

Perbaikan Kualitas Pelayanan Customer Service PT. XYZ Berdasarkan *Importance Performance Analysis (IPA)*

Muhammad Nabil Pratama^{1*}, Arie Desrianty¹

¹Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Bandung, Jl. PHH. Mustafa 23, Bandung, 40124, Indonesia
Email : muhammadnabilp19@mhs.itenas.ac.id

Received 01 09 2023 | Revised 08 09 2023 | Accepted 08 09 2023

ABSTRAK

PT. XYZ merupakan perusahaan konveksi namun sejak tahun 2015 perusahaan merambah ke dunia furniture. PT. XYZ sebelumnya belum pernah melakukan pengukuran kualitas pelayanan customer service nya, maka dari itu perusahaan ingin mengetahui apakah pelanggan puas dengan pelayanan customer service nya atau pelanggan memiliki complain yang tidak tersampaikan. Hal ini untuk mengantisipasi agar perusahaan tidak kehilangan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut maka akan dilakukan penelitian menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). Tujuan dilakukannya penelitian ini agar dapat menghasilkan usulan perbaikan kualitas pelayanan customer service pada PT. XYZ berdasarkan metode yang digunakan. Berdasarkan hasil pengolahan data IPA terdapat 6 atribut yang berada pada kuadran I sehingga keenam atribut tersebut menjadi prioritas utama dalam perbaikan kualitas pelayanan. Hasil pengolahan data CSI menunjukkan bahwa pelanggan sudah cukup puas dengan pelayanan customer service yang ditunjukkan dengan nilai CSI sebesar 84,17 dengan kategori indeks very good. Usulan untuk meningkatkan kualitas atribut yang ada pada kuadran I adalah dengan mengevaluasi job desc dari customer service dan membuat SOP mengenai pelayanan pelanggan.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), Customer Service*

ABSTRACT

PT. XYZ is a convection company, but since 2015 the company has ventured into the world of furniture. PT. XYZ has never previously measured the quality of its customer service, therefore the company wants to know whether the customer is satisfied with its customer service or the customer has unresolved complaints. This is to anticipate that the company does not lose customers. Based on this, research will be carried out using the Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) methods. The purpose of this research is to be able to produce suggestions for improving the quality of customer service at PT. XYZ based on the method used. Based on the results of IPA data processing, there are 6 attributes that are in quadrant I so that these six attributes are a top priority in improving service quality. The results of CSI data processing show that the customer is quite satisfied

with the customer service as indicated by the CSI value of 84.17 with the very good index category. Proposals to improve the quality of the attributes in quadrant I are by evaluating the job descriptions of customer service and making SOPs regarding customer service.

Keywords: *Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), Customer Service*

1. PENDAHULUAN

PT. XYZ merupakan sebuah perusahaan konveksi seragam didirikan oleh Chairul Novin Ir. sejak tahun 2003. Pada tahun 2015 PT. XYZ mulai merambah ke dunia furniture. Produk yang diproduksi adalah furniture rumah tangga seperti lemari, kursi dan meja, serta furniture untuk café seperti bar tools dan rak kayu. Saat ini terdapat 4 orang Customer Service pada PT. XYZ Indonesia. Pada PT. XYZ orang yang berperan sebagai customer service merangkap sebagai marketing. Perusahaan sebelumnya belum pernah melakukan pengukuran kualitas pelayanan customer service. Oleh karena itu, perusahaan ingin mengetahui kepuasan pelanggan terhadap customer service nya. Perusahaan ingin tahu apakah pelanggan sudah puas dengan pelayanannya atau ternyata pelanggan memiliki komplain yang tidak tersampaikan. Hal ini untuk mengantisipasi agar perusahaan tidak kehilangan pelanggan.

2. METODOLOGI

2.1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan kegiatan dalam mengetahui permasalahan yang terdapat pada kualitas pelayanan PT. XYZ Indonesia. Masalah yang terdapat pada perusahaan adalah belum pernah melakukan pengukuran kualitas pelayanan customer service. Sehingga untuk mengetahui kepuasan pelanggan mengenai pelayanan customer service nya Perusahaan perlu melakukan pengukuran kualitas pelayanan.

2.2. Studi Literatur

Studi Literatur merupakan kumpulan penjelasan materi-materi yang dapat mempermudah dan membantu dalam menyelesaikan masalah dengan menggunakan metode yang digunakan. Literatur yang digunakan antara lain adalah Kualitas Pelayanan, Customer Service, Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI).

2.3 Identifikasi Metode Penyelesaian Masalah

Identifikasi metode penyelesaian masalah merupakan pemilihan metode penyelesaian yang tepat berdasarkan perbandingan dari metode-metode kualitas pelayanan yang ada. Pada masalah ini metode yang terpilih merupakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). IPA merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi atribut-atribut dari produk atau pelayanan yang paling dibutuhkan untuk dilakukan perbaikan atau pengembangan (Latu & Everret, 2000). CSI merupakan metode yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan pendekatan yang memperhitungkan pentingnya atribut yang diukur (Husna & Syukri, 2014).

2.4 Identifikasi Atribut Kualitas Pelayanan

Identifikasi atribut pelayanan merupakan tahapan dalam mengidentifikasi atribut pertanyaan yang akan terdapat pada kuesioner. Atribut kualitas pelayanan ditentukan dari

**Perbaikan Kualitas Pelayanan Customer Service PT. XYZ Berdasarkan
Importance Performance Analysis (IPA)**

dimensi kualitas pelayanan menurut Zeithaml, Berry & Parasuraman (1985) dalam Yomit (2018). Atribut kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Identifikasi Atribut Kualitas Pelayanan

Dimensi Kualitas	Definisi	Atribut Pertanyaan
Tangibles	Merupakan keadaan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.	Fasilitas peralatan yang lengkap
		Eksterior dan interior ruangan <i>customer service</i> tertata rapi
		<i>Customer service</i> berpenampilan bersih dan rapi
		Katalog produk yang ditawarkan menarik secara visual
		Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu dengan ruang <i>customer service</i>
		<i>Customer service</i> selalu ramah dalam melayani nasabah
		Pelanggan dapat menghubungi <i>customer service</i> melalui pesan Whatsapp
		Pelanggan dapat menghubungi <i>customer service</i> melalui telepon
Reliability	Merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan sesegera mungkin dengan tepat dan dapat memenuhi janji.	<i>Customer service</i> dapat menyampaikan informasi penyelesaian produk atau pesanan sesuai yang dijanjikan
		<i>Customer service</i> dapat diandalkan mengenai informasi produk
		<i>Customer service</i> dapat menyampaikan informasi produk dengan jelas dan benar
		<i>Customer service</i> melakukan pelayanan tepat waktu
		<i>Customer service</i> menyimpan dan mencatat data pesanan pelanggan dengan baik
		<i>Customer service</i> memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan pelanggan
Responsiveness	Merupakan kemampuan dan ketanggapan staf dalam melayani dan membantu pelanggan.	<i>Customer service</i> dapat mengambil keputusan dengan cepat
		Kecepatan <i>Customer Service</i> dalam membalas pesan
		<i>Customer service</i> bersedia untuk membantu pelanggan
		<i>Customer service</i> selalu siap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan
		Tidak membedakan-bedakan pelanggan
Assurance	Merupakan kemampuan, kesopanan serta sifat staf yang dapat dipercaya bebas dari bahaya dan resiko.	Cepat tanggap dalam mengatasi keluhan pelanggan
		<i>Customer service</i> membuat pelanggan merasa percaya
		<i>Customer Service</i> membuat pelanggan merasa aman dalam bertransaksi
		<i>Customer service</i> memiliki sikap yang konsisten terhadap pelanggan
		<i>Customer service</i> mampu menjawab pertanyaan pelanggan
		<i>Customer service</i> memiliki kemampuan untuk menciptakan dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan
Empathy	Merupakan kemudahan dalam berkomunikasi serta perhatian tulus staf terhadap kebutuhan pelanggannya	<i>Customer service</i> menjamin keamanan data pelanggan
		<i>Customer service</i> memberikan perhatian penuh kepada pelanggan
		<i>Customer service</i> memperlakukan pelanggan secara sopan dan ramah
		<i>Customer service</i> mengutamakan kepentingan pelanggan
		<i>Customer service</i> memahami kebutuhan pelanggan
		Waktu operasi sesuai jam kerja
		<i>Customer service</i> selalu memberikan solusi kepada pelanggan
		<i>Customer service</i> mau berkomunikasi dengan pelanggan
		<i>Customer service</i> menerima keluhan pelanggan dengan tenang
		Pelayanan yang diberikan <i>customer service</i> tidak memandang status sosial pelanggan
		Sopan santun dalam pelayanan

2.5 Penentuan Responden

Penentuan responden merupakan tahapan yang dilakukan dalam menentukan siapa yang berhak mengisi kuesioner. Responden yang berhak mengisi kuesioner ini merupakan

pelanggan dari PT. XYZ yang pernah berhubungan dengan pihak customer service sebanyak 1 kali atau lebih.

2.6 Penentuan Ukuran Sampel

Penentuan ukuran sampel merupakan tahapan dalam menentukan jumlah sampel yang akan diambil sebagai responden. Jumlah sampel pada penelitian ini dihitung dengan rumus Bernoulli karena jumlah populasinya tidak diketahui (Arikunto, 2006).

$$n = \left(\frac{Z}{e} \right)^2 (P)(1-P)$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

Z = standar untuk skor yang terpilih (1,96)

e = sampling error (0,1)

P = jumlah populasi

Karena jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui maka nilai maksimal $P(1-P)$ adalah 0,25 dengan menggunakan confidence interval 95% maka besar sampel adalah:

$$n = \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2 (0,5)(1-0,5)$$

$$n = 96,04 \approx 100$$

2.7 Penentuan Teknik Sampling

Penentuan teknik sampling merupakan tahapan yang dilakukan agar dapat menentukan jumlah responden untuk mengisi kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling yaitu purposive sampling.

2.8 Penyusunan Kuesioner

Penyusunan kuesioner merupakan tahapan merancang pertanyaan kuesioner untuk disebarkan kepada responden. Terdapat 2 kuesioner yang disebarkan yaitu kuesioner tingkat kepentingan dan kuesioner tingkat kepuasan. Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner ini adalah skala likert dengan empat 4 pilihan jawaban yaitu 1 untuk sangat tidak puas/setuju, 2 untuk tidak puas/setuju, 3 untuk puas/setuju dan 4 untuk sangat puas/setuju. Format kuesioner dapat dilihat pada gambar 1 dan 2 berikut.

2.9 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan

Penyebaran kuesioner pendahuluan merupakan tahapan penyebaran kuesioner untuk mengetahui apakah setiap atribut yang sudah ditentukan valid dan reliabel. Kuesioner dibagikan ke 30 orang pelanggan PT. XYZ Indonesia. Kuesioner dibagikan melalui link google forms. Tujuan dari kuesioner pendahuluan ini adalah sebagai input untuk mencari tahu apakah atribut pada kuesioner valid dan reliabel.

2.10 Uji Validitas

Uji validitas merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui validnya sebuah data dari sebuah kuesioner (Sekaran, 2003). Uji Validitas pada penelitian ini menggunakan nilai $r(\text{product moment})$. Item pertanyaan dapat dinyatakan valid jika nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

Perbaikan Kualitas Pelayanan Customer Service PT. XYZ Berdasarkan
Importance Performance Analysis (IPA)

Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid dan kuesioner tidak boleh disebar. Pengujian dilakukan menggunakan program SPSS.

2.11 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan dapat dipercaya tanpa bias (Sekaran, 2003). Variabel dapat dinyatakan konsisten atau reliabel jika nilai Alpha Cronbach $> 0,60$ (Sekaran, 2003). Data dinyatakan reliabel jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ jika sebaliknya maka data dinyatakan tidak reliabel dan harus dilakukan penyebaran ulang kuesioner. Pengujian dilakukan dengan program SPSS.

2.12 Penyebaran Kuesioner Penelitian

Penyebaran kuesioner penelitian merupakan tahapan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dalam bentuk google forms kepada 100 pelanggan PT. XYZ melalui pesan Whatsapp.

2.13 Pengolahan Data IPA

Pengolahan data IPA merupakan tahap pengolahan data yang bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelayanan jasa yang akan dipetakan pada diagram kartesius. Sebelum dipetakan data yang diperoleh harus Setelah dilakukan pengolahan data selanjutnya akan dilakukan pemetaan.

2.14 Pengolahan Data CSI

Pengolahan data CSI merupakan tahap pengolahan data yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang ada.

2.15 Analisis

Analisis merupakan tahapan dimana hasil pengolahan data yang sudah dilakukan dianalisis untuk mencari penyebab masalah yang terjadi.

2.16 Kesimpulan & Saran

Kesimpulan & saran merupakan langkah akhir dalam penelitian. Kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian yang sudah dilakukan pengolahan data dan saran yang ditujukan untuk perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya serta penelitian selanjutnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Atribut Kualitas Pelayanan

Sesudah dilakukan identifikasi terhadap atribut kualitas pelayanan maka didapatkanlah 36 nomor item yang digunakan sebagai atribut kualitas pelayanan pada kuesioner penelitian ini.

Tabel 2. Atribut Kualitas Pelayanan

Variabel	Pernyataan	Variabel	Pernyataan	Variabel	Pernyataan
X1	Peralatan yang digunakan berupa <i>smartphone</i> , <i>laptop</i> dan komputer	X5	Ruang tunggu bergabung dengan ruang <i>customer service</i>	X9	<i>Customer service</i> menyampaikan informasi yang diperlukan konsumen sesuai dengan yang dijanjikan
X2	Eksterior dan interior ruangan <i>customer service</i> tertata rapi	X6	<i>Customer service</i> selalu ramah dalam melayani nasabah	X10	<i>Customer service</i> dapat diandalkan mengenai informasi produk
X3	<i>Customer service</i> berpenampilan bersih, rapi dan tidak berlebihan	X7	Pelanggan dapat menghubungi <i>customer service</i> melalui pesan Whatsapp	X11	<i>Customer service</i> dapat menyampaikan informasi produk dengan jelas dan benar
X4	Katalog produk yang ditawarkan menarik secara visual	X8	Pelanggan dapat menghubungi <i>customer service</i> melalui telepon	X12	<i>Customer service</i> melakukan pelayanan tepat waktu

Tabel 2. Atribut Kualitas Pelayanan (Lanjutan)

Variabel	Pernyataan	Variabel	Pernyataan	Variabel	Pernyataan
X13	Customer service menyimpan dan mencatat data pesanan pelanggan dengan baik	X21	Customer service membuat pelanggan merasa percaya	X29	Customer service mengutamakan kepentingan pelanggan
X14	Customer service memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan pelanggan	X22	Customer service membuat pelanggan merasa aman dalam bertransaksi	X30	Customer service memahami kebutuhan pelanggan
X15	Customer service dapat mengambil keputusan dengan cepat	X23	Customer service memiliki sikap yang konsisten terhadap pelanggan	X31	Waktu operasi sesuai jam kerja
X16	Kecepatan customer service dalam membalas pesan	X24	Customer service mampu menjawab pertanyaan pelanggan	X32	Customer service selalu memberikan solusi kepada pelanggan
X17	Customer service bersedia untuk membantu pelanggan	X25	Customer service memiliki kemampuan untuk menciptakan dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan	X33	Customer service mau berkomunikasi dengan pelanggan
X18	Customer service selalu siap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan	X26	Customer service menjamin keamanan data pelanggan	X34	Customer service menerima keluhan pelanggan dengan tenang
X19	Tidak membedakan-bedakan pelanggan	X27	Customer service memberikan perhatian penuh kepada pelanggan	X35	Pelayanan yang diberikan customer service tidak memandang status sosial pelanggan
X20	Cepat tanggap dalam mengatasi keluhan pelanggan	X28	Customer service memperlakukan pelanggan secara sopan dan ramah	X36	Sopan santun dalam pelayanan

3.2 Pengujian Alat Ukur

Pengujian alat ukur merupakan tahapan untuk menentukan apakah kuesioner yang telah disebarkan valid dan reliable.

1. Uji Validitas

Hasil perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Uji Validitas

No Item	rhitung	rtabel	Keterangan	No Item	rhitung	rtabel	Keterangan	No Item	rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,516	0,361	Valid	13	0,978	0,361	Valid	25	0,978	0,361	Valid
2	0,532	0,361	Valid	14	0,978	0,361	Valid	26	0,978	0,361	Valid
3	0,689	0,361	Valid	15	0,978	0,361	Valid	27	0,978	0,361	Valid
4	0,773	0,361	Valid	16	0,978	0,361	Valid	28	0,978	0,361	Valid
5	0,432	0,361	Valid	17	0,978	0,361	Valid	29	0,978	0,361	Valid
6	0,870	0,361	Valid	18	0,978	0,361	Valid	30	0,978	0,361	Valid
7	0,870	0,361	Valid	19	0,978	0,361	Valid	31	0,978	0,361	Valid
8	0,870	0,361	Valid	20	0,978	0,361	Valid	32	0,978	0,361	Valid
9	0,978	0,361	Valid	21	0,978	0,361	Valid	33	0,978	0,361	Valid
10	0,978	0,361	Valid	22	0,978	0,361	Valid	34	0,978	0,361	Valid
11	0,978	0,361	Valid	23	0,978	0,361	Valid	35	0,978	0,361	Valid
12	0,978	0,361	Valid	24	0,978	0,361	Valid	36	0,978	0,361	Valid

Berdasarkan hasil pengujian pada kuesioner kepentingan didapatkan bahwa seluruh nilai r_{hitung} seluruh atribut $> r_{tabel}$, maka dari itu seluruh atribut dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

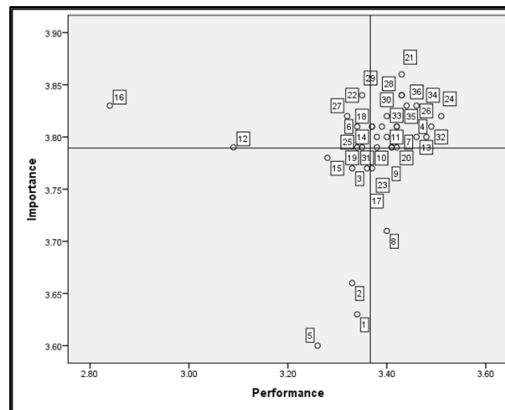
Cronbach's Alpha	N of Items
.989	36

Berdasarkan hasil pengujian nilai Alpha Cronbach $> 0,60$ maka alat ukur dapat dinyatakan reliabel.

3.3 Pengolahan Data IPA

Hasil dari pengolahan data IPA dapat dilihat pada gambar 1 dan tabel 5 berikut.

Perbaikan Kualitas Pelayanan Customer Service PT. XYZ Berdasarkan Importance Performance Analysis (IPA)



Gambar 1. Diagram Kartesius IPA

Tabel 4. Hasil Pengolahan IPA

No. Atribut	Pernyataan	Kuadran	No. Atribut	Pernyataan	Kuadran	No. Atribut	Pernyataan	Kuadran
6	Customer service selalu ramah dalam melayani nasabah	I	11	Customer service dapat menyampaikan informasi produk dengan jelas dan benar	II	33	Customer service mau berkomunikasi dengan pelanggan	II
12	Customer service melakukan pelayanan tepat waktu		13	Customer service menyimpan dan mencatat data pesanan pelanggan dengan baik		34	Customer service menerima keluhan pelanggan dengan tenang	
16	Kecepatan Customer Service dalam membalas pesan		14	Customer service memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan pelanggan		35	Pelayanan yang diberikan customer service tidak memandang status sosial pelanggan	
19	Tidak membedakan pelanggan		18	Customer service selalu siap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan		36	Sopan santun dalam pelayanan	
25	Customer service memiliki kemampuan untuk menciptakan dan		20	Cepat tanggap dalam mengatasi keluhan pelanggan		1	Peralatan yang digunakan berupa smartphone, laptop dan komputer	III
27	Customer service memberikan perhatian penuh kepada pelanggan		21	Customer service membuat pelanggan merasa percaya		2	Eksterior dan interior ruangan customer service tertata rapi	
29	Customer service mengutamakan kepentingan pelanggan		22	Customer Service membuat pelanggan merasa aman dalam bertransaksi		3	Customer service berpenampilan bersih, rapi dan tidak berlebihan	
31	Waktu operasi sesuai jam kerja	II	24	Customer service mampu menjawab pertanyaan pelanggan		5	Ruang tunggu bergabung dengan ruang customer service	
4	Katalog produk yang ditawarkan menarik secara visual		26	Customer service menjamin keamanan data pelanggan		15	Customer service dapat mengambil keputusan dengan cepat	
7	Pelanggan dapat menghubungi customer service		28	Customer service memperlakukan pelanggan secara sopan dan ramah		17	Customer service bersedia untuk membantu pelanggan	
9	Customer service menyampaikan informasi yang diperlukan konsumen sesuai dengan yang dijanjikan		30	Customer service memahami kebutuhan pelanggan		8	Pelanggan dapat menghubungi customer service melalui telepon	IV
10	Customer service dapat diandalkan mengenai informasi		32	Customer service selalu memberikan solusi kepada pelanggan		23	Customer service memiliki sikap yang konsisten terhadap pelanggan	

3.4 Pengolahan Data CSI

Hasil dari pengolahan data CSI dapat dilihat pada tabel 6 berikut.

Tabel 6. Hasil Rekapitulasi Perhitungan CSI

Atribut	MIS	MSS	WF	WS
X1	3,63	3,34	2,66	8,89
...			...	...
X36	3,84	3,43	2,81	9,65
Total	136,42	121,2	100	336,69

Nilai CSI yang didapat sebesar 84,17, nilai CSI ini dianggap sebagai very good atau sangat baik. Pelanggan dapat dikatakan sudah cukup puas terhadap pelayanan customer service.

3.5 Analisis

Pada bagian analisis berisikan mengenai pembahasan analisis dari data yang sudah diolah dengan IPA (Importance Performance Analysis) dan Customer Satisfaction Index (CSI) serta mengidentifikasi penyebab atribut yang ada pada pemetaan kuadran I serta mengusulkan perbaikan untuk atribut yang ada pada kuadran I tersebut.

1. Analisis Hasil Pengolahan Data IPA

Dari pengolahan data IPA didapat nilai rata-rata seluruh variabel tingkat kepentingan ($\bar{X}$) sebesar 3,79 dan nilai rata-rata seluruh variabel tingkat kepuasan ($\bar{Y}$) sebesar 3,37. Atribut yang termasuk ke dalam kuadran I adalah atribut 6, 12, 16, 19, 25, 27 dan 29. Atribut tersebut diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan. Atribut yang termasuk ke dalam kuadran II adalah atribut 4, 7, 9, 10, 11, 13, 14, 18, 20, 21, 22, 24, 26, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 35 dan 36. Atribut tersebut harus dipertahankan tingkat kinerjanya karena sudah sangat baik dari segi kepentingan dan kepuasan yang diterima pelanggan sehingga tidak perlu dilakukan perbaikan dan dijaga kualitas pelayanannya. Atribut yang termasuk ke dalam kuadran III adalah atribut 1, 2, 3, 5, 15, dan 17. Atribut tersebut merupakan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan serta tingkat kepuasan yang diterima pelanggan juga belum memuaskan sehingga tidak perlu untuk dilakukan perbaikan. Kuadran terakhir yaitu kuadran IV berisikan atribut 8 dan 23.

2. Analisis Hasil Pengolahan Data CSI

Hasil pengolahan data CSI menunjukkan nilai yang didapat sebesar 84,17, nilai tersebut termasuk kedalam kategori very good. Nilai very good atau sangat baik dapat diartikan bahwa pelanggan sudah puas dengan pelayanan customer service perusahaan. Nilai very good didapat karena dari 36 atribut yang ada hanya 7 saja yang menjadi prioritas perbaikan kualitas pelayanan customer service, sehingga nilai indeks kualitas pelayanan yang didapat sebesar 84,17.

3. Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Kuadran I

Setelah diketahui bahwa atribut yang ada pada kuadran I adalah atribut 6, 12, 16, 19, 25, 27 dan 29, maka selanjutnya dilakukan pencarian penyebab masalah yang terjadi yang mengakibatkan keempat atribut tersebut menjadi prioritas utama dalam peningkatan kualitas pelayanan ini. Metode yang digunakan adalah 5W1H, dengan 5W1H maka didapatkan bahwa usulan terbaik dalam meningkatkan kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Usulan Peningkatan Kualitas

No. Atribut	Pernyataan	Usulan
12	Customer service melakukan pelayanan tepat waktu	Mengevaluasi jumlah <i>customer service</i> dan <i>job desc customer service</i>
16	Kecepatan Customer Service dalam membalas pesan	

Perbaikan Kualitas Pelayanan Customer Service PT. XYZ Berdasarkan Importance Performance Analysis (IPA)

Tabel 7. Usulan Peningkatan Kualitas (Lanjutan)

No. Atribut	Pernyataan	Usulan
6	Customer service selalu ramah dalam melayani nasabah	Membuat SOP pelayanan pelanggan
19	Tidak membedakan-bedakan pelanggan	
27	Customer service memberikan perhatian penuh kepada pelanggan	
25	Customer service memiliki kemampuan untuk menciptakan dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan	
29	Customer service mengutamakan kepentingan pelanggan	

Hasil SOP dan evaluasi job desc dapat dilihat pada tabel 8 dan gambar 2.

Tabel 8. Usulan Pembagian Job Desc

Job Description		
Nama Jabatan	Customer Service	Marketing
Tujuan Jabatan	Menjadi pihak yang melayani dan berurusan langsung dengan pelanggan	Menjadi pihak yang memasarkan produk perusahaan
Tugas Jabatan	Melayani pelanggan baik secara online maupun offline	Memasarkan produk secara baik secara online maupun offline
	Menerima dan menanggapi komplain pelanggan	Mengoperasikan website dan akun instagram perusahaan
	Mencatat dan menyimpan data pelanggan	
	Mencatat dan menyimpan pesanan pelanggan	
	Menjawab pertanyaan pelanggan	

STANDART OPERATIONAL PROCEDURE (SOP) Pelayanan Pelanggan	
Unit/Departemen	: Customer Service
No. Dokumen	:
Dibuat Tanggal	: Pembaharuan :
Penanggung Jawab	:
Tujuan	: Melayani pelanggan dengan baik dan sopan
Ruang Lingkup	: <i>Customer service</i> dan pelanggan
Prosedur	1. Saat pesan <i>whatsapp</i> masuk selalu ucapkan "Selamat pagi/siang/sore, ada yang bisa saya bantu?". 2. Jika pesan <i>whatsapp</i> yang masuk sedang banyak segera aktifkan pesan otomatis. Lalu pada saat gilirannya ucapkan "Terimakasih telah menunggu". 3. Ketika pelanggan bertanya jawab dengan sopan dan ramah, buat pelanggan nyaman mungkin ketika sedang berkomunikasi. 4. Berikan katalog produk kepada pelanggan, jika pelanggan kebingungan rekomendasikan desain produk yang sedang banyak digemari atau sedang tren. 5. Gunakan kata-kata yang sopan dalam menjawab pelanggan. 6. Jelaskan kepada pelanggan mengenai proses pembuatan produk dan estimasi pembuatan sedetail mungkin, serta buat pelanggan merasa aman dengan transaksi ini. 7. Di akhir <i>chat</i> selalu mengucapkan "terima kasih telah menghubungi kami".

Gambar 2. SOP Pelayanan Pelanggan

4. KESIMPULAN

4.1 KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil pemetaan diagram kartesius IPA didapatkan 6 atribut yaitu atribut 6, 12, 16, 19, 25, 27 dan 29 yang perlu diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan.
2. Berikut adalah usulan perbaikan bagi ketujuh atribut yang diperlukan perbaikan, yaitu
 - a. Perusahaan perlu melakukan evaluasi jumlah dan job desc customer service.
 - b. Perusahaan diharapkan mulai menggunakan pesan otomatis pada akun whatsapp business nya.
 - c. Perusahaan membuat Standart Operating Procedure (SOP) mengenai pelayanan pelanggan.

4.2 SARAN

1. PT. XYZ diharapkan dapat mempertimbangkan hasil dari usulan perbaikan kualitas ini untuk diimplementasikan, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan pada customer service yang menurut pelanggan belum memuaskan.
2. PT. XYZ diharapkan agar dapat melakukan pengukuran kualitas pelayanan secara berkala agar dapat melihat apakah kepuasan pelanggan mengenai atribut-atribut yang kurang sudah berubah menjadi memuaskan atau ada atribut lain yang berubah menjadi kurang memuaskan.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat lebih memfokuskan ke bagian produksinya dan lebih memfokuskan atributnya sehingga jumlahnya lebih sedikit.
4. Selanjutnya saran untuk peneliti selanjutnya yaitu untuk melakukan penelitian kualitas pelayanan terhadap perusahaan yang menawarkan produk atau jasa khususnya bagian customer service karena masih banyak sekali perusahaan yang sangat awam untuk melakukan penelitian pada customer service nya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Bussiness A Skill-Building Approach*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Latu, T. M., & Everett, A. M. (2000). *Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches*. Wellington: Department of Conservation.
- Husna, S., & Syukri, A. (2014). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 103-111.