Data Kunjungan Wisatawan yang Datang ke Kota Bandung Tahun 2010-2014*. Bandung: Depparbud.
- [9] Heizer, Render., dan Render, Barry. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Jakarta: Salemba Empat.
- [10] Kesumajayansyah, H., dan Yuwono, M. A. B. (2014). *Analisis Kepuasan Pelanggan Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Di SF Digital Photo Service*. 18(1). *Jurnal SINERGI*.
- [11] Khasanah, I., dan Pertiwi, O. D. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang*. 12(2). *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET*.
- [12] Kotler, Philip., dan Keller, K Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi Tiga Belas)*. Jakarta: Erlangga.
- [13] Martilla, John, A., dan James, John, C. (1997). *Importance Performance Analysis*. 41(1), 77-79. *Journal Of Marketing*
- [14] Oliver, Richard, L. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer (Second Edition)*. New York: Routledge
- [15] Pohandri, Arie., Sidarto., Winarni. (2013). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index Dan Importance Performance Analysis Serta Servis Quality*. Vol. 1 No. 1, 21-29. *Jurnal REKAVASI*
- [16] Saladin, Djaslim. (2011). *Manajemen Pemasaran: Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi, Dan Tanya Jawab*. Bandung: Agung Ilmu
- [17] Siregar, Sofyan. (2013). *Prosedur Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- [18] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- [19] Sumaga, A. U. (2013) *Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Penerapan Manajemen Rekayasa Konstruksi Profesional Ruko Di Kawasan Bussines Park Kota Gorontalo*. 3(1), 6-13. *Jurnal Ilmiah MEDIA ENGINEERING*.
- [20] Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- [21] Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- [22] Tjiptono, Fandy., dan Chandra, Gregorius. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- [23] Woodside, Arch, G., Martin, Drew. (2007). *Tourism Management: Analysis, Behaviour And Strategy*. Oxfordshire : Cabi.
- [24] Xtrans. (2007). *Xtrans Pelopor On-Time Shuttle*. [Online]. <http://www.xtrans.co.id/index.php?pg=7f7e84797d75> [11 September 2015]
- [25] Yola, M., dan Budianto, D. (2013). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)*. 12(12), 301-309. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*.
- [26] Lubis, Yusnani (2015). *Pengukuran Tingkat Kualitas Layanan M'Go Shuttle Dengan Menggunakan metode SERVQUAL*. Karya Ilmiah Skripsi Telkom University.
- [27] Robby, Fradyan (2015). *Analisis Kepuasan Konsumen CitiTrans Premium Shuttle Menggunakan Service Quality*. Karya Ilmiah Skripsi Telkom University.