

## PERANCANGAN SERVICE BLUEPRINT LAYANAN JASA EKSPEDISI BARANG PT. XYZ DENGAN MENGGUNAKAN INTEGRASI SERVICE QUALITY DAN MODEL KANO

*DESIGN OF SERVICE BLUEPRINT FOR EXPEDITION SERVICES OF PT. XYZ USING INTEGRATED SERVICE QUALITY AND KANO*

M. Yazid Dhiyaulhaq<sup>1</sup>, Dr. Ir. Agus Achmad Suhendra, M.T.<sup>2</sup>, Rio Aurachman, S.T., M.T.<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

<sup>1</sup>yazid.dhiyaulhaq@gmail.com, <sup>2</sup>agus@telkomuniversity.ac.id,

<sup>3</sup>rioaurachman@telkomuniversity.ac.id

---

### Abstrak

PT. XYZ adalah perusahaan yang bergerak dibidang logistik yang didirikan pada tahun 1990. Keunggulan layanan yang stabil dan bertanggung jawab membuat nama PT. XYZ semakin meningkat dimata konsumen maupun mitra. Nama perusahaan yang sudah besar ini tentu menjadi tantangan tersendiri untuk PT. XYZ dalam mempertahankan stabilitas perusahaan. Semakin bertambahnya perusahaan jasa ekspedisi yang baru membuat PT. XYZ mulai tersaingi. Tidak dapat dipungkiri pula bahwa kualitas layanan PT. XYZ semakin menurun. Menurunnya kualitas layanan PT. XYZ dibuktikan dengan banyaknya keluhan dari para pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi 17 atribut layanan yang ada pada PT. XYZ berdasarkan hasil wawancara kepada pelanggan. Lalu dilakukan integrasi *Service Quality* dan Model Kano dan menghasilkan *true customer needs*. Terdapat tujuh atribut yang menjadi *true customer needs*. Dari hasil tersebut dirancang sebuah peta menggunakan *Service Blueprint* untuk menggambarkan proses layanan PT. XYZ.

Kata Kunci : PT. XYZ, *Service Quality*, Model Kano, *Service Blueprint*

---

### Abstract

*PT. XYZ is a company engaged in logistics which was founded in 1990. The speed and reliability of services that are consistent and responsible make PT. XYZ credibility even higher in the eyes of customers and business partners. The name of the company that is already large is certainly a challenge for PT. XYZ in maintaining the stability of the company. The increasing number of expedition service companies that just made PT. XYZ start rivaled. It is undeniable that the quality of PT. XYZ services has declined. The decline in the quality of PT. XYZ services is evidenced by the many complaints from customers. This study aims to identify 17 service attributes available to PT. XYZ based on the results of interviews with customers. Then the Service Quality and Kano Models are integrated and produce true customer needs. There are 7 attributes that become true customer needs. From the results, a map was designed using the Service Blueprint to describe the PT. XYZ service process.*

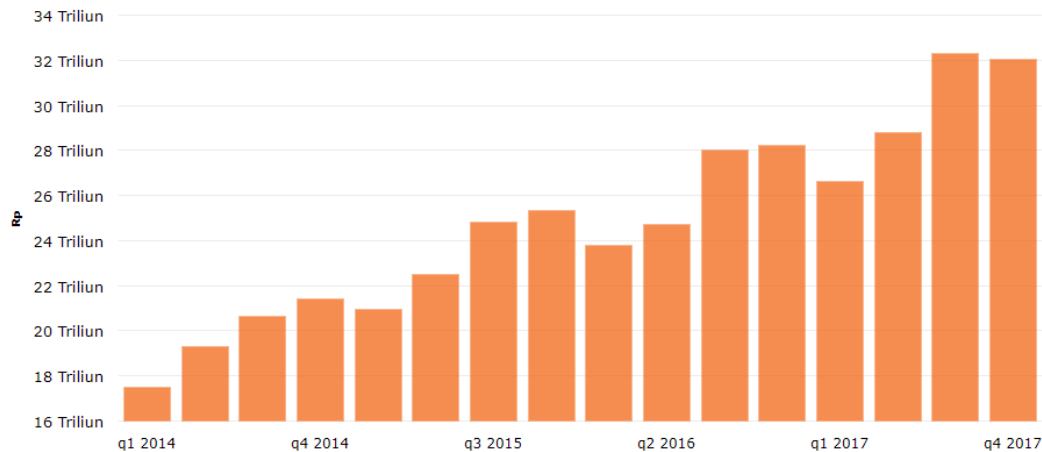
*Keywords: PT. XYZ, Service Quality, Kano Models, Service Blueprint*

---

## 1. Pendahuluan

Perkembangan bisnis *e-commerce* yang sangat pesat berpengaruh terhadap bisnis lain. Bisnis yang sangat mendapatkan pengaruh dari *e-commerce* ini adalah bisnis ekspedisi barang / jasa kurir. Bisnis ekspedisi barang ini tumbuh sekitar 14,7% sepanjang tahun 2017 berdasarkan data Asperindo ( Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, POS, dan Logistik Indonesia). (Jakarta.Bisnis.com). Penyebab intinya yaitu karena semakin bertumbuhnya bisnis online, seperti usaha kecil yang sudah menggunakan jasa ekspedisi para *member* Asperindo. Jaringan dari pelaku jasa ekspedisi dan logistik telah merambah luas. Asperindo sudah mendata bahwa ada 35.000 gerai penitipan barang yang telah terserak di seluruh Indonesia, dan itu belum termasuk gerai-gerai kepunyaan PT. Pos Indonesia dan Bhandra Graha Reksa (suaracargo.com).

Berikut adalah pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto) dalam sektor logistik.



Gambar 1 Pertumbuhan PDB sektor logistik

Salah satu perusahaan jasa ekspedisi barang yang sudah besar yaitu PT. XYZ, yang didirikan pada tahun 1990. Keandalan layanan yang konsisten dan terjamin membuat nama PT. XYZ semakin tinggi dilihat oleh pelanggan maupun mitra kerja. Semakin bertambahnya perusahaan jasa ekspedisi yang baru membuat PT. XYZ mulai tersaingi. Tidak dapat dipungkiri pula bahwa kualitas layanan PT. XYZ semakin menurun. Berdasarkan hasil survey via *facebook* PT. XYZ Bandung, banyak keluhan yang diberikan oleh pelanggan, ini membuktikan bahwa stabilitas PT. XYZ mulai goyah. Berikut adalah beberapa keluhan yang dirasakan oleh 22 pelanggan PT. XYZ Bandung mengenai kualitas layanan yang diberikan.

Tabel 1 Keluhan pelanggan PT. XYZ via Facebook

Inisial Pelanggan	Keluhan
WI	Call center tidak ada yang merespon
HD	Peng-input-an alamat yang keliru
HA, FF	Kurangnya keramahan customer service
HA, FF	Keutuhan barang tidak terjaga dengan baik
RN	Rute barang bolak-balik
SD, RD, ZA, DN, FH, ES	Ketidaksesuaian paket antar YES (Yakin Esok Sampai)
FM, RDR	Waktu pengiriman tidak sesuai waktu yang ditentukan
RI, YY, NJ	Pengiriman barang nyasar
SS, MP, RIN, LT	Barang ditahan disatu tempat dalam waktu yang lama
AZ	Kesalahan status barang (status barang "sudah diterima" tetapi pelanggan belum menerima)
AA	Barang hilang

Selain itu juga dilakukan survei pendahuluan berupa penyebaran kuisioner mengenai nilai yang dirasakan dan kepuasan dari pelanggan PT. XYZ. Berikut hasil dari survey pendahuluan menggunakan kuisioner dengan jumlah responden sebanyak 49 orang.



Gambar 2 Kepuasan Pelanggan

Melihat permasalahan yang terjadi pada PT. XYZ Bandung, tentu perlu adanya peningkatan kualitas layanan demi menjaga kepercayaan pelanggan terhadap PT. XYZ. Perlu dilakukan evaluasi terhadap alur proses dari pelanggan memberikan barang hingga barangnya sampai ke

tujuan. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian untuk menyelesaikan permasalahan mengenai kualitas layanan dengan merancang *Service Blueprint* menggunakan integrasi metode *Service Quality* dan model Kano. Dengan menggunakan metode ini, dapat dilakukan penentuan prioritas perbaikan dengan tepat. Dengan terbatasnya sumber daya, maka alokasi perlu diterapkan dan dialokasikan pada penerima yang tepat dan waktu yang tepat (Aurachman & Ridwan, 2016)

## 2. Tinjauan Pustaka

*Service quality (SERVQUAL)* merupakan salah satu metode untuk menakar tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Metode *service quality* memfokuskan harapan pelanggan perihal layanan yang akan diterima (*expectation*) dan layanan yang sudah diterima (*perception*). (Parasuraman, 1990) . Lima dimensi *SERVQUAL* sebagai berikut (Tjiptono & Diana, 2003) :

1. Reliabilitas (*reliability*)
2. Daya tanggap (*responsiveness*)
3. Jaminan (*assurance*)
4. Empati (*emphaty*)
5. Bukti fisik (*tangibles*)

Metode Kano yaitu, metode yang tujuannya untuk mengklasifikasikan atribut-atribut dari layanan ataupun produk berdasar pada seberapa baik layanan atau produk sehingga dapat memuaskan kebutuhan konsumen (Kano, dkk., 1984) dalam (nofirza, 2011) Ada enam kategori Kano yang harus dipenuhi untuk layanan yang sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan, yaitu :

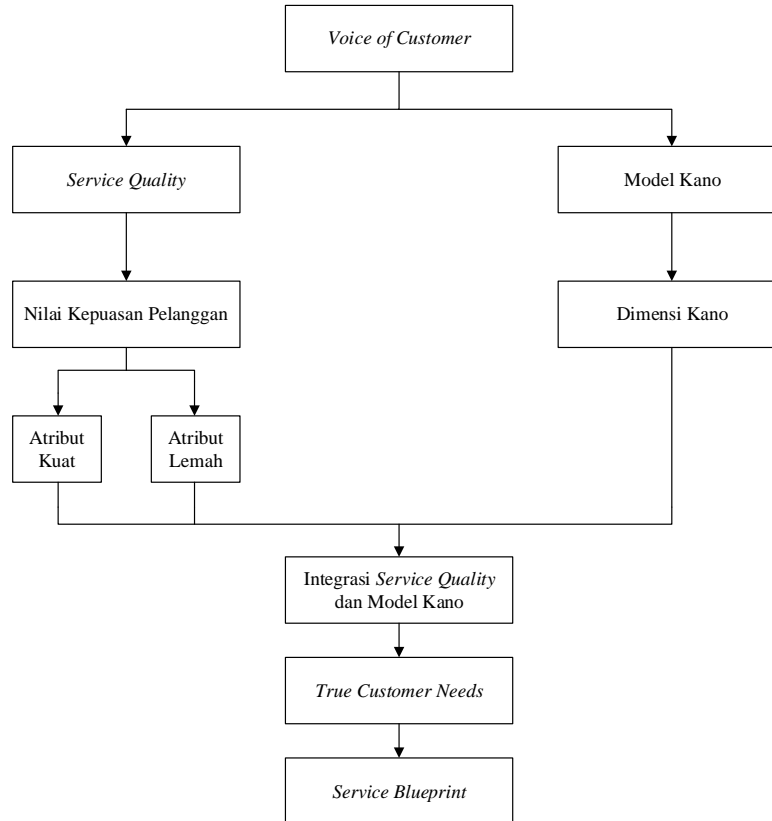
1. *Must Be* atau *Basic Needs*
2. *One Dimensional* atau *Performance Needs*
3. *Attractive* atau *Excitement Needs*
4. *Indifferent*
5. *Reverse*
6. *Questionable*

*Service Blueprint* memiliki istilah lain, yaitu *service mapping* atau *service flowchart*. Pada prinsipnya, *service blueprint* adalah gambar atau *map* yang secara rinci memperlihatkan sistem jasa sedemikian rupa hingga setiap orang yang berperan dalam penyediaan jasa tersebut mampu memahami dan melaksanakannya secara objektif, terlepas dari apapun peranan maupun sudut pandang masing-masingnya. (Zeithaml & Bitner, 2003) dalam (Zamzam, 2017). Menurut (Lovelock, Christoper, Wirtz, & Mussry, 2011) ada 5 (lima) komponen dari *Service Blueprinting*, yaitu:

1. *Physical Evidence*
2. *Customer Actions*
3. *Onstage Contact Employee Actions*
4. *Backstage Contact Employee Actions*

## 5. Support Processes (*invisible process*)

### 3. Model Konseptual



Gambar 3 Model Konseptual

Tahapan awal pada penelitian ini adalah mencari *Voice of Customer (VoC)* melalui wawancara. *VoC* lalu dikelompokkan kedalam dimensi *Service Quality*. Pada metode *Service Quality* akan menghasilkan nilai kepuasan pelanggan (NKP) sehingga dapat diketahui atribut mana yang memiliki kategori kuat dan lemah. Pada model Kano, akan membuahkan atribut kebutuhan yang diklasifikasikan berdasarkan dimensi model Kano. Setelah dua metode tersebut mempunyai hasil, maka dilakukan integrasi antara kedua metode tersebut. Selanjutnya, penelitian akan menghasilkan *true customer needs*. Pada akhir penelitian, dibuatkan *Service Blueprint* berdasarkan *true customer needs*.

## 4. Pembahasan

### 4.1. Pengumpulan Data

Tahap ini dilaksanakan dengan melakukan wawancara terhadap pelanggan PT. XYZ Riung Bandung,

Tabel 2 Dimensi Service Quality

Dimensi	Atribut
Tangibles	1. Kondisi ruangan bersih, rapi, dan nyaman 2. Fasilitas kantor yang memadai untuk menunjang pelayanan (tempat duduk, toilet, dll) 3. Tersedia <i>packing</i> barang yang beragam sesuai ukuran 4. Penampilan karyawan sangat rapi (enak dipandang)
Reliability	5. Waktu pengiriman barang tepat waktu 6. Kesesuaian alamat tujuan pengiriman yang diberikan pelanggan 7. Tujuan pengiriman barang yang luas 8. Terdapat macam-macam layanan paket (Reg, YES, OKE, dll)
Responsiveness	9. Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi mengenai layanan sudah bagus 10. Tindakan cepat tanggap atas keluhan yang diberikan pelanggan 11. Kesiediaan karyawan menghubungi pelanggan apabila terjadi masalah
Assurance	12. Perusahaan mampu menjamin keutuhan barang (tidak ada yang rusak atau penyok) 13. Adanya ganti rugi apabila barang rusak atau hilang 14. Perusahaan menjamin kesesuaian paket layanan yang diberikan (misal, paket YES yang berarti Yakin Esok Sampai, benar-benar terlaksana dengan baik)
Empathy	15. Karyawan ramah dan sopan dalam melayani pelanggan 16. Call center perusahaan mudah untuk dihubungi 17. Media sosial/website untuk memberi informasi mengenai PT. XYZ

#### 4.2. Pengolahan Data

Pada tahap ini, pertama-tama dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu. Setelah itu dilakukan pengolahan kuesioner *service quality* dan Model Kano.

Tabel 3 Pengolahan kuesioner Service Quality

No	Kode	Harapan	Kepuasan	Kepentingan	Gap	NKP	Keterangan
1	T1	3,19	2,78	3,05	-0,41	-1,25	Lemah
2	T2	3,23	2,69	3,13	-0,54	-1,69	Lemah
3	T3	3,35	2,91	3,37	-0,44	-1,48	Lemah
4	T4	3,16	2,88	2,98	-0,28	-0,83	Lemah

5	RL1	3,65	2,59	3,72	-1,06	-3,94	Lemah
---	-----	------	------	------	-------	-------	-------

Tabel 4 Pengolahan kuesioner Service Quality (Lanjutan)

No	Kode	Harapan	Kepuasan	Kepentingan	Gap	NKP	Keterangan
6	RL2	3,64	2,94	3,74	-0,7	-2,62	Lemah
7	RL3	3,47	3,08	3,5	-0,39	-1,37	Lemah
8	RL4	3,31	3,12	3,24	-0,19	-0,62	Lemah
9	RS1	3,38	2,64	3,39	-0,74	-2,51	Lemah
10	RS2	3,57	2,29	3,55	-1,28	-4,54	Lemah
11	RS3	3,52	2,33	3,45	-1,19	-4,11	Lemah
12	A1	3,53	2,51	3,54	-1,02	-3,61	Lemah
13	A2	3,64	2,29	3,55	-1,35	-4,79	Lemah
14	A3	3,47	2,57	3,44	-0,9	-3,10	Lemah
15	E1	3,35	2,85	3,34	-0,5	-1,67	Lemah
16	E2	3,4	2,48	3,42	-0,92	-3,15	Lemah
17	E3	3,29	2,52	3,18	-0,77	-2,45	Lemah

Kuesioner Kano dikelompokkan menjadi beberapa kategori Kano dengan menggunakan *Blauth Formula*, sehingga didapatkan hasil seperti berikut:

Tabel 5 Hasil Perhitungan Kano

No	Kode Atribut	O	A	M	Total O+A+M	I	R	Q	Total I+R+Q	Kategori
1	T1	11	12	2	25	73	1	1	75	I
2	T2	10	12	4	26	73	0	1	74	I
3	T3	10	21	6	37	62	0	1	63	I
4	T4	9	15	2	26	72	1	1	74	I
5	RL1	42	19	8	69	29	1	1	31	O
6	RL2	41	18	6	65	35	0	0	35	O
7	RL3	25	19	11	55	43	2	0	45	O
8	RL4	19	17	9	45	53	0	2	55	I
9	RS1	20	14	11	45	53	2	0	55	I
10	RS2	36	18	6	60	36	3	1	40	O
11	RS3	30	18	6	54	45	0	1	46	O
12	A1	31	18	6	55	42	0	3	45	O
13	A2	33	28	8	69	29	2	0	31	O
14	A3	21	14	8	43	53	2	2	57	I

15	E1	15	13	9	37	63	0	0	63	I
16	E2	18	14	9	41	57	0	2	59	I
17	E3	11	16	7	34	66	0	0	66	I

Selanjutnya hasil dari pengolahan data *Service Quality* dan Model Kano diintegrasikan agar didapatkan suatu rekomendasi seperti berikut:

Tabel 6 Integrasi Service Quality dan Model Kano

No	Kode Atribut	NKP	Kekuatan/Kelemahan	Kategori Kano	Rekomendasi
1	T1	-1,25	Kelemahan	I	-
2	T2	-1,69	Kelemahan	I	-
3	T3	-1,48	Kelemahan	I	-
4	T4	-0,83	Kelemahan	I	-
5	RL1	-3,94	Kelemahan	O	Ditingkatkan
6	RL2	-2,62	Kelemahan	O	Ditingkatkan
7	RL3	-1,37	Kelemahan	O	Ditingkatkan
8	RL4	-0,62	Kelemahan	I	-
9	RS1	-2,51	Kelemahan	I	-
10	RS2	-4,54	Kelemahan	O	Ditingkatkan
11	RS3	-4,11	Kelemahan	O	Ditingkatkan
12	A1	-3,61	Kelemahan	O	Ditingkatkan
13	A2	-4,79	Kelemahan	O	Ditingkatkan
14	A3	-3,10	Kelemahan	I	-
15	E1	-1,67	Kelemahan	I	-
16	E2	-3,15	Kelemahan	I	-
17	E3	-2,45	Kelemahan	I	-

Berdasarkan Tabel 6 terdapat atribut yang diprioritaskan untuk ditingkatkan. Atribut yang perlu ditingkatkan adalah atribut yang masuk kedalam *True Customer Needs*.

Tabel 7 True Customer Needs

No	Kode	Atribut	NKP	Jenis Atribut	Kategori Kano
1	RL1	Waktu pengiriman barang tepat waktu	-3,94	Lemah	O
2	RL2	Kesesuaian alamat tujuan pengiriman yang diberikan pelanggan	-2,62	Lemah	O
3	RL3	Tujuan pengiriman barang yang luas	-1,37	Lemah	O



4	RS2	Tindakan cepat tanggap atas keluhan yang diberikan pelanggan	-4,54	Lemah	O
5	RS3	Kesediaan karyawan menghubungi pelanggan apabila terjadi masalah	-4,11	Lemah	O

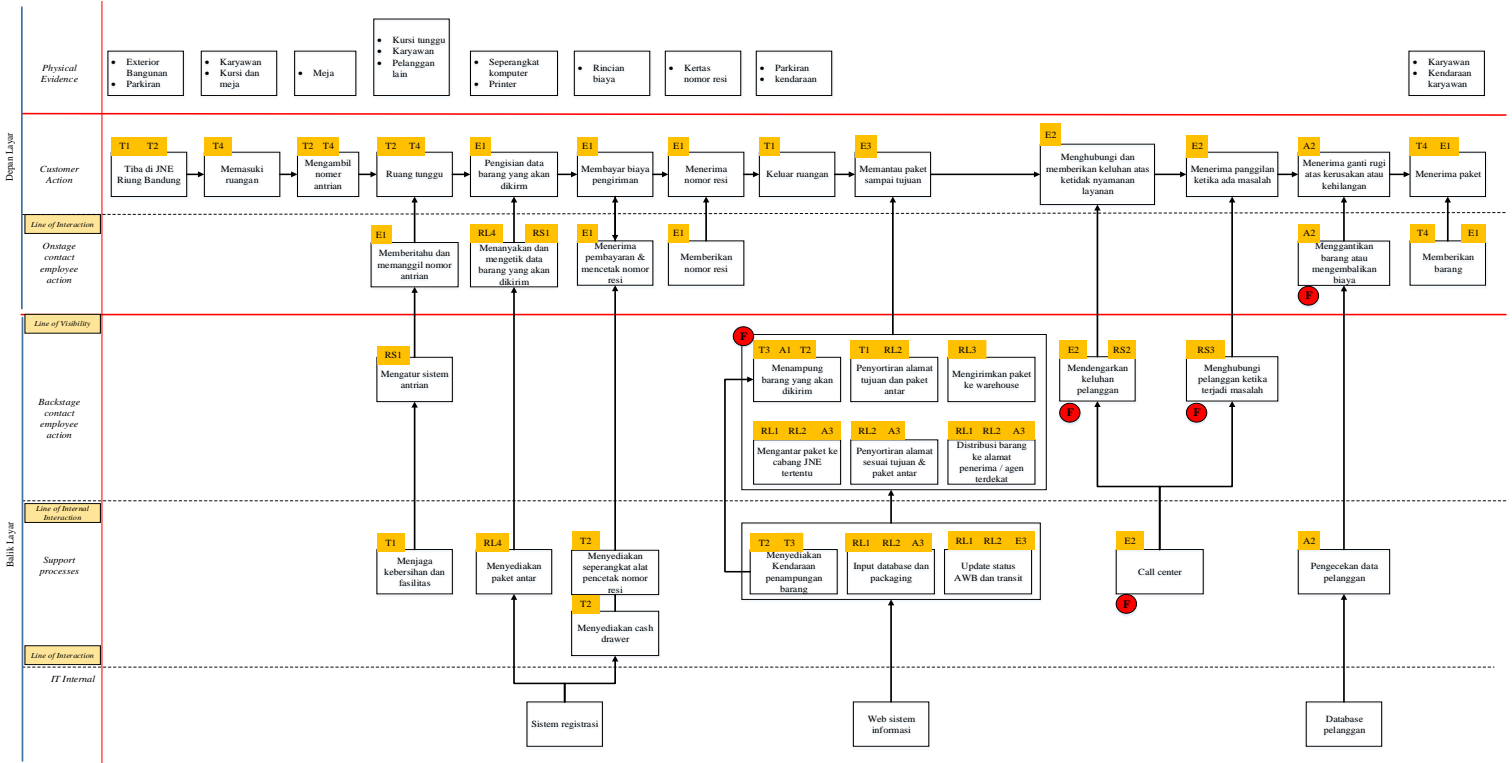
Tabel 8 True Customer Needs (Lanjutan)

No	Kode	Atribut	NKP	Jenis Atribut	Kategori Kano
6	A1	Perusahaan mampu menjamin keutuhan barang (tidak ada yang rusak atau penyok)	-3,61	Lemah	O
7	A2	Adanya ganti rugi apabila barang rusak atau hilang	-4,79	Lemah	O

Terdapat 7 atribut kebutuhan yang menjadi *True Customer Needs* dari hasil integrasi *Service Quality* dan Model Kano yang harus ditingkatkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

### 4.3. Hasil

Setelah melalui tahap-tahap diatas, selanjutnya dihasilkan *service blueprint* yang dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 Service Blueprint

Berdasarkan Gambar 4, terlihat interaksi tiap aktivitas antara pelanggan dengan pegawai dan proses bantu lainnya. Selain itu juga terlihat aktivitas yang memiliki titik kegagalan berdasarkan *true customer needs* yang perlu diperhatikan untuk selanjutnya ditingkatkan.

### 5. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 17 atribut kebutuhan layanan jasa PT. XYZ Riung Bandung yang diperoleh dari *VoC* dengan menggunakan lima dimensi *Service Quality* yaitu, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*.
2. Dari hasil pengolahan data kuesioner *Service Quality* terdapat 17 atribut lemah atau bisa dikatakan seluruh atribut lemah yang berarti belum memenuhi kebutuhan pelanggan.
3. Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner Kano terdapat 10 atribut berkategori *Indifferent*. Selain itu juga terdapat 7 atribut berkategori *One dimensional*.
4. Dari hasil pengolahan dengan mengintegrasikan *Service Quality* dan Model Kano, diperoleh 7 atribut yang menjadi *True Customer Needs*.

5. Merancang *Service Blueprint* berdasarkan integrasi *Service Quality* dan Model Kano yang menjadi *True Customer Needs*, sehingga didapatkan titik kegagalan dimana pada titik tersebut atribut memiliki resiko besar terhadap kualitas layanan PT. XYZ Riung Bandung. Sehingga atribut yang memiliki titik kegagalan perlu diperhatikan oleh pihak perusahaan.

## 6. Daftar Pustaka

- Aurachman, R., & Ridwan, A. Y. (2016). Perancangan Model Optimasi Alokasi Jumlah Server untuk Meminimalkan Total Antrean pada Sistem Antrean Dua Arah pada Gerbang Tol. *JRSI (Jurnal Rekayasa Sistem dan Industri)*, 3(2), 25-30.
- Lovelock, Christoper, Wirtz, J., & Mussry, J. (2011). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- nofirza, N. (2011). Aplikasi Metode Kano Dalam Analisis Indikator Kualitas Pelayanan Di Rumah Sakit Arifin Ahmad Pekanbaru.
- Parasuraman, A. (1990). *Delivering Quality Service*. New York: The Free Press.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2003). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi.
- Zamzam, M. N. (2017). Perancangan Service Blueprint Pada Hotel XYZ Dengan Menggunakan Integrasi Service Quality dan Model Kano.
- Zeithaml, & Bitner. (2003). *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*. Boston: Mc Grow Hill / Irwin.