

## ANALISIS KUALITAS JASA PADA MASKAPAI PENERBANGAN RUTE DOMESTIK TARIF MENENGAH KEBAWAH DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN METODE IMPORTANCE AND PERFORMANCE ANALYSIS

Hendy Tannady<sup>1\*</sup>, Billy Andrea<sup>1</sup>, Filscha Nurprihatin<sup>1</sup>, Mirna Lusiani<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Industri, Universitas Bunda Mulia

Jl. Lodan Raya No. 2, Jakarta Utara, 14430

\*Email: [htannady@bundamulia.ac.id](mailto:htannady@bundamulia.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode analisis *Service Quality* untuk mengetahui gap antara harapan pelanggan terhadap atribut jasa dan tingkat kepuasan yang dirasakan dan metode analisis *Importance and Performance Analysis* untuk menentukan kategori dari suatu atribut dan dapat menentukan prioritas yang harus dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil dari analisis data adalah terdapat 11 atribut pada maskapai penerbangan Lion Air dan 12 atribut pada maskapai penerbangan Citilink yang masih memiliki gap score yang tergolong tinggi, dan kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian adalah dari 22 atribut pelayanan pada setiap maskapai penerbangan terdapat 2 atribut Lion Air dan 5 atribut Citilink yang menjadi prioritas perbaikan karena memiliki pengaruh besar bagi kepuasan pelanggan dan tergolong dalam kategori *tobe improved* dalam IPA.

**Kata kunci:** maskapai penerbangan, service quality, importance and performance analysis

## 1. PENDAHULUAN

Transportasi merupakan sarana yang selalu digunakan setiap hari oleh setiap orang saat berpergian atau untuk mengantar suatu barang. Perjalanan ke daerah-daerah atau pergi ke tempat yang jaraknya jauh akan memakan waktu jika pergi dengan menggunakan transportasi darat. Maka oleh dari itu sarana transportasi udara disediakan untuk meminimalisir waktu perjalanan. Dengan sarana yang sudah memadai dan biaya yang terjangkau, masih belum cukup bagi perusahaan dalam mempertahankan pelanggan. Menurut vivo.co.id dalam vivanews, maskapai penerbangan lokal di Indonesia dengan rute penerbangan domestik berbiaya *lowcost* adalah maskapai penerbangan Lion air dan Citilink. Menurut merdeka.com pun mengatakan bahwa maskapai penerbangan di Indonesia yang masuk dalam kategori *lowcost* dan banyak digunakan oleh pelanggan adalah Lion Air dan Citilink.

Untuk dapat terus berkompetisi, kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci agar pelanggan mendapatkan harga yang terjangkau dan sekaligus dapat merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Untuk itu penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa atribut kualitas jasa yang ada pada industri maskapai penerbangan untuk membandingkan dan mempelajari apa yang menjadi kebutuhan pelanggan saat ini, sehingga dapat dilakukan identifikasi masalah yang menjadi akar dari permasalahan terjadinya ketidakpuasan pelanggan untuk dapat menganalisis kepuasan pelanggan terhadap atribut kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Metode yang digunakan adalah metode *Servqual* dan *Importance and Performance Analysis* (IPA). Metode ini digunakan sebagai alat untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan serta menentukan prioritas perbaikan kualitas layanan yang diperlukan. Berdasarkan identifikasi masalah, dirumuskan tiga rumusan sebagai berikut : 1) Dimensi atau atribut apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, 2) Apa saja masalah yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, 3) Perbaikan apa saja yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Menurut Kotler (2000:428) Jasa merupakan setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan menyebabkan perpindahan kepemilikan. Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Hurriyati (2005:28) Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan

diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya. Menurut Yazid (2005) menyatakan bahwa Jasa sebagai *deeds* (tindakan, prosedur, aktivitas); proses yang bersifat *intangible*. Lebih lanjut ditambahkan Yazid, jasa adalah *intangible* (seperti kenyamanan, hiburan, kecepatan, kesenangan, dan kesehatan) dan *perishable* (jasa tidak mungkin disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat yang diperlukan). Jasa diciptakan dan dikonsumsi secara simultan. Jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud, dan cepat hilang, lebih cepat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses dalam mengkonsumsi jasa tersebut (Supranto, 2006).

Tjiptono (2006:18) mengutarakan ada lima karakteristik utama jasa bagi pembeli pertamanya, yaitu *Intangibility* (tidak berwujud), *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan), *Variability / Heterogeneity* (berubah-ubah), *Perishability* (tidak tahan lama), *Lack of Ownership*. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001) menyebutkan karakteristik jasa yaitu *Intangibility* (tidak berwujud), *Unstorability* (tidak disimpan), dan *Customization*.

Ada beberapa pendapat mengenai dimensi kualitas pelayanan, antara lain Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Saleh (2010:103) yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa. Kesepuluh faktor tersebut adalah *Reliability*, *Responsiveness*, *Competence*, *Accessibility*, *Courtesy*, *Communication*, *Credibility*, *Security*, *Understanding/Knowing the Customer*, *Tangibles*. Perkembangan selanjutnya, Zeithalm et al dalam Aryani & Rosinta (2010:180) menyederhanakan sepuluh dimensi di atas menjadi lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERQUAL (*servicequality*) yang terdiri dari : bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), sopan santun (*courtesy*), empati (*empathy*).

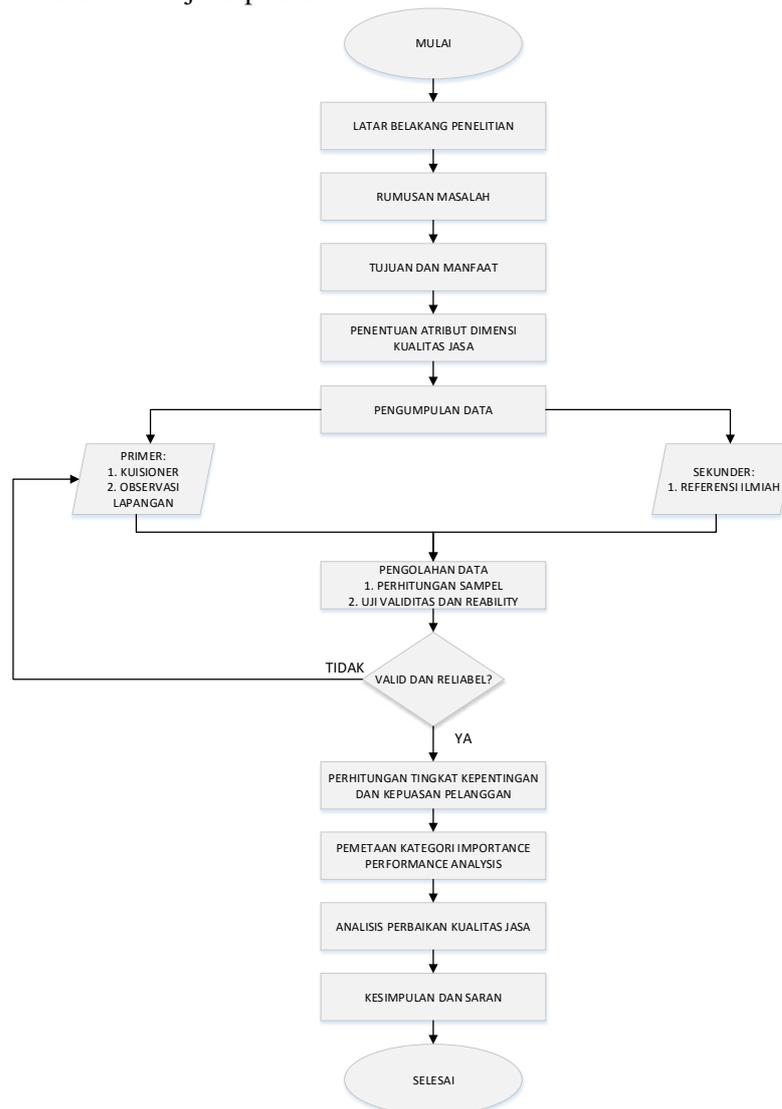
Dalam Puspitasari (2010) dikatakan bahwa metode *Importance and Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Brandt, 2000 dan Latu & Everett, 2000). Model IPA-Kano adalah alat baru untuk mendiagnosis keterampilan (*skill*) dan atribut dari atribut kualitas jasa dalam memberikan strategi khusus untuk setiap kategori (Paraschivescu & Cotirlet, 2012). Metode IPA digunakan untuk mengarahkan maskapai penerbangan Lion Air dan Citilink dalam melaksanakan strategi bisnisnya sesuai dengan prioritas kepentingan pengunjung yang paling dominan. Empat kategori yang terdapat dalam metode IPA yang dikemukakan oleh Yang (2005), yaitu: Prioritas Utama, Pertahankan Prestasi, Prioritas Rendah, Berlebihan.

## 2. METODOLOGI

Tahapan-tahapan yang dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penentuan atribut kualitas jasa
2. Penyusunan kuisisioner berdasarkan atribut kualitas jasa yang telah ditentukan
3. Melakukan penyebaran kuisisioner kepada sejumlah responden sebagai sampel yang dapat menggambarkan sifat populasi secara keseluruhan.
4. Melakukan pengumpulan dan pengolahan data yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner, yang kemudian diuji validitas dan realibilitas.
5. Apabila data ditemukan tidak valid maupun tidak reliabel, maka data tersebut tidak dapat digunakan dan akan dilakukan pengumpulan data ulang. Namun apabila data valid dan reliabel akan dilanjutkan pada tahap selanjutnya, yaitu pengkategorian atribut berdasarkan Servqual.
6. Melakukan perhitungan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan untuk masing-masing atribut dengan menggunakan metode Importance and Performance Analysis (IPA).
7. Membuat ringkasan hasil kategori Servqual dan IPA yang kemudian dapat dilanjutkan dengan tahap analisis.
8. Melakukan analisis untuk peningkatan kualitas jasa PT Lion Air & Citilink Airline saat ini berdasarkan hasil dari penyebaran kuisisioner, yaitu hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan, serta ringkasan hasil kategori Servqual dan IPA.

9. Menarik kesimpulan dan memberikan saran perbaikan dari hasil analisis yang menjawab rumusan masalah serta tujuan penelitian.



### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan dimulai dengan melakukan berbagai uji, seperti uji validitas dan reliabilitas. Dengan menggunakan jumlah responden 110 orang dan mengikuti *degree of freedom* n-2, maka diperoleh besar r-tabel adalah 0,1857. Dari hasil uji validitas terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan maskapai Lion Air, diperoleh seluruh indikator valid dengan rata-rata r-hitung sebesar 0.75 dan 0.50. Hasil uji validitas terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan maskapai Citilink, diperoleh seluruh indikator valid dengan rata-rata r-hitung sebesar 0.751 dan 0.469. Hasil uji reliabilitas terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan maskapai Lion Air, diperoleh seluruh indikator reliabel dengan nilai  $\alpha$  sebesar 0.966 dan 0.889. Hasil uji reliabilitas terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan maskapai Citilink, diperoleh seluruh indikator reliabel dengan nilai  $\alpha$  sebesar 0.966 dan 0.874.

#### 3.1. Servqual

Pengukuran Servqual dilakukan dengan pembobotan nilai dikali dengan hasil perhitungan jawaban responden masing – masing atribut dalam kuisisioner yang menggambarkan tingkat harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh responden. Dimulai dengan mencari nilai kepentingan, kemudian ditentukan gapnya setelah dibandingkan dengan nilai kepuasan responden. Tabel 1, Tabel 2, Tabel 3, dan Tabel 4 memperlihatkan gap score untuk maskapai Lion Air dan Citilink.

**Tabel 1. Gap Score Pelayanan Maskapai Lion Air**

Nomor Atribut	Nilai Kepentingan	Nilai Kepuasan	Gap Score
1	4.17	3.54	-0.64
2	4.20	3.35	-0.85
3	4.21	3.06	-1.15
4	4.17	3.37	-0.80
5	4.27	3.30	-0.97
6	4.14	3.12	-1.02
7	4.15	3.21	-0.95
8	4.19	3.12	-1.07
9	4.27	2.95	-1.32
10	4.20	3.37	-0.83
11	4.15	3.36	-0.78
12	4.25	3.36	-0.89
13	4.02	2.02	-2.00
14	4.03	2.65	-1.37
15	4.19	3.10	-1.09
16	4.27	3.01	-1.26
17	4.21	2.84	-1.37
18	4.36	3.16	-1.20
19	4.36	3.24	-1.13
20	4.36	3.25	-1.11
21	4.25	3.15	-1.10
22	4.36	3.24	-1.13

**Tabel 2. Gap Score Tinggi Pelayanan Maskapai Lion Air**

Nomor Atribut	Gap Score
3	-1.15
6	-1.02
9	-1.32
13	-2.00
16	-1.26
17	-1.37
18	-1.20
19	-1.13
20	-1.11
21	-1.10
22	-1.13

**Tabel 3. Gap Score Pelayanan Maskapai Citilink**

Nomor Atribut	Nilai Kepentingan	Nilai Kepuasan	Gap Score
1	4.24	3.97	-0.26
2	4.27	3.83	-0.45
3	4.16	3.74	-0.43
4	4.27	3.71	-0.56
5	4.22	3.75	-0.46
6	4.33	3.75	-0.58
7	4.35	3.85	-0.50
8	4.34	3.90	-0.44
9	4.32	4	-0.32
10	4.24	4.14	-0.10
11	4.32	4.10	-0.22
12	4.30	3.94	-0.36
13	4.13	3.83	-0.30
14	3.98	3.77	-0.21

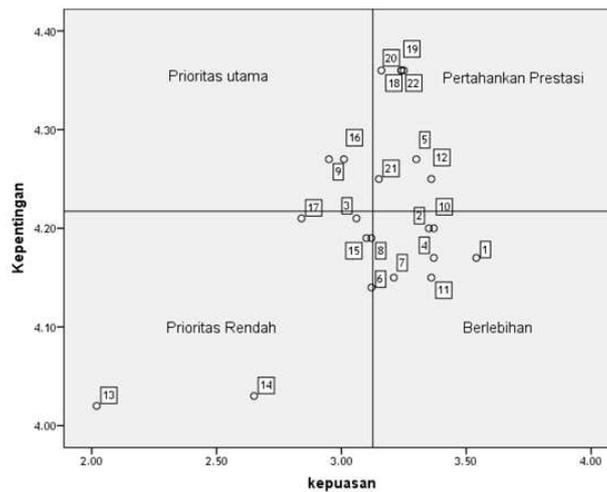
15	4.23	3.77	-0.45
16	4.15	3.65	-0.50
17	4.30	3.67	-0.63
18	4.45	3.96	-0.49
19	4.23	3.82	-0.41
20	4.35	3.95	-0.40
21	4.29	3.91	-0.38
22	4.38	4.06	-0.32

**Tabel 4. Gap Score Tinggi Pelayanan Maskapai Citilink**

Nomor Atribut	Gap Score
2	-0.45
3	-0.43
4	-0.56
5	-0.46
6	-0.58
7	-0.50
8	-0.44
15	-0.45
16	-0.50
17	-0.63
18	-0.49
19	-0.41

**3.2. IPA (Importance and Performance Analysis)**

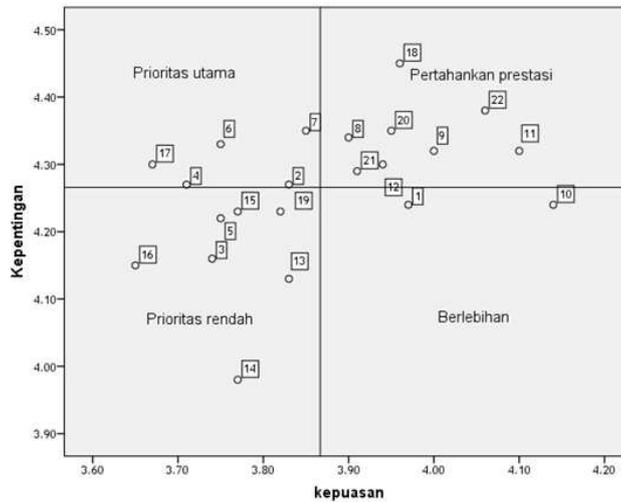
Hal – hal yang perlu dilakukan dalam melakukan perbaikan adalah meneliti hal yang paling berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Untuk itu dilakukan analisis kepentingan perbaikan dengan menggunakan metode Importance and performance analysis (IPA). Digambarkan dengan menggunakan diagram Kartesius, yang terbagi dalam 4 kuadran didalamnya, yaitu Prioritas Utama, Pertahankan Prestasi, Prioritas rendah, dan Berlebihan. Gambar 2 memperlihatkan kuadran maskapai Lion Air.



**Gambar 2. Diagram Kartesius Lion Air**

Kuadran I (Prioritas Utama)-Faktor – faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah : penumpang merasa aman selama menggunakan jasa penerbangan (9), dan memberitahu jadwal penerbangan yang akan dilakukan (16). Kuadran II (Pertahankan Prestasi)-Faktor – faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah : karyawan siap setiap saat untuk melayani penumpang (5), karyawan memiliki sambutan yang baik kepada penumpang (12), karyawan tanggap terhadap

kepentingan penumpang (18), karyawan siap merespon permintaan penumpang (19), karyawan memahami dan memperhatikan kepentingan penumpang (20), karyawan sabar dan penuh pengertian dalam menangani penumpang (21), Dan karyawan menyediakan tempat pelayanan yang nyaman, aman dan representative (22). Kuadran III (Prioritas Rendah)-Faktor – faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah : fasilitas pendukung(wifi,tv,toilet,wastafel, ruang tunggu) (3), memberikan layanan yang cepat dan nyaman (6), karyawan mampu memberikan kepercayaan kepada penumpang (8), jadwal penerbangan tepat waktu (13), pelayanan yang diberikan dapat dipercaya (14), menyimpan data yang akurat dan benar (15), dan karyawan yang bersikap simpatik dalam menghadapi penumpang yang bermasalah (17). Kuadran IV (Berlebihan)-Faktor – faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah : karyawan dibandara selalu berpenampilan bersih dan rapih (=1). pesawat memiliki peralatan yang menggunakan teknologi mutakhir (=2), karyawan mau membantu masalah yang dihadapi penumpang (=4), karyawan memberikan rasa aman dalam memberikan pelayanan kepada penumpang (=7), karyawan bersikap sopan kepada penumpang (=10), dan karyawan memiliki pengetahuan yang cukup (=11).



**Gambar 3. Diagram Kartesius Citilink**

Kuadran I (Prioritas Utama)-Faktor–faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah : pesawat memiliki peralatan yang menggunakan teknologi mutakhir (2), karyawan mau membantu masalah yang dihadapi penumpang (4), memberikan layanan yang cepat dan nyaman (6), karyawan memberikan rasa aman dalam memberikan pelayanan kepada penumpang (7), dan karyawan yang bersikap simpatik dalam menghadapi penumpang yang bermasalah (17). Kuadran II (Pertahankan Prestasi)-Faktor–faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah : karyawan mampu memberikan kepercayaan kepada penumpang (8), penumpang merasa aman selama menggunakan jasa peerbangan (9), karyawan memiliki pengetahuan yang cukup (11), karyawan memiliki sambutan yang baik kepada penumbang (12), karyawan tanggap terhadap kepentingan penumpang (18), karyawan memahami dan memperhatikan kepentingan penumpang (20), karyawan sabar dan penuh pengertian dalam menangani penumpang (21), dan karyawan menyediakan tempat pelayanan yang nyaman, aman dan representative (22). Kuadran III (Prioritas Rendah)-Faktor–faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:fasilitas pendukung(wifi,tv,toilet,wastafel, ruang tunggu) (3), karyawan siap setiap saat untuk melayani penumpang (5), jadwal penerbangan tepat waktu (13), pelayanan yang diberikan dapat dipercaya (14), menyimpan data yang akurat dan benar (15), memberitahukan jadwal penerbangan yang akan dilakukan (16), dan karyawan siap merespon permintaan penumpang (19). Kuadran IV (Berlebihan)-Faktor–faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :karyawan dibandara selalu berpenampilan bersih dan rapih (1), dan karyawan bersikap sopan kepada penumpang (10).

#### 4. KESIMPULAN

Beberapa atribut yang harus diperbaiki dari Lion Air adalah kepastian rasa aman pada penumpang selama menggunakan jasa penerbangan Lion Air dan kepastian jadwal penerbangan sesuai dengan yang telah dijanjikan, sedangkan beberapa atribut yang perlu ditingkatkan untuk Citilink adalah penggunaan teknologi yang mutakhir kemampuan melayani dari segenap karyawan dan kru penerbangan, seperti mau membantu penumpang, pelayanan yang cepat dan nyaman, memberikan rasa aman dan bersikap simpatik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, D., Rosinta Parameswaran., (2010)., Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan., Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi., Vol. 17, No. 2.
- Brandt, D.R., (2000)., "An "Outside-In" Approach to Determining Customer Driven Priorities for Improvement and Innovation, White Paper Series, Vol. 2.
- Hurriyati., (2005)., Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen., Alfabeta., Bandung.
- Kotler, Philip., (2000)., Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian., Salemba Empat., Jakarta.
- Lupiyoadi., (2001)., Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek), Salemba Empat, Jakarta.
- Paraschivescu, A., Cotirlet, A., (2012)., Kano Model, Economy Transdisciplinary Cognition Journal, Vol. 15, No. 2, pp. 116-124.
- Puspitasari, Nia B., Hery S., Laila K., (2010), Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Integrasi Importance Performance Analysis (IPA) dan Model Kano, Jurnal Teknik Industri, Vol. 5, No. 3.
- Supranto, J., (2006), Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono., (2006), Pemasaran Jasa, Bayu Media Publishing, Jawa Timur.
- Yang, Ching-Chow., (2005), The Refined Kano's Model and Its Application, Hournal of Total Quality Management, Vol. 6, No. 10, pp. 1127-1137.
- Yazid., (2005), Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi, Ekonisia, Yogyakarta.