



## ANALISA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN PERUSAHAAN JASA SEA FREIGHT FORWARDING DI SURABAYA MENGUNAKAN METODE SERVQUAL

Belva Alisa Ozzura<sup>1)</sup>, Devina Puspita Sari<sup>2)</sup>, dan Aditya Maharani<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Jurusan Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

<sup>2)</sup>Jurusan Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

<sup>3)</sup>Jurusan Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

E-mail: belvaozzura@gmail.com

### Abstract

*Freight forwarding is a service company that aims to represent the interests of the owner of the goods in taking care of all the activities required during delivery to receipt of goods. The subject in this study is a freight forwarding company in Surabaya. The increasing competition among companies engaged in logistics encourages each company to measure the level of customer satisfaction so as to find out how satisfied customers are with the company's services. The research method used is the method of Service Quality (Servqual) and the results in the study obtained all attributes of negative value with the highest value of each dimension is on the Tangibles dimension with attributes of sophistication owned physical facilities and facilities and infrastructure in serving consumers by -0.39, Reliability dimension with attributes of accuracy of handling or administrating records/documents by - 0.74, Responsive dimension with attributes, assurance dimension with employee attributes has a good ability in providing services of -0.67, and Emphaty dimension with employee willingness attributes in informing the existence/constraints of - 0.39. From the analysis it can be concluded that customers are still not satisfied with the company's service so the company must be quick to fix the shortcomings.*

**Keywords:** *Freight Forwarding, Customer Satisfaction, Servqual*

### PENDAHULUAN

Globalisasi menjadi tantangan bagi hampir semua negara di dunia dengan menuntut adanya keterbukaan ekonomi yang semakin luas (Nuraini & Mudakir, 2019). Ekspor dan impor menentukan pertumbuhan ekonomi suatu negara, dalam perdagangan internasional sendiri memiliki banyak keuntungan seperti berupa kenaikan pendapatan negara, cadangan devisa, transaksi modal dan luasnya kesempatan kerja (Manik, 2022). Perdagangan internasional itu tidak hanya mencakup ekspor impor barang tetapi juga ekspor impor jasa serta perdagangan modal (Wulandari & Zuhri, 2019).

*Freight forwarding* merupakan perusahaan yang menangani bidang ekspor-

impor. Maraknya perusahaan yang bergerak di bidang ini menuntut tiap perusahaan harus menyusun strategi yang unggul guna mencapai keberhasilan diantara para pesaing, salah satunya adalah memiliki *service* yang baik agar para customer merasa puas dengan jasa yang telah diberikan dan kemampuan perusahaan dalam mencari solusi untuk setiap masalah ataupun keluhan dari pelanggan yang dihadapi oleh perusahaan. Menurut (Mujahidillah & Wibowo, 2022), faktor penyebab timbulnya ketidakpuasan/keluhan pelanggan adalah pelayanan dan perilaku karyawan tidak memuaskan, suasana dan kondisi area lingkungan tidak menunjang, harga tidak sinkron serta promosi/iklan terlalu berlebihan, dan tidak sesuai dengan ekspektasi. Kualitas Pelayanan diwujudkan dengan membuat keseimbangan antara harapan konsumen dan keinginan konsumen yang dipenuhi dengan ketepatan penuturan bahasa (Ahmad & Munawir, 2018).

Terdapat banyak perusahaan *freight forwarding* di Surabaya yang merupakan perusahaan non pemerintahan dan bergerak pada bidang ekspedisi yang mampu mengirim barang dengan menggunakan peti kemas dalam jumlah yang besar atau penuh (*Full Container*) ataupun dalam jumlah yang kecil atau tidak penuh (*Less-than Container Load*) melalui transportasi laut.

Tabel 1  
Data Jumlah *Outobound Container* dalam TEUS Januari – Desember 2022

Bulan	Jumlah TEUS	Bulan	Jumlah TEUS
Januari	256	Juli	306
Februari	274	Agustus	290
Maret	286	September	205
April	264	Oktober	206
Mei	275	November	207
Juni	321	Desember	190

Ada beberapa faktor lain yang mendasari terjadinya ketidakpuasan dalam pelayanan perusahaan *freight forwarding* di Surabaya. Berdasarkan penelitian pada perusahaan ini, peneliti mendapatkan keluhan dari para *customer* terkait pelayanan yang diberikan perusahaan. Dalam menyikapi ketidak-puasan pelanggan, perusahaan diharuskan untuk menangani masalah tersebut dengan bijak.

Untuk mengetahui sejauh mana suatu perusahaan memahami, dan memenuhi keinginan dari pengguna jasa, maka dilakukan suatu analisis yang bertujuan mengetahui

tingkat kepuasan pelanggan jasa *sea freight forwarding*. Metode analisis tingkat kepuasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Service Quality (SERVQUAL)* untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

Tahap pertama adalah mengidentifikasi masalah dengan menentukan rumusan masalah yang akan diteliti. Tahap ini merupakan tahap yang paling penting dalam penelitian, karena semua jalannya penelitian akan dituntun oleh perumusan masalah. Setelah tahap identifikasi masalah dilakukan dan diperoleh gambaran alur penelitian, langkah selanjutnya yaitu tahap pengumpulan data. Data penelitian dikumpulkan sesuai dengan rancangan penelitian yang telah ditentukan. Data tersebut diperoleh dari pengamatan, percobaan atau pengukuran gejala yang diteliti untuk mengetahui tingkatan kepuasan pelanggan. Menurut (Tjiptono, 2011), terdapat 5 dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu *Tangibles, Reability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*. Dalam kuesioner ini, penelitian menetapkan skala likert sebagai tolak ukur penilaian. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial (Febtriko & Puspitasari, 2018).

Sebelum menganalisis kepuasan pelanggan, data kuesioner yang diperoleh akan diperiksa terlebih dahulu dengan tes validitas dan reliabilitas. Uji validitas sendiri digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah instrument. Sedangkan menurut (Notoatmodjo, 2005), reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan.

Pengolahan data pada penelitian ini adalah menggunakan metode *Servqual*. Menurut Oliver (1997) dalam (Yanti & Murni, 2019) bahwa model kualitas layanan yang paling populer dan banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen maupun pemasaran jasa adalah model kualitas layanan atau *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985). Metode *Servqual* ini nantinya akan dihitung gap antara harapan pelanggan dengan realita pelayanan perusahaan. Setelah ditemukan gap-nya, maka dapat diketahui pelanggan puas atau tidak puas dengan pelayanan

perusahaan. Apabila pelanggan merasa tidak puas, maka perusahaan harus segera mengambil tindakan dalam memperbaiki pelayanan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan studi literatur maka disusunlah kuesioner dengan menggunakan lima dimensi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*. Dimensi dan atribut kuesioner dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2  
Atribut dan Dimensi Kuesioner

Dimensi	Kode	Atribut Kualitas Pelayanan
<i>Tangibles</i>	X1	Kecanggihan sarana fisik yang dimiliki
	X2	Sarana dan Prasarana dalam melayani konsumen
<i>Reliability</i>	X3	Kemudahan dan ketepatan informasi yang diberikan karyawan
	X4	Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/dokumen
	X5	Pengetahuan yang dimiliki karyawan
	X6	Kesesuaian antara waktu pengiriman paket yang dijanjikan dengan kedatangan paket ke tangan konsumen
	X7	Kesesuaian antara biaya pengiriman dengan kualitas pelayanan yang diterima
<i>Responsiveness</i>	X8	Kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat
	X9	Kesediaan karyawan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat
	X10	Karyawan responsif terhadap permintaan konsumen
<i>Assurance</i>	X11	Reputasi perusahaan dapat dipercaya
	X12	Karyawan memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan pelayanan
	X13	Keamanan barang saat sampai ke tangan <i>consigne</i> terjamin dari kerusakan
<i>Emphaty</i>	X14	Kesediaan karyawan dalam menginformasikan keterlambatan/kendala
	X15	Tersedianya tempat kritik dan saran

## Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Berikut adalah hasil pengujian validitas data harapan pelanggan jasa pelayanan perusahaan *freight forwarding* di Surabaya yang dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3**  
**Uji Validitas Data Harapan Pelanggan**

Dimensi	Kode	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
<i>Tangibles</i>	X1	0.303	0.291	Valid
	X2	0.295	0.291	Valid
	X3	0.348	0.291	Valid
	X4	0.326	0.291	Valid
<i>Reliability</i>	X5	0.298	0.291	Valid
	X6	0.459	0.291	Valid
	X7	0.310	0.291	Valid
	X8	0.579	0.291	Valid
<i>Responsive</i>	X9	0.543	0.291	Valid
	X10	0.563	0.291	Valid
	X11	0.348	0.291	Valid
<i>Assurance</i>	X12	0,633	0.291	Valid
	X13	0.579	0.291	Valid
<i>Emphaty</i>	X14	0.588	0.291	Valid
	X15	0.322	0.291	Valid

Berdasarkan analisis validasi di atas, diketahui bahwa seluruh atribut pada penilaian harapan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan tersebut telah valid seluruhnya. Selanjutnya dilakukan uji validitas terhadap data realita pelayanan perusahaan yang dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4**  
**Uji Validitas Data Realita Pelayanan Perusahaan**

Dimensi	Kode	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
<i>Tangibles</i>	X1	0.310	0.291	Valid
	X2	0.294	0.291	Valid
	X3	0.328	0.291	Valid
	X4	0.349	0.291	Valid
<i>Reliability</i>	X5	0.293	0.291	Valid
	X6	0.334	0.291	Valid
	X7	0.295	0.291	Valid
	X8	0.379	0.291	Valid
<i>Responsive</i>	X9	0.299	0.291	Valid
	X10	0.362	0.291	Valid
	X11	0.981	0.291	Valid
<i>Assurance</i>	X12	0,671	0.291	Valid
	X13	0.388	0.291	Valid
<i>Emphaty</i>	X14	0.369	0.291	Valid
	X15	0.396	0.291	Valid

Berdasarkan analisis validasi di atas, telah dapat diketahui bahwa seluruh atribut penilaian kepuasan pelanggan berdasarkan realita pelayanan perusahaan tersebut telah valid seluruhnya.

### **b. Uji Reliabilitas**

Setelah dilakukan uji validitas pada keseluruhan butir pertanyaan dan dinyatakan valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas pada jawaban responden di penyebaran kuesioner. Uji reliabilitas pada kuesioner dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	R tabel	Keterangan
Harapan Pelanggan	0.769	0.600	Reliabel
Realita Pelayanan Perusahaan	0.620	0.600	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian atribut diatas diperoleh nilai *corrected item total correlation* sebesar 0.769 pada variabel harapan pelanggan dan sebesar 0.620 variabel realita pelayanan perusahaan sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua variabel nilainya lebih besar daripada nilai R tabel. Hal tersebut berarti data atribut sudah *reliable*.

### **Analisa *Servqual***

Analisa *Servqual* dilakukan setelah seluruh atribut kuesioner dinyatakan valid dan reliabel pada uji validitas dan realibilitas. Penilaian kualitas jasa dilakukan dengan cara membandingkan nilai kualitas jasa yang diharapkan dengan kualitas jasa yang diterima. Ketidakpuasan disebabkan karena jasa yang diterima oleh pelanggan kurang dari ekspektasi yang diharapkan, ketidakpuasan itupun dapat menyebabkan gap, semakin tinggi gap antara ekspektasi dan persepsi pelanggan, maka konsumen merasa semakin tidak puas. Perhitungan analisa *Servqual* pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6  
Analisa *Servqual*

Dimensi	Kode	Rata-Rata Nilai Realita	Rata-rata Nilai Harapan	Gap
<i>Tangibles</i>	X1	4.30	4.70	-0.39
	X2	4.15	4.54	-0.39
	X3	4.00	4.50	-0.50
	X4	3.85	4.59	-0.74
<i>Reliability</i>	X5	3.91	4.39	-0.48
	X6	4.02	4.26	-0.24
	X7	4.04	4.50	-0.46
<i>Responsive</i>	X8	3.85	4.26	-0.41
	X9	3.67	4.28	-0.61
	X10	3.65	4.28	-0.63
<i>Asurance</i>	X11	3.61	4.17	-0.57
	X12	3.50	4.17	-0.67
	X13	3.70	4.26	-0.57
<i>Emphaty</i>	X14	3.54	3.94	-0.39
	X15	3.65	3.89	-0.24

Berdasarkan Tabel 4.8 pada dimensi *Tangibles*, atribut X1 dan X2 yaitu kecanggihan sarana fisik yang dimiliki dan sarana dan prasarana dalam melayani konsumen memiliki nilai Gap yang sama besarnya yaitu sebesar -0.39.

Pada dimensi *Reliability*, nilai Gap terbesar terdapat pada atribut X4 yaitu keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/dokumen dengan nilai Gap sebesar -0.74. Pada dimensi *Responsive*, nilai Gap terbesar terdapat pada atribut X10 yaitu karyawan responsif terhadap permintaan konsumen dengan nilai Gap sebesar 0.67. Selanjutnya, pada dimensi *Emphaty*, nilai Gap terbesar terdapat pada atribut X14 yaitu kesediaan karyawan dalam menginformasikan keterlambatan/kendala dengan nilai Gap sebesar -0.39.

Gap negatif pada hasil olah data *Servqual* menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan masih belum sesuai dengan harapan pelanggan sedangkan gap positif pada hasil olah data *Servqual* menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Pada Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa kelima dimensi *Servqual* dengan 15 atribut mempunyai hasil yang minus sehingga dapat

disimpulkan bahwa pelanggan masih belum puas terhadap pelayanan yang perusahaan berikan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu seluruh atribut memiliki nilai Gap yang negatif pada hasil analisa *Servqual* hal ini menunjukkan bahwa pelayanan perusahaan *freight forwarding* di Surabaya masih belum memenuhi kepuasan pelanggan. Saran bagi perusahaan berdasarkan hasil analisa *Servqual* adalah untuk memperbaiki atribut yang bertandakan *bold* dikarenakan pada atribut ini merupakan atribut yang memiliki nilai gap terbesar pada tiap dimensinya, seperti pada kode atribut X1 dan X2 dengan nilai gap sebesar -0.39 pada dimensi *Tangibles*, kode atribut X4 dengan nilai gap sebesar -0.79 pada dimensi *Reliability*, kode atribut X10 dengan nilai gap sebesar -0.63 pada dimensi *Responsive*, kode atribut X12 dengan nilai gap sebesar -0.67 pada dimensi *Assurance* dan kode atribut X14 dengan nilai gap sebesar -0.39 pada dimensi *Emphaty*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, L. & Munawir. (2018). *Sistem informasi manajemen*. Banda Aceh, BTJ: Kita.
- Notoatmodj. (2005). *Metodologi penelitian kesehatan*. Jakarta, JKT: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran jasa*. Yogyakarta, YYK: Banyumedia.
- Berry, L.L., Parasuraman, A. & Zeithaml, V.A. (1985). Conceptual model of service quality and its implication for future research. *Jurnal Marketing*, 49, 41-50.
- Febtriko, A. & Puspitasari, I. (2018). Mengukur kreatifitas dan kualitas pemograman pada siswa smk kota pekanbaru jurusan teknik komputer jaringan dengan simulasi robot (abstrak). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Univrab*, 3, 1- 9.
- Manik. (2022). Pengaruh perdagangan internasional. analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23, 13-20.
- Mujahidillah, A.F. & Wibowo, F.E. (2022). Analisis karakteristik pelanggan komplain terhadap lama waktu tunggu pendaftaran rawat jalan. *Prosiding Seminar Informasi Kesehatan Nasional*. 192-198
- Nuraini, R. & Mudakir, B. (2019). Analisis pengaruh keterbukaan ekonomi terhadap pertumbuhan ekonomi (studi kasus: asean tahun 2007 – 2017). *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 2(2), 20-35.l.
- Wulandari, L. M. & Zuhri, S. (2019). Pengaruh perdagangan internasional terhadap pertumbuhan ekonomi indonesia tahun 2007-2017. *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*, 4(2), 119-127.



Yanti, F. & Murni, T. (2019). Integrasi servqual dan model kano ke dalam qfd pada pengukuran kualitas pelayanan paket pos di pt. pos indonesia cabang bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Volume*, 24(3), 262-273.