

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP APLIKASI PELAYANAN PELANGGAN DENGAN METODE CSI DAN SERVQUAL

Andreas Adi Trinoto¹, Ahmad Zamakhsari²

Program Studi Teknik Informatika, Universitas Indraprasta PGRI¹

Praktisi Pelayanan Pelanggan²

a.trinoto@gmail.com¹, ahmad.zamakhsari@gmail.com²

Submitted March 3, 2021; Revised March 3, 2021; Accepted April 4, 2021

Abstrak

Kereta Api Indonesia (KAI) sebagai salah satu perusahaan milik negara yang menyediakan jasa kepada masyarakat dirasakan bagus beberapa tahun kebelakang dan menjadi tujuan peneliti melakukan survey kepuasan pelanggan terhadap aplikasi pelayanan pelanggan Genesys salah satu produk Microsoft yang sudah terhubung dengan media sosial sebagai aplikasi pendukung dalam melayani pengguna jasa kereta api. Metode yang digunakan peneliti adalah CSI (*Customer Satisfaction Index*) dan *Service Quality*, agent kantor Kereta Api Pusat Jakarta yang mengisi questioner sebanyak 51 dari 80 dengan hasil 78,76% pada CSI dan 0,24 pada *servqual*. Aplikasi pelayanan pelanggan ini berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sekaligus evaluasi bagi penyedia aplikasi.

Kata Kunci: Aplikasi Pelayanan Pelanggan, Genesys, Kereta Api Indonesia, CSI dan ServQual.

Abstract

Kereta Api Indonesia (KAI) as one of the state-owned companies that provide services to the public feels good a few years back and is the aim of researchers to conduct a survey of customer satisfaction with one of the Microsoft product Genesys customer service applications that have been connected with social media as a supporting application in serving train service users. The method used by researchers is the CSI (Customer Satisfaction Index) and Service Quality, the Jakarta Central Railway office agent who filled in the questionnaires as much as 51 of 80 with 78.76% results in CSI and 0.24 on servqual. This customer service application has a positive effect on customer satisfaction, as well as an evaluation for application providers.

Keyword: Customer Service Application, Genesys, Indonesian Railways, CSI and ServQual.

1. PENDAHULUAN

Beragam kemajuan teknologi smart card pada dunia transportasi publik [1] “Tidak hanya pemerintah tidak selalu memuaskan seperti yang diyakini banyak orang, tetapi ia dapat dan telah meningkat (atau setidaknya beberapa komponennya telah membaik) dalam bagaimana ia berinteraksi dengan dan dalam apa yang ditawarkan ke warga negara dari waktu ke waktu.” [2]. Transportasi publik yang bergerak dibidang jasa, khususnya pada tahapan layanan purna jual peran *customer service* sangat penting dalam menangani setiap keluhan yang ada dari perilaku pelanggan yang mungkin timbul [3].

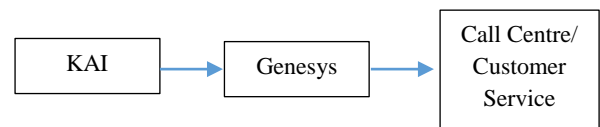
Dengan adanya *customer service* yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik, pelanggan akan memiliki tempat untuk menyampaikan pengaduannya dan tentunya akan sedikit mengurangi rasa kecewa yang mungkin timbul akibat dari transaksi yang telah terjadi sebagai pengguna jasa. Komunikasi yang tepat dapat merubah rasa kecewa yang timbul tersebut menjadi satu kepuasan bagi pengguna jasa sehingga mereka dapat tetap memutuskan untuk menggunakan jasa pelayanan kita, inilah yang disebut memenangkan pengguna jasa.

Customer Service di PT. KAI berfungsi sebagai tempat para pengguna jasa kereta api mendapatkan informasi, menyampaikan keluhan, menyampaikan saran, dan memesan tiket. Oleh karena itu mengingat hal ini sangat penting bagi suatu pelayanan di PT. KAI untuk memuaskan pengguna jasa. Kepuasan memiliki hubungan yang selaras dengan kinerja dan harapan. Seseorang akan merasa puas jika harapan atas kinerja, sama dengan atau melebihi dari kinerja yang benar-benar terjadi, dan sebaliknya. Konsep kepuasan pelanggan memiliki pengertian tingkat kepuasan seseorang pelanggan atau pemakai jasa setelah membandingkan kenyataan dari kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan dan persepsinya terhadap jasa tersebut [4].

Kepuasan pelanggan tidak selalu disertai loyalitas terhadap transportasi berbasis rel ini [5] akan tetapi berbagai inovasi yang dikeluarkan oleh PT. KAI boleh dikatakan penting untuk merespon segala kendala dalam pelayanan transportasi kepada publik [6]. Penulis meneliti aplikasi pelayanan pelanggan agar mendapat perspektifimbang antara penyedia jasa transportasi dalam hal ini PT. KAI dan korporasi dibalik aplikasi pelayanan pelanggan dalam menjawab perkembangan teknologi yang terkini dan dapat memudahkan pelanggan kereta serta kerja sama yang berkelanjutan.

Penelitian ini sendiri dilakukan langsung ke masing-masing petugas *customer service* yang ada di PT. KAI untuk mengetahui bagaimana mereka melayani setiap pelanggan yang menghubungi mereka, hal apa saja yang biasanya mereka dapat dari pelanggan, dan untuk mengetahui respon dari tiap petugas *customer service* dalam menghadapi setiap pelanggan yang menghubungi mereka. Melalui *Genesys*, aplikasi *call centre*, yang dikembangkan oleh rekan kerja PT.KAI

dimana aplikasi ini telah terhubung dengan media sosial seperti Facebook dan Twitter.



Sumber : penulis, 2020

Gambar 1. Flow Genesys di Contact Center Customer Service Inbound

2. METODE PENELITIAN

Penelitian kualitative ini dilakukan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) berfungsi untuk mengukur tingkat kepuasan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut- atribut jasa. Untuk menjadikan pelanggan sebagai pusat dengan mengetahui hak dan keinginan sehingga tercapai tujuan yang sama, pada akhirnya didapatilah pelanggan setia [7].

Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah – langkah sebagai berikut [8]:

- Menentukan tingkat harapan / mean *importance score* (MIS).
- Menentukan nilai rata-rata tingkat kenyataan yang dirasakan pelanggan / pengguna jasa tiap variabel atau pernyataan / Mean *Satisfaction Score* (MSS).
- Membuat bobot nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut / *Weight Factor* (WF).
- Membuat *Weight Score* (WS) Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kenyataan pelayanan yang dirasakan sebagai MSS (*Mean Satisfaction Score*).

Sampel yang di tes sebesar 51 dari 80 populasi pegawai *customer service* PT.KAI, dengan 22 pernyataan. Skor CSI untuk tiap pernyataan bagi masing-masing

pegawai dapat dihitung berdasarkan rumus berikut:

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100\% \quad (1)$$

Dimana

T : total skor harapan dan kualitas dari tiap atribut

5 : nilai maksimum pada skala pengukuran likert

Y : nilai total rata-rata harapan

Tabel 1. Kriteria Tingkat Kepuasan

No	Nilai CSI %	Keterangan
1	81 % - 100 %	Sangat Puas
2	66 % - 80 %	Puas
3	51 % - 65 %	Cukup Puas
4	35 % - 50 %	Kurang Puas
5	0 % - 34 %	Tidak Puas

Sumber : [6]

Bila nilai yang didapat diatas 50%, maka dapat dikatakan bahwa pengguna jasa sudah merasa puas sebaliknya bila nilai CSI di bawah 50% pengguna jasa belum dikatakan puas.

Metode *Service Quality* digunakan untuk mengetahui dan menilai kualitas *service* atau jasa yang diberikan oleh pihak yang memberikan jasa dalam hal ini PT.KAI kepada publik yang menggunakannya [9][10].

Rumus yang digunakan adalah :

$$Q = P - E \quad (2)$$

Dimana:

Q = Kualitas Pelayanan Pelanggan

E = Harapan Pelanggan atas Kualitas Pelayanan

P = Pelayanan yang sesungguhnya diterima

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan langkah-langkah diatas, maka dapat dihitung nilai Customer Satisfaction Index (CSI) tiap variabel dari tiap pernyataan untuk mengetahui tingkat kepuasan aplikasi.

Berikut rangkuman hasil olah data kuesioner pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil olah data CSI

No	Pernyataan	Harapan (I)	Kualitas (P)	Skor (S)
Dimensi Akses dan Keamanan				
1	Aplikasi ini mudah di akses dan di navigasi.	4.28	4.04	17.27
2	Aplikasi ini selalu ada, selalu tersedia, dan mudah ditemukan.	3.96	5.00	17.09
3	Aplikasi ini memiliki keamanan yang memadai untuk melakukan transaksi	4.10	3.82	15.67
Dimensi Fasilitas Penunjang Memadai				
4	Aplikasi ini memiliki fasilitas pencarian kontak yang memadai	4.31	3.94	17.00
5	Aplikasi ini memiliki tautan (links) yang valid dan beragam.	3.82	4.14	15.82
6	Aplikasi ini dapat dipersonalisasi sesuai dengan keinginan pengguna	3.90	3.57	13.93
7	Aplikasi ini memiliki kecepatan yang memadai ketika dibuka	3.53	4.22	14.88
8	Aplikasi ini memiliki fitur interaktif yang banyak dan beragam	3.98	4.10	16.31
9	Informasi yang tersedia dalam aplikasi sangat berguna bagi saya	4.08	3.88	15.83
10	Informasi yang tersedia dalam aplikasi ini lengkap atau komprehensif	3.90	4.35	16.99
Dimensi Penunjang Kebutuhan Pelanggan				
11	Informasi yang tersedia dalam aplikasi ini disajikan dengan jelas dan mudah dipahami.	4.28	3.86	16.51
12	Informasi yang tersedia dalam aplikasi ini ringkas namun padat.	3.49	4.00	13.96

13	Informasi yang tersedia dalam Aplikasi ini akurat dan dapat dipercaya.	4.41	3.86	17.04
Dimensi Desain				
14	Dalam aplikasi ini tersedia sumber atau kontak informasi yang bisa dihubungi (nomor telepon, alamat email, dan lain- lain).	3.77	3.77	15.95
15	Dalam aplikasi ini tersedia informasi yang bersifat umum tentang organisasi atau perusahaan pemilik aplikasi ini (visi, misi, tujuan organisasi, struktur organisasi, dan lain- lain)	3.90	3.71	14.46
16	Dalam aplikasi ini tersedia informasi tentang hak dan kewajiban pengguna	3.90	3.57	13.93
17	Dalam Aplikasi ini tersedia informasi tentang layanan yang dapat dimanfaatkan pelanggan/pengguna.	3.67	3.41	12.51
18	Tampilan aplikasi ini tampak menarik (atraktif).	4.20	3.69	15.47
19	Tampilan aplikasi ini tertata dengan rapi	4.18	3.98	16.62
20	Aplikasi ini menggunakan ukuran font yang proporsional	4.53	4.02	18.21
21	Aplikasi ini menggunakan tatawarna yang serasi	4.14	3.94	16.31
22	Aplikasi ini menggunakan fasilitas multimedia dengan tepat dan proporsional	4.39	4.02	17.66
Total		88.72 (Y)		349.39 (T)

Sumber : penulis, 2020

Dari tabel 1 dapat dilihat semua nilai kolom harapan (I) dan kualitas (P) pada tiap pernyataan sudah didapatkan. Selanjutnya menentukan nilai skor (T) pada tiap pernyataan dengan cara mengkalikan nilai I dan nilai P pada tiap pernyataan. Langkah selanjutnya untuk mendapatkan nilai yang akan digunakan

pada perhitungan CSI ada menjumlahkan total nilai I (Y) dan nilai total S (T) sehingga didapatkan nilai $Y = 88.72$ dan nilai $T = 349.39$.

Selanjutnya nilai Y dan nilai T dimasukkan ke dalam rumus CSI untuk mendapatkan nilai CSI pada penelitian ini, berikut ini adalah perhitungan rumus CSI :

$$CSI = \frac{349.39}{5 \times 88.72} \times 100 \% = 78.76 \%$$

Tahap berikutnya adalah *servqual* untuk menentukan tingkat kualitas aplikasi *Genesys* yang dinilai oleh pihak *Customer Service* PT. KAI. Data yang sudah didapatkan diolah dengan menggunakan metode *Service Quality* pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil olah data ServQual

No	Pernyataan	Harapan (E)	Kualitas (P)	Skor (Q)
Dimensi Akses dan Keamanan				
1	Aplikasi ini mudah di akses dan di navigasi.	4.04	4.27	0.23
2	Aplikasi ini selalu ada, selalu tersedia, dan mudah ditemukan.	3.96	5.00	1.04
3	Aplikasi ini memiliki keamanan yang memadai untuk melakukan transaksi	4.10	3.82	0.28
Dimensi Fasilitas Penunjang Memadai				
4	Aplikasi ini memiliki fasilitas pencarian kontak yang memadai	4.31	3.94	-0.37
5	Aplikasi ini memiliki tautan (links) yang valid dan beragam.	3.82	4.14	0.32
6	Aplikasi ini dapat dipersonalisasi sesuai dengan keinginan pengguna	3.90	3.57	-0.33
Dimensi Kualitas Informasi				
7	Aplikasi ini memiliki kecepatan yang memadai ketika dibuka	3.53	4.22	0.69
8	Aplikasi ini memiliki fitur interaktif yang banyak dan beragam	3.98	4.10	0.12
9	Informasi yang tersedia dalam aplikasi sangat berguna bagi saya	4.08	3.88	-0.2
10	Informasi yang tersedia dalam aplikasi ini lengkap atau komprehensif	3.90	4.35	0.45

Dimensi Penunjang Kebutuhan Pelanggan				
11	Informasi yang tersedia dalam aplikasi ini disajikan dengan jelas dan mudah dipahami.	4.28	3.86	-0.42
12	Informasi yang tersedia dalam aplikasi ini ringkas namun padat.	3.49	4.00	0.51
13	Informasi yang tersedia dalam Aplikasi ini akurat dan dapat dipercaya.	4.41	3.86	-0.55
Dimensi Desain				
14	Dalam aplikasi ini tersedia sumber atau kontak informasi yang bisa dihubungi (nomor telepon, alamat email, dan lain- lain).	3.24	3.76	0.52
15	Dalam aplikasi ini tersedia informasi yang bersifat umum tentang organisasi atau perusahaan pemilik aplikasi ini (visi, misi, tujuan organisasi, struktur organisasi, dan lain-lain)	3.90	3.71	-0.19
16	Dalam aplikasi ini tersedia informasi tentang hak dan kewajiban pengguna	3.90	3.57	-0.33
17	Dalam Aplikasi ini tersedia informasi tentang layanan yang dapat dimanfaatkan pelanggan/pengguna.	3.67	3.41	-0.26
18	Tampilan aplikasi ini tampak menarik (atraktif).	4.20	3.69	-0.51
19	Tampilan aplikasi ini tertata dengan rapi	4.18	3.98	-0.2
20	Aplikasi ini menggunakan ukuran font yang proporsional	4.53	4.02	-0.51
21	Aplikasi ini menggunakan tatawarna yang serasi	4.14	3.94	-0.2
22	Aplikasi ini menggunakan fasilitas multimedia dengan tepat dan proporsional	4.39	4.02	-0.37
Total rata-rata		4.04	4.28	

Sumber : penulis, 2020

Dari tabel 3 terdapat hasil 4.04 yang didapat dari total skor 206 pada kolom harapan dibagi 51 jumlah dari responden. Dan angka 4.28 didapatkan dari total skor 218 pada kolom kualitas (P) dibagi 51 jumlah responden. Perhitungan yang sama

digunakan untuk mendapatkan nilai harapan dan kualitas pada tiap-tiap pernyataan berikutnya. Selanjutnya nilai P dikurangi dengan nilai E untuk menghasilkan nilai Q dan perhitungan inipun digunakan pada setiap pernyataan yang ada.

$$Service\ Quality = 4.28 - 4.04 = 0.24$$

4. SIMPULAN

Secara keseluruhan tingkat kepuasan *Customer Service* PT. KAI terhadap aplikasi *Genesys* dengan menggunakan metode perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 78.76%, yang dapat diartikan bahwa *Customer Service* PT. KAI merasa puas menggunakan aplikasi *Genesys*. Ukuran font, gap dan tampilan atraktif menjadi evaluasi perbaikan bagi pengelola agar PT. KAI lebih maksimal dalam memberikan pelayanan dengan nilai negatif sebesar 13 dari 22 pernyataan yang di uji.

Untuk meningkatkan pelayanan *Customer Service* PT.KAI, disarankan menggunakan atau menerapkan fitur efektifitas pekerja dalam merespon tiap masukkan atau keluhan sehingga tercipta nuansa kerja yang profesional, selain memperbaiki aplikasi *Genesys* hasil dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Kurauchi, *Public Transport Planning with Smart Card Data*. CRC Press, 2017.
- [2] F. V. Morgeson, *Citizen Satisfaction*. Palgrave Macmillan, 2014.
- [3] I. G. Mahatma and Y. Bakti, *Public Transport Passengers' Behavioural Intentions_ Paratransit in Jabodetabek-Indonesia*. Springer International Publishing, 2014.
- [4] V. R. Bolang, J. D. . Massie, and A. S. Soegoto, "Peran Pelayanan Teller

- dan Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado,” *J. EMBA*, vol. 3, no. 3, pp. 1126–1139, 2015.
- [5] Hatane Samuel and Nadya Wijaya, “Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust, Dan Loyalty Pada Pt. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Pelanggan Surabaya,” *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 4, no. 1, pp. 23–37, 2009.
- [6] G. Anggadwita, “Service Innovation in Public Sector : A Case Study on PT. Kereta Api Indonesia,” *J. Soc. Dev. Sci.*, vol. 4, no. 7, pp. 308–315, 2013.
- [7] B. Liu, “Customer satisfaction index model building and empirical research of sports fitness and entertainment industry,” *Int. Conf. Manag. Serv. Sci. MASS 2011*, 2011.
- [8] Tjiptono, Fandy. *Service Management*. Andi Offset. Yogyakarta 2012.
- [9] A. Yildirim, S. Ozcan, and K. E. Yildirim, “Integrated Usage of the SERVQUAL and Quality Function Deployment Techniques in the Assessment of Public Service Quality: The Case of Ardahan Municipality,” *Bus. Econ. Res. J.*, vol. 10, no. 4, pp. 885–901, 2019.
- [10] Z. Shi and H. Shang, “A Review on Quality of Service and SERVQUAL Model,” in *HCI in Business, Government and Organizations*, 2020, pp. 188–204.