

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DRIVERBDG

ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION THE QUALITY OF SERVICE DRIVERBDG

¹Nadia Novitasari, ²Citra Kusuma Dewi

Prodi S1 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi & Bisnis, Universitas Telkom

¹nadianovv@gmail.com ²dcitrakusuma@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini melakukan studi mengenai analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan DriverBDG dengan menggunakan *Importance-Performance-Analysis (IPA)*. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana kinerja dan harapan/kepentingan terhadap kualitas pelayanan pada DriverBDG. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada DriverBDG serta untuk mengetahui faktor apa saja yang perlu diperbaiki oleh DriverBDG.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dengan teknik sampling *accidental sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, indeks kepuasan konsumen, dan *Importance-Performance-Analysis (IPA)*.

Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa harapan konsumen atas kualitas pelayanan DriverBDG berdasarkan hasil analisis nilai jenjang keseluruhan berada dalam kategori sangat penting dengan presentase sebesar 88,2% dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan DriverBDG berdasarkan analisis jenjang secara keseluruhan berada dalam kategori baik dengan presentase sebesar 83,23%. Tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 1,01 nilai tersebut menggambarkan bahwa penilaian konsumen dalam kriteria sangat puas dimana kinerja pada indikator kualitas pelayanan dalam pengaturan dan kualitas pelayanan lebih tinggi dari harapan konsumen. Hasil *Importance-Performance-Analysis (IPA)* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tujuh atribut yang harus diperbaiki oleh pihak manajemen perusahaan yaitu (1) Pengecekan armada, (2) Pelayanan yang cepat, (3) Pelayanan yang ramah, (4) Pengembalian barang pelanggan yang tertinggal, (5) Penyebaran flyer, (6) Tambahan *discount*, (7) Fasilitas tempat menunggu.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan *Importance-Performance-Analysis (IPA)*.

Abstract

This research was doing a study about the Analysis of customer satisfaction the quality of service driverbdg service by using *Importance-Performance-Analysis (IPA)*. This research is aimed to find out how the performance and prospect/importance is towards the quality of the service on DriverBDG. The objective of this research is to find out how the quality of the service and customer's satisfaction on DriverBDG and also to find out the factors which is needed to be repaired by DriverBDG.

This research used quantitive research with descriptive research method by way of distributing questionnaire to 100 respondents which are became the sample in this research with sampling technique *accidental sampling*. The analysis of the data in this research used descriptive analysis, index of customer's satisfaction, and *Importance-Performance-Analysis (IPA)*.

The result of this research can be known that the consumer's prospect towards the quality of DriverBDG service based on the result of the analysis of the whole interval is in very important category with the percentage 88,2% and consumer's perception towards the quality of DriverBDG service based on the level analysis in a whole is in good category with percentage 83,23%. The level of the customer's satisfaction is in the amount of 1,01 this value describes that consumer's rating is in very satisfied criteria where the performance on service quality indicator in disposition and the quality of service is higher than consumer's prospect. The result of *Importance-Performance-Analysis (IPA)* in this research shows that there are seven attributes that have to be repaired by the side of enterprise management they are (1) fleet checking, (2) fast service, (3) friendly service, (4) customer's left-goods return, (5) flyer distributing, (6) *discount* addition, (7) waiting room facility.

Keywords: Quality of Service, Consumer's Satisfaction, and *Importance-Performance-Analysis (IPA)*

1. Pendahuluan

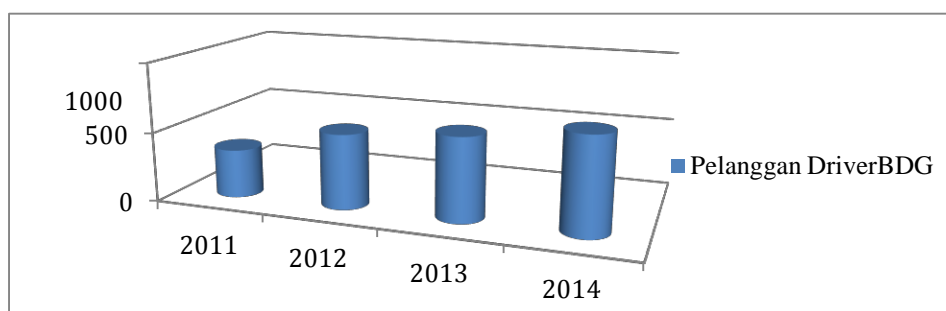
1.1 Latar Belakang

Gaya hidup yang serba praktis dan padatnya kinerja seseorang menjadikan banyak orang tidak mau lagi dipusingkan oleh beban tambahan seperti rumitnya prosedur dalam pembelian mobil. Harga yang *relative* lebih murah dalam menyewa mobil dibandingkan ketika seseorang membeli mobil baru, terutama bagi seseorang yang belum lama bekerja dan bagi kalangan yang belum berpenghasilan tetap (mahasiswa, pekerja serabutan dll), dan perjalanan wisatawan *local* atau asing yang berkunjung ke kota Bandung. Aktivitas menyewa mobil tersebut sudah menjadi tradisi, tentu dengan berbagai alasan dan pertimbangan. Selain dianggap lebih praktis, untuk mendapatkan mobil sewaan ini memang tergolong mudah, asalkan konsumen dapat memenuhi beberapa persyaratan yang ditentukan oleh perusahaan atau pihak penyewa mobil. Bertambahnya kebutuhan masyarakat terhadap mobil sewaan itu memang telah menjadi fenomena klasik setiap tahunnya, terutama ketika menghadapi lebaran. Permintaan masyarakat dalam membutuhkan sewa mobil tersebut yang kemudian menjadikan lahan usaha bagi beberapa kalangan terutama bagi para pelaku bisnis. Permintaan masyarakat yang terus bertambah terhadap mobil sewaan tersebut, tentu telah disikapi para pelaku usaha rental jauh-jauh hari sebelumnya.

Semakin banyaknya penyewaan mobil di kota Bandung persainganpun semakin ketat. Untuk dapat menciptakan kemampuan bersaing antar perusahaan, perusahaan harus dapat menawarkan atau memberikan sesuatu yang lebih menarik dibandingkan dengan pesaingnya seperti memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya.

DriverBDG senantiasa selalu ingin memberikan layanan yang terbaik bagi pelanggannya. Adapun kualitas pelayanan yang dijanjikan adalah dengan adanya keunggulan Unit Mobil yang jumlahnya cukup banyak serta drivernya yang mempunyai motto "*Young, friendly, and good looking*". Artinya DriverBDG memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap konsumen semaksimal mungkin dan memperkenalkan DriverBDG kepada konsumen baru, serta selalu memperhatikan dan menyesuaikan penampilan para *driver* agar selalu menarik.

Tabel I.I
Jumlah Pelanggan DriverBDG



Sumber: DriverBDG

Dijelaskan berdasarkan tabel diatas bahwa sejak DriverBDG berdiri yaitu tahun 2011-2014 DriverBDG mengalami peningkatan jumlah pelanggan yang mencapai 10% hingga 15%. Pada tahun 2011 jumlah pelanggan DriverBDG mencapai \pm 350 orang, kemudian terjadi peningkatan pada tahun 2012 jumlah pelanggan DriverBDG mencapai \pm 540 orang, pada tahun 2013 jumlah pelanggan DriverBDG juga mengalami peningkatan \pm 600 orang dan di tahun 2014 jumlah pelanggan DriverBDG mencapai \pm 690 orang.

Kegiatan usaha DriverBDG merupakan salah satu usaha rental yang menyewakan mobil di Bandung dengan target pasar *personal user* dan *corporate* yang menyediakan jasa penyewaan mobil harian, mingguan, ataupun bulanan serta menyediakan mobil untuk keperluan *wedding* (acara pernikahan), dan keperluan *shooting film*. Merk mobil yang ditawarkan antara lain:

Tabel I.2
Jenis Mobil yang Disewakan

| Jenis Mobil Harian, Mingguan, dan Bulanan | Jumlah Armada (Unit) | Wedding Car | Jumlah Armada (Unit) |
|--|-------------------------------------|------------------------|-------------------------------------|
| Honda Jazz RS Matic | 3 | Mercedes Benz | 1 |
| Honda Freed Matic | 1 | Toyota Velvire | 1 |
| Honda City Matic | 2 | Toyota Alpard | 1 |
| Suzuki Swift | 1 | Ferrari | 1 |
| Toyota Avanza | 2 | Lamborghini | 1 |
| Toyota Yaris Matic | 2 | Porsche | 1 |
| Toyota Vios Matic | 1 | Jaguar | 1 |
| Toyota Fortuner Matic | 1 | Mini Cooper | 1 |
| Nissan Grand Livina | 2 | Land Rover | 1 |
| Nissan Juke | 1 | | |

Sumber: DriverBDG

Proses sistem penyewaan kendaraan pada DriverBDGpun cukup mudah dan tidak terlalu rumit. Pelanggan hanya cukup menyiapkan Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) dan yang paling terpenting pelanggan mempunyai akun *social media* yang aktif. Akun Sosial Media sangat dibutuhkan DriverBDG. Karena sistem yang digunakan pada DriverBDG ini yaitu dengan melihat pergerakan dari sosial media si pelanggan. DriverBDG lebih mudah menganalisis para pelanggan melalui jaringan sosial mediana. Apabila ada pelanggan baru yang tidak memiliki akun sosial media yang aktif maka perusahaan tidak akan memberikan unit mobil yang akan disewa oleh pelanggan. Sistem ini sangat berbeda dengan penyewaan mobil umum lainnya yang rata-rata menggunakan Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau Surat Izin Mengemudi (SIM) kemudian melakukan *survey* tempat tinggal pelanggan baru dan menyiapkan syarat lain seperti mengcopy Slip Gaji, Wawancara dll. Selain itu DriverBDG juga memberikan diskon pada pelanggan yang berprofesi sebagai mahasiswa, dengan cara memberikan fotocopy Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) yang masih aktif maka otomatis pelanggan mendapatkan diskon hingga 10%. Perbedaan sistem inilah yang membuat pelanggan baru lebih memilih melakukan penyewaan mobil pada Driver BDG dibandingkan di penyewaan mobil lainnya.

Kesinambungan usaha penyewaan mobil ini tergantung pada kepuasan pelanggannya. Tingginya tingkat jumlah pelanggan sangat mempengaruhi keberadaan suatu usaha termasuk usaha *Penyewaan Mobil atau Rental Mobil*. Adapun target pasar dari DriverBDG adalah mayoritas mahasiswa dan masyarakat umum.

DriverBDG ingin melihat sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan yang telah mereka berikan. Dikarenakan masih ada beberapa keluhan permasalahan atau keluhan pelanggan kepada DriverBDG antara lain:

1. Permasalahan pada unit mobil yang terkadang mengalami sedikit masalah seperti mesin
2. Permasalahan pada barang yang tertinggal setelah mengembalikan armada
3. Kecepatan pelayanan akan pengantaran armada ke tempat tujuan

Sumber: DriverBDG 2014

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan DriverBDG*”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana harapan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh DriverBDG?
2. Bagaimana kinerja kualitas pelayanan DriverBDG?
3. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan DriverBdg?
4. Apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan DriverBDG?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harapan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh DriverBDG
2. Untuk mengetahui kinerja kualitas pelayanan DriverBDG
3. Untuk mengetahui kinerja atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh DriverBDG
4. Untuk mengetahui apa saja yang perlu diperbaiki guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan DriverBDG

1.4 Metode Penelitian

Berdasarkan teknik pengumpulan data, penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Populasi penelitian adalah pelanggan DriverBDG. Dengan sampel sebanyak 100 orang.

2. Landasan Teori

2.1 Pemasaran

Menurut Kotler (2008:5) definisi lain dari pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

2.2 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran terdiri dari empat elemen yang berorientasi pada produk. Jadi adapun setiap kegiatan pemasaran produk akan mengacu pada empat elemen ini yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Keempat elemen tersebut saling berhubungan satu sama lainnya dan dapat dikombinasikan sesuai dengan lingkungan, baik di dalam maupun di luar perusahaan agar tujuan perusahaan tercapai, Kotler (2008:62)..

2.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah cerminan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan (Tjiptono,2008:67).

2.4 Kepuasan Pelanggan

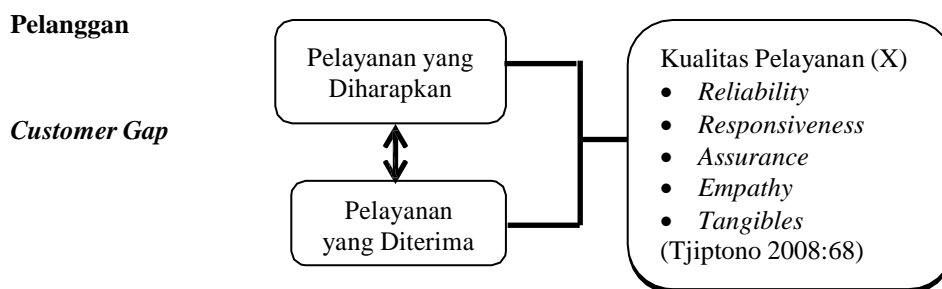
Menurut Kotler dan Keller (2008:139) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

2.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Kotler (2007:286) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:139) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Apabila kualitas pelayanan yang diterima dan dirasakan oleh konsumen sesuai dengan persepsi dan harapan konsumen maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, dan konsumen akan datang kembali untuk menggunakan jasa DriverBDG serta memberikan rekomendasi atas kualitas pelayanan yang ada di DriverBDG kepada pihak lain. Namun sebaliknya apabila kualitas pelayanan yang diberikan lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk dan tidak memuaskan, maka konsumen akan memberikan informasi yang buruk kepada pihak lain serta akan berpindah ke jasa penyewaan mobil lain dengan harapan akan mendapatkan kualitas pelayanan yang lebih baik, maka DriverBDG harus melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk melihat sejauh mana kepuasan pelanggan DriverBDG berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh DriverBDG dengan menggunakan metode: *Importance Performance Analysis (IPA)*. Kerangka pemikiran penelitian akan disajikan sebagai berikut:



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

3. Pembahasan

3.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono 2011:147).

Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangibles* terhadap kepuasan konsumen melalui kuesioner yang akan disebar.

3.2 Indeks Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini terdapat variabel yang diwakili oleh variabel X, dimana merupakan tingkat kinerja/kualitas aktual perusahaan yang dapat memberikan kepuasan pelanggan, adapun rumusnya menurut Tjiptono (2007:38):

$$\text{Kepuasan} = \frac{S_{K} - S_{P}}{S_{K} - S_{T}}$$

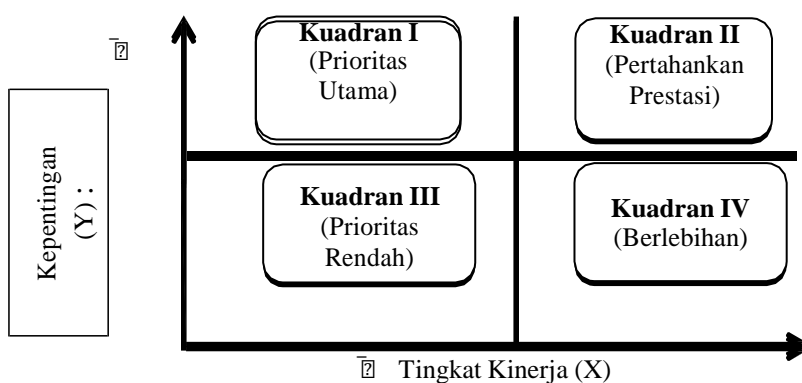
Keterangan:

- Kepuasan > 1 : Menunjukkan kinerja aktual perusahaan lebih tinggi dari harapan pelanggan, kriterianya pelanggan tergolong sangat puas
- Kepuasan = 1 : Menunjukkan kinerja aktual perusahaan sesuai atau sama dengan harapan pelanggan, kriterianya pelanggan tergolong puas
- Kepuasan < 1 : Menunjukkan kinerja aktual perusahaan lebih rendah dari harapan pelanggan, kriterianya pelanggan tergolong tidak puas

3.3 Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977. IPA digunakan untuk mengukur hubungan antara prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai kuadran analisis dan persepsi konsumen. Pada diagram kartesius, Sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan.

Grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran importance-performance seperti yang terlihat pada Gambar 3.3:



Gambar 3.3

Diagram Kartesius

Sumber: Tjiptono, 2011

Keterangan :

1. Kuadran I : Prioritas Utama
Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga mengecewakan/tidak puas.
2. Kuadran II : Pertahankan Prestasi
Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan. Untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
3. Kuadran III : Prioritas Rendah
Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
4. Kuadran IV : Berlebihan
Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan

4. Kesimpulan

1. Harapan konsumen atas kualitas pelayanan DriverBDG berdasarkan hasil analisis nilai jenjang keseluruhan berada dalam kategori **sangat penting** dengan presentase sebesar 88,2%.
2. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan DriverBDG berdasarkan analisis jenjang secara keseluruhan berada dalam kategori **baik** dengan presentase sebesar 83,23%.
3. Tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 1,01 nilai tersebut menggambarkan bahwa penilaian konsumen dalam kriteria **sangat puas** dimana kinerja pelayanan berdasarkan persepsi pelanggan lebih tinggi dari harapan pelanggan.
4. Aspek-aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan DriverBDG yaitu (1) Pengecekan armada, (2) Pelayanan yang cepat, (3) Pelayanan yang ramah, (4) Pengembalian barang pelanggan yang tertinggal, (5) Penyebaran flyer, (6) Tambahan *discount*, (7) Fasilitas tempat menunggu

5. Saran

Saran Bagi Perusahaan

1. Pihak manajemen perlu memperhatikan pengaturan terhadap kualitas pelayanan yang berada pada kuadran III. Dimana kinerja *item-item* atribut dianggap kurang penting pengaruhnya terhadap pelanggan dan pelaksanaannya oleh pihak manajemen dianggap biasa-biasa saja dalam persepsi pelanggan. Pihak manajemen dapat mempertimbangkan untuk peningkatan kinerja atribut-atribut ini karena dianggap kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan konsumen dapat saja menyampaikan informasi yang negatif mengenai kualitas pelayanan DriverBDG.
2. Menyebar luaskan flyer ke beberapa daerah sehingga informasi tentang DriverBDG menyebar luas, membuat data secara *detail* bagi pelanggan yang baru datang mengembalikan armada kemudian melakukan pengecekan ulang terhadap barang yang tertinggal, serta menambahkan promo *discount* apabila tidak tepat waktu mengantarkan armada ke tempat tujuan

Daftar Pustaka

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1) Penerbit: PT Macana Jaya Cemerlang
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Pemasaran Jilid 1, Edisi 12) Penerbit : Jakarta Erlangga
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin (2008) *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1) Penerbit PT. Macana Jaya Cemerlang
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia (2007) *E-Business*. Penerbit: Andi Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy (2008) *Service Management* Mewujudkan Layanan Prima Penerbit Andi Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Greorius (2011) *Service Quality & Satisfaction* (Edisi 3). Penerbit: CV. Andi Offset Yogyakarta