

**PENGUKURAN DAN USULAN PERBAIKAN  
KUALITAS LAYANAN PT TIMURNUSA  
UTARASATYA MENGGUNAKAN MODEL B2B  
SERVQUAL DAN KANO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh:**

**Nama : Retsyanika**

**NPM : 2013610201**



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
2017**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Retsyanika  
NPM : 2013610201  
Jurusan : Teknik Industri  
Judul Skripsi : PENGUKURAN DAN USULAN PERBAIKAN KUALITAS  
LAYANAN PT TIMURNUSA UTARASATYA MENGGUNAKAN  
MODEL B2B SERVQUAL DAN KANO

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Desember 2017

**Ketua Jurusan Teknik Industri**

(Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., M.IM.)

**Dosen Pembimbing**

(Fransiscus Rian Pratikto, S.T., M.T., M.IE.)



Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Katolik Parahyangan



## **Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat**

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Retsyanika

NPM : 2013610201

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“Pengukuran dan Usulan Perbaikan Kualitas Layanan PT Timurnusa Utarasatya Menggunakan Model B2B SERVQUAL Dan Kano”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, Desember 2017

Retsyanika  
2013610201

## ABSTRAK

Indonesia sebagai negara kepulauan membutuhkan peranan jasa *freight forwarding* (perusahaan jasa pengangkutan) untuk membantu kelancaran arus barang serta mobilitas manusia, khususnya dari pulau Jawa ke setiap wilayah di Indonesia. PT Timurnusa Utarasatya merupakan salah satu perusahaan yang melayani jasa pengangkutan barang menggunakan kapal laut. Dalam rentang waktu Januari 2015 hingga Desember 2016, perusahaan mengalami kerugian akibat terjadinya penurunan total *customer*. Adapun kerugian terbesar dialami perusahaan untuk layanan pengiriman destinasi Batam, dimana dalam jangka waktu dua tahun, perusahaan kehilangan sebanyak 217 kesempatan transaksi yang dapat dilakukan oleh 90 *customer* yang hilang.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, penting bagi PT Timurnusa Utarasatya untuk memberikan kualitas layanan terbaik, sehingga dapat mencegah terjadinya peralihan *customer* ke perusahaan pesaing. Oleh karena itu, dilakukan penelitian untuk menganalisis kualitas layanan perusahaan saat ini, sehingga dapat diketahui kebutuhan dan harapan *customer* sebagai pengguna jasa pengiriman barang.

Pengukuran menggunakan metode B2B SERVQUAL dilakukan untuk mencari *gap score* dari penilaian persepsi dan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan perusahaan dengan bantuan instrumen kuesioner. Dari hasil penilaian responden yang terdiri dari 127 *customer* aktif perusahaan, terdapat 9 dari total 32 atribut yang tidak memenuhi ekspektasi pelanggan. Usulan perbaikan selanjutnya diajukan berdasarkan prioritas kebutuhan pelanggan yang didapat dari hasil pengategorian Kano. Fokus perbaikan dilakukan terhadap kategori *one-dimensional* dan kategori *attractive* yang termasuk dalam 3 dimensi pengukuran B2B SERVQUAL, diantaranya dimensi *responsiveness*, *tangibles*, serta *accessibility*.

## **ABSTRACT**

*Indonesia as an archipelagic island country requires the role of freight forwarding services in terms to support the flow of goods and human mobility, especially from Java Island to every other region in Indonesia. PT Timurnusa Utarasatya is one of the companies that serve freight service by ship. In the period of January 2015 to December 2016, the company has suffered losses due to the decrease in total customer. The biggest loss experienced by the company is for delivery service to destination Batam, where within two years, the company has lost as many as 217 transactions opportunities that can be done by 90 customers lost.*

*As a company that engaged in services, it is important for PT Timurnusa Utarasatya to provide the best service quality, so the transition of customers to other competitors can be prevented. Therefore, conducted a research to analyze the service quality of the company, so the needs and expectations of customers as users of freight services can be known.*

*Measurement using B2B SERVQUAL method is done to find the gap score from customer's perception and expectation to company's service quality with the help of questionnaire instrument. From the assessment results of the respondents that consisted of 127 active customer companies, there are 9 out of a total of 32 attributes that do not meet customer's expectations. Subsequent improvement proposals are proposed based on customer's needs priorities derived from Kano categorization. The improvement focuses on one-dimensional categories and attractive categories that fall within 3 dimensions of SERVQUAL B2B measurement, including responsiveness, tangibles, and accessibility dimensions.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengukuran dan Usulan Perbaikan Kualitas Layanan PT Timurnusa Utarasatya Menggunakan Model B2B SERVQUAL dan Kano”. Penyusunan laporan skripsi dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Teknik di Jurusan Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan. Dalam proses pengerjaan laporan skripsi ini, Penulis mendapat banyak bantuan, dukungan, dan masukan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Bapak Fransiscus Rian Pratikto, S.T., M.T., MIE., sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan, serta saran kepada penulis dalam penyusunan laporan skripsi.
2. Dr.Carles Sitompul, ST., MT., MIM. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Katolik Parahyangan.
3. Bapak Gerets, selaku pemilik PT Timurnusa Utarasatya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan serta membantu penulis dalam proses pengumpulan data hingga pengajuan usulan perbaikan.
4. Papa, Mama, Gianina, Gabriel, serta keluarga penulis lainnya yang telah memberikan semangat, motivasi, dan doa bagi penulis selama proses penyusunan laporan skripsi.
5. Teman-teman Kos Griya Leditas yang telah berjuang bersama penulis dari awal perkuliahan di UNPAR, diantaranya: Jessica, Linda, Eva, Samatha, dan Karunia. Terima kasih untuk segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
6. Teman-teman Cabe Suka Gibah, yaitu Clarissa, Felicia, dan Miranda yang telah memberikan keceriaan dan inspirasi bagi penulis selama masa perkuliahan di TI UNPAR.
7. Teman-teman Turis Hongkong, yaitu Felicia, Lucia, Miranda, Nadiya, dan Stella yang telah memberikan semangat dan dukungan bagi penulis.

Penulis berharap agar semua wacana liburan yang telah direncanakan dapat direalisasikan di masa mendatang.

8. Sharfina dan Nadiya yang telah menguatkan dan memberikan hiburan bagi penulis saat mengalami waktu sulit selama pengerjaan laporan skripsi.
9. Keluarga Teknik Industri UNPAR yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan semangat kepada penulis dalam penyusunan laporan skripsi.
10. Lee Jinki, Kim Jonghyun, Kim Kibum, Choi Minho, serta Lee Taemin yang telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi penulis selama pengerjaan laporan skripsi.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah mendukung penulis dalam pembuatan laporan skripsi.

Penulisan laporan skripsi ini tidak dapat selesai tepat waktu tanpa dukungan, semangat, dan batuan dari pihak-pihak yang telah disebutkan. Penulis berharap agar laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Bandung, Desember 2017  
Retsyanika

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang Masalah .....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-3
I.3 Pembatasan dan Asumsi Masalah .....	I-8
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-8
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-8
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-9
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
II.1 Pengertian Kualitas.....	II-1
II.2 Pengertian Jasa/Layanan .....	II-1
II.3 Pengertian Kualitas Layanan .....	II-2
II.4 SERVQUAL .....	II-3
II.5 B2B SERVQUAL.....	II-6
II.6 Model Kano.....	II-8
II.7 Teknik Pengumpulan Data.....	II-11
II.8 Skala.....	II-12
II.9 Teknik Pengambilan Sampel.....	II-14
II.10 Validitas .....	II-16
II.11 Reliabilitas .....	II-17
<b>BAB III PENGUMPULAN DATA DAN PEMBUATAN USULAN</b>	
III.1 Pengumpulan Data.....	III-1
III.1.1 Identifikasi Atribut.....	III-1
III.1.2 Penentuan Sampel dan Teknik <i>Sampling</i> .....	III-8



III.1.3 Perancangan dan Penyebaran Kuesioner .....	III-9
III.1.3.1 Kuesioner B2B SERVQUAL .....	III-9
III.1.3.2 Kuesioner Kano .....	III-10
III.1.3.3 Penyebaran Kuesioner .....	III-10
III.2 Pengolahan Data.....	III-11
III.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	III-11
III.2.1.1 Uji Validitas.....	III-12
III.2.1.2 Uji Reliabilitas .....	III-13
III.2.2 Metode B2B SERVQUAL.....	III-14
III.2.3 Metode Kano.....	III-18
III.3 Prioritas Perbaikan .....	III-22

#### **BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN**

IV.1 Analisis Identifikasi Atribut.....	IV-1
IV.2 Analisis Hasil Pengolahan Data B2B SERVQUAL .....	IV-2
IV.3 Analisis Hasil Pengolahan Data Kano .....	IV-4
IV.4 Analisis Prioritas Perbaikan.....	IV-5
IV.5 Usulan Perbaikan.....	IV-6
IV.5.1 Atribut A-22.....	IV-6
IV.5.2 Atribut A-21 dan A-2 .....	IV-10
IV.5.3 Atribut A-4.....	IV-11
IV.5.4 Atribut A-10.....	IV-12
IV.5.5 Atribut A-8.....	IV-17
IV.5.6 Atribut A-9.....	IV-19
IV.5.7 Rekapitulasi Usulan Perbaikan .....	IV-21

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

V.1 Kesimpulan .....	V-1
V.2 Saran .....	V-2

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

#### **RIWAYAT HIDUP PENULIS**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Penurunan <i>Total Customer</i> PT Timurnusa Utarasatya ..... I-2
Tabel I.2	Total Transaksi <i>Customer</i> untuk Pengiriman Destinasi Batam ... I-4
Tabel III.1	Atribut Referensi ..... III-2
Tabel III.2	Atribut Setelah Penyesuaian ..... III-4
Tabel III.3	Daftar Atribut Kualitas Layanan PT Timurnusa Utarasatya ..... III-7
Tabel III.4	Data Responden (Pengujian Awal) ..... III-11
Tabel III.5	Hasil Uji Validitas Kuesioner B2B SERVQUAL..... III-12
Tabel III.6	Hasil Uji Validitas Kuesioner Kano ..... III-13
Tabel III.7	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner B2B SERVQUAL dan Kano... III-14
Tabel III.8	Hasil Perhitungan Data Kusioner B2B SERVQUAL ..... III-15
Tabel III.9	Rekapitulasi <i>Gap Score</i> ..... III-17
Tabel III.10	Data Kuesioner Fungsionalitas Atribut Kano ..... III-19
Tabel III.11	Data Kuesioner Disfungsionalitas Atribut Kano ..... III-19
Tabel III.12	Hasil Pengolahan Data Kano ..... III-19
Tabel III.13	Hasil Pengategorian Kano ..... III-20
Tabel III.14	Rekapitulasi Kategori Kano untuk Setiap Atribut ..... III-21
Tabel III.15	Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan PT Timurnusa Utarasatya..... III-22
Tabel IV.1	Fokus Perbaikan Kualitas Layanan PT Timurnusa Utarasatya.....IV-6
Tabel IV.2	Rekapitulasi Usulan Perbaikan dan Tanggapan Perusahaan.IV-21
Tabel A.1	Hasil Interpretasi Atribut Wawancara Awal.....A-1
Tabel B.1	Data Responden .....B-1
Tabel D.1	Data Kuesioner Penilaian Ekspektasi Kualitas Layanan..... D-1
Tabel D.2	Data Kuesioner Penilaian Persepsi Kualitas Layanan ..... D-10
Tabel D.3	Data Kuesioner Penilaian Fungsional Kano ..... D-19
Tabel D.4	Data Kuesioner Penilaian Disfungsional Kano ..... D-28
Tabel E.1	Hasil Pengolahan Data Kano .....E-1

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Bagan Metodologi Penelitian.....	I-11
Gambar II.1	Bagan Model SERVQUAL.....	II-5
Gambar II.2	Bagan Model Kano .....	II-9
Gambar II.3	Tabel Evaluasi Kano .....	II-10
Gambar IV.1	Hasil Pencarian Nama Perusahaan pada <i>Google</i> .....	IV-7
Gambar IV.2	Pembetulan Letak Perusahaan pada <i>Google Maps</i> .....	IV-8
Gambar IV.3	<i>Postcard</i> dari <i>Google My Business</i> .....	IV-9
Gambar IV.4	Tampilan <i>Website</i> dari Fitur <i>Google My Business</i> .....	IV-9
Gambar IV.5	Tampilan Fitur <i>Home</i> .....	IV-13
Gambar IV.6	Tampilan Fitur <i>About Us</i> .....	IV-14
Gambar IV.7	Tampilan Fitur <i>Online Tracking</i> .....	IV-14
Gambar IV.8	Tampilan Fitur <i>Price Calculator</i> .....	IV-15
Gambar IV.9	Tampilan Fitur <i>Shipping Schedule</i> .....	IV-16
Gambar IV.10	Tampilan Fitur <i>Review Us</i> .....	IV-16
Gambar IV.11	Tampilan Fitur <i>Contact Us</i> .....	IV-17
Gambar IV.12	Alat <i>Material Handling</i> yang Digunakan Saat ini.....	IV-18
Gambar IV.13	Usulan Alat <i>Material Handling</i> .....	IV-18
Gambar IV.14	Seragam Karyawan Saat Ini.....	IV-20
Gambar IV.15	Usulan Seragam Karyawan .....	IV-21

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Hasil Interpretasi Atribut Wawancara Awal.....	A-1
LAMPIRAN B Data Responden .....	B-1
LAMPIRAN C Daftar Kuesioner .....	C-1
LAMPIRAN D Data Kuesioner B2B SERVQUAL dan Kano .....	D-1
LAMPIRAN E Hasil Pengolahan Data Kano.....	E-1

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terbentang dari Sabang hingga Merauke, di mana setiap daerah memiliki keunikan sosial dan budaya yang mempengaruhi keanekaragaman kebutuhan masyarakat Indonesia. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang beragam, khususnya mereka yang tinggal di luar Pulau Jawa, dibutuhkan peranan jasa pengangkutan barang untuk menghubungkan setiap wilayah di Indonesia, baik menggunakan jalur darat, laut, dan udara. Oleh karena itu, perusahaan pengangkutan barang (*freight forwarding*) memiliki peranan penting dalam memperlancar arus barang dan mobilitas manusia serta dapat membantu meningkatkan perkembangan suatu daerah, baik dalam aspek ekonomi maupun aspek industri.

Seiring dengan perkembangan zaman, semakin banyak perusahaan-perusahaan baru yang bergerak di bidang *freight forwarding*. Hal ini menyebabkan tingginya persaingan antar-perusahaan dalam memikat pelanggan. Sebagai perusahaan yang berorientasi di bidang jasa, perusahaan harus mampu mendapatkan dan mempertahankan pelanggan yang loyal. Studi yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa pelanggan yang mengalami kepuasan yang tinggi cenderung bertahan pada penyedia jasa saat ini (Lupiyadi dan Hamdani, 2006). Di samping itu, Baran, Galka, dan Strunk (2008) menjelaskan konsep *customer-company profit chain*, di mana kualitas layanan menjadi faktor penentu kepuasan pelanggan yang selanjutnya akan mempengaruhi faktor loyalitas. Oleh sebab itu, perusahaan berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Maslow (1970), dalam teori hierarki kebutuhan menyatakan bahwa manusia tidak pernah merasa puas dengan apa yang telah ia capai saat ini. Saat ini, pelanggan tidak hanya mencari penyedia jasa pengiriman dengan harga pengiriman murah, tetapi juga mempertimbangkan hal lainnya, seperti ketepatan waktu pengiriman, jaminan asuransi, keramahan pengelola, kemudahan dalam

mengakses informasi perusahaan, dan sebagainya. Hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi pihak perusahaan penyedia jasa. Pihak penyedia jasa berusaha keras untuk mencapai ekspektasi layanan yang diharapkan oleh pelanggan.

Gasperz (2001) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan, diantaranya: kebutuhan dan keinginan pelanggan saat sedang melakukan proses transaksi dengan pihak perusahaan, pengalaman historis saat menggunakan produk atau jasa dari perusahaan terkait maupun pesaing, pengalaman dari teman-teman, serta komunikasi melalui iklan dan pemasaran. Pelanggan yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap suatu layanan akan merasa kecewa jika layanan nyata yang diberikan perusahaan tidak memenuhi ekspektasinya. Kekecewaan pelanggan akan menimbulkan permasalahan baru bagi perusahaan, yaitu berupa hilangnya kepercayaan pelanggan yang dapat berujung pada peralihan pelanggan ke perusahaan pesaing.

Permasalahan tersebut juga dihadapi oleh PT Timurnusa Utarasatya, perusahaan jasa pengiriman barang menggunakan kapal laut. Dalam beberapa waktu terakhir, perusahaan mengalami kerugian akibat adanya penurunan total *customer* untuk keempat destinasi pengiriman utama, yaitu Batam, Tanjung Pinang, Timika, dan Jayapura. Penurunan total *customer* perusahaan dalam periode bulan Januari 2015 hingga Desember 2016 dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Penurunan Total *Customer* PT Timurnusa Utarasatya

Total <i>Customer</i> PT Timurnusa Utarasatya									
Tujuan		Batam		Tanjung Pinang		Timika		Jayapura	
Tahun		2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Bulan	Januari	88	69	49	63	66	54	59	38
	Februari	66	59	67	79	52	65	53	44
	Maret	87	56	67	56	58	44	49	32
	April	67	71	58	68	62	58	53	46
	Mei	61	70	69	45	55	50	51	60
	Juni	89	60	70	62	62	67	54	38
	Juli	66	73	71	42	37	34	43	50
	Agustus	64	56	48	62	45	56	43	52
	September	43	76	56	50	33	53	46	55
	Oktober	64	52	52	65	58	48	44	31
	November	87	76	48	42	69	53	43	54
	Desember	90	64	51	47	63	59	34	48
<b>TOTAL</b>		872	782	706	681	660	641	572	548

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, penting bagi perusahaan untuk memberikan kualitas layanan terbaik, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mencegah terjadinya peralihan pelanggan ke perusahaan pesaing. Hal ini dilakukan dengan meningkatkan kualitas layanan perusahaan saat ini. Perusahaan perlu mengetahui apa saja yang dibutuhkan dan diharapkan pelanggan sebagai pengguna jasa pengiriman. Setelah mengetahui *expected service* yang dimiliki pelanggan, dilakukan penelitian mengenai kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, sehingga di akhir penelitian dapat diketahui dengan pasti perbaikan apa saja yang perlu dilakukan.

## **I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

PT Timurnusa Utarasatya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengangkutan barang (*freight forwarding*) yang terletak di pusat kota Jakarta. Dalam proses pengangkutan barang ke tempat tujuan, perusahaan bekerja sama dengan PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) dalam melakukan pengiriman barang dengan memanfaatkan kapal barang dan kapal penumpang yang berangkat dari Pelabuhan Tanjung Priok Jakarta. Perusahaan sebagai pemakai jasa pelayaran memiliki kewajiban untuk membayar biaya pengiriman per *container* ke pihak PELNI. Setiap melakukan pengiriman, akan dilakukan proses *loading* barang milik pelanggan ke dalam *container* berukuran 32 *feet*. Oleh karena itu, perusahaan selalu mengusahakan pemanfaatan ruang dalam *container* secara maksimal saat melakukan *loading* barang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola, diketahui bahwa umumnya pelanggan perusahaan didominasi oleh badan usaha yang hendak mendistribusikan produk mereka untuk dijual di daerah tujuan, seperti *sparepart* motor dan mobil, tekstil, barang cetakan, alat optik, perlengkapan kantor, produk elektronik, dan sebagainya. Hingga saat ini perusahaan hanya melayani empat tujuan pengiriman, yaitu Batam, Tanjung Pinang, Timika, serta Jayapura. Dari keempat destinasi yang ditawarkan, diketahui bahwa destinasi pengiriman yang paling banyak diminati pelanggan adalah Batam. Hal ini dapat dilihat dari data total *customer* pada Tabel I.1. Tingginya minat pelanggan menyebabkan pengiriman barang ke Batam lebih sering dilakukan, yaitu setiap satu minggu sekali, sedangkan untuk destinasi lainnya hanya dilakukan satu hingga dua kali

dalam sebulan. Hal ini bergantung pada banyaknya barang yang diterima perusahaan.

Dari hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan, PT Timurnusa Utarasatya saat ini tengah menghadapi penurunan total *customer* untuk setiap destinasi pengiriman (Tabel I.1). Dari keempat destinasi, Batam merupakan tujuan dengan penurunan total *customer* tertinggi, yaitu sebanyak 90 *customer*. Penurunan total *customer* destinasi Batam tentunya memberikan kerugian tersendiri bagi perusahaan sebab setiap bulan destinasi Batam melakukan pengiriman barang hingga empat kali, sehingga akan mempengaruhi jumlah transaksi *customer*. Adapun data jumlah transaksi *customer* untuk pengiriman destinasi Batam untuk periode bulan Januari 2015 hingga Desember 2016 dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I.2 Total Transaksi *Customer* untuk Pengiriman Destinasi Batam

		Jumlah Transaksi <i>Customer</i> PT Timurnusa Utarasatya (Batam)	
		Tahun 2015	Tahun 2016
<b>Bulan</b>	Januari	229	215
	Februari	203	196
	Maret	251	126
	April	213	250
	Mei	253	253
	Juni	348	163
	Juli	154	292
	Agustus	221	199
	September	201	148
	Oktober	186	193
	November	215	252
	Desember	145	115
<b>TOTAL</b>		<b>2619</b>	<b>2402</b>

Dari data jumlah transaksi *customer* untuk destinasi Batam yang didapat dari Tabel I.2, dapat diketahui bahwa terjadi penurunan transaksi *customer* dari 2619 menjadi 2402 transaksi. Dengan kata lain, dalam kurun waktu dua tahun, perusahaan kehilangan sebanyak 217 kesempatan transaksi yang dapat dilakukan oleh 90 *customer* yang hilang. Hal ini mengakibatkan kerugian bagi perusahaan karena pengiriman tujuan Batam merupakan layanan utama dan sumber pemasukan terbesar bagi perusahaan.



Pimpinan perusahaan menyatakan bahwa peralihan pelanggan tidak disebabkan oleh faktor ketepatan waktu pengiriman karena untuk setiap barang yang dikirim, terlepas dari perusahaan pengiriman manapun, diangkut dalam kapal yang sama, sehingga akan berangkat dan tiba pada waktu yang bersamaan di tempat tujuan. Di samping itu, dari segi biaya pengiriman, PT Timurnusa Utarasatya termasuk salah satu perusahaan yang memberikan harga bersaing karena perusahaan memiliki prinsip berupa sedikit profit, banyak pelanggan.

Walaupun perusahaan telah menyadari adanya penurunan total pelanggan, hingga saat ini perusahaan belum melakukan usaha perbaikan apapun. Perusahaan tidak melakukan *follow-up* untuk mencari sumber masalah yang menyebabkan pelanggan memutuskan untuk berhenti menggunakan jasa perusahaan. Dari hasil wawancara dengan pihak pengelola ditemukan bahwa perusahaan beberapa kali mendapat keluhan dari pelanggan, diantaranya kesulitan yang dihadapi pelanggan saat mencari lokasi dan informasi perusahaan hingga barang pelanggan yang tidak terangkut karena kapasitas *container* yang tidak memadai.

Selain itu, perusahaan tidak melakukan kegiatan promosi dikarenakan tidak tersedianya SDM yang mampu untuk melakukan kegiatan pemasaran. Perusahaan hanya mengandalkan kekuatan *word-of-mouth* (mulut-ke-mulut) yang dilakukan oleh pelanggan. Hal ini tentu sangat berpengaruh bagi perusahaan. Pelanggan yang puas akan jasa yang diberikan perusahaan memiliki kemungkinan lebih besar untuk menggunakan jasa perusahaan kembali dan akan merekomendasikan PT Timurnusa Utarasatya kepada teman maupun perusahaan sejenis lainnya. Namun, sebaliknya jika pelanggan memiliki pengalaman yang kurang menyenangkan (tidak puas karena ekspektasinya tidak sesuai dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan), pelanggan berkemungkinan untuk tidak menggunakan jasa perusahaan kembali dan dapat menyebarkan isu yang kurang baik mengenai PT Timurnusa Utarasatya ke teman maupun perusahaan lainnya.

Berdasarkan penjabaran permasalahan di atas, diketahui bahwa terjadi kesenjangan antara layanan yang diberikan perusahaan terhadap layanan yang diharapkan oleh pelanggan. Hal ini dapat memicu terjadinya ketidakpuasan pelanggan yang mengakibatkan peralihan pelanggan ke perusahaan pesaing.

Dengan demikian, dilakukan penelitian terhadap kualitas layanan yang diberikan PT Timurnusa Utarasatya saat ini. Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990) menjelaskan model yang dapat digunakan untuk mengukur kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi *customer*, yaitu model SERVQUAL. Namun, dalam penelitian ini akan digunakan modifikasi dari model SERVQUAL, yaitu B2B (*Business-to-Business*) SERVQUAL.

Pada penelitian terdahulu, telah diterapkan model SERVQUAL terhadap permasalahan kualitas layanan untuk pasar industri (B2B), namun hasil yang didapat tidak sesuai dengan pengukuran yang dilakukan (Durvasula, Lysonski, dan Mehta, 1999). Hal ini mengindikasikan bahwa skala pengukuran SERVQUAL tidak dapat langsung diterapkan pada pasar B2B. Penggunaan model SERVQUAL pada konteks B2B dinilai kurang cocok karena adanya perbedaan karakteristik antara pasar industri (B2B) dan pasar konsumen (B2C).

Hutt dan Speh (2007) menjelaskan salah satu faktor pembeda antara kedua jenis pasar dalam hal pengambilan keputusan, di mana pengambilan keputusan pasar B2B dipengaruhi oleh beberapa *key person*, sedangkan pengambilan keputusan pasar B2C hanya dipengaruhi oleh diri sendiri. Selain itu, pasar B2B dinilai sangat mementingkan kualitas dan layanan, sedangkan pasar B2C cenderung lebih toleran terhadap kualitas dan layanan yang diberikan.

Adapun pada penelitian ini digunakan model B2B SERVQUAL yang dikenalkan oleh Westbrook dan Peterson (1998). Pada dasarnya model B2B SERVQUAL memiliki teknis pengerjaan serupa dengan model SERVQUAL yang dijelaskan oleh Zeithaml, et. al. (1990). Penelitian dilakukan dengan cara pengumpulan data penilaian pelanggan terhadap atribut pelayanan yang dimiliki perusahaan. Dengan menggunakan metode ini, dapat diketahui ekspektasi yang dimiliki pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa pengiriman barang serta persepsi yang dirasakan pelanggan saat menerima layanan dari PT Timurnusa Utarasatya.

Adapun faktor pembeda antara kedua model tersebut terletak pada dimensi kualitas layanan yang digunakan. Dalam model B2B SERVQUAL digunakan 12 dimensi yang dikemukakan oleh Westbrook dan Peterson (1998), yaitu *responsiveness, reliability, consultative selling, tangibles, interpersonal skills, price, competence, accessibility, credibility, product offering, market clout,* serta *geographical presence*.

Dari keduabelas dimensi tersebut, terdapat terdapat 4 dimensi yang belum teridentifikasi pada penelitian sebelumnya oleh Zeithaml et. al. (1990), yaitu *price*, *product offering*, *market clout*, serta *geographical presence*. Selain itu, terdapat 2 dimensi B2B SERVQUAL yang merupakan perpaduan antara beberapa dimensi SERVQUAL dari hasil penelitian Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1985), yaitu *interpersonal skills* (perpaduan antara dimensi *courtesy* dan *communication*) serta *consultative selling* (perpaduan antara dimensi *security* dan *understanding the customer*).

Setelah melakukan penilaian model B2B SERVQUAL, selanjutnya digunakan model Kano untuk mengategorikan atribut layanan ke dalam beberapa kelompok, sehingga dapat diklasifikasikan sebagai kebutuhan pelanggan yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Beberapa kelompok yang dimaksud, yaitu *must-be*, *one-dimensional*, serta *attractive*. Pemilihan model ini dikarenakan model Kano dapat membantu penelitian untuk mengetahui atribut-atribut yang memberikan kepuasan bagi pelanggan dengan mempertimbangkan derajat kebutuhan suatu atribut.

Dalam model Kano, dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan dan pemenuhan kebutuhan tidak selalu memiliki hubungan linear. Pemenuhan kebutuhan tidak selalu menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, bahkan pada titik tertentu dapat menyebabkan ketidakpuasan (Kano, Seraku, Takahashi, dan Tsuji, 1984). Oleh sebab itu, penggunaan model B2B SERVQUAL perlu didukung dengan model Kano, sehingga diperoleh prioritas perbaikan atribut kualitas pelayanan yang perlu dilakukan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini. Perumusan masalah yang telah dibuat adalah:

1. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan PT Timurnusa Utarasatya menurut pelanggan?
2. Bagaimana usulan dan prioritas perbaikan kualitas layanan yang dapat dilakukan di PT Timurnusa Utarasatya?

### **I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini perlu dilakukan pembatasan masalah dan pemberian asumsi. Hal ini dilakukan untuk membantu agar penelitian dapat berjalan dengan baik. Batasan-batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilakukan hanya untuk pengiriman barang untuk tujuan ke Batam.
2. Penelitian dilakukan hingga tahap perancangan perbaikan, penerapan menjadi keputusan dari perusahaan.

Selain penentuan batasan masalah, ditentukan juga asumsi penelitian. Adapun asumsi yang digunakan selama pelaksanaan penelitian ini adalah tidak adanya perubahan dalam jumlah pekerja, lokasi, jam kerja, serta aturan operasional lainnya selama penelitian dilakukan.

### **I.4 Tujuan Penelitian**

Penentuan tujuan penelitian dilakukan berdasarkan hasil perumusan masalah yang telah dilakukan pada sub-bab I.2. Adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai di akhir penelitian ini dapat dilihat pada poin-poin berikut.

1. Mengetahui kualitas layanan yang diberikan PT Timurnusa Utarasatya menurut pelanggan perusahaan.
2. Menentukan usulan dan prioritas perbaikan kualitas layanan yang dapat dilakukan di PT Timurnusa Utarasatya.

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu perusahaan dan peneliti. Adapun beberapa manfaat bagi perusahaan objek penelitian. PT Timurnusa Utarasatya, terhadap hasil penelitian yang dilakukan adalah:

- a. Perusahaan dapat mengetahui harapan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan.
- b. Perusahaan mendapatkan usulan perbaikan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas layanan.

Di samping itu, diharapkan penelitian yang dilakukan juga dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

- a. Peneliti dapat menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari untuk mengamati masalah secara langsung serta memberikan solusi untuk masalah tersebut.
- b. Peneliti mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan diri dan memberikan bentuk peningkatan terhadap perusahaan.

## **I.6 Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian dalam rangka menyusun hasil penelitian dilakukan berdasarkan langkah-langkah yang tersusun pada bagan Gambar I.1. Pembahasan metodologi penelitian dari awal penentuan topik hingga penentuan kesimpulan dan saran adalah sebagai berikut.

1. **Penentuan Topik Penelitian**

Penentuan topik merupakan tahap awal dimulainya penelitian. Topik yang dipilih akan membatasi daerah permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Adapun topik yang dipilih dalam penelitian ini adalah kualitas layanan.
2. **Studi Pendahuluan**

Studi pendahuluan yang dilakukan berupa studi lapangan yang dilakukan di PT Timurnusa Utarasatya serta studi literatur mengenai materi yang berkaitan dengan penelitian. Materi yang berkaitan antara lain materi mengenai kualitas, jasa, serta metode yang digunakan dalam pengukuran kualitas layanan (B2B SERVQUAL, dan Kano).
3. **Pendahuluan**

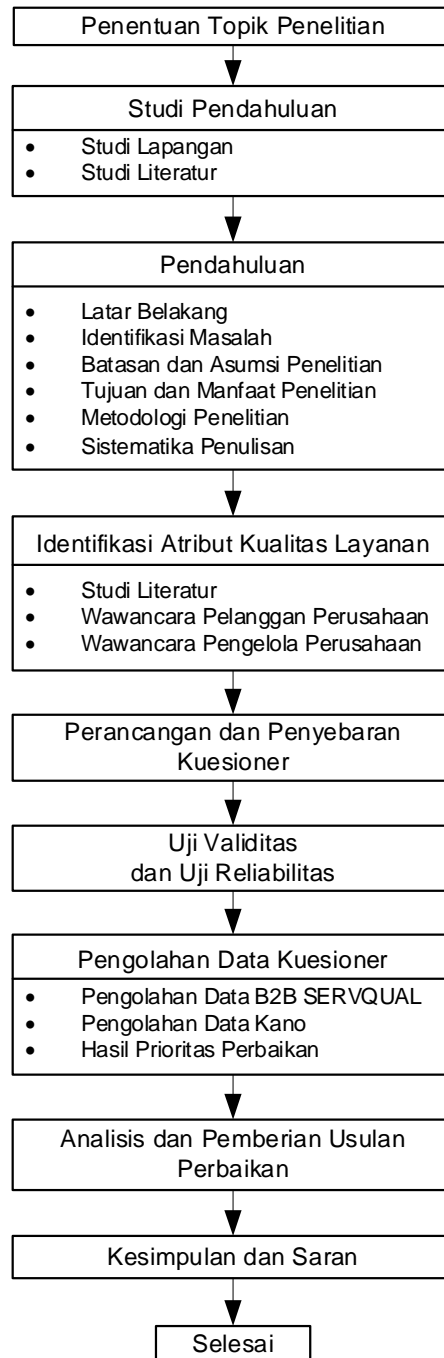
Pada tahap ini dilakukan penyusunan latar belakang penelitian serta identifikasi masalah yang dihadapi oleh perusahaan berdasarkan hasil studi pendahuluan. Setelah itu dilakukan perumusan masalah yang akan menjadi fokus dalam penelitian. Setelah mengetahui masalah yang akan dibahas, maka akan ditentukan batasan dari masalah yang akan diteliti serta asumsi-asumsi yang akan digunakan selama penelitian dilakukan. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan tetap fokus dan terarah. Selanjutnya ditetapkan tujuan dan manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan.

4. **Identifikasi Atribut Kualitas Layanan**  
Perancangan penelitian diawali dengan identifikasi atribut kualitas layanan yang akan digunakan sebagai indikator pengukuran dalam penelitian. Identifikasi atribut dilakukan dengan cara studi literature untuk menemukan atribut referensi, wawancara pelanggan untuk menemukan atribut baru yang belum teridentifikasi, serta wawancara perusahaan untuk melakukan penyesuaian atribut dengan keadaan perusahaan.
5. **Perancangan dan Penyebaran Kuesioner**  
Instrumen yang akan digunakan dalam penelitian berupa kuesioner. Oleh sebab itu, dilakukan perancangan kuesioner serta penentuan responden yang akan membantu peneliti dalam proses pengumpulan data. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data primer yang selanjutnya akan diolah dalam penelitian. Kuesioner terdiri atas pengukuran B2B SERVQUAL berupa penilaian persepsi dan ekspektasi responden serta pengukuran Kano berupa penilaian fungsionalitas dan disfungsionalitas atribut layanan.
6. **Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**  
Data hasil kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk melihat tingkat kekonsistenan data yang didapat, sedangkan pengujian validitas dilakukan untuk memastikan bahwa data kuesioner yang dimiliki merepresentasikan populasi pengambilan data. Pengujian akan dilakukan menggunakan *software* statistik.
7. **Pengolahan Data Hasil Kuesioner**  
Pada tahap ini dilakukan pengolahan data dari hasil kuesioner yang telah melewati uji reliabilitas dan uji validitas. Pengolahan data yang dilakukan berdasarkan metode yang digunakan, yaitu B2B SERVQUAL dan Kano.
8. **Analisis dan Pemberian Usulan Perbaikan**  
Hasil pengolahan data yang ada selanjutnya digunakan untuk menganalisis akar permasalahan yang dihadapi perusahaan. Dari hasil pengolahan data analisis yang dilakukan dapat diberikan usulan

perbaikan yang tepat untuk peningkatan kualitas layanan PT Timurnusa Utarasatya.

#### 9. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap terakhir ini ditarik kesimpulan dari penelitian serta saran yang dapat berguna bagi PT Timurnusa Utarasatya serta penelitian selanjutnya.



Gambar I.1 Bagan Metodologi Penelitian

## **I.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi dibuat secara sistematis dengan membagi proses penelitian ke dalam lima bab utama. Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan yang ditetapkan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang teori-teori penunjang yang digunakan dalam penelitian. Teori yang digunakan diantaranya mengenai kualitas layanan, B2B SERVQUAL, model Kano, teknik pengumpulan data, *sampling*, serta pengujian validitas dan reliabilitas.

### **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini berisi hasil pengumpulan data selama penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden penelitian. Data terkumpul selanjutnya diolah menggunakan metode B2B SERVQUAL untuk mengetahui penilaian ekspektasi dan persepsi responden terhadap perusahaan. Selain itu juga dilakukan pengolahan data menggunakan model Kano untuk mengetahui tingkat kebutuhan pelanggan. Dari pengolahan data tersebut, didapat prioritas perbaikan yang perlu dilakukan perusahaan.

### **BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN**

Pada bab ini dilakukan analisis terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Berdasarkan hasil pengolahan data analisis akan diberikan usulan perbaikan terhadap permasalahan yang diteliti.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu juga dijelaskan saran yang dapat diberikan untuk penelitian lanjutan.