

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. CAHAYA ELEKTRONIK MENGGUNAKAN METODE *SERVICE PERFORMANCE*

Ristya Handayani^{1*}, Wiwik Sudarwati¹

Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Jakarta
Jl. Cempaka Putih Tengah No.27, Cempaka Putih, Jakarta Pusat, 10510
*E-mail: Ristyahandayani@gmail.com

ABSTRAK

Cv Cahaya Elektronik merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa *service* dan penjualan audio mobil Cv. Cahata Elektionik memiliki 19 keluhan selama 5 bulan terakhir. Hal tersebut mengakibatkan pendapatan setiap bulannya yang semakin menurun. Kualitas pelayanan Cv. Cahaya Elektronik dapat ditingkatkan dengan memperbaiki pelayanan yang dirasa kurang memuaskan konsumen. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan mencerminkan performa kinerja perusahaan tersebut. Untuk itu perlu diketahui performa kinerja perusahaan sehingga pihak perusahaan dapat mengetahui sampai seberapa jauh kualitas pelayanan yang telah diberikan dan atribut pelayanan mana saja yang perlu ditingkatkan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *service performance* untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, menggunakan *impotence performance analysis* untuk mengetahui pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan, dan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada toko secara menyeluruh menggunakan metode *customer satisfaction index*. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai *csi* sebesar 78,48 termasuk kategori *Borderline* atau perbatasan. Hal ini berarti kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan CV. Cahaya Elektronik secara keseluruhan menunjukkan seimbang antara puas dan tidak puas.

Kata kunci: *Service Performance, IPA, CSI, pelayanan jasa.*

ABSTRACT

CV. Cahaya Elektronik is a company engaged in the service and sales of car audio Cv. Cahata Elektionik has 19 complaints over the last 5 months. This results in a decrease in monthly income. Quality of service Cv. Cahaya Elektronik can be improved by improving services that are deemed unsatisfactory to consumers. Customer satisfaction with the services provided by the company reflects the company's performance. For this reason, it is necessary to know the performance of the company's performance so that the company can find out to what extent the quality of services that have been provided and which service attributes need to be improved.

The method used in this study is service performance to measure the level of importance and level of performance, using impotence performance analysis to find out what services need to be improved and maintained, and to measure the level of customer satisfaction at the store as a whole using the customer satisfaction index method. The results of this study indicate a csi value of 78.48 including the Borderline category. This means that customer satisfaction with the services provided by CV. Electronic Light as a whole shows a balance between satisfied and dissatisfied.

Keywords: *Service Performance, IPA, CSI, service.*

1. PENDAHULUAN

Cv. Cahaya Elektronik merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan dan jasa, salah satu toko spesialis Audio Mobil di Jalan Plumpang Raya yang menawarkan berbagai macam perlengkapan mobil seperti radio, kaca film, tv, *sound system*, jok mobil

dll, menerima *service* serta melayani pembelian produk secara *custom*. Cv. Cahaya Elektionik berdiri sejak tahun 2000 hingga saat ini. Selama 5 bulan terakhir dari bulan April 2021 sampai dengan Agustus 2021 Cv. Cahaya Elektronik memiliki pengunjung sebanyak 270 dan memiliki keluhan pelayanan sebanyak 7%.

Keluhan tersebut dapat menjadi indikator bahwa ada pelayanan yang belum memuaskan konsumen. Data keluhan pelanggan sebagaimana pada tabel 1.

Tabel 1. Data Keluhan Konsumen Bulan April 2021 – Agustus 2021

No	Keluhan	April	Mei	Jun	Jul	Agust
1	Pemasangan tape yang error	1	1	2	3	2
2	Kesalahan produk custom	0	2	3	1	1
3	Keterlambatan datang barang custom	1	0	0	2	0
Total		2	3	5	6	3

Penyebab dari pemasangan *tape* yang *error* adalah karena karyawan yang kurang teliti pada saat pemasangan sehingga ada part yang tergeser atau kabel yang terputus saat pemasangan, sedangkan untuk kesalahan pada produk yang custom dan keterlambatan datang barang custom seperti jok mobil, disebabkan supplier yang belum selesai mengerjakan pada saat jatuh tempo sehingga harus menambah waktu *custom*. Keluhan-keluhan tersebut menyebabkan menurunnya pada kinerja pada Cv. Cahaya Elektronik sehingga para konsumen yang mengeluh meminta potongan harga atau bonus aksesoris mobil.

Metode yang dapat digunakan untuk pengukuran kualitas pelayanan bermacam – macam diantaranya dapat menggunakan metode *Service Quality* dan metode *Service Performance*.

ServPerf merupakan skala untuk mengukur kinerja aktual kualitas pelayanan. ServPerf memiliki persamaan dengan ServQual yaitu kedua metode tersebut mengadopsi 5 dimensi serta 22 indikator dari model servqual dengan perbedaan utama bahwa ServPerf tidak mengukur harapan pelanggan di mana sikap konsumen sebagai inti dari kualitas layanan sehingga pengukuran berdasarkan kinerja aktual dianggap lebih tepat. (Nyoman & Kusyana, n.d.)

Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode *Service Performance* untuk mengetahui serta meningkatkan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Cv. Cahaya Elektronik dan dirasakan oleh

konsumen. Penelitian yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv. Cahaya Elektronik Menggunakan Metode *Service Performance*”

Rumusan Masalah

1. Bagaimana performance di toko CV. Cahaya Elektronik?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan dan index kepuasan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh Cv. Cahaya Elektronik?
3. Bagaimana usulan perbaikan yang perlu diperbaiki dan ditingkatka pada Cv. Cahaya Elektronik?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui performance yang telah diberikan toko CV. Cahaya Elektronik.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan index kepuasan yang telah diberikan oleh Cv. Cahaya Elektronik.
3. Memberikan usulan perbaikan pelayanan yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Zulian Yamit dalam (Lesmana, 2016) secara tradisional pelanggan diartikan orang yang membeli dan menggunakan produk.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan kecewa atau bahagia pada setiap individu setelah merasakan dan membandingkan kinerja produk yang di inginkan sesuai dengan yang diharapkan. Perusahaan yang memiliki level kepuasan tinggi biasanya lebih unggul dari perusahaan yang memiliki kepuasan rendah.

SERVPERF

Service performance adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen berdasarkan penilaian kualitas dari pelayanan yang benar-benar konsumen rasakan (Handianti et al., 2015). Menurut Jain dan Gupta dalam (Indriya Abdurrahman Faris, 2017) Skala *Service Performance (Servperf)* yang ditemukan memiliki validitas diskriminan yang tertinggi. Sehingga *Servperf* dikatakan lebih valid dibandingkan dengan skala servqual. Dengan demikian *Servperf* dapat dikatakan sebagai penyempurnaan dari teori *servqual*.

$$SQp = \frac{1(PSij)}{m}$$

1

SQ_p = Angka tingkat kinerja untuk atribut i
 PS_{ij} = Total nilai jawaban responden tingkat kepuasan(kinerja) untuk atribut i
 m = Total responden

Rumus mencari angka kepentingan :

$$SQ_i = \frac{1(Is_{ij})}{m} \quad 2$$

SQ_i = Angka tingkat kepentingan atribut i
 Is_{ij} = Total nilai jawaban kepentingan atribut i
 m = Total responden

IPA

Importance Performance Analysis (IPA), digunakan sebagai alat bantu dalam menganalisis atau membandingkan antara kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa dengan tingkat kepuasan yang diinginkan. Cara perhitungan IPA :

1. Menentukan Tingkat Kesesuaian

Menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan melalui perbandingan skor kinerja dan skor kepentingan. Rumus tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut :

$$TK = \frac{x_i}{y_i} \times 100 \quad 3$$

2. Analisis Hasil

1. Bila TK (Tingkat Kesesuaian) < Rata-rata keseluruhan tingkat kesesuaian atribut, maka dilakukan perbaikan/*action* (A).
2. Bila TK (Tingkat Kesesuaian) \geq Rata-rata keseluruhan tingkat kesesuaian atribut, maka dilakukan usaha mempertahankan/*hold* (H). (Sagala et al., 2015).

Rata – rata tingkat kesesuaian =
$$\frac{\text{Total nilai tingkat kesesuaian}}{\text{Total Atribut}} \quad 4$$

3. Menghitung rata-rata setiap atribut yang dipersepsikan oleh responden dengan rumus

$$\bar{x}_i = \frac{\sum x_i}{n}, \bar{y}_i = \frac{\sum y_i}{n} \quad 5$$

\bar{x}_i = Skor rata-rata tingkat kinerja
 \bar{y}_i = Skor rata-rata tingkat kepentingan
 n = Jumlah responden

4. Menghitung rata-rata seluruh atribut kepentingan dan kinerja yang menjadi batas pada diagram kartesius, dengan rumus :

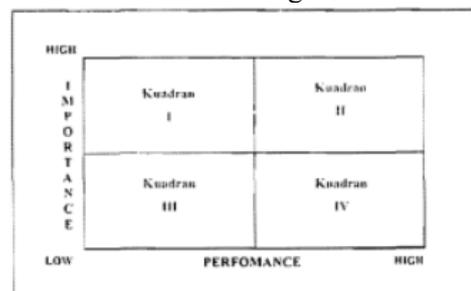
$$\bar{x}_{\text{bar}} = \frac{\sum \bar{x}_i}{k}, \bar{y}_{\text{bar}} = \frac{\sum \bar{y}_i}{k} \quad 6$$

\bar{x}_{Bar} = Rata-rata skor tingkat kinerja seluruh faktor atau atribut.

\bar{y}_{Bar} = Rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh atribut.

k = Banyaknya atribut.

5. Memetakan kedalam diagram kartesius



Gambar 1 Diagram Kartesius

a. Kuadran 1 (*Concentrate These*)

Area dimana terdapat variabel - variabel yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi pada kenyataannya variabel ini belum sesuai dengan harapan konsumen (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

b. Kuadran 2 (*Keep Up The Good Work*)

Area dimana terdapat variabel - variabel yang dianggap penting oleh konsumen dan variabel - variabel yang dianggap sudah sesuai oleh konsumen dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk atau jasa unggul.

c. Kuadran 3 (*Low Priority*)

Area dimana terdapat variabel - variabel yang dianggap kurang penting oleh konsumen, dan pada kondisi nyata kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil.

d. Kuadran 4 (*Possible Overkill*)

Area dimana terdapat variabel - variabel yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

CSI

Tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dapat diketahui dari tingkat kepentingan setiap atribut pelayanan menggunakan alat yang disebut *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Besar *CSI* dapat diketahui dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)*

$$MIS = \frac{\sum Yi}{n} \quad 7$$

n = Jumlah Pengunjung

Yi = Nilai kepentingan atribut Y ke-i

2. Membuat *Weight Factors (WF)* peratribut.

$$WF = \frac{MISi}{\sum MISi} \times 100\% \quad 8$$

3. Menentukan *Mean Satisfaction Score (MSS)* tiap atribut.

$$MSS = \frac{Xi}{n} \times 100\% \quad 9$$

4. Membuat *Weight Score (WSk)* tiap atribut.

$$WSi = WFi \times MSS \quad 10$$

5. Menghitung *Customer Satisfaction Index*

$$CSI = \frac{\sum WSi}{HS} \times 100\% \quad 11$$

WSi = Weight Score

I = Atribut kepentingan ke-i

HS = Skala maksimum yang digunakan.

Hasil dari perhitungan *CSI* digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Nilai *csi* dalam penelitian ini dibagi kedalam tujuh kriteria dari sangat tidak baik sampai baik sekali.

Tabel 2 Kriteria *Customer Satisfaction Index*

Nilai CSI	Kriteria CSI
$X \leq 64\%$	<i>Very Poor</i>
$64\% < X \leq 71\%$	<i>Poor</i>
$71\% < X \leq 77\%$	<i>Cause For Concern</i>
$77\% < X \leq 80\%$	<i>Borderline</i>
$80\% < X \leq 84\%$	<i>Good</i>

$84\% < X \leq 87\%$	<i>Very Good</i>
$87\% < X$	<i>Excellent</i>

(Sumber : (Novel et al., 2013)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan tipe penelitian survei. Populasi dari penelitian ini yaitu pelanggan CV. Cahaya Elektronik selama bulan April 2021 – Agustus 2021 sebanyak 270 orang. Penentuan sampel menggunakan teknik *sampling* acak sederhana dengan menggunakan rumus slovin, responden yang didapatkan berjumlah 73 responden.

Data dikumpulkan berdasarkan hasil observasi lapangan, wawancara dengan narasumber, dan penyebaran kuesioner dengan skala likert 5 tingkatan.

Teknik analisis data dilakukan untuk menjawab rumusan masalah mengenai sejauh mana tingkat kepuasan pelayanan yang telah diberikan oleh CV. Cahaya Elektronik dan memberikan usulan perbaikan pelayanan apa saja yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan oleh CV.Cahaya Elektronik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Diperoleh 23 atribut dan 5 dimensi hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya yang akan disebarkan kepada pelanggan CV. Cahaya Elektronik secara tertutup . Berdasarkan perhitungan Slovin dengan populasi 270 didapatkan jumlah sampel sebesar 73 responden.

Metode *Servperf*

Tabel *Perhitungan ServPerf*

N	Pernyataan	x	y	\bar{x}	\bar{y}
o					
Reliability (Keandalan)					
1	Kemampuan karyawan menghadapi keluhan pelanggan	272	340	3,73	4,66
2	Keterlambatan datang barang custom	240	339	3,29	4,64
3	Kesalahan pada produk custom	257	341	3,52	4,67
4	Karyawan memberikan informasi yang	251	336	3,44	4,60

	akurat ke pelanggan				
5	Kemampuan karyawan memecahkan masalah	291	338	3,99	4,63
Tangibles (Bukti Fisik)					
6	Karyawan berpakaian rapih	273	329	3,74	4,51
7	Ruang tunggu yang nyaman	268	335	3,67	4,59
8	Toilet yang bersih	224	341	3,07	4,67
9	Penataan ruang di toko rapih	287	336	3,93	4,60
10	Peralatan toko lengkap	300	339	4,11	4,64
Responsiveness (Ketanggapan)					
11	Lama waktu mengantri	276	323	3,78	4,42
12	Karyawan adil dalam melayani pelanggan	330	339	4,52	4,64
13	Karyawan menyampaikan informasi dengan jelas	296	344	4,05	4,71
14	Tersedia saluran telepon	300	336	4,11	4,60
Assurance (Jaminan)					
15	Keramahan karyawan	304	340	4,16	4,66
16	Karyawan toko memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik	300	339	4,11	4,64
17	Keterampilan karyawan	264	344	3,62	4,71
18	Jaminan garansi pelanggan yang memuaskan	324	339	4,44	4,64
Emphaty (Empati)					
19	Respon dalam menerima kritik dan saran	290	336	3,97	4,60
20	Pelayanan terhadap pelanggan tidak diskriminatif	306	333	4,19	4,56
21	Karyawan memahami keinginan pelanggan	297	335	4,07	4,59
22	Kesabaran karyawan	320	338	4,38	4,63

	dalam memberikan pelayanan				
23	Toko memiliki waktu beroperasi yang baik	319	335	4,37	4,59
TOTAL		1532	1677	90,26	106,23
RATA-RATA		286,48	337,17	3,92	4,62

Pada Atribut R1 yaitu kemampuan karyawan menghadapi keluhan pelanggan dengan 73 responden didapatkan hasil untuk tingkat kinerja sebesar 272, dan pada tingkat kepentingan sebesar 340. Langkah selanjutnya perhitungan IPA.

Importance Performance Analysis (IPA)

Tahapan IPA digunakan untuk menentukan urutan prioritas perbaikan. Urutan prioritas perbaikan tersebut dikelompokkan berdasarkan urutan kuadran yang nilai pengelompokan kuadrannya berdasarkan tingkat kesesuaian (perbandingan antara nilai tingkat kinerja dengan nilai tingkat kepentingan). Semakin tinggi presentase tingkat kepuasan maka semakin tinggi kepuasan konsumen pada atribut tersebut.

Tabel Perhitungan IPA

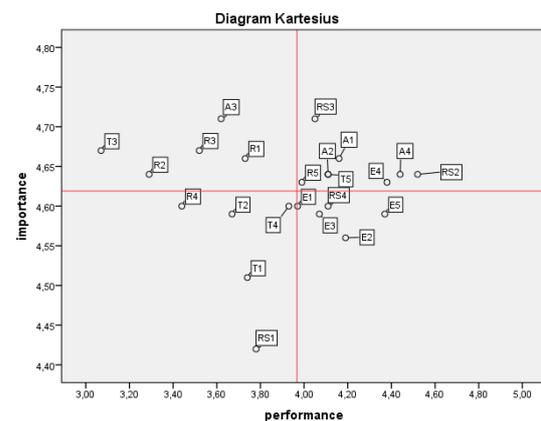
No	Pernyataan	\bar{x}	\bar{y}	Kuadran
<i>Reliability (Keandalan)</i>				
1	Kemampuan karyawan menghadapi keluhan pelanggan	3,73	4,66	I
2	Keterlambatan datang barang <i>custom</i>	3,29	4,64	I
3	Kesalahan pada produk <i>custom</i>	3,52	4,67	I
4	Karyawan memberikan informasi yang akurat ke pelanggan	3,44	4,60	III
5	Kemampuan karyawan memecahkan masalah	3,99	4,63	II
<i>Tangibles (Bukti Fisik)</i>				
6	Karyawan berpakaian rapih	3,74	4,51	III
7	Ruang tunggu yang nyaman	3,67	4,59	III
8	Toilet yang bersih	3,07	4,67	I

9	Penataan ruang di toko rapih	3,93	4,60	III
10	Peralatan toko lengkap	4,11	4,64	II
<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)				
11	Lama waktu mengantri	3,78	4,42	III
12	Karyawan adil dalam melayani pelanggan	4,52	4,64	II
13	Karyawan menyampaikan informasi dengan jelas	4,05	4,71	II
14	Tersedia saluran telepon	4,11	4,60	IV
<i>Assurance</i> (Jaminan)				
15	Keramahan karyawan	4,16	4,66	II
16	Karyawan toko memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik	4,11	4,64	II
17	Keterampilan karyawan	3,62	4,71	I
18	Jaminan garansi pelanggan memuaskan	4,44	4,64	II
<i>Emphaty</i> (Empati)				
19	Respon dalam menerima kritik dan saran	3,97	4,60	IV
20	Pelayanan terhadap pelanggan tidak diskriminatif	4,19	4,56	IV
21	Karyawan memahami keinginan pelanggan	4,07	4,59	IV
22	Kesabaran karyawan dalam memberikan pelayanan	4,38	4,63	II
23	Toko memiliki waktu beroperasi yang baik	4,37	4,59	IV
TOTAL		90,2	106,2	
RATA-RATA		3,92	4,62	

Sesuai pada dasar keputusan hasil tingkat kesesuaian, apabila nilai kesesuaian suatu atribut kurang dari nilai rata-rata atribut keseluruhan maka perlu dilakukan perbaikan atau *action*. Sebaliknya, jika nilai kesesuaian atribut lebih dari rata-rata nilai kesesuaian keseluruhan maka dilakukan usaha mempertahankan atau *hold*. Dapat diketahui bahwa terdapat 8 atribut yang memiliki hasil keputusan perlu dilakukan perbaikan atau *action* yaitu pada atribut R1, R2, R3, R4, T1, T2, T3, dan A3. Atribut yang memiliki

keputusan perlu dipertahankan atau *hold* terdapat 15 atribut, yaitu R5, T4, T5, RS1, RS2, RS3, RS4, A1, A2, A4, E1, E2, E3, E4, dan E5.

Diketahui nilai x dan y yang akan dimasukkan ke dalam Matriks IPA. Matriks IPA memiliki 2 sumbu, yaitu sumbu menunjukkan *performance* (kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan) dan sumbu y yang menunjukkan *Importance* (tingkat kepentingan). Pada tabel diatas garis perpotongan sumbu x merupakan rata-rata dari total nilai \bar{x} yaitu 3,95 sedangkan garis perpotongan sumbu y merupakan rata-rata dari total nilai \bar{y} yaitu 4,62. Berikut ini merupakan hasil Diagram Kartesius :



Gambar 4.1 Diagram Kartesius Seluruh Dimensi *Service Performance*

a. Kuadran I

Pada Kuadran I menunjukkan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan toko, yaitu dimana tingkat kepentingannya tinggi namun kinerjanya rendah, sehingga pelanggan toko menjadi tidak puas. atribut yang masuk kedalam kuadran I secara berurutan berdasarkan kinerjanya adalah : Toilet yang bersih (T3), Keterlambatan datang barang *custom* (R2), Kesalahan pada produk *custom* (R3), Keterampilan karyawan (A3), Kemampuan karyawan menghadapi keluhan pelanggan (R1).

b. Kuadran II

Kuadran II memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan toko dan sudah sesuai dengan yang dirasakan nya, sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Atribut yang masuk kedalam kuadran ini terdapat 8, yaitu : Kemampuan

Karyawan Memecahkan Masalah (R5), Peralatan Toko Lengkap (T5), Karyawan Adil Dalam Melayani Pelanggan (RS2), Karyawan Menyampaikan Informasi Dengan Jelas (RS3), Keramahan Karyawan (A1), Karyawan Memiliki Kemampuan Berkomunikasi Yang Baik (A2), Kesabaran Karyawan Dalam Memberikan Pelayanan (E4).

c. Kuadran III

Pada Kuadran ini menunjukkan atribut yang dianggap kurang begitu penting pengaruhnya oleh pelanggan dan kinerja dari toko juga tidak terlalu maksimal. Sehingga dianggap kurang penting bagi pelanggan. Atribut yang masuk pada kuadran ini ada 4, yaitu : Karyawan Memberikan Informasi Yang Akurat Kepada Pelanggan (R4), Karyawan Berpakaian Rapih (T1), Ruang Tunggu Yang Nyaman (T2), Penataan ruang di toko rapih (T4), Lama Waktu Mengantri (RS1).

d. Kuadran IV

Pada kuadran IV berisikan atribut-atribut yang dianggap kurang penting bagi pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Berikut ini adalah atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran ini : Respon Dalam Menerima Kritik Dan Saran (E1), Pelayanan terhadap pelanggan tidak diskriminatif (E2), Karyawan Memahami Keinginan Pelanggan (E3), Toko memiliki waktu beroperasi yang baik (E5), Tersedia Saluran Telepon (RS4).

Metode CSI

Customer Satisfaction index digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat dari tingkat kepentingan.

Tabel Perhitungan CSI

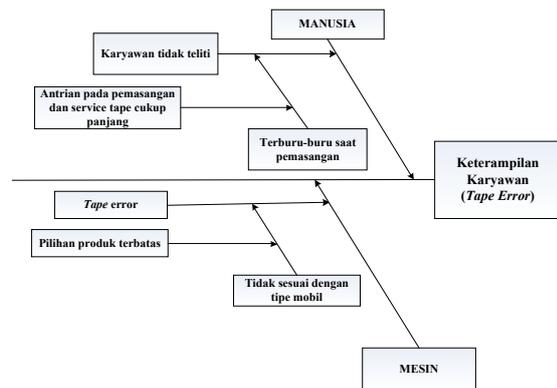
No	Nilai MIS	Nilai MSS	WF	WS	CSI	Ket
1	4,66	3,73	4,38	16,3	78,4	Borderline
2	4,64	3,29	4,37	14,3		
3	4,67	3,52	4,39	15,4		
4	4,60	3,44	4,33	14,9		
5	4,63	3,99	4,35	17,3		
6	4,51	3,74	4,24	15,8		

7	4,59	3,67	4,32	15,8		
8	4,67	3,07	4,39	13,4		
9	4,60	3,93	4,33	17,0		
10	4,64	4,11	4,37	17,9		
11	4,42	3,78	4,16	15,7		
12	4,64	4,52	4,37	19,7		
13	4,71	4,05	4,43	17,9		
14	4,60	4,11	4,33	17,8		
15	4,66	4,16	4,38	18,2		
16	4,64	4,11	4,37	17,9		
17	4,71	3,62	4,43	16,0		
18	4,64	4,44	4,37	19,4		
19	4,60	3,97	4,33	17,2		
20	4,56	4,19	4,29	18		
21	4,59	4,07	4,32	17,5		
22	4,63	4,38	4,35	19,1		
23	4,59	4,37	4,32	18,8		
Tota	106,2			392,		
1	3			4		

Berdasarkan hasil *CSI* yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai *CSI* sebesar 78,48%. Dalam menentukan keterangan berada pada kategori apa hasilnya dapat dilihat pada tabel 2.1, maka kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh toko CV.Cahaya Elektronik masuk dalam kategori *Borderline* atau perbatasan. Hal ini berarti kepuasan pelanggan terhadap pelayanan CV.cahaya elektronik secara keseluruhan menunjukkan seimbang antara puas dan tidak puas.

Fishbone

Diagram Fishbone digunakan untuk mencari penyebab dari permasalahan yang ada.



Gambar 4.2 Fishbone Diagram Atribut Keterampilan Karyawan

Berdasarkan diagram fishbone diatas dapat diketahui terdapat 2 faktor yang menjadi penyebab masalah keterampilan karyawan, yaitu faktor manusia dan faktor mesin. Faktor manusia disebabkan oleh antrian yang panjang pada pemasangan tape dan service Antrian yang panjang untuk pemasangan dan service membuat karyawan merasa terbebani dan menjadi terburu-buru sehingga menyebabkan kurang teliti saat memasang atau memotong kabel. Akibatnya tape menjadi error. Selain itu, alasan tape error adalah karena tape dengan tipe mobil tidak sesuai karena pilihan produk yang terbatas.

5W1H

Salah satu alat yang dapat membantu membuat rencana tindakan (action plan) adalah 5W-1H . Alat ini mampu memuat secara jelas setiap tindakan perbaikan atau peningkatan kualitas six sigma. (Ii & Teori, n.d.)

Tabel 5W1H Atribut Keterampilan Karyawan

Atribut	Keterampilan karyawan	
Faktor	Manusia	Mesin
What	Tape error	
Why	Antrian pada pemasangan dan service tape cukup panjang	Pilihan produk terbatas
Who	Karyawan	Pihak Toko
Where	Divisi Pemasangan dan Service tape	Toko CV. Cahaya Elektronik

When	Saat aktivitas berlangsung	Saat aktivitas berlangsung
How	Mengatur target harian untuk pemasangan dan service, Menambahkan dan mengupdate produk <i>tape</i> terbaru	

Pada faktor ini dapat diketahui beberapa masalah seperti karyawan yang tidak teliti dan tape error. Usulan yang diberikan pada permasalahan atribut ini yaitu membuat target pemasangan tape dalam satu hari dan Menambahkan atau mengupdate pilihan produk terbaru.

5. KESIMPULAN

Hasil perhitungan IPA menunjukkan bahwa atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki yaitu atribut yang masuk kedalam kuadran I, yaitu Toilet yang bersih, Keterlambatan datang barang *custom*, Kesalahan pada barang *custom*, Keterampilan karyawan dan Kemampuan karyawan menghadapi keluhan pelanggan.

Berdasarkan permasalahan terhadap kepuasan pelanggan, yang sudah didapatkan penyebabnya pada diagram fishbone dan dibuat analisis 5W1H, maka didapatkan usulan perbaikan pada permasalahan yang ada yaitu sebagai berikut : Membuat daftar piket dan himbuan untuk selalu menjaga kebersihan toilet bersama, membuat syarat dan ketentuan pemesanan barang *custom*, mengatur hari kerja dan membuat job deskripsi untuk mengganti katalog atau mengupdate katalog, membuat target harian untuk pemasangan dan service tape dan menambahkan serta mengupdate produk tape terbaru, mengadakan pelatihan atau training karyawan secara khusus untuk melakukan penanganan keluhan pelanggan serta memperjelas job deskripsi.

Berdasarkan hasil perhitungan Customer Satisfaction Index diperoleh nilai csi sebesar 78,48. Nilai tersebut masuk kedalam kategori Bordeline atau perbatasa. Hal ini berarti kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh CV. Cahaya Elektronik secara keseluruhan menunjukkan seimbang antara puas dan tidak puas. Sehingga perlu dilakukan perbaikan terhadap 5 atribut yang berada di kuadran I yaitu Toilet yang bersih (T3), Keterlambatan datang barang *custom* (R2), Kesalahan pada produk *custom* (R3), Keterampilan karyawan (A3), Kemampuan

karyawan menghadapi keluhan pelanggan (R1) untuk meningkatkan kepuasan pelayanan toko CV. Cahaya Elektronik menjadi ideal dan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Kurniawati, Dwi; Santoso, imam; Iksari, D. (2012). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Minuman Sari Alang- Alang Merk "Pesona" Dengan Metode Importanceperformance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi).
- Asmoko, H., & Ikan, D. T. (2004). *Teknik ilustrasi masalah* –. 1–8.
- Budiarto, B. R. (2020). *Konsumen Menggunakan Metode Service Performance , Lean Service , Dan Importance*. 01(02), 33–44.
- Dharmayanti, D. (2006). *Analisis Dampak Service Performance Dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya)*. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 1*, 35–43.
- Elqorni, A. (2012). *Mengenal Analisis Fishbone*. Wordpress.Com. <https://elqorni.wordpress.com/2012/11/09/mengenal-analisis-fishbone/>
- Handianti, A. azzahra, Sunaryo, & Helia, V. N. (2015). *Analisis Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Servperf-Ipa-Csi Annisa Azzahra Handriati 1) Sunaryo 2) Vembri Noor Helia 3)*. 21.
- Hardiansyah. (2018). Kualitas Pelayanan Publik Konsep Dimensi Indikator dan Implementasinya. *Gava Media*, 250. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/23790/4/Chapter I.pdf>
- Hidayat, D. (2019). *Condong Catur , Depok , Sleman , Yogyakarta Evaluasi Kualitas Layanan J & T Di Wilayah*.
- Ii, B. A. B., & Teori, L. (n.d.). *No Title*. 4–32.
- Indriya Abdurrahman Faris, A. H. (2017). *House Of Quality Sebagai Pengendalian Kualitas Layanan Di Lembaga Pendidikan Muhammadiyah Abdurrahman Faris Indriya , Anita Handayani Program Studi Manajemen – Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik*. 27–28.
- Kotler, A. B. P. (2014). Konsep Kepuasan Philip Kotler. *Konsep Kepuasan Philip Kotler*, 29–42.
- Lesmana, H. (2016). Pengaruh Kualitas Kepuasan dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pengguna Kawasan Industri. *Jurnal Aplikasi Manajemen, 14*(4), 788–801. <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.4.19>
- noer, L. R. (2016, June). *Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Mahasiswa Magister Manajemen Teknologi Its Surabaya Dengan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis*. <https://core.ac.uk/download/pdf/228914806.pdf>
- Novel, H., Napitupulu, H. L., Industri, D. T., Teknik, F., Utara, U. S., Almamater, J., & Usu, K. (2013). *Penilaian Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Jasa Puskesmas Medan Johor Dengan Metode Servperf (Service Performance) Dan Customer Satisfaction Index*. 3(2), 18–22.
- Nyoman, D., & Kusyana, B. (n.d.). *Dewa Nyoman Benni Kusyana Skala Pengukuran Kualitas 1*(2), 21–39.
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas untuk Penelitian* (Issue December).
- Putri, R. O., & Martha, S. (2019). *Analisis kualitas pelayanan akademik dengan metode servperf dan ipa*. 08(1), 103–110.
- Rochman, A.; S. (2019). *Analisa kepuasan pelanggan pada minimarket xyz dengan metode csi dan ipa*. 183–188.
- Sagala, J. L. B., Sipayung, E. M., & Gunawan, A. S. (2015). Pengembangan Sistem Penilaian Kualitas Pelayanan dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Telematika*,

8(1), 22–28.
<https://journal.ithb.ac.id/telematika/article/view/67> Diakses tanggal 7 November 2019.

SARBUNAN, T., MONTOLALU, J., & TUMBEL, T. (2015). Analisa Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt.Bank Btpn Kanca Manado. *Jurnal Administrasi Publik UNSRAT*, 1(010), 1268.

Teoretis, A. K. (2016). *No Title*. 8–35.