

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KINERJA J&T EXPRESS BANJAR MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL

Zainal Mutaqqin

Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Galuh, Jl. RE Martadinata No.150, Ciamis, 46251, Indonesia

E-mail: zainalmuttaqin809@gmail.com

Abstract

Intense competition in the logistics service industry requires companies to continuously improve service quality in order to maintain customer satisfaction and loyalty. This study aims to analyze the service quality of J&T Express Banjar Branch based on customer perceptions using the servqual method and to measure customer satisfaction levels through the Customer Satisfaction Index (CSI). Data were collected by distributing questionnaires to 100 respondents who are customers of J&T Express Banjar Branch. The servqual analysis was conducted across five service quality dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The results indicate that the overall service quality of J&T Express Banjar Branch is categorized as good, with the tangibles dimension obtaining the highest score. The CSI results show that customers are generally satisfied with the services provided. This study is expected to serve as a reference for J&T Express management in improving service quality in a sustainable manner

Keywords: Service Quality, Servqual, Customer Satisfaction Index, Customer Satisfaction.

Abstrak

Persaingan yang ketat dalam industri jasa ekspedisi menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan guna menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan J&T Express Cabang Banjar berdasarkan persepsi pelanggan menggunakan metode *servqual* serta mengukur tingkat kepuasan pelanggan melalui *Customer Satisfaction Index* (CSI). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan J&T Express Banjar. Analisis *servqual* dilakukan terhadap lima dimensi kualitas layanan, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan J&T Express Banjar berada pada kategori baik, dengan dimensi *tangibles* memperoleh skor tertinggi. Nilai CSI menunjukkan bahwa pelanggan berada pada tingkat puas terhadap layanan yang diberikan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi manajemen J&T Express dalam meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Servqual*, *Customer Satisfaction Index*, Kepuasan Pelanggan.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan meningkatnya aktivitas perdagangan elektronik telah mendorong pertumbuhan industri jasa pengiriman barang di Indonesia. Perusahaan jasa ekspedisi dituntut untuk memberikan pelayanan yang cepat, aman, dan andal guna memenuhi kebutuhan dan harapan

pelanggan. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

J&T Express merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman yang berkembang pesat dan memiliki jaringan luas di Indonesia, termasuk di Kota Banjar. Meskipun demikian,

berdasarkan pengamatan awal dan keluhan pelanggan, masih ditemukan permasalahan terkait keterlambatan pengiriman, respon pelayanan, serta kejelasan informasi kepada pelanggan. Permasalahan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan pelayanan yang diterima.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan. Oleh karena itu, diperlukan pengukuran kualitas pelayanan secara sistematis berdasarkan persepsi pelanggan. Metode *servqual* digunakan untuk mengukur kesenjangan kualitas pelayanan, sedangkan *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan J&T Express Cabang Banjar menggunakan metode *servqual* serta mengukur tingkat kepuasan pelanggan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

2. Kajian Pustaka

2.1 Pengertian Jasa

Jasa adalah suatu tindakan atau aktivitas yang dilakukan untuk membantu, melakukan pekerjaan, menyelesaikan tugas untuk orang lain khususnya pelanggan, hal tersebut memiliki nilai yang dapat dipertukarkan atau sebagai dasar komersial (Annarelli, 2019).

2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan teknik yang dilakukan setiap perusahaan untuk menjalankan perusahaannya guna kepuasan pelanggan, adapun kualitas pelayanan yang harus ada di setiap perusahaan yaitu seperti keamanan, kenyamanan, dan pelayanan yang memuaskan.

Menurut Sudrajat (2019) adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para konsumen atas layanan yang mereka terima,

yang merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Gronroos (dalam R. Ruheli, 2022) kualitas pelayanan adalah hasil proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan harapan mereka tentang *service* dengan persepsi terhadap *service* yang diterima.

2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan (*Servqual*)

Metode *servqual* mengukur kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi utama, yaitu:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik), meliputi fasilitas fisik, peralatan, teknologi, serta penampilan karyawan.
2. *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai janji secara akurat dan konsisten.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan serta menanggapi keluhan.
4. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan pelanggan.
5. *Empathy* (Empati), yaitu perhatian dan pelayanan secara individual yang diberikan kepada pelanggan.

2.4 Metode *Servqual*

Teori *servqual* berasumsi bahwa kepuasan pelanggan tercipta karena harapan pelanggan terpenuhi oleh kenyataan pelayanan yang didapat pelanggan (R. Ruheli, 2023).

Servqual merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi kesenjangan (*gap*) antara persepsi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap suatu layanan. Nilai *gap* diperoleh dari selisih antara skor persepsi dan skor harapan. Nilai *gap* positif menunjukkan bahwa kinerja pelayanan telah memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan nilai *gap* negatif menunjukkan bahwa pelayanan belum memenuhi harapan pelanggan.

2.5 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional pelanggan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk atau jasa dengan harapannya. Kepuasan pelanggan berperan penting dalam menciptakan loyalitas dan keberlangsungan perusahaan.

Umumnya dalam konteks kepuasan pelanggan harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang hal yang diterima. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Bila kinerja sesuai harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira (R. Ruheli, 2019)

2.6 Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan metode pengukuran kepuasan pelanggan secara kuantitatif yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari setiap atribut pelayanan. Nilai CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan yang kemudian diklasifikasikan ke dalam kategori sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, dan sangat puas.

2.7 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan sehingga berdampak pada meningkatnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pengukuran kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi dasar penting dalam evaluasi dan perbaikan kinerja perusahaan jasa.

3. Objek dan Metode Penelitian

3.1 Objek Penelitian

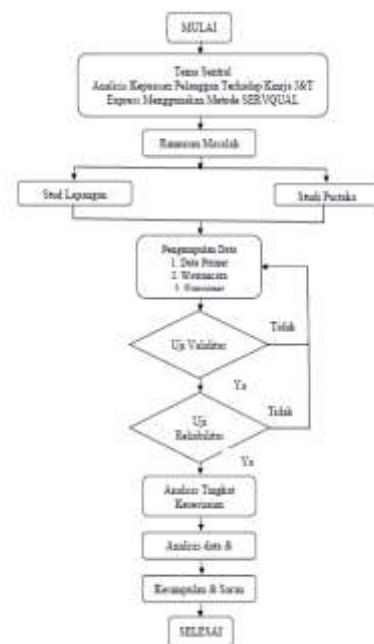
Objek penelitian adalah kualitas pelayanan pada J&T Express Cabang Banjar yang ditinjau berdasarkan lima dimensi *servqual*, yaitu:

1. *Tangibles* (bukti fisik)
2. *Reliability* (keandalan)
3. *Responsiveness* (daya tanggap)
4. *Assurance* (jaminan)
5. *Empathy* (empati)

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Penelitian dilakukan di J&T Express Cabang Banjar dengan objek penelitian berupa kualitas pelayanan jasa pengiriman.

3.3 Sistematika Penelitian



Gambar 1. Flow Chart

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan J&T Express Cabang Banjar dengan jumlah populasi sebanyak 1.000 pelanggan.

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling proporsional*. Berdasarkan pendapat Arikunto (2010), jika populasi lebih dari 100, maka sampel dapat diambil sebesar 10%–25%. Dalam penelitian ini diambil 10% dari total populasi, sehingga jumlah sampel adalah : $n = 1000 \times 10\% = 100$ responden.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden pelanggan J&T Express Cabang Banjar. Berdasarkan data kuesioner, karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Berdasarkan Usia: responden didominasi oleh usia 21–30 tahun 35%, diikuti usia 31–40 tahun 22%, usia < 20 tahun 23%, usia 41–50 tahun 12%, dan usia > 50 tahun 11%.
2. Berdasarkan Jenis Kelamin: responden laki-laki sebanyak 52% dan perempuan sebanyak 48%.
3. Berdasarkan Pekerjaan: responden dengan pekerjaan wiraswasta mendominasi sebesar 32%, mahasiswa 26%, pelajar 13%, PNS 11%, ibu rumah tangga 11%, dan TNI/POLRI 7%.

4.1.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel (0,195), sehingga seluruh indikator dinyatakan valid. Nilai reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Dimensi	Cronbach's Alpha
Tangibility	0.878
Reliability	0.879
Responsiveness	0.874
Assurance	0.883
Empathy	0.871

Nilai Cronbach's Alpha seluruh dimensi > 0,6, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

4.1.3 Analisis *Servqual*

Analisis *servqual* dilakukan dengan menghitung skor rata-rata persepsi responden terhadap setiap dimensi kualitas pelayanan. Hasil analisis *servqual* disajikan pada tabel berikut :

Tabel 2. Analisis *Servqual*

Dimensi	Skor Rata rata	Kategori
<i>Tangibility</i>	4,13	Baik
<i>Reliability</i>	4,03	Baik
<i>Responsiveness</i>	3,80	Baik
<i>Assurance</i>	3,86	Baik
<i>Empathy</i>	3,94	Baik
Rata rata total	3,95	Baik

Berdasarkan tabel di atas diketahui dimensi *tangibility* memiliki skor tertinggi (4,13), menunjukkan fasilitas fisik dan penampilan karyawan telah memenuhi harapan pelanggan. Dimensi *responsiveness* memiliki skor terendah (3,80), yang mengindikasikan masih terdapat keluhan pelanggan terkait kecepatan pelayanan dan kepastian waktu pengiriman.

4.1.4 Analisis Per Item Atribut *Servqual*

Beberapa atribut dengan skor relatif rendah antara lain:

1. Kepastian waktu pengiriman (skor 3,45)
2. Kecepatan pelayanan J&T (skor 3,92)
3. Kemampuan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan (skor 3,95)

Atribut-atribut tersebut menjadi prioritas perbaikan karena memiliki pengaruh besar terhadap persepsi kepuasan pelanggan.

4.1.5 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dilakukan berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pelayanan. Hasil perhitungan CSI menunjukkan nilai indeks kepuasan pelanggan berada pada kategori puas, yang mengindikasikan bahwa

secara umum pelanggan merasa layanan J&T Express Cabang Banjar telah memenuhi harapan mereka.

4.1.6 Tingkat Kesesuaian Atribut

Diketahui tingkat kesesuaian total (TK_i total) antara X kinerja (X) dan harapan (Y) adalah :

$$\sum X_i = 7925$$

$$\sum Y_i = 8941$$

$$\begin{aligned} TK_i \text{ Total} &= \frac{\sum x_i}{\sum y_i} \times 100\% \\ &= \frac{7925}{8941} \times 100\% \\ &= 88,63\% \end{aligned}$$

Skor rata-rata kinerja (X) :

$$\begin{aligned} \bar{x} &= \frac{\sum x_i}{k} \\ &= \frac{7925}{20} \\ &= 3,96 \end{aligned}$$

Skor rata-rata harapan (Y) :

$$\begin{aligned} \bar{y} &= \frac{\sum y_i}{k} \\ &= \frac{8941}{20} \\ &= 4,47 \end{aligned}$$

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis *servqual*, secara umum kualitas pelayanan J&T Express Cabang Kota Banjar memperoleh skor rata-rata 3,95 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas terhadap layanan yang diberikan, meskipun masih terdapat ruang perbaikan di beberapa dimensi.

1. Dimensi *tangibility* memperoleh skor tertinggi yaitu 4,13. Pencapaian ini menunjukkan bahwa aspek fisik seperti fasilitas gedung, kerapian penampilan karyawan, dan kenyamanan ruang tunggu dinilai positif oleh pelanggan. Elemen ini penting karena bukti fisik menjadi kesan awal yang mempengaruhi persepsi

pelanggan terhadap profesionalitas perusahaan.

2. Dimensi *reliability* berada pada skor 4,03, yang juga termasuk kategori baik. Hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai janji, menyampaikan jasa dengan benar, dan memenuhi tenggat waktu pengiriman secara konsisten. Namun, skor terendah pada item “kemampuan karyawan menangani masalah pelanggan” (3,95) mengindikasikan perlunya peningkatan kompetensi dalam penyelesaian keluhan atau masalah teknis.
3. Dimensi *responsiveness* mencatat skor 3,80, menandakan bahwa respon cepat terhadap kebutuhan pelanggan sudah baik namun belum optimal. Skor terendah terdapat pada item “penyampaian kepastian waktu” (3,45), yang menandakan perlunya peningkatan kejelasan informasi dan komunikasi terkait estimasi waktu layanan.
4. Dimensi *assurance* memperoleh skor 3,86. Meskipun tergolong baik, skor ini lebih rendah dibandingkan dimensi lainnya, menandakan adanya kebutuhan untuk memperkuat rasa percaya pelanggan, terutama melalui peningkatan pelayanan yang konsisten dan transparansi dalam proses transaksi.
5. Dimensi *empathy* mencatat skor 3,94, menunjukkan bahwa perhatian dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan dinilai positif. Skor tertinggi terdapat pada item “waktu beroperasi yang baik” (4,04), yang menunjukkan fleksibilitas operasional perusahaan diapresiasi oleh pelanggan.

Hasil perhitungan Tingkat Kesesuaian Total (TK_i) menunjukkan angka 88,63%, yang berarti harapan pelanggan belum sepenuhnya terpenuhi, namun kesenjangan (*gap*) yang ada relatif kecil. Fokus perbaikan sebaiknya diarahkan pada dimensi dengan skor rendah, khususnya *responsiveness* dan *assurance*, agar kesesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan dapat meningkat secara signifikan.

Secara keseluruhan, meskipun J&T Express Cabang Kota Banjar telah menunjukkan kinerja pelayanan yang baik, optimalisasi pada kecepatan respon, kejelasan informasi, dan penguatan kepercayaan pelanggan akan berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing perusahaan di industri jasa pengiriman.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan J&T Express Cabang Banjar berdasarkan metode *servqual* berada pada kategori baik, meskipun masih terdapat beberapa kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan yang diukur menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan kategori puas. Dimensi *reliability* dan *responsiveness* menjadi prioritas utama yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- A Para suraman, Zeithaml, Valerie dan Leonard L. Berry 1998. *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectation*. New Yorks.
- Antika, H.W., Farida, N. & Listyorini, S. 2015. Pengaruh *Service Performance* dan *Customer Value* terhadap *Repurchase* dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Jasa PT Herona Express Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Universitas Diponegoro.
- Atiyah, L. 2016. *Product's Quality And Its Impact On Customer Satisfaction A Field Study In Diwanayah Dairy Factory*.

Proceedings Of The 10th International Management Conference.

- Ruheli, R. 2023. Implikasi Penerapan Metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis* terhadap Penilaian Kinerja Perusahaan (Studi pada Pelanggan IndiHome PT. Telkom Pangandaran). *Jurnal Media Teknologi*, 9(2), 216-228.
- Ruheli, R. 2022. Pengukuran Kinerja Layanan Pemberian Kredit pada Bank Cipatujuh Jabar (Cij) Kantor Cabang Rancah dengan Menggunakan Metode *Servqual*. *Jurnal Media Teknologi*, 9(1), 70-80.
- Ruheli, R. 2019. Implikasi Penerapan Manajemen Mutu Terpadu dan Tingkat Efektivitas Layanan Jasa terhadap Kepuasan Pengguna Jalan Tol Purbaleunyi. *Jurnal Media Teknologi*, 5(1), 25-26.
- Sophia, S., & Sudrajat, A. 2019. Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Masyarakat. *J-Innovative: Journal of Social Science Research*.