

EFFORTS TO IMPROVE CUSTOMER SERVICE AND REDUCE COMPLAI WITH FUZZY-SERVQUAL METHOD IN PT. EUROTRANS CHARTER INDONESIA

UPAYA MENINGKATKAN LAYANAN JASA DAN MENURUNKAN CUSTOMER COMPLAIN MENGGUNAKAN METODE FUZZY- SERVQUAL DI PT. EUROTRANS CHARTER INDONESIA

Febri Yanti, Ariya Purnamasari Dewi
Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta
Jl Cempaka Putih Tengah 27, Jakarta 10510
febriyanti876@gmail.com

Abstract

PT. Eurotrans Charter Indonesia Fowarding Freight is a company engaged in the transportation services that keep in touch with customers. In the development of its PT. Eurotrans Charter Indonesia decreased its shipment (number of document processing requests). To keep keeksistensianya PT. Eurotrans Charter Indonesia Need to maintain the quality of ministry. Thus the need for a method to measure the quality of service PT. Eurotrans Charter Indonesia and the need to improve the quality of services provided so that customers feel comfortable and satisfied so that it can survive to compete with competitors PT Forwarding lainnya.Langkah-steps involved in data collection is done by observation and questionnaires from several criteria. Those criteria obtained through interviews and studies pustaka..Metode used to measure the quality of service using Fuzzy Servqual. The results of data processing, found that the value of fuzzy-servqual per criteria, perdimensi and overall By using 5 Dimensions in servqual namely: direct evidence (Tangibles), Reliability (Reliability), Responsiveness (Responsiveness), Security (Assurance), Empathy (Empathy). After measuring the quality of service PT. Eurotrans Charter Indonesia found the results showed that customers' expectations have not been in accordance with the perception of the services they receive. Results gap of -1.06 and therefore the management of PT. Eurotrans Charter of Indonesia needs to make improvements of service quality for the sake of reducing the existing gap. To make improvements to the company made by using analysis 5WIH (what, why, when where, who and how) .After note 5 biggest gap in ": Various complete facilities provided by the management, .Kemudahan in payment processing, support services revision PT. Eurotrans Charter Indonesia do a double check and do not make mistakes in working document. quotation (supply) that is given an interesting, and hospitality employees to customers, After the PT. Eurotrans Charter Indonesia improve by 5 w 1h and managed by lowering the number of customer complaints were received PT. Eurotrans Charter Indonesia that before the repair amounts to average number of customers complain - 4 Average monthly customer complaints after the transactions are carried out repairs down menjadi two customer complaints per month

Keyword: Fuzzy Servqual Service, perceptions, expectations

Abstrak

PT. Eurotrans Charter Indonesia merupakan suatu perusahaan *Freight Fowarding* yang bergerak dalam bidang jasa angkutan yang terus berhubungan dengan pelanggan. Dalam perkembangannya PT. Eurotrans Charter Indonesia mengalami penurunannya shipment (jumlah permintaan pengurusan dokumen). Untuk menjaga keeksistensianya PT. Eurotrans Charter Indonesia Perlu menjaga kualitas Pelayanannya. Dengan demikian perlu adanya sebuah metode untuk mengukur kualitas pelayanan PT. Eurotrans Charter Indonesia dan perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga para pelanggan merasa nyaman dan puas sehingga dapat bertahan bersaing dengan pesaing PT *Forwarding* lainnya.Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan penyebaran kuisioner dari beberapa kriteria. Kriteria-kriteria tersebut diperoleh melalui wawancara dan studi pustaka..Metode yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan menggunakan *Fuzzy Servqual*. Hasil pengolahan data, diperoleh bahwa nilai *fuzzy-servqual* per kriteria, perdimensi dan secara keseluruhan Dengan memakai 5 Dimensi yang ada di *servqual* yaitu : Bukti langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*),Daya tanggap (*Responsiveness*),Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*). Setelah melakukan pengukuran kualitas pelayanan jasa PT. Eurotrans Charter Indonesia

didapati hasilnya menunjukkan bahwa harapan pelanggan belum sesuai dengan persepsi pelayanan yang mereka terima. Dengan Hasil gap sebesar -1,06 maka dari itu pihak manajemen PT. Eurotrans Charter Indonesia perlu segera melakukan perbaikan kualitas pelayanan demi mengurangi gap yang ada. Untuk melakukan perbaikan pihak perusahaan melakukan dengan menggunakan analisis 5w1h (what, why, when where, who dan how). Setelah diketahui 5 gap terbesar di “:Berbagai fasilitas yang lengkap yang diberikan dari pihak manajemen, Kemudahan dalam proses pembayaran, Jasa layanan perevisian karyawan PT. Eurotrans Charter Indonesia melakukan double cek dan tidak melakukan kesalahan dalam mengerjakan dokumen. *quotation* (penawaran) yang di berikan menarik, dan Keramahan karyawan terhadap pelanggan, Setelah itu pihak PT. Eurotrans Charter Indonesia memperbaiki dengan 5 w 1h dan berhasil dengan menurunkan jumlah customer complain yang di terima PT. Eurotrans Charter Indonesia yang sebelum dilakukan perbaikan jumlah *customer complain* berjumlah rata – rata 4 *customer complain* perbulan setelah dilakukan perbaikan turun menjadi 2 *customer complain* perbulan.

Kata Kunci : Fuzzy Servqual, Kualitas Pelayanan, persepsi, harapan

I. PENDAHULUAN

PT. Eurotrans Charter Indonesia merupakan perusahaan Freight forwarder yang bergerak di bidang jasa angkutan yaitu jasa yang menyediakan jasa pengurusan dokumentasi angkutan darat, laut dan udara export maupun import. Perusahaan tersebut sering mengalami penurunan jumlah order yang di terima dikarenakan pelayanan jasa yang di berikan kurang memuaskan dalam melayani proses koreksi dokumen untuk export import yang lama ke pelayanan. Untuk itu perusahaan membutuhkan analisis mengenai penyebab terjadinya customer complain yang menyebabkan terjadinya penurunan order yang diterima dan pengendalian apa yang harus dilakukan agar dapat meminimalisasikan ketidakpuasan pelanggan terhadap jasa yang di berikan terhadap konsumen.

Sebuah freight forwarder, forwarder atau agen forwarding adalah seseorang atau perusahaan yang mengatur dan pengiriman untuk perorangan atau perusahaan –perusahaan lain dan mungkin juga bertindak sebagai sebuah pengangkut. Sebuah forwarder sering aktif sebagai pengangkut tapi hanya sebagai sebuah media penghubung antara penyedia jasa angkut dan yang mempunyai barang atau shipper, dengan kata lain sebagai sebuah pihak ketiga penyedia logistik yang (berbasis tanpa modal) yang mengirimkan barang muatan melalui pengangkut yang berbasis modal dan yang memesan atau paling tidak mengatur tempat untuk pengiriman – pengiriman.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa dari konsumen yang merupakan hasil perbandingan dari persepsi kinerja produk dan harapannya. Pelanggan tidak akan merasa puas apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada harapannya (Sitinjak dkk, 2004). Kepuasan konsumen tidak hanya dari produk fisiknya saja melainkan juga dari pelayanannya. Oleh karena itu, sebuah kafe harus memberikan pelayanan sebaik mungkin agar mampu mempertahankan konsumennya.

Berdasarkan data yang dimiliki oleh perusahaan, customer complain terjadi paling banyak pada divisi sea export yaitu berjumlah 41 customer complain dalam 1 tahun dengan persentase 66,13% dari jumlah keseluruhan sedangkan penghasilan terbesar adalah dari divisi tersebut berbanding terbalik dengan target yang diharapkan perusahaan yaitu “zero customer complain” karena bagi PT. Eurotrans Charter Indonesia kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan penyedia jasa dan sangat berpengaruh kepada kelangsungan hidup perusahaan di buktikan dengan penurunan penerimaan shipment PT. Eurotrans Charter Indonesia pada tahun 2015.

Berdasarkan uraian tersebut terdapat metode lain yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu metode *servqual*. *Servqual* adalah alat yang digunakan untuk mengukur persepsi dan harapan pelanggan serta kesenjangan yang ada dalam model kualitas jasa (Sari dan Andry, 2012). Dalam penilaian persepsi dan ekspektasi pada metode *servqual* menghasilkan penilaian responden yang bersifat subyektif dan bias. Melihat kekurangan yang terdapat pada *servqual* maka dilakukan integrasi dan langkah lanjutan

sehingga menghasilkan nilai yang obyektif. Metode yang dapat dikombinasikan dengan *servqual* yaitu metode *fuzzy*.

Metode *Fuzzy* merupakan metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dimana deskripsi aktivitas, penelitian dan penilaian bersifat subyektif, tidak pasti dan tidak tepat (Ariyani, 2009). Metode *servqual* yang dikombinasikan dengan metode *Fuzzy* (*Tringular Fuzzy Number*) didapatkan hasil yang lebih mampu mengakomodasikan ketidakpastian dan ketidaktepatan dari penilaian seseorang yang bersifat kualitatif/subyektif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan *servqual* yang dikombinasikan dengan teori *Fuzzy* agar pengukuran persepsi dan harapan dari pelanggan dapat diukur dengan tepat.

II. LANDASAN TEORI

Penelitian ini dilakukan di PT. Eurotrans Charter Indonesia, yang berlokasi di Jl. Boulevard artha gading di rukan artha gading Niaga blok E 15 kelapa gading Jakarta Utara - 14240. Penelitian dan pengolahan data dilakukan mulai bulan Februari 2016 sampai dengan Juni 2016. Tahapan penelitian diawali dari survei pendahuluan, identifikasi dan perumusan masalah, penentuan batasan masalah, sumber data, metode pengumpulan data, penentuan sampel/responden, pembuatan kuesioner, uji validitas dan reliabilitas, pengolahan data dengan metode *fuzzy-servqual*, analisa dan pembahasan serta kesimpulan dan saran.

Identifikasi dan perumusan masalah digunakan peneliti untuk memudahkan dalam menentukan arah penyelesaian masalah perusahaan. Penentuan sampel pada penelitian ini adalah dengan cara metode Purposive sampling. Sampel ini dipakai oleh peneliti karena peneliti ingin berfokus pada koresponden customer yang melakukan complain saja maka dipilih 25 customer saja yang sering melakukan customer complain. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Purposive Sampling (Judgmental Sampling)*, adalah suatu teknik pengambilan sampel dimana pemilihan sampel dilakukan dengan pertimbangan subjektif tertentu berdasar beberapa ciri/karakteristik yang dimiliki sampel tersebut, yang dipandang berhubungan erat dengan ciri/karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sampel yang purposif adalah sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan penelitian.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *closed question*. Responden menjawab sejumlah pertanyaan yang telah diberikan dalam kuesioner dengan pilihan jawaban yang tersedia sehingga penyusun dapat dengan mudah memahami maksud jawaban pelanggan. Kuesioner terdiri dari beberapa bagian yaitu identitas responden dan identifikasi persepsi dan harapan pelanggan.

Variabel-variabel dalam penelitian ini meliputi *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). *Tangible* (bukti fisik) yaitu fasilitas fisik, peralatan dan penampilan dari karyawan. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu respon atau kesigapan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan dan etika serta kemampuan untuk membangkitkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. *Empathy* (empati) yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami keinginan serta harapan pelanggan.

Uji validitas harus dilakukan untuk menjamin bahwa instrumen yang digunakan benar-benar telah mengukur apa yang akan diukur. Pengukuran validitas pada penelitian ini menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment* (Soegoto, 2008).

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika tidak pengukuran tersebut diulang. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan

reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih Pengukuran uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software spss*. Pengukuran ini akan diketahui koefisien *reliability* yaitu *alpha cronbach's* (Rangkuti, 2006).

Pengolahan data dilakukan dengan menghitung nilai fuzzifikasi dan defuzzifikasi untuk masing-masing nilai persepsi dan harapan. Proses fuzzifikasi dilakukan untuk mendapatkan nilai *crisp* (batas tengah) dari nilai *fuzzy* yang memiliki nilai dalam range tertentu. Proses fuzzifikasi menggunakan rumus *overall effectiveness measure* (OEM). Setelah perhitungan fuzzifikasi dilakukan perhitungan defuzzifikasi dengan menggunakan rumus *geometric mean* (Ariyani, 2009).

Hasil perhitungan *fuzzifikasi* dan *defuzzifikasi* digunakan untuk menghitung nilai gap/kesenjangan masing-masing atribut. Namun sebelumnya dilakukan perhitungan bobot dengan menentukan bobot menggunakan metode entropi (Jauhari, 2006). Setelah diketahui bobot maka menghitung nilai kesenjangan/gap dengan rumus *servqual*. Mulai dari menghitung gap tiap atribut hingga rata-rata gap tiap dimensi (Ahyati dkk, 2007).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Eurotrans Charter Sdn Bhd, sebuah freight forwarder internasional dan NVOCC didirikan pada Mei 1986 oleh Dato'Alex Nah yang memiliki lebih dari 36 tahun pengiriman, forwarding dan pengalaman logistik. Setelah 23 tahun di industri, perusahaan kini telah tumbuh menjadi freight forwarder terkemuka terutama ke / dari Amerika Serikat dan jalur perdagangan Eropa. Jelas lingkup bisnis kami juga memperluas sekarang ke daerah lain di Australia, Jauh Timur, Timur Tengah dan Sub Benua India termasuk sesekali logistik bergerak ke negara-negara CIS. Kami telah membentuk jaringan yang sangat luas agen yang dapat diandalkan di seluruh dunia, singkatnya, jika ada port, kita akan memiliki agen di sana untuk menyediakan layanan logistik yang dibutuhkan.

Untuk mengatasi permintaan pelanggan tumbuh, baik dalam angkutan laut dan udara, Perusahaan telah secara konsisten meningkatkan berbagai layanan serta memberikan sinergi yang kuat antara manajemen sistem dan profesionalisme sehingga untuk memastikan handal, tepat waktu, aman dan terbaik Nilai untuk jasa logistik berkualitas di ceruk pasar ini.

Pada tahun 2011 PT Eurotrans Charter Indonesia resmi berdiri di Indonesia dan bergabung pada naungan PT Freight Express Indonesia pada tahun 2013.

A. Karakteristik Responden

Penentuan sampel pada penelitian ini adalah dengan cara metode Purposive sampling. Sampel ini dipakai oleh peneliti karena peneliti ingin berfokus pada koresponden customer yang melakukan complain saja .

Karena pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling jadi penentuan responden berjumlah 25 responden yaitu perusahaan – perusahaan yang sering melakukan complain di tahun 2015

B. Analisis dan Interpretasi Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil perhitungan uji validitas kuesioner pada dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* memiliki nilai >0,3 sehingga menunjukkan lima variabel tersebut adalah valid. Nilai reliabilitas menunjukkan bahwa masing-masing dimensi memiliki nilai >0,6 sehingga alat ukur yang digunakan reliabel. Nilai koefisien yang memadai menunjukkan bahwa telah mampu dipercaya sebagai alat ukur dalam penelitian.

2. Fuzzifikasi dan Defuzzifikasi

Dalam penggunaan metode *Fuzzy-Servqual* perlu dilakukan *fuzzifikasi* dan *defuzzifikasi*. Hal ini digunakan untuk mendapatkan nilai berupa bilangan tegas (*crisp number*). Defuzzifikasi dilakukan dengan menggunakan rumus *geometric mean*.

3. Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Penilaian kualitas pelayanan menggunakan kombinasi metode *Fuzzy-Servqual* mencakup perhitungan perbedaan antara persepsi yang telah dirasakan oleh konsumen dengan harapan yang diinginkan konsumen. Hasil dari proses *fuzzifikasi* dan *defuzzifikasi* merupakan suatu bilangan tegas (*crisp number*) yang mewakili nilai pada masing-masing atribut. Selanjutnya bilangan tegas tersebut digunakan untuk menghitung gap tipe 5 yaitu kesenjangan antara jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan (*service gap*) oleh

Tabel 1. Nilai Gap *Fuzzy – Servqual* Keseluruhan

| Dimensi | NO | KRITERIA | Nilai persepsi | Nilai Harapan | Nilai Gap |
|--|----|---|----------------|---------------|-----------|
| Dimensi Tangibles (bukti langsung). | 1 | Lokasi yang mudah dijangkau dan strategis | 8.26 | 10.90 | -2.64 |
| | 2 | quotation (penawaran) yang di berikan menarik | 8.10 | 10.98 | -2.88 |
| | 3 | Berbagai fasilitas yang lengkap yang diberikan dari pihak manajemen. | 8.02 | 11.06 | -3.04 |
| | 4 | Kelengkapan sarana komunikasi | 8.02 | 10.82 | -2.80 |
| | 5 | Ketersediaan <i>Schedule</i> kapal yang jelas | 8.42 | 10.98 | -2.56 |
| | 6 | Dokumen yang di berikan dalam keadaan baik dan rapih. | 8.02 | 10.74 | -2.72 |
| Dimensi Reliability (keandalan). | 7 | Jasa layanan perevisian karyawan PT. Eurotrans Charter Indonesia melakukan <i>double cek</i> dan tidak melakukan kesalahan dalam mengerjakan dokumen. | 8.10 | 11.06 | -2.96 |
| | 8 | Pengiriman dokumen ke customer tepat waktu . | 8.10 | 11.06 | -2.96 |
| | 9 | Pemberian rute yang paling cepat dan aman dari PT. Eurotrans Charter Indonesia. | 8.02 | 10.82 | -2.80 |
| | 10 | Kemudahan dalam proses pembayaran | 8.02 | 11.06 | -3.04 |
| Dimensi Responsiveness (Daya tanggap) | 11 | Kecepatan tindakan karyawan PT. Eurotrans Charter Indonesia pada saat ada keluhan dari pelanggan | 7.94 | 10.82 | -2.88 |
| | 12 | Petugas memiliki pengetahuan yang baik dan memberikan yang jawaban yang benar (tidak mengada ada) | 8.26 | 10.90 | -2.64 |
| | 13 | Respon pihak manajemen dengan adanya permintaan dari pelanggan yang dianggap hal baru | 8.34 | 10.98 | -2.64 |
| | 14 | Respon pihak manajemen dengan adanya kritik dan saran dari para pelanggan | 8.18 | 10.82 | -2.64 |
| | 15 | Tingkat kesabaran karyawan dalam menerima keluhan pelanggan | 7.94 | 10.82 | -2.88 |
| Dimensi Assurance (jaminan). | 16 | Kemudahan mendapat informasi tentang sistem pelayanan | 8.26 | 10.98 | -2.72 |
| | 17 | Kemudahan pihak eurotrans dalam melakukan penerimaan order | 7.31 | 10.90 | -3.59 |
| | 18 | Keramahan karyawan terhadap pelanggan | 8.10 | 10.98 | -2.88 |
| | 19 | memberikan jaminan terhadap barang yang dikirimkan dengan menawarkan asuransi | 8.02 | 10.90 | -2.88 |
| | 20 | menjelaskan resiko dan keuntungan yang akan di hadapi pelanggan dengan sebenarnya | 8.34 | 10.98 | -2.64 |
| | 21 | Kebersihan dan keamanan dalam mendapatkan container ataupun alat angkut yang di berikan | 8.18 | 10.90 | -2.72 |
| Dimensi Empaty (Empati). | 22 | Kemudahan pelanggan meminta bantuan kepada karyawan | 8.02 | 10.90 | -2.88 |
| | 23 | Sistem komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen | 8.34 | 10.98 | -2.64 |
| | 24 | Tanggungjawab dari pihak manajemen atas pelayanan yang baik yang diberikan kepada pelanggan dari Pihak PT. Eurotrans Charter Indonesia. | 8.18 | 10.98 | -2.80 |
| | 25 | Pihak PT. Eurotrans Charter Indonesia selalu memberikan rute, harga , dan pemilihan pelayaran yan terbaik yang dibutuhkan oleh customer PT. Eurotrans Charter Indonesia | 8.10 | 10.90 | -2.80 |

(Sumber : Penelitian)

4. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan

Perbaikan kualitas pelayanan perlu dilakukan terhadap atribut-atribut pelayanan yang dianggap masih kurang dapat memenuhi kepuasan konsumen berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Hal ini dapat digunakan sebagai bahan rekomendasi bagi PT. Eurotrans Charter Indonesia untuk meningkatkan pelayanannya. Perbaikan dapat dilakukan pada dimensi dan atribut-atribut pelayanan yang tepat. Berdasarkan hasil gap terbobot kualitas pelayan ini diambil atribut dengan nilai gap terbesar tiap dimensi kemudian diurutkan mulai dari yang terbesar dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perhitungan nilai *Fuzzy – servqual* per kriteria keseluruhan

| urutan perbaikan | NO | KRITERIA | Nilai Gap |
|------------------|----|---|-----------|
| 1 | 17 | Kemudahan pihak eurotrans dalam melakukan penerimaan order | -3.59 |
| 2 | 3 | Berbagai fasilitas yang lengkap yang diberikan dari pihak manajemen. | -3.04 |
| 3 | 10 | Kemudahan dalam proses pembayaran | -3.04 |
| 4 | 7 | Jasa layanan perevisian karyawan PT. Eurotrans Charter Indonesia melakukan <i>double cek</i> dan tidak melakukan kesalahan dalam mengerjakan dokumen. | -2.96 |
| 5 | 8 | Pengiriman dokumen ke customer tepat waktu . | -2.96 |
| 6 | 11 | Kecepatan tindakan karyawan PT. Eurotrans Charter Indonesia pada saat ada keluhan dari pelanggan | -2.88 |
| 7 | 15 | Tingkat kesabaran karyawan dalam menerima keluhan pelanggan | -2.88 |
| 8 | 2 | quotation (penawaran) yang di berikan menarik | -2.88 |
| 9 | 18 | Keramahan karyawan terhadap pelanggan | -2.88 |
| 10 | 19 | memberikan jaminan terhadap barang yang dikirimkan dengan menawarkan asuransi | -2.88 |
| 11 | 22 | Kemudahan pelanggan meminta bantuan kepada karyawan | -2.88 |
| 12 | 4 | Kelengkapan sarana komunikasi | -2.80 |
| 13 | 9 | Pemberian rute yang paling cepat dan aman dari PT. Eurotrans Charter Indonesia. | -2.80 |
| 14 | 24 | Tanggungjawab dari pihak manajemen atas pelayanan yang baik yang diberikan kepada pelanggan dari Pihak PT. Eurotrans Charter Indonesia. | -2.80 |
| 15 | 25 | Pihak PT. Eurotrans Charter Indonesia selalu memberikan rute, harga , dan pemilihan pelayaran yan terbaik yang dibutuhkan oleh customer PT. Eurotrans Charter Indonesia | -2.80 |
| 16 | 6 | Dokumen yang di berikan dalam keadaan baik dan rapih. | -2.72 |
| 17 | 16 | Kemudahan mendapat informasi tentang sistem pelayanan | -2.72 |
| 18 | 21 | Kebersihan dan keamanan dalam mendapatkan container ataupun alat angkut yang di berikan | -2.72 |
| 19 | 13 | Respon pihak manajemen dengan adanya permintaan dari pelanggan yang dianggap hal baru | -2.64 |
| 20 | 14 | Respon pihak manajemen dengan adanya kritik dan saran dari para pelanggan | -2.64 |
| 21 | 20 | menjelaskan resiko dan keuntungan yang akan di hadapi pelanggan dengan sebenarnya | -2.64 |
| 22 | 23 | Sistem komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen | -2.64 |
| 23 | 1 | Lokasi yang mudah dijangkau dan strategis | -2.64 |
| 24 | 12 | Petugas memiliki pengetahuan yang baik dan memberikan yang jawaban yang benar (tidak mengada ada) | -2.64 |
| 25 | 5 | Ketersediaan <i>Schedule</i> kapal yang jelas | -2.56 |

5. Perbaikan

a. Membuat rencana perbaikan.

Setelah dapat di ketahui nilai gap yang paling besar maka peneliti dan pihak manajemen PT.Eurotrans Charter Indonesia dengan batasan melakukan brainstorming untuk meninjau lebih jauh masalah 3 (gap) masalah teratas untuk mengurangi customer complain sbb :

1. Kemudahan pihak eurotrans dalam melakukan penerimaan order
2. Berbagai fasilitas yang lengkap yang diberikan dari pihak manajemen.
3. Kemudahan dalam proses pembayaran

Maka disusunlah rencana perbaikan memakai 5w1h sebagai langkah awal dalam perbaikan yang akan dilakukan oleh PT. Eurotrans Charter Indonesia dapat di lihat di tabel 3

Tabel 3. Rencana perbaikan menggunakan 5w1h

| No. | Akar Penyebab Dominan | What | why | when | where | who |
|-----|--|--|--|------------------|-------------------------|---------------|
| | pokok bahasan | ide perbaikan | Ukuran Keberhasilan | Waktu pencapaian | lokasi | pic |
| 1 | Kemudahan pihak eurotrans dalam melakukan penerimaan order | memberikan detail jelas penawaran jasa melalui company profile yang di cetak | Agar customer tidak bingung dalam melakukan proses booking / order kepada PT. Eurotrans Charter Indonesia. | 1-Jul-16 | PT. Eurotrans Indonesia | Hendry / tury |
| 2 | Berbagai fasilitas yang lengkap yang diberikan dari pihak manajemen. | Pembaharuan sistem fowarding infoss secara berkala | agar semua pekerjaan terekot dalam sistem | 1-Jul-16 | PT. Eurotrans Indonesia | Hendry / IT |
| 3 | Kemudahan dalam proses pembayaran | mencantumkan no rekening dalam invoce | Agar customer tidak bingung dalam melakukan pembayaran | 1-Jul-16 | PT. Eurotrans Indonesia | Hendry |

(Sumber : Penelitian)

b. Implementasi aktifitas perbaikan

Setelah membuat rencana perbaikan berikut ini adalah implementasi perbaikan yang di lakukan oleh PT. Eurotrans Charter Indonesia dapat dilihat pada tabel 4

Tabel 4. Implementasi perbaikan

| No. | kondisi awal | | Perbaikan yang di lakukan |
|-----|--|--|---|
| | pokok bahasan | Informasi | |
| 1 | Kemudahan pihak eurotrans dalam melakukan penerimaan order | - pihak eurotrans tidak meyebutkan dalam penawaran apa saja yang di berikan PT. Eurotrans | - membuat company profile |
| 2 | Berbagai fasilitas yang lengkap yang diberikan dari pihak manajemen. | - sistem / aplikasi yang di gunakan tidak update -perlu pembaruan sistem / aplikasi infoss, acc secara berkala | -menggupgrade sistem / aplikasi infoss dan acc -membuat jadwal pengkinian data perusahaan dalam 2 bulan sekali |
| 3 | Kemudahan dalam proses pembayaran | - Tidak ada Pencantuman no rekening | - mencetak form invoice baru dengan mencantumkan no rekening |

(Sumber : Penelitian)

c. Evaluasi aktifitas perbaikan.

Setelah melaukan Aktivitas perbaikan Aktivitas evaluasi dampak perbaikan dilakukan pada bulan April – Juni 2016 yang mana semua aktivitas perbaikan sudah selesai dilakukan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan nilai customer complain pada Januari - Maret 2016 yaitu kondisi dimana data jumlah penerimaan customer complain bulan Januari - Maret 2016 dan bulan April – Juni 2016 Atau setelah implementasi perbaikan di lakukan.

Tabel 5 Jumlah *customer complain*

| Bulan | Jumlah <i>complain customer</i> | ket |
|----------|---------------------------------|-------------------|
| Januari | 3 | sebelum perbaikan |
| Februari | 4 | |
| Maret | 4 | |
| April | 2 | sesudah perbaikan |
| Mei | 1 | |
| Juni | 1 | |

(sumber : Penelitian)

Berdasarkan Hasil penelitian yang dilakukan maka dapat di ketahui urutan Prioritas Perbaikan yang akan di lakukan oleh PT. Eurotrans Charter Indonesia berikut ini adalah 3 usulan perbaikan yang memiliki nilai gap terbesar sbb:

1. Kemudahan pihak eurotrans dalam melakukan penerimaan order
2. Berbagai fasilitas yang lengkap yang diberikan dari pihak manajemen.
3. Kemudahan dalam proses pembayaran

Dan berikut ini adalah 3 usulan perbaikan dengan nilai gap terendah

1. Lokasi yang mudah dijangkau dan strategis
2. Petugas memiliki pengetahuan yang baik dan memberikan yang jawaban yang benar (tidak mengada ada)
3. Ketersediaan Schedule kapal yang jelas.

Dimensi *responsiveness* berada pada rangking kedua dengan atribut karyawan melakukan transaksi dengan cepat. Nilai yang negatif ini bisa diinterpretasikan bahwa pihak kafe perlu melakukan perbaikan terhadap karyawannya dalam melayani konsumen. Dimensi *emphaty* berada pada rangking ketiga dengan atribut karyawan masih belum mampu menerima masukan dan kritik dari konsumen dengan sikap positif memiliki. Ketidakpuasan konsumen terhadap dimensi *emphaty* ini dikarenakan konsumen mengharapkan keramahan, intonasi dan emosi yang baik saat berkomunikasi dari karyawan kepada konsumen.

Perbaikan pada dimensi *responsiveness* dan *emphaty* ini dapat dilakukan dengan melakukan *training* bagi karyawan dengan mengajarkan bagaimana sikap sopan dan ramah terhadap konsumen selain itu juga pelatihan dilakukan agar karyawan bisa bekerja secara maksimal. Program pelatihan dan pengembangan karyawan dapat meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan pengalaman terhadap pekerjaannya. Kegiatan dalam pelatihan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keahlian dan kompetensi. Kegiatan dilakukan melalui kegiatan pengajaran, pendidikan dan pelatihan meliputi ilmu pengetahuan, keterampilan dan keahlian (Salmah, 2012).

Dimensi *reliability*, atribut yang memiliki nilai gap terbobot terbesar yaitu karyawan menyajikan pesanan dengan cepat. Konsumen merasa karyawan belum mampu menyajikan pesanan dengan cepat. Hal ini dikarenakan tidak ada waktu standar dalam pembuatan dan penyajian pesanan serta kurangnya tenaga kerja yang ada. Perbaikan yang dapat dilakukan yaitu dengan mengukur waktu pelayanan (waktu pembuatan dan mengantar pesanan) dan jumlah karyawan yang diperlukan. Dari hasil pengukuran tersebut dapat diketahui waktu standar dari penyajian pesanan dan berikutnya dapat digunakan untuk mempertimbangkan penambahan jumlah karyawan apabila diperlukan. Konsumen ingin mendapatkan pelayanan yang lebih cepat karena mereka mudah merasa jengkel terhadap pelayanan yang terlambat karena waktu adalah kesempatan untuk mendapatkan kesempatan yang lebih baik (Mustaniroh dkk, 2010).

Dimensi terakhir yaitu dimensi *tangible* terdapat pada atribut T3 (jumlah tempat duduk yang memadai) sebesar -0,90. Hasil pengamatan di lapangan didapatkan ruangan kafe yang sempit sehingga tidak dapat menampung konsumen yang datang. Hal ini membuat konsumen merasa bosan akibat terlalu lama menunggu. Konsumen merasa kurang nyaman akibat banyaknya konsumen yang mengantri sehingga tidak leluasa terlalu lama berada di kafe ini. Oleh karena itu diperlukan penambahan luas ruangan/ekspansi agar dapat menampung konsumen yang datang sehingga tidak terlalu lama untuk menunggu (*waiting list*).

Ekspansi usaha memiliki resiko yang besar karena pasar berubah dengan cepat dan ongkos uang (*cost of money*) teramat tinggi. Kondisi ini perlu disikapi dengan penuh hati-hati sedangkan bisnis tetap dijalankan dengan berkomitmen untuk menciptakan nilai bagi pelanggan. Ekspansi dapat dilakukan dengan menambah luas ruangan yang ada. Bisa secara horizontal atau vertikal. Selain itu juga ekspansi dapat dilakukan dengan membuka cabang baru di tempat lain. Kriteria yang perlu dipertimbangkan dalam memilih lokasi adalah karakteristik sosial ekonomis sekitarnya, arus lalu lintas, biaya tanah, peraturan kawasan, kemungkinan terlihat, transportasi publik, keberadaan pesaing, tempat parkir yang luas, kemudahan akses, keselamatan dan keamanan (Zuliarni dan Relon, 2013).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pengolahan data dan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pengolahan data yang di dapatkan maka di ketahui jumlah dengan nilai persepsi 8.105 dan harapan 10.932 yang berarti jasa di berikan oleh PT. Eurotrans belum memuaskan karena apa yang dirasakan oleh konsumen jauh dari apa yang diharapkan oleh konsumen , karena nilai persepsi lebih kecil dibandingkan dengan nilai harapan konsumen.
2. Kriteria yang memiliki nilai gap tertinggi yaitu Kemudahan pihak eurotrans dalam melakukan penerimaan order dengan nilai kesenjangan / Gap sebesar -3.59. Dengan demikian kriteria ini merupakan kriteria yang banyak dikeluhkan pelanggan sehingga perlu segera dilakukan perbaikan. Sedangkan kriteria yang ranking terendah adalah kriteria Ketersediaan Schedule kapal yang jelas dengan nilai kesenjangan sebesar -2.56 Dengan demikian hal ini juga perlu di perhatikan juga agar tidak masalah tersebut tidak akan muncul lagi di kemudian hari.
3. Berdasarkan Hasil penelitian yang dilakukan maka dapat di ketahui urutan urutan Prioritas Perbaikan yang akan di lakukan oleh PT. Eurotrans Charter Indonesia berikut ini adalah 3 usulan perbaikan yang memiliki nilai gap terbesar sbb:
 - a) Kemudahan pihak eurotrans dalam melakukan penerimaan order
 - b) Berbagai fasilitas yang lengkap yang diberikan dari pihak manajemen.
 - c) Kemudahan dalam proses pembayaranDan berikut ini adalah 3 usulan perbaikan dengan nilai gap terendah
 - a) Lokasi yang mudah dijangkau dan strategis
 - b) Petugas memiliki pengetahuan yang baik dan memberikan yang jawaban yang benar (tidak mengada ada)
 - c) Ketersediaan Schedule kapal yang jelas.
4. Berdasarkan Perbaikan yang di lakukan dengan cara 5W1H PT. Eurotrans Charter Indonesia Dapat menurunkan jumlah Customer Complain yang dibuktikan di table Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan perbaikan jumlah customer complain berkurang yang semula 4 customer complain di bulan maret setelah di lakukan perbaikan menjadi berkurang menjadi 2 customer complain. dan turun lagi di bulan mei menjadi 1 buah customer complain.

V. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahyati, A., Taufiq R., dan Hafid, R. 2007. Analisa Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Wonogiri Menggunakan Metode Fuzzy-Servqual. Gema Teknik 10(2): 22-26.
- [2] Ariyani, E. 2009. Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan Di Instalasi Rawat Inap Dengan Metode Servqual dan Fuzzy (Studi di Rumah Sakit Daerah Jombang). Jurnal Penelitian Ilmu Teknik 9(1): 58-69.

-
- [3] Deng, W. J. 2008. Revised Importance- Performance Analysis: Three-Factor Theory And Benchmarking. *The Service Industries Journal* 20(1): 37-51.
- [4] Durianto, D., Sugiarto dan Lie J.B. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Hal. 40.
- [5] Fatlahah, A. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum. *Jurnal Ilmu Manajemen* 1(2): 472-485.
- [6] Gea, A.A. 2005. *Character Building IV (Relasi dengan Dunia)*. PT. Elex Media Komputindo. Hal 86.
- [7] Irawan, H. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta. Hal. 38.
- [8] Jauhari, W.A. 2006. Pengukuran Fleksibilitas Dalam Industri Manufaktur Dengan Menggunakan Objective Matrix (OMAX) dan Entropy. *Performa* 5(1): 70-75.
- [9] Mustaniroh, S.A., Retno A dan Dinar W. 2006. Analisis Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Brem Padar Di Kota Madiun. *Jurnal Teknologi Pertanian* 7(1): 37-45.
- [10] Rangkuti, F. 2006. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Hal. 75.
- [11] Salmah, N.N.A. 2012. Pengaruh Program Pelatihan dan Pengembangan Karyawan Terhadap Kompetensi Karyawan Pada PT. Muba Electric Power Sekayu. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (Jenius)* 2 (3): 278-290.
- [12] Santoso, S. 2007. *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Total Quality Management (TQM)*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta. Hal. 8.
- [13] Sari, D.P dan Andry H. 2012. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Instalasi Rawat Jalan Dengan Metode Servqual dan Triz (Studi Kasus di RS Muhammadiyah Roemani). *J@ti Universitas Diponegoro* 7(2): 95-104.
- [14] Sitingjak, T. Darmadi, D. Sugiarto dan Holy I.Y. 2004. *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Hal. 6.
- [15] Soegoto, E.S. 2008. *Marketing Research*. Elex Media Komputindo. Jakarta. Hal 126.
- [16] Sumatyanto. 2009. Strategi Sukses Bagi Usaha Pemasaran Jasa. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 9(1): 53-65.
- [17] Susanto, A.B. *Penghiburan*. Kanesus. Yogyakarta. Hal 78.
- [18] Syamsi. 2008. Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Siswa Bimbingan Konsultasi Belajar Al Qolam Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan* 5(1): 18-36.
- [19] Zuliarni, S dan Relon T.H. 2013. Analisis faktor-Faktor Pertimbangan Pebisnis Restoran Kelas Kecil di Lingkungan Kampus Universitas Riau Dalam Pemilihan Lokasi Usaha. *Jurnal Aplikasi Bisnis* 3(2): 100-119.
- [20] Dorothea, Wahyu Ariani, *Manajemen Kualitas, Edisi Pertama*, Penerbit Universitas Atma jaya Yogyakarta, 1999.
- [21] Hana catur Wahyuni, Wiwik Sulistiyowati, M Khamin, *Pengendalian Kualitas (aplikasi pada industry jasa dan manufaktur dengan lean , sixsigma dan servqual)*. Graha Ilmu, Yogyakarta 2015.
- [22] Gasperz, Vincent, *Metode Analisis Untuk Peningkatan Kualitas*, PT. Gramedia Pustaka utama, Jakarta, 2001.
- [23] Guanrong Chen & Trung Tat Pham, *Fuzzy Sets, Fuzzy Logic, and Fuzzy Control Systems*, University of Houston, Texas 2001
- [24] Nindya Nur Fajriyah, Usman Effendi, Imam Santoso, *Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode Fuzzy Servqual pada Restoran X di Kota Malang*, Malang 2014
- [25] PT. Freight Express, *Basic Forwarding Product Knowledge Training*, Jakarta 2011

- [26] Rizkiyatul Mauliddiya, Wike Agustin Prima Dania, Sakunda Anggarini, Analisis Dan Usulan Perbaikan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Fuzzy-Servqual Di Kafe Lai-Lai, Malang 2014
- [27] Sarwono, Jonathan, Analisis Dats Penelitian Menggunakan SPSS, CV ANDI OFFSET, Yogyakarta, 2006.
- [28] Timothy j Rose ,Fuzzy Logic with Engineering Applications, Third_Edition, University of New Mexico, USA 2010
- [29] Walpole E, Ronald, pengantar statiska edisi ke 3. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta . 1992.