

Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Di BC 5 HNI HPAI Kota Batam Menggunakan Metode IPA dan 5W+1H

Zahra Fauza Desvianda¹, Yoanita Yuniati Mukti²

^{1,2} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional, Jl. PHH Mustofa No. 23, Bandung, 40124, Indonesia
Email: zahrafauzadesvianda@gmail.com

Received DD MM YYYY | Revised 10 03 2022 | Accepted DD MM YYYY

ABSTRAK

BC 5 HNI HPAI Kota Batam saat ini berupaya meningkatkan kualitas layanan karena masih terdapat keluhan pelanggan terkait kenyamanan ruangan, penerapan proses, dan fasilitas parkir. Penelitian ditujukan untuk menghasilkan usulan peningkatan kualitas pelayanan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengetahui variabel prioritas, metode Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui indeks kepuasan variabel, dan analisis usulan menggunakan metode 5W+1H. Hasil penelitian terdapat 8 variabel berada di kuadran 1 matriks IPM yaitu, tempat parkir memadai, ruang tunggu memadai, brosur harga, karyawan dapat diandalkan, karyawan memastikan proses pelanggan, karyawan menggunakan masker, perasaan aman dan nyaman bertransaksi, serta karyawan selalu mengucapkan salam. Hasil perhitungan CSI sebesar 60,74% dengan kategori cukup puas. Usulan berdasarkan metode 5W+1H sebagai berikut, menyusun ulang tata letak tempat parkir dan ruang tunggu, update brosur, edukasi herbal dan aplikasi HSIS, protokol kesehatan, mengucapkan salam, serta menjaga komunikasi dengan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index

ABSTRACT

BC 5 HNI HPAI Batam City is currently trying to improve service quality, there are still customer complaints related to features, implementation of procedures, and parking facilities. The research is aimed at producing service quality improvement offers using the Importance Performance Analysis (IPA) method to determine priority variables, the Customer Satisfaction Index (CSI) method used to determine the satisfaction index variable, and proposal analysis using the 5W+1H method. The results showed that there were 8 variables in quadrant 1 of the HDI matrix, namely, sufficient parking space, sufficient waiting room, price brochures, reliable employees, employees ensuring customers, employees using masks, feeling safe and comfortable in transactions, and employees always saying greetings. The result of CSI calculation is 60.74% with quite satisfied category. The proposal based on the 5W+1H method is as follows, arranging the layout of the parking lot and waiting room, updating brochures, herbal education and HSIS applications, health protocols, greeting, and maintaining communication with customers.

Keywords: Service quality, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index

1. PENDAHULUAN

Masa kini masyarakat dunia banyak membawa perubahan yang cenderung untuk kembali pada alam atau biasa disebut back to nature. Perubahan yang terjadi salah satunya adalah beralih dari pengobatan kimia dengan mengkonsumsi obat-obatan yang bersumber dari bahan alami. Semakin tinggi kebutuhan akan herbal didasari oleh terjadinya perubahan pada pola hidup manusia yang semakin ingin membaik, perkembangan penyakit yang semakin hari meningkat, dan perubahan lingkungan. Berdasarkan berita harian liputan6, Permintaan terhadap obat herbal sangat mengalami peningkatan pesat pada masa pandemi saat ini yang terjadi hampir di seluruh dunia. Alasan utama terjadi peningkatan permintaan herbal adalah bahan yang digunakan tidak menimbulkan efek samping bagi kesehatan. Herbal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia atau dikenal sebagai HNI-HPAI adalah salah satu bisnis yang menyediakan berbagai produk herbal halal. Penelitian dilakukan pada BC 5 HNI-HPAI Kota Batam, karena business center tersebut salah satu yang aktif di Kota Batam. Perusahaan masih memiliki permasalahan dalam hal kualitas layanan, seperti ketersediaan tempat parkir yang kurang memadai, semakin berkurangnya perhatian terhadap protokol kesehatan pada masa pandemi saat ini dan permasalahan lainnya yang akan dilakukan peningkatan kualitas pelayanannya. Apabila hal tersebut terus-menerus terjadi maka menyebabkan kekhawatiran seperti mengalami penurunan jumlah pelanggan tetap yang berbelanja di BC 5 HNI-HPAI. BC 5 HNI-HPAI Kota Batam sebelumnya belum pernah melakukan survei kepuasan pelanggan. Saat ini tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan business center belum diketahui secara pasti. Penelitian ini perlu dilakukan untuk menemukan faktor – faktor yang menjadi prioritas dalam peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan BC 5 HNI-HPAI Kota Batam. Hal–hal tersebut yang menjadi latar belakang dilakukannya penelitian ini.

2. METODOLOGI

2.1 Identifikasi Masalah

Produk herbal sangat diminati pada masa pandemi seperti saat ini. BC 5 HNI merupakan bisnis produk herbal halal. BC 5 HNI belum pernah mengukur tingkat kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, sehingga belum mengetahui secara pasti kualitas layanan yang diberikan sudah memenuhi kepuasan pelanggan. Saat ini BC 5 HNI mendapatkan keluhan seperti kurang memadainya kapasitas lahan parkir, kurangnya perhatian terhadap protokol kesehatan, dan faktor lainnya yang harus dilakukan peningkatan. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan tetap BC 5 HNI dan melakukan pengolahan data menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan metode Customer Satisfaction Index (CSI), serta memberikan usulan berdasarkan atribut prioritas perbaikan menggunakan metode 5W+1H.

2.2 Studi Literatur

Studi literatur yang digunakan untuk mendukung penelitian diantaranya adalah mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, hubungan kualitas pelayanan dan kepuasanpelanggan, Metode Importance Performance Analysis (IPA), Metode Customer Satisfaction Index (CSI), dimensi mengenai kualitas pelayanan, metode 5W+1H dan instrumen penelitian.

2.3 Identifikasi Metode Pemecahan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di perusahaan, peneliti menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA), metode Customer Satisfaction Index (CSI), dan metode 5W+1H untuk usulan rencana perbaikan. Faktor-faktor yang diperlukan untuk meningkatkan kepuasan terhadap pelayanan dapat diketahui dengan cara menyebarkan kuesioner berdasarkan dimensi kualitas pelayanan kepada para pelanggan tetap. Metode Importance Performance Analysis (IPA) dikenalkan pertama kali oleh Martilla dan James tahun 1977 yang dipublikasikan dalam sebuah *Journal of Marketing*, digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan atribut agar mengetahui tingkat prioritas paling utama untuk dilakukan peningkatan oleh perusahaan dengan menggunakan diagram kartesius, data yang digunakan berasal dari hasil kuesioner. Metode Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan berdasarkan hasil dari kuesioner. Analisis usulan peningkatan kualitas pelayanan dilakukan dengan analisis metode 5W+1H, hasil analisis usulan ini akan diberikan kepada pihak perusahaan.

2.4 Desain Sampling

Desain sampling dibutuhkan untuk mengetahui teknik sampling dan ukuran sampel. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik non probability sampling, yakni teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling dipilih karena memiliki maksud tertentu terhadap responden. Menurut Sugiyono (2015) teknik non probability sampling merupakan metode sampling yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel dan teknik purposive sampling yaitu responden dipilih secara sengaja dengan karakteristik tertentu. Pengambilan sampel dengan rumus Lemeshow menurut Lemeshow (1990, dalam Sugiyono, 2015) karena populasi tidak diketahui jumlahnya dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$N = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2} \quad (1)$$
$$= 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh nilai n sebesar 96.04 yang berarti jumlah responden minimal sebanyak 97 orang karena dibulatkan keatas.

2.5 Perancangan Kuesioner

Tahapan ini berisikan perancangan kuesioner penelitian. Penyusunan kuesioner dibuat dalam bentuk kuesioner kepentingan dan kuesioner kepuasan pelanggan. Kuesioner menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, et.al., (1999, dalam Tjiptono, 2016) Lima dimensi tersebut diantaranya adalah reliabilitas (reliability) yang merupakan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan dengan tepat, daya tanggap (responsiveness) merupakan kesiapan penyedia jasa untuk merespon permintaan pelanggan, jaminan (assurance) merupakan pengetahuan dan kemampuan untuk membangun kepercayaan antara perusahaan dan pelanggan, empati (empathy) merupakan sikap dari personal maupun perusahaan untuk memberikan perhatian pada pelanggan, bukti fisik (tangibles) merupakan ketersediaan fasilitas fisik perlengkapan dan material untuk memperkuat citra perusahaan. Kuesioner tingkat kepentingan yang digunakan dalam penelitian menggunakan skala 1-5 dimana nilai satu menyatakan "Sangat Tidak Penting" dan nilai 5 menyatakan "Sangat Penting", sedangkan kuesioner tingkat kepuasan memiliki arti nilai satu menyatakan "Sangat Tidak Puas" dan nilai 5 menyatakan "Sangat Puas".

2.6 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari responden dan mengamati langsung di perusahaan. Pengumpulan data penting dilakukan karena bertujuan untuk pengumpulan bukti yang berhubungan langsung dengan penelitian, sehingga dapat menganalisis dan memberikan output terhadap permasalahan yang dihadapi perusahaan. Pengumpulan data primer yaitu dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan dan pelanggan mengisi kuesioner yang diberikan. Kuesioner disebar dengan menggunakan media Google Form. Responden yang mengisi kuesioner ini ditentukan kriteria nya dan merupakan member HNI yang aktif berbelanja di BC5. Jumlah responden dalam penelitian ini minimal 97 orang.

2.7 Pengujian Validitas

Tahapan pengolahan data berisikan data-data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dengan melakukan perhitungan jumlah sampel. Pengujian validitas merupakan sebuah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur hal yang ingin dilakukan pengukuran dan untuk mengetahui apakah data yang digunakan sudah valid atau tidak. Mencari validitas pada sebuah item menggunakan korelasi antara skor item dengan total item yang ada. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program Statistical Product and Service Solution (SPSS), dengan cara membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} . Nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan data tersebut valid.

2.8 Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas jika kuesioner sudah valid. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Apabila jawaban yang diperoleh adalah konsisten, maka dapat dikatakan alat ukur tersebut reliabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban dari setiap item pertanyaan adalah konsisten, dan nilai alpha cronbach $> 0,60$ maka instrumen tersebut reliabel.

2.9 Pengolahan Data

Tahapan pengolahan data berisikan data-data yang telah dikumpul pada tahapan pengumpulan data. Pengolahan data untuk penelitian di BC 5 HNI menggunakan metode metode Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI) dan metode 5W+1H. Data yang diperoleh masih berbentuk data ordinal sehingga diperlukan transformasi data menggunakan metode Method of Successive Interval (MSI) dengan menggunakan Microsoft Excel. Method of Successive Interval (MSI) Method of successive interval (MSI) digunakan untuk mengubah data ordinal menjadi data dengan skala interval (Sugiyono, 2013).

1. Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*

Berikut merupakan petunjuk pengolahan data Metode Importance Performance Analysis (IPA):

- a. Tingkat Kesesuaian
- b. Tingkat Kesesuaian Total
- c. Diagram Kartesius

2. Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Data yang diperoleh melalui kuesioner akan diolah menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI), dimana tahapan pengolahan data menggunakan metode ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan terhadap perusahaan.

2.10 Analisis Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode 5W+1H

Tahapan analisis berisikan analisis terhadap atribut atribut yang dihasilkan dari perhitungan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) yaitu berupa variabel yang berada di dalam kategori kuadran I merupakan variabel yang diprioritaskan untuk dilakukan peningkatan. Metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk menganalisis data kepuasan pelanggan apakah sudah tercapai indeks nilai kepuasannya. Usulan peningkatan dilakukan menggunakan metode 5W+1H. Metode 5W+1H dilakukan untuk mengetahui bagaimana rencana perbaikan yang akan dilakukan. Metode ini dilakukan dengan menjawab pertanyaan yaitu : what, who, where, when, why, dan how.

2.11 Kesimpulan dan Saran

Tahap kesimpulan dan saran merupakan tahapan akhir dari penelitian ini. Tahapan akhir ini berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan. Kesimpulan berisikan ringkasan pemecahan masalah yang berupa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di BC 5 HNI. Saran berisikan usulan peningkatan kualitas pelayanan untuk BC 5 HNI dan penelitian selanjutnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengujian Alat Ukur

Sub bab ini berisikan pengujian alat ukur berupa uji validitas dan uji reliabilitas dari data kuesioner yang telah dikumpulkan.

1. Uji Validitas

Pengujian validitas menggunakan bantuan software Statistical Product and Service Solutions (SPSS) 22. Pengujian alat ukur dilakukan dengan mengambil data 30 responden hasil kuesioner. Penyebaran kuesioner memanfaatkan google form dan dilakukan selama bulan desember. Berdasarkan hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa data tersebut valid. Data tersebut dikatakan valid dikarenakan r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Nilai r_{tabel} sebesar 0.361, dan data yang diperoleh lebih besar dari nilai r_{tabel} .

2. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian validitas maka dilanjutkan dengan pengujian reliabilitas, hasil uji reliabilitas. Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut diperoleh bahwa data tersebut reliabel. Data dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha >0.600 . Karena data yang telah di uji reliabilitas ini memiliki nilai sebesar 0.992 dan lebih besar dari 0.600 maka data tersebut dikatakan reliabel.

3.2 Hasil Penelitian Metode Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk menganalisis tingkat kinerja atau pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan maupun pengguna jasa terhadap tingkat kepuasan yang diharapkan pelanggan.

1. Tingkat Kesesuaian

Perhitungan tingkat kesesuaian dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan kepentingan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Data yang diperlukan untuk menghitung tingkat kesesuaian adalah nilai total dari masing-masing variabel kepentingan dan kepuasan. Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian seluruh

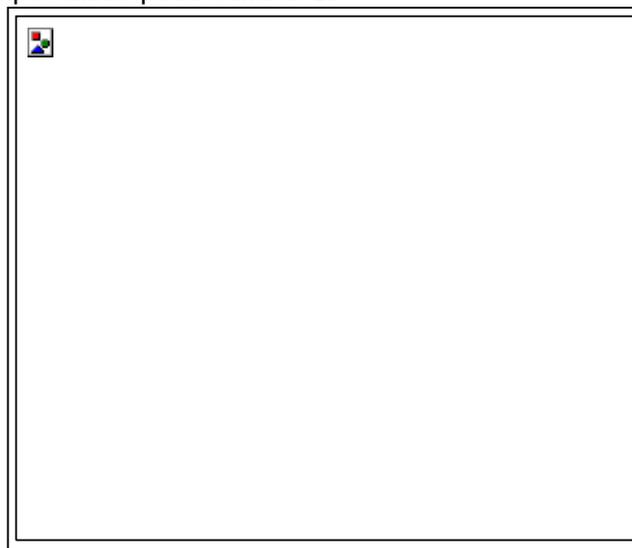
variabel, diperoleh 15 variabel yang memiliki nilai diatas 100%. Jika nilai yang diperoleh diatas 100% artinya pelanggan telah merasakan kepuasan terhadap variabel tersebut. Apabila nilai yang dihasilkan dibawah 100%, maka variabel tersebut harus dilakukan sebuah perbaikan untuk mencapai nilai 100% ataupun lebih, karena menunjukkan bahwa pelanggan tersebut telah puas sepenuhnya terhadap seluruh variabel.

2. Tingkat Kesesuaian Total

Perhitungan tingkat kesesuaian total membutuhkan data total dari data tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang diberikan berdasarkan pelayanan. Perhitungan perhitungan tingkat kesesuaian dapat dilihat Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian total diperoleh nilai sebesar 95.36% yang memiliki arti bahwa pelanggan belum sepenuhnya merasa puas terhadap seluruh variabel. Sehingga harus melakukan sebuah perbaikan terhadap variabel yang dirasakan kurang kepuasannya.

3. Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan sebuah alat analisis yang digunakan untuk penentuan strategi peningkatan pelayanan dengan melihat perbandingan antara hubungan kinerja atau tingkat pelaksanaan pelayanan oleh perusahaan dengan kepuasan yang diharapkan pelanggan. Menurut Supranto (2006) diagram kartesius terdiri dari 4 kuadran diantaranya adalah Kuadran I (Concentrate Here) adalah atribut berada pada tingkat paling tinggi namun pelanggan belum merasakan kepuasan. Kuadran II (Keep Up the Good Work) atribut dianggap penting oleh pelanggan dan tingkat kinerja yang maksimal. Kuadran III (Low Priority) atribut kuadran ini tingkat kepentingan dan kepuasan yang dirasakan pelanggan rendah. Kuadran IV (Possibly Overkill) atribut dianggap kurang penting, namun tingkat kinerja baik. Data yang dibutuhkan untuk membuat diagram kartesius adalah nilai rata-rata setiap variabel kepentingan dan kepuasan. Langkah lanjutan adalah mencari nilai tengah dari nilai rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Hal ini perlu dilakukan untuk menentukan garis potong pada diagram kartesius. Garis potong yang telah diperoleh bertujuan untuk membagi diagram menjadi 4 kuadran. Setelah nilai tengah di dapatkan, langkah selanjutnya adalah melakukan plotting data tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan ke dalam diagram kartesius dan menggunakan nilai tengah sebagai garis potongnya. Plotting data tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. *Plotting Data Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan*

Diagram kartesius akan menunjukkan klasifikasi variabel ke dalam setiap kuadran sesuai dengan tingkat kepentingan dan kepuasan yang diperoleh. Data yang termasuk kedalam kuadran 1 merupakan variabel yang menjadi prioritas peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Data rekapitulasi Variabel dalam kuadran dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Rekapitulasi Variabel dalam Kuadran

Kuadran 1	Kuadran 2	Kuadran 3	Kuadran 4
X4	X3	X1	X2
X6	X5	X17	X12
X8	X7	X22	X13
X9	X10	X14	X15
X25	X11	X29	X19
X28	X18		X20
X31	X21		X23
X34	X26		X24
	X30		X27
	X32		
	X33		
	X35		
	X36		

3.4 Hasil Penelitian Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*

CSI digunakan untuk penentuan tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa secara keseluruhan dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dan kepuasan atribut- atribut yang diukur. Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) membutuhkan data rata- rata tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggan. Data hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Variabel	Tingkat Kepentingan (Yi)	Tingkat Kepuasan (Xi)	MIS	MSS	WF	WS	WAT	CSI
X1	280.43	306.27	2.80	3.06	2.46%	0.08	3.037	60.74%
X2	270.94	262.73	2.71	2.63	2.37%	0.06		
X3	366.52	326.81	3.67	3.27	3.21%	0.10		
X4	366.52	227.11	3.67	2.27	3.21%	0.07		
X5	315.43	326.81	3.15	3.27	2.76%	0.09		
X6	342.09	275.50	3.42	2.75	3.00%	0.08		
X7	342.09	326.81	3.42	3.27	3.00%	0.10		
X8	342.09	298.54	3.42	2.99	3.00%	0.09		
X9	366.52	291.81	3.67	2.92	3.21%	0.09		
X10	342.09	342.09	3.42	3.42	3.00%	0.10		
X11	366.52	326.81	3.67	3.27	3.21%	0.10		
X12	252.07	285.83	2.52	2.86	2.21%	0.06		
X13	224.76	245.78	2.25	2.46	1.97%	0.05		
X14	258.98	342.09	2.59	3.42	2.27%	0.08		
X15	258.98	237.24	2.59	2.37	2.27%	0.05		
X16	213.80	326.81	2.14	3.27	1.87%	0.06		
X17	275.50	366.52	2.75	3.67	2.41%	0.09		
X18	366.52	306.27	3.67	3.06	3.21%	0.10		
X19	209.74	270.94	2.10	2.71	1.84%	0.05		
X20	291.81	252.07	2.92	2.52	2.56%	0.06		
X21	326.81	366.52	3.27	3.67	2.86%	0.10		
X22	255.44	366.52	2.55	3.67	2.24%	0.08		
X23	291.81	242.82	2.92	2.43	2.56%	0.06		
X24	266.70	234.59	2.67	2.35	2.34%	0.05		
X25	366.52	248.86	3.67	2.49	3.21%	0.08		
X26	366.52	326.81	3.67	3.27	3.21%	0.10		
X27	258.98	252.07	2.59	2.52	2.27%	0.06		
X28	366.52	255.44	3.67	2.55	3.21%	0.08		
X29	291.81	342.09	2.92	3.42	2.56%	0.09		
X30	366.52	366.52	3.67	3.67	3.21%	0.12		
X31	366.52	239.98	3.67	2.40	3.21%	0.08		
X32	366.52	342.09	3.67	3.42	3.21%	0.11		
X33	366.52	366.52	3.67	3.67	3.21%	0.12		
X34	366.52	291.81	3.67	2.92	3.21%	0.09		
X35	366.52	326.81	3.67	3.27	3.21%	0.10		
X36	366.52	366.52	3.67	3.67	3.21%	0.12		
Total	11,410.19	10,880.79	114.10	108.81	100.00%	3.04		

Berdasarkan hasil perhitungan nilai Customer Satisfaction Index (CSI) yang telah dilakukan diperoleh nilai CSI sebesar 60.74%. Nilai tersebut masuk dalam rentang nilai 51 - 65%, yang artinya cukup puas. Berdasarkan hasil perhitungan nilai yang diperoleh tidak seluruhnya mencapai angka 100%, masih tersisa beberapa variabel yang harus dilakukan perbaikan agar bisa mencapai nilai 100%. Apabila seluruh variabel telah mencapai 100% maka perusahaan tersebut tidak perlu melakukan perbaikan kinerja untuk mencapai kepuasan pelanggan.

3.5 Usulan Peningkatan Kualitas Menggunakan Metode 5W + 1H

Usulan peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menggunakan metode 5W+1H. Metode 5W +1H dilakukan dengan cara menjawab pertanyaan yaitu : what, who, where, when, why, dan how. Usulan peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk 2 variabel yang termasuk kedalam dimensi tangible sebagai berikut:

1. Usulan Dimensi *Tangible*

Berikut ini merupakan tabel rekapitulasi usulan metode 5W+1H untuk dimensi tangible dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Usulan Metode 5W+1H Dimensi *Tangible*

Dimensi	Pernyataan	5W+1H					
		<i>What</i>	<i>Why</i>	<i>Where</i>	<i>Who</i>	<i>When</i>	<i>How</i>
<i>Tangible</i> (Bukti fisik)	Tempat parkir BC 5 HNI HPAI Kota Batam memadai	Tempat parkir BC 5 HNI HPAI Kota Batam kurang memadai	Tempat parkir kurang memadai karena, area parkir yang kecil dan pelanggan parkir tidak beraturan	Tempat parkir <i>business center</i>	<i>Business center</i>	Ketika pelanggan datang untuk berbelanja di <i>business center</i>	Membuat tata letak parkir yaitu berupa garis batas kendaraan, agar kendaraan terparkir rapi dan dapat memuat banyak kendaraan
			Pengguna mobil tidak dapat parkir di halaman parkir <i>business center</i>				Memberikan arahan kepada pelanggan untuk parkir sesuai tata letak yang disediakan dengan cara menempatkan pemberitahuan di depan pintu atau membicarakan langsung dengan pelanggan
							Memberi arahan kepada pelanggan untuk parkir di area lapangan masjid bagi pengguna mobil dan berlaku untuk pengguna motor apabila parkir sudah penuh. Penggunaan halaman masjid sudah mendapatkan izin dari pengurus masjid
	Ruang tunggu BC 5 HNI HPAI Kota Batam memadai	Ruang tunggu BC 5 HNI HPAI Kota Batam kurang memadai	Ruang tunggu <i>business center</i> kurang memadai karena apabila pelanggan yang masuk sebanyak 4 orang atau lebih maka ada yang tidak mendapatkan tempat duduk	Ruang tunggu <i>business center</i>	<i>Business center</i>	Ketika pelanggan berbelanja, namun brosur harga belum <i>update</i>	Memperluas area ruang tunggu <i>business center</i> dengan cara mengubah tata letak ruang, seperti mengganti rak-rak dilantai menjadi rak gantung di dinding sehingga space ruangan menjadi lebih luas
							Merambatkan kapasitas sofa atau kursi di ruang tunggu, agar saat pelanggan ramai memiliki tempat duduk untuk menunggu giliran belanja.
		BC 5 HNI HPAI Kota Batam menyediakan brosur harga produk HNI HPAI	Brosur harga produk HNI HPAI	Brosur harga produk HNI HPAI belum <i>update</i> sejak bulan November	<i>Business Center</i>	<i>Business Center</i>	
							<i>Business center</i> dengan segera mengganti brosur harga produk lama dengan yang terbaru, apabila sudah diberikan oleh pihak HNI HPAI pusat

Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Di BC 5 HNI HPAI Kota Batam Menggunakan Metode IPA dan
2. Usulan Dimensi Reliability 5W+1H

Berikut ini merupakan tabel rekapitulasi usulan metode 5W+1H untuk dimensi reliability dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Usulan Metode 5W+1H Dimensi Reliability

Dimensi	Pernyataan	5W+1H					
		What	Why	Were	Who	When	How
Reliability (Kehandalan)	Karyawan BC 5 HNI HPAI Kota Batam dapat diandalkan dalam penanganan masalah pelanggan	Karyawan kurang handal dalam menangani permasalahan pelanggan	Karyawan belum diberikan edukasi secara detil oleh pihak BC 5 HNI HPAI	Business Center	Karyawan business center	Ketika pelanggan berbelanja, dan mengalami permasalahan yang berhubungan dengan herbal HNI	Business center harus selalu memberikan edukasi mengenai herbal HNI kepada karyawan, berlaku juga ketika ada update produk baru HNI
							Business center memberikan edukasi mengenai penggunaan aplikasi HSIS Mobile secara detil kepada karyawan

3. Usulan Dimensi Assurance

Berikut ini merupakan tabel rekapitulasi usulan metode 5W+1H untuk dimensi assurance, dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Usulan Metode 5W+1H Dimensi Assurance

Dimensi	Pernyataan	5W+1H					
		What	Why	Were	Who	When	How
Assurance (Jaminan)	Karyawan business center selalu memastikan pelanggan menggunakan masker dan handsanitizer	Karyawan business center tidak selalu memperhatikan apakah pelanggan masuk sudah menggunakan masker dan handsanitizer	Handsanitizer tersedia, namun tidak selalu memperhatikan apakah pelanggan sudah atau belum menggunakannya	Ruangan business center	Karyawan business center	ketika karyawan melayani pelanggan yang datang	Karyawan diharapkan untuk selalu memperhatikan, memberikan peringatan, dan arahan kepada pelanggan yang masuk untuk selalu menggunakan masker dan handsanitizer
			Business center dapat menyediakan handsanitizer di pintu masuk				
	Karyawan business center selalu menggunakan masker saat melayani pelanggan	Karyawan business center tidak selalu menggunakan masker saat melayani pelanggan	Tidak menyediakan masker cadangan untuk pelanggan yang masuk tanpa menggunakan masker	Ruangan business center	Karyawan business center	ketika karyawan melayani pelanggan yang datang	Business center dapat menyediakan masker cadangan untuk pelanggan yang datang tidak menggunakan masker
			Karyawan business center diharapkan untuk selalu memberi peringatan dan arahan kepada pelanggan dengan cara membicarakan langsung atau dengan menyebarkan info secara online				
		Karyawan business center tidak selalu menggunakan masker karena loket sudah menggunakan kaca pembatas	Ruangan business center	Karyawan business center		Karyawan diharapkan untuk mematuhi protokol kesehatan dengan selalu menggunakan masker	
				Pengelola business center		Pengelola business center diharapkan untuk selalu memperhatikan protokol kesehatan karyawannya	
						Pengelola business center diharapkan membuat aturan untuk selalu mematuhi protokol kesehatan bagi karyawannya dan memberikan sanksi apabila karyawan melanggar aturan tersebut	

3. Usulan Dimensi *Empathy*

Berikut ini merupakan tabel rekapitulasi usulan metode 5W+1H untuk dimensi *empathy*, dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Usulan Metode 5W+1H Dimensi *Empathy*

Dimensi	Pernyataan	5W+1H					
		<i>What</i>	<i>Why</i>	<i>Were</i>	<i>Who</i>	<i>When</i>	<i>How</i>
<i>Empathy</i> (Kepedulian)	Karyawan BC 5 HNI HPAI Kota Batam memberikan perasaan aman dan nyaman ketika bertransaksi dengan pelanggan	Karyawan kurang memberikan perasaan aman dan nyaman ketika bertransaksi	Karyawan tidak selalu menggunakan masker ketika melayani pelanggan, sehingga pelanggan yang selalu memperhatikan protokol kesehatan merasa kurang aman dan nyaman ketika bertransaksi dengan karyawan	<i>Business Center</i>	Karyawan <i>business center</i>	Ketika karyawan melayani pelanggan	Karyawan harus selalu memperhatikan protokol kesehatan untuk menunjang rasa aman dan nyaman yang diinginkan oleh para pelanggan
			Karyawan berkomunikasi hanya sekedar, sehingga komunikasi yang terjalin masih terasa canggung				Karyawan diharapkan untuk lebih banyak berkomunikasi dengan pelanggan, sehingga pelanggan yang berbelanja tidak merasa canggung
			Karyawan terlihat kurang ramah karena jarang tersenyum				Karyawan diharapkan untuk selalu menjaga keramahan dengan cara selalu tersenyum kepada pelanggan
<i>Empathy</i> (Kepedulian)	Karyawan BC 5 HNI HPAI Kota Batam selalu mengucapkan salam ketika pelanggan datang dan pergi	Karyawan tidak selalu mengucapkan salam kepada setiap pelanggan yang datang	Karyawan cenderung hanya menjawab salam pelanggan yang masuk, namun ketika pelanggan yang datang tidak mengucap salam karyawan cenderung tidak memberikan salam juga kepada pelanggan	<i>Business Center</i>	Karyawan <i>business center</i>	Ketika karyawan melayani pelanggan	Karyawan harus selalu mengucapkan salam ketika ada pelanggan yang datang, dengan atau tidaknya pelanggan tersebut mengucapkan salam ketika masuk ke ruangan BC 5 HNI

Berdasarkan uraian dan tabel usulan metode 5W+1H dimensi tangible, dimensi reliability, dimensi assurance, dan dimensi *empathy* diperoleh beberapa usulan. Usulan tersebut diharapkan dapat diterapkan di business center untuk menunjang peningkatan kualitas pelayanannya. Apabila pelayanan yang diberikan oleh business center sudah mengalami peningkatan maka kepuasan pelanggan pun akan meningkat dan target nilai kepuasan pelanggan yang diinginkan perusahaan akan tercapai. Seluruh usulan yang telah dirancang tersebut apabila dilaksanakan oleh pihak business center, maka akan menguntungkan kedua belah pihak.

4. KESIMPULAN

Sub bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengumpulan dan pengolahan data penelitian yang telah dilakukan, dapat dilihat sebagai berikut:

- Output metode Importance Performance Analysis (IPA) adalah terdapat 8 variabel yang berada di Kuadran I (Concentrate Here) yaitu variabel X4, X6, X8 pada dimensi tangible, variabel X9 pada dimensi reliability, variabel X25, X28 pada dimensi assurance, dan variabel X31, X34 pada dimensi *empathy*. Variabel ini memiliki kepentingan tertinggi dan kepuasan rendah dibandingkan variabel lainnya.
- Hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) adalah sebesar 60.74% dengan kategori cukup puas. Pihak perusahaan harus melakukan upaya peningkatan kualitas pelayanan untuk menunjang kepuasan pelanggan.
- Usulan peningkatan kualitas pelayanan pada dimensi tangible adalah:
 - Variabel X4 (tempat parkir memadai):** Membuat tata letak parkir pada halaman parkir business center, memberikan himbauan untuk mematuhi aturan parkir, dan memberikan arahan kepada pelanggan untuk parkir di lapangan masjid.
 - Variabel X6 (ruang tunggu memadai):** Menyusun tata letak ruangan yang baru agar memiliki ruang tunggu yang lebih luas dan menambahkan kapasitas sofa atau kursi di ruang tunggu agar saat pelanggan ramai memiliki tempat duduk untuk menunggu giliran belanja.

- **Variabel X8 (menyediakan brosur harga):** Business center harus segera memberi info kepada HNI HPAI pusat bahwa brosur harga produk yang terbaru belum masuk di kota batam, dan Business center dengan segera mengganti brosur harga produk lama dengan yang terbaru, apabila sudah diberikan oleh pihak HNI HPAI pusat.
4. Usulan peningkatan kualitas pelayanan pada dimensi reliability adalah:
- **Variabel X9 (karyawan dapat diandalkan dalam penanganan masalah):** Business center harus selalu memberikan edukasi mengenai herbal HNI kepada karyawan, berlaku juga ketika ada update produk baru HNI, dan Business center memberikan edukasi mengenai penggunaan aplikasi HSIS Mobile secara detail kepada karyawan.
5. Usulan peningkatan kualitas pelayanan pada dimensi assurance adalah:
- **Variabel X25 (memastikan protokol kesehatan pelanggan):** Karyawan diharapkan untuk memperhatikan pelanggan menggunakan masker dan hand sanitizer, pengelola BC 5 memberikan arahan kepada karyawan untuk memperhatikan protokol kesehatan, menyediakan masker cadangan, menyediakan hand sanitizer di pintu masuk, menyediakan tempat cuci tangan, dan memberikan peringatan dan arahan pada pelanggan.
 - **Variabel X28 (karyawan memastikan protokol kesehatan):** Karyawan mematuhi protokol kesehatan, pengelola diharapkan memperhatikan protokol kesehatan karyawan, dan pengelola membuat aturan untuk mematuhi protokol dan memberi sanksi apabila ada pelanggaran.
6. Usulan peningkatan kualitas pelayanan pada dimensi empathy adalah:
- **Variabel X31 (perasaan aman dan nyaman saat bertransaksi):** Karyawan harus selalu memperhatikan protokol kesehatan untuk menunjang rasa aman dan nyaman yang diinginkan oleh para pelanggan, karyawan diharapkan untuk lebih banyak berkomunikasi dengan pelanggan, sehingga pelanggan yang berbelanja tidak merasa canggung, dan karyawan diharapkan untuk selalu menjaga keramahan dengan cara selalu tersenyum kepada pelanggan.
 - **Variabel X34 (selalu mengucapkan salam):** Karyawan harus selalu mengucapkan salam ketika ada pelanggan yang datang, dengan atau tidaknya pelanggan tersebut mengucapkan salam ketika masuk ke ruangan BC 5 HNI.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Martilla, J.A and J.C. James., 1997, Importance Performance Analysis, Journal of Marketing 41(1), 77-99.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, Johannes. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk menaikkan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2016), Service, Quality & Satisfaction, Ed. IV, Yogyakarta: CV Andi Offset.