

ANALISIS KUALITAS JASA KANGAROO PREMIER SHUTTLE TRAVEL SAMARINDA DENGAN MENGGUNAKAN MODEL KANO DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*

Dewi Sulistyowati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman

ABSTRACT

The aim of this study was to determine the quality of services on Kangaroo Premier Shuttle Travel Samarinda to evaluate customer satisfaction, as well as to identify those attributes that need priority services to be improved. The technique of collecting data by distributing questionnaires. The total sample of 100 respondents using purposive sampling technique. The data analysis technique used is validity, reliability, Kano Model and Importance Performance Analysis (IPA). The results showed that the customers are satisfied with the performance of Kangaroo Premier Shuttle Travel, but the company needs to improve service performance to achieve higher satisfaction. Integration of Kano and Importance Performance Analysis (IPA) has eight attributes to be a priority in the improvement that can be made by the company.

Keyword: Quality of Service, Kano, *Importance Performance Analysis (IPA)*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti sekarang ini khususnya di Indonesia, padatnya penduduk diiringi semakin kompleksnya kebutuhan dan berbagai aktifitas dalam melakukan mobilitas yang tinggi. Transportasi menjadi salah satu pengaruh yang sangat besar menuntut sebagian masyarakat melakukan mobilitas yang sangat tinggi, sehingga masyarakat akan semakin jeli menentukan pilihannya. Salah satu usaha transportasi yang semakin berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi yang mengusung konsep *shuttle service point to point* atau lebih dikenal sebagai *shuttle travel*.

Meningkatnya persaingan antar perusahaan transportasi menyebabkan masing-masing perusahaan berusaha memberikan kualitas yang terbaik bagi penumpangnya. Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Salah satu usaha yang harus dilakukan oleh manajemen dalam meningkatkan efektivitas adalah menentukan arah dan tujuan dari perbaikan produktivitas dan kualitas, dimana hal tersebut dilaksanakan selaras dengan arah jangka panjang perusahaan. Arah perbaikan tersebut diformulasikan oleh manajemen ke dalam suatu kebijakan untuk perbaikan proses.

Kangaroo Premier Shuttle Travel adalah salah satu layanan yang diberikan oleh PT Kangaroo Lintas Nusantara. Kangaroo Premier Shuttle Travel bergerak dibidang penyedia jasa transportasi yang hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan rute perjalanan dari Samarinda-Balikpapan dan Balikpapan-Samarinda.

Pada Kangaroo Premier Shuttle Travel kualitas teknis penyediaan jasa sudah dilakukan oleh perusahaan. Kualitas teknis diatas memang sudah dilakukan oleh Kangaroo Premier Shuttle Travel yang selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik bagi penumpang, tetapi pada kenyataannya masih terdapat keluhan mengenai ketidakpuasan penumpang terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Kangaroo Premier Shuttle Travel. Setelah dilakukan observasi lapangan diperoleh beberapa keluhan penumpang diantaranya adalah petugas yang mengemudikan armada berkendara dengan kelajuan yang tinggi, resepsionis yang kurang ramah dalam melayani pelanggan, dan ruang tunggu yang kurang memadai. Informasi dari penumpang tersebut digunakan untuk meningkatkan kualitas jasa dengan menentukan prioritas perbaikan dan peningkatan kualitas jasa yang semestinya didahulukan.

Penentuan prioritas perbaikan dan peningkatan kualitas jasa diperlukan agar sumber daya dapat dialokasikan dengan baik, sehingga tidak membuang sumber daya untuk melakukan sesuatu yang tidak memberikan keuntungan bagi perusahaan.

LANDASAN TEORI

Manajemen Produksi dan Operasi

Heizer dan Render (2005:4) menyatakan produksi adalah proses penciptaan barang dan jasa. Manajemen Operasi adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah *input* menjadi *output*.

Jasa

Menurut Kotler (2005:111) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada orang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Karakteristik Jasa

Kotler (2005:112) mengemukakan bahwa jasa memiliki empat karakter jasa yang membedakan dengan barang, keempat karakteristik tersebut meliputi:

1. Tidak berwujud (*intangibility*)
2. Tidak terpisahkan (*inseparability*)
3. Bervariasi (*variability*)
4. Mudah lenyap (*perishability*)

Kualitas Jasa

Menurut *American Society for Quality* dalam Heizer dan Render (2005:301) kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mampu memuaskan yang tampak atau samar.

Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Wykcof (1988) dalam Tjiptono (2006:59) mendefinisikan kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut

untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Berry, *et al.* (1988), kualitas jasa menjadi senjata kompetitif yang paling kuat oleh banyak organisasi dalam hal pelayanan.

Dimensi Kualitas Jasa

Dalam perkembangan kualitas jasa, Parasuraman *et al.* dalam Jasfar (2005:5) menemukan sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok. Kelima dimensi pokok tersebut terdiri dari :

- a. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.
- b. Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
- c. Jaminan (*assurance*), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.
- d. Empati (*empathy*), meliputi sikap kontak personal maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.
- e. Bukti fisik (*tangible*), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa.

Pengukuran Kualitas Jasa

Menurut Rangkuti (2002:21) kualitas jasa dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu jasa yang diinginkan (*expected service*) dan jasa yang diterima (*perceived service*). Apabila jasa yang diterima pelanggan sudah sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa tersebut belum dikatakan baik. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Total Quality Management (TQM)

Menurut Gazpers (2001:5), *Total Quality Management* (TQM) adalah suatu cara meningkatkan performansi secara terus menerus (*continous performance improvement*) pada setiap level operasi atau proses, dalam setiap area fungsional dari suatu organisasi, dengan menggunakan semua sumber daya manusia dan modal yang tersedia.

Tujuan Total Quality Management (TQM)

Tjiptono (2003) mengemukakan bahwa dasar pemikiran perlunya *Total Quality Management* (TQM) sangatlah sederhana, yakni bahwa cara terbaik agar dapat bersaing dan unggul dalam persaingan global adalah dengan menghasilkan kualitas terbaik. Untuk menghasilkan kualitas terbaik diperlukan upaya perbaikan berkesinambungan terhadap kemampuan manusia, proses, lingkungan. Cara terbaik agar dapat memperbaiki kemampuan komponen-komponen tersebut secara berkesinambungan adalah dengan

menerapkan *Total Quality Management* (TQM)..

Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut Tjiptono (2006) *Importance Performance Analysis* (IPA) dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James (1997) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis*. *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan menyatukan pengukuran faktor tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*). Metode ini telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudanan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003).

Model Kano

Model kano dikembangkan oleh Noriaki Kano (1984) dalam Wijaya (2011:55) Model kano adalah model yang bertujuan mengkategorikan atribut-atribut produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan.

METODELOGI PENELITIAN

Definisi Operasional

Objek pada penelitian ini adalah jasa Kangaroo Premier Shuttle Travel Samarinda (PT Kangaroo Lintas Nusantara).

Kualitas jasa adalah seberapa jasa tersebut sudah sesuai dengan harapan pelanggan dengan kenyataan yang diterima dan dirasakan oleh pelanggan pada saat melakukan perjalanan antar kota dengan menggunakan Kangaroo Premier Shuttle Travel. Menurut Parasuraman *et al.* (1996:118) kualitas jasa terdiri dari lima dimensi kualitas jasa yaitu:

- a. *Reliability* (keandalan pelayanan) :
 - 1) Melayani dengan baik pada waktu pertama kali datang di Kangaroo Premier Shuttle Travel
 - 2) Ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan
 - 3) Jadwal keberangkatan yang tersedia setiap 15 menit mulai dari pagi hingga malam hari
- b. *Responsiveness* (daya tanggap):
 - 1) Kesigapan dan ketanggapan petugas armada dalam menanggapi keluhan yang disampaikan oleh penumpang
 - 2) Kemudahan untuk melakukan pemesanan dan pembelian tiket
 - 3) Kesiediaan petugas untuk membantu penumpang (contoh: menaikkan dan menurunkan barang bawaan penumpang)
- c. *Assurance* (jaminan) :
 - 1) Keandalan petugas armada/ supir dalam mengemudi (memberi jaminan kenyamanan dan keamanan bagi penumpang)
 - 2) Pengetahuan dan kecakapan petugas armada (contoh: mengetahui waktu tempuh, mengetahui kondisi jalan dan kendaraan)
- d. *Empathy* (empati):
 - 1) Resepsionis berkomunikasi dengan baik, ramah, sopan dan santun dalam melayani
 - 2) Petugas armada/ supir berkomunikasi dengan baik, ramah, sopan dan santun dalam melayani
 - 3) Tersedianya layanan *Call Center* 24 Jam
- e. *Tangible* (bukti langsung) :

- 1) Ketersediaan fasilitas *personal charger* di dalam armada untuk memenuhi kebutuhan daya listrik penumpang selama perjalanan
- 2) Ketersediaan *audio* dan LED TV yang dilengkapi hiburan film terbaru di dalam armada
- 3) Penampilan petugas Kangaroo Premier Shuttle Travel yang rapi (memakai seragam dinas/kerja)
- 4) Kenyamanan dan kebersihan ruangan di loket dan ruang tunggu Kangaroo Premier Shuttle Travel

Pengukuran Variabel

Berdasarkan atribut tiap butir dimensi kualitas jasa, dapat disusun pertanyaan-pertanyaan yang akan dijawab oleh responden. Pertanyaan bersifat tertutup dengan alternatif jawaban, skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Sugiyono (2009:86) menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan kinerja seseorang atau sekelompok orang tentang sosial yang selanjutnya disebut variabel penelitian.

Untuk mempermudah menganalisis dari pertanyaan yang diajukan perlu dilakukan pemberian skor pada jawaban responden. Perhitungan ini menggunakan skala likert.

Dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan menurut Supranto (2006) menggunakan tingkat kesesuaian dengan rumus sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

- Tki = Tingkat kesesuaian responden
 Xi = Skor penilaian kinerja
 Yi = Skor penilaian kepentingan

Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, yaitu para penumpang yang melakukan perjalanan antarkota Samarinda-Balikpapan dan Balikpapan-Samarinda menggunakan Kangaroo Premier Shuttle Travel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data jumlah penumpang yang melakukan perjalanan antarkota Samarinda-Balikpapan dan Balikpapan-Samarinda menggunakan Kangaroo Premier Shuttle Travel dalam 3 bulan terakhir yakni bulan Januari hingga bulan Maret 2015.

Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Pustaka
2. Kuesioner (Angket)
3. Observasi

Penentuan Sampel

Populasi dan Sampel

Jumlah populasi yang akan diteliti adalah 31.294 yang diperoleh dari jumlah penumpang selama 3 bulan terakhir yakni bulan Januari hingga bulan Maret 2015.

Dengan menggunakan rumus Slovin (dalam Umar, 2003 : 41) , maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{31294}{1 + 31294(0,1)^2}$$

n = 99,68 dibulatkan menjadi 100

Pengambilan sampel diperoleh dengan Teknik *nonprobability sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yang merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria yang ditetapkan yaitu:

- 1) Para pelanggan yang pernah menggunakan jasa perjalanan antar kota Samarinda-Balikpapan atau Balikpapan-Samarinda selain Kangaroo Premier Shuttle Travel
- 2) Minimal telah menggunakan jasa Kangaroo Premier Shuttle Travel sebanyak dua kali.

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Sebuah pengukuran dikatakan valid jika dapat mengukur tujuannya dengan benar (Jogiyanto, 2004:120). Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan tepat mengukur apa yang ingin diukur atau tidak. Validitas ditunjukkan oleh suatu indeks yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat ukur benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk kuesioner. Setiap pertanyaan dalam kuesioner harus berkorelasi positif terhadap skor total dari pertanyaan tersebut.

Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

1. Jika r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

Uji Reliabilitas

Azwar (2001) mengatakan bahwa reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang artinya keterpercayaan, keterandalan, konsistensi dan sebagainya. Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tidak berubah. Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1.

Importance Performance Analysis

Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribut. Kemudian, dinilai rata-rata tingkat kepentingan atribut kinerja perusahaan akan dianalisis *Importance Performance Matrix*. *Importance Performance Matrix* (diagram kartesius) merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X}, \bar{Y}) . *Importance Performance Matrix* digunakan untuk mengetahui rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. (Supranto, 2006:242)

Analisis Metode Kano

Klasifikasi atribut berdasarkan model kano dilakukan berdasarkan :

1. Menentukan kategori atribut tiap responden berdasarkan tabel dibawah ini :

	Dysfunctional
--	---------------

		1	2	3	4	5
		Suka	Mengharap	Netral	Toleransi	Tidak Suka
1	Suka	Q	A	A	A	O
2	Mengharap	R	I	I	I	M
3	Netral	R	I	I	I	M
4	Toleransi	R	I	I	I	M
5	Tidak Suka	R	R	R	R	Q

Tabel Evaluasi KANO
(Sumber: Hanoum,2009)

Keterangan :

Q = *Questionable*

M = *Must be*

A = *Attravtive*

I = *Indefferent*

O = *One-dimensional*

R = *Reverse*

2. Menghitung jumlah masing-masing kategori kano dalam tiap-tiap atribut
3. Menentukan kategori kano tiap atribut dengan menggunakan *Blauth's formula* (Walden,1993).

Analisis *Importance-Performance* dan Metode Kano

Dalam hal ini dilakukan penerapan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Model Kano untuk menentukan atribut mana yang harus menjadi prioritas untuk diperbaiki sesuai dengan urutan yang harus diprioritaskan terlebih dahulu. Untuk matriks IPA pada kuadran I (tingkat kinerja rendah, tingkat kepentingan tinggi/prioritas utama) dan kuadran III (tingkat kinerja rendah, tingkat kepentingan rendah/prioritas rendah) dipertimbangkan sebagai kelemahan sehingga urutan prioritas untuk kategori Kano yaitu *Must be*, *One dimensional*, dan *Attractive*. (Wu, Tang dan Shyu, 2010). Sehingga integrasi kedua model ini adalah untuk kondisi kuadran I yang memiliki atribut kano A, O, atau M diperlukan adanya perbaikan, begitu juga pada kuadran III yang memiliki atribut kano A, O, atau M.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil uji validitas tingkat kepentingan dan kinerja yang ditunjukkan pada menunjukkan bahwa nilai r hitung semua atribut pertanyaan memiliki nilai yang lebih besar dari nilai r tabel dan dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang telah disebarkan dapat diandalkan sebagai alat ukur.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronchbach alpha*. Suatu instrument dikatakan reliabel jika membelikan nilai *cronbach alpha* > 0,60. Perhitungan dilakukan menggunakan perangkat lunak *SPSS 16.0 for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dapat dinyatakan reliabel untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan

Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 kuesioner. Untuk mengukur tingkat kepuasan penumpang adalah dengan menghitung tingkat kesesuaian yang dihasilkan dari perbandingan skor kepentingan (*importance*) dengan

skor kinerja (*performance*). Berikut tingkat kesesuaian tiap atribut dari hasil data jawaban 100 responden mengenai kinerja (*performance*) dan kepentingan (*importance*) yang diberikan oleh Kangaroo Premier Shuttle Travel:

Tabel Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian/ Kepuasan

Kode Atribut	Rata-rata Kepentingan	Rata-rata Kinerja	Tingkat Kesesuaian (Tki)
Rea1	4.29	3.91	91.14%
Rea2	4.64	4.4	94.83%
Rea3	4.12	4.17	101.21%
Res1	4.17	3.63	87.05%
Res2	4.27	4.26	99.77%
Res3	4.08	3.94	96.56%
A1	4.68	3.37	72.01%
A2	4.43	3.96	89.39%
E1	4.28	3.86	90.19%
E2	4.06	3.83	94.33%
E3	3.68	3.96	107.61%
T1	4.01	4.23	105.49%
T2	3.41	3.82	112.02%
T3	4.28	4.22	98.60%
T4	4.22	3.54	83.89%
Total Rata-rata	62.48	59.24	1431.08%
Rata-rata Keseluruhan	4.165	3.949	95.41%

Berdasarkan kriteria tingkat kesesuaian menurut Supranto (2006), dengan demikian hasil perhitungan tingkat kesesuaian yang berada di bawah 100% menunjukkan pelanggan kurang puas terhadap kinerja yang diberikan oleh Kangaroo Premier Shuttle Travel. Dari analisis perhitungan tingkat kesesuaian terdapat 11 atribut yang dinilai kurang memuaskan dan 4 atribut yang berada dalam kategori sangat memuaskan penumpang.

Dari hasil perbandingan menunjukkan bahwa skor kinerja yang dirasakan oleh penumpang masih kurang dari tingkat kepentingan yang diharapkan oleh penumpang. Akan tetapi tidak keseluruhan atribut yang dinilai pelayanan belum memuaskan, terdapat 4 atribut yang dinilai oleh pelanggan berada pada tingkat yang sangat memuaskan yang artinya penilaian kinerja Kangaroo Premier Shuttle Travel cukup baik dan perlu ditingkatkan.

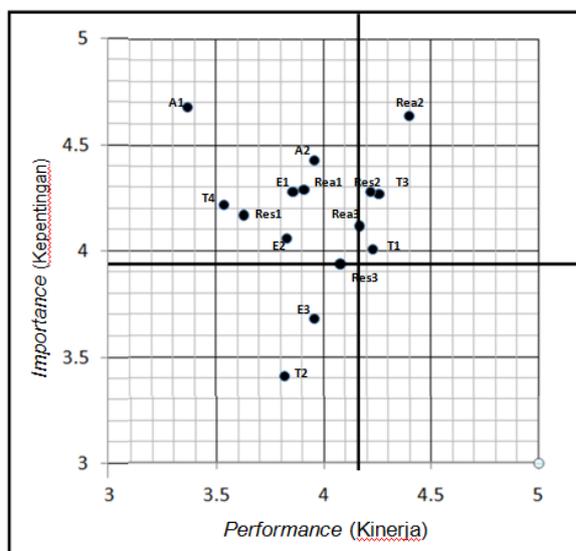
Analisis Importance Performance

Analisis *Importance Performance* digunakan untuk mengetahui posisi atribut kualitas jasa Kangaroo Premier Shuttle Travel berdasarkan harapan mengenai tingkat kepentingan dan kinerja menurut pengguna. Analisis *Importance Performance* juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi atribut yang penanganannya diprioritaskan oleh perusahaan. Berikut hasil perhitungan skor rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tiap atribut:

Tabel Hasil Perhitungan Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Kinerja untuk Matriks IPA

<u>Kode Atribut</u>	<u>Rata-rata Kepentingan</u>	<u>Rata-rata Kinerja</u>
Rea1	4.29	3.91
Rea2	4.64	4.4
Rea3	4.12	4.17
Res1	4.17	3.63
Res2	4.27	4.26
Res3	4.08	3.94
A1	4.68	3.37
A2	4.43	3.96
E1	4.28	3.86
E2	4.06	3.83
E3	3.68	3.96
T1	4.01	4.23
T2	3.41	3.82
T3	4.28	4.22
T4	4.22	3.54
Total Rata-rata	62.48	59.24
Rata-rata Keseluruhan	4.165	3.949

Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata yang telah diperoleh pada tingkat kinerja dan kepentingan, kemudian dibuat dalam bentuk diagram *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan meletakkan skor rata-rata keseluruhan tingkat kinerja ($\bar{X} = 3,94$) sebagai sumbu mendatar (X) dan rata-rata keseluruhan tingkat kepentingan ($\bar{Y} = 4,16$) sebagai sumbu tegak (Y). Dengan demikian akan dapat diketahui pengelompokan atribut ke dalam setiap kuadran *Importance Performance Analysis* (IPA). Bentuk diagram *Importance Performance Analysis* (IPA) yang telah dibuat berdasarkan hasil perhitungan yang telah diperoleh sebelumnya dapat dilihat sebagai berikut:

*Importance Performance Matrix*

Gambar di atas merupakan gambar matriks *Importance Performance* dimana terdapat empat kuadran untuk menganalisa kepentingan dan kinerja dapat dikelompokkan pada masing-masing kuadran sebagai berikut:

a. Kuadran I

Dalam Kuadran ini menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan penumpang Kangaroo Premier Shuttle Travel. Atribut yang terdapat dalam kuadran I memerlukan prioritas penanganan oleh perusahaan, karena keberadaan atribut-atribut inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan tetapi tingkat kinerja/ pelaksanaannya masih belum memuaskan. Atribut yang termasuk dalam kuadran I ini adalah:

1. Melayani dengan baik pada waktu pertama kali datang di Kangaroo Premier Shuttle Travel (Rea1)
2. Kesigapan dan ketanggapan petugas armada dalam menanggapi keluhan yang disampaikan oleh penumpang (Res1)
3. Ketersediaan petugas untuk membantu penumpang (Res3)
4. Keandalan petugas armada/ supir dalam mengemudi, memberi jaminan kenyamanan dan keamanan bagi penumpang (A1)
5. Pengetahuan dan kecakapan petugas armada (A2)
6. Resepsionis berkomunikasi dengan baik, ramah, sopan dan santun dalam melayani (E1)
7. Petugas armada/ supir berkomunikasi dengan, ramah, sopan dan santun dalam melayani (E2)
8. Kenyamanan dan kebersihan ruangan di loket dan ruang tunggu Kangaroo Premier Shuttle Travel (T4)

b. Kuadran II

Dalam Kuadran ini menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan penumpang Kangaroo Premier Shuttle Travel perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan harapan penumpang sehingga dapat memuaskan penumpang. Atribut yang termasuk dalam kuadran II ini adalah:

1. Ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan (Rea2)
2. Jadwal keberangkatan yang tersedia setiap 15 menit mulai dari pagi hingga malam hari (Rea2)
3. Kemudahan untuk melakukan pemesanan dan pembelian tiket (Res2)
4. Ketersediaan fasilitas *personal charger* di dalam armada untuk memenuhi kebutuhan daya listrik penumpang selama perjalanan (T1)
5. Penampilan petugas Kangaroo Premier Shuttle Travel yang rapi (T3)

c. Kuadran III

Dalam Kuadran ini menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan penumpang Kangaroo Premier Shuttle Travel yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya biasa atau cukup saja. Atribut yang termasuk dalam kuadran III ini adalah:

1. Tersedianya layanan *Call Center* 24 Jam (E3)
2. Ketersediaan *audio* dan LED TV yang dilengkapi hiburan film terbaru di dalam armada (T2)

d. Kuadran IV

Pada kuadran IV tidak terdapat atribut yang menunjukkan atribut yang berlebihan dalam pelaksanaannya.

Analisis Metode Kano

Hasil dari pemetaan kategori kano tiap atribut pelayanan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Dimensi	Kode	O	A	M	I	R	Q	Jumlah
<i>Reability</i>	Rea1	47	26	8	17	-	2	100
	Rea2	64	11	6	16	2	1	100
	Rea3	21	30	11	37	1	-	100
<i>Responsivness</i>	Res1	47	11	13	28	1	-	100
	Res2	63	13	10	13	1	-	100
	Res3	31	33	5	30	1	-	100
<i>Assurance</i>	A1	60	8	17	12	-	3	100
	A2	28	34	9	28	1	-	100
<i>Empathy</i>	E1	35	23	15	27	-	-	100
	E2	35	23	21	21	-	-	100
	E3	19	15	10	50	6	-	100
<i>Tangibles</i>	T1	32	29	10	27	-	2	100
	T2	18	25	3	49	4	1	100
	T3	42	18	17	21	-	2	100
	T4	47	20	12	19	2	-	100

(Sumber: Pengolahan Data, 2015)

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diidentifikasi dengan Model Kano maka diketahui 10 atribut yang termasuk dalam kategori kano *One Dimensional*, dan yang lainnya merupakan kategori kano *Attractive* sebanyak 3 atribut dan kategori kano *Indifferent* sebanyak 2 atribut.

Analisis Importance Performance dan Model Kano

Melalui analisa Model Kano dan *Importance Performance Analysis* maka selanjutnya dapat ditentukan atribut-atribut yang termasuk dalam prioritas penanganan oleh perusahaan dalam memenuhi kepuasan penumpang, yaitu:

Tabel Integrasi Kualitas Jasa dengan Model IPA dan Kano

Kode Atribut	IPA (Kuadran)	Kategori Kano	Prioritas
Rea1	1	O	Peningkatan
Rea2	2	O	
Rea3	2	A	
Res1	1	O	Peningkatan
Res2	2	O	
Res3	1	A	Peningkatan
A1	1	O	Peningkatan
A2	1	A	Peningkatan
E1	1	O	Peningkatan
E2	1	O	Peningkatan
E3	3	I	
T1	2	O	
T2	3	I	
T3	2	O	
T4	1	O	Peningkatan

(Sumber: Pengolahan Data, 2015)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat terdapat delapan atribut yang memerlukan prioritas penanganan untuk ditingkatkan ataupun diperbaiki oleh pihak perusahaan. Terdapat enam atribut yang termasuk dalam kuadran I dalam matriks *Importance*

Performance dan *One Dimensional* dalam kategori kano, diantaranya: 1) melayani dengan baik pada waktu pertama kali datang, 2) kesigapan dan ketanggapan petugas armada dalam menanggapi keluhan yang disampaikan oleh penumpang, 3) Keandalan petugas armada/ supir dalam mengemudi, 4) resepsionis berkomunikasi dengan baik, ramah, sopan dan santun dalam melayani, 5) petugas armada/ supir berkomunikasi dengan baik, ramah, sopan dan santun dalam melayani, 6) kenyamanan dan kebersihan ruangan di loket dan ruang tunggu. Dua atribut lainnya berada pada kuadran I dalam matriks *Importance Performance* dan *Attractive* dalam kategori kano, yaitu: 1) pengetahuan dan kecakapan petugas armada, 2) kesediaan petugas untuk membantu penumpang.

Penggabungan *Importance Performance Analysis* dan Model Kano bertujuan untuk mengetahui atribut mana yang di dalam *Importance Performance Analysis* yang memiliki prioritas perbaikan dan peningkatan, namun juga untuk mengetahui atribut mana yang dalam model Kano diperlukan prioritas perbaikan dan peningkatan. Untuk selanjutnya kedua model digabungkan, karena peningkatan kinerja atribut tidak selalu sebanding dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat menyebabkan sumber daya yang sia-sia.

Dari hasil analisis *Importance Performance* dan Model Kano pada 15 atribut pelayanan pada Kangaroo Premier Shuttle Travel terdapat atribut yang harus segera dilakukan peningkatan ataupun perbaikan oleh pihak perusahaan, yaitu melayani dengan baik pada waktu pertama kali datang, kesigapan dan ketanggapan petugas armada dalam menanggapi keluhan yang disampaikan oleh penumpang, keandalan petugas armada/ supir dalam mengemudi, resepsionis dan petugas armada/ supir dapat berkomunikasi dengan baik, ramah, sopan dan santun dalam melayani, kenyamanan dan kebersihan ruangan di loket dan ruang tunggu. Berdasarkan pada kuadran I ini dinilai memiliki tingkat kinerja yang rendah, namun tingkat kepentingannya tinggi dan menjadi prioritas utama dalam pemakaian jasa Kangaroo Premier Shuttle Travel dan merupakan atribut dalam kategori kano *One Dimensional* yang dapat meningkatkan kepuasan penumpang apabila dilakukan peningkatan kinerja, namun jika terjadi penurunan kinerja dapat mengakibatkan penurunan tingkat kepuasan penumpang.

Selanjutnya atribut yang dinilai memiliki tingkat kinerja yang rendah, namun tingkat kepentingannya tinggi dalam pemakaian jasa Kangaroo Premier Shuttle Travel dan dapat memberikan tingkat kepuasan yang sangat tinggi seiring dengan meningkatnya kinerja atribut berada pada kuadran I dalam matriks *Importance Performance* dan kategori kano *Attractive*. Terdapat dua atribut yang terdapat dalam kategori ini yang perlu dilakukan peningkatan ataupun perbaikan, yaitu kesediaan petugas untuk membantu penumpang. Akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan penumpang.

Pada kuadran III (tingkat kinerja rendah, tingkat kepentingan rendah/ prioritas rendah) dalam matriks *Importance Performance* diperlukan adanya perbaikan namun pada klasifikasi kano atribut tersebut berkategori *Indifferent* yang berarti ada tidaknya atribut tersebut tidak berpengaruh bagi kepuasan penumpang. Sehingga penggabungan kedua metode menyebabkan atribut ketersediaan layanan *call center* 24 jam dan ketersediaan fasilitas *personal charger* di dalam armada bukan prioritas utama untuk diadakannya peningkatan ataupun perbaikan. Peningkatan pada atribut ini akan menyebabkan sumber daya yang sia-sia.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan penumpang yang melakukan perjalanan antar kota Samarinda-Balikpapan ataupun Balikpapan-Samarinda dengan menggunakan jasa Kangaroo

Premier Shuttle Travel berdasarkan 15 atribut dengan membandingkan skor kinerja (*performance*) dengan skor kepentingan (*importance*) secara keseluruhan berada dibawah tingkat kesesuaian memuaskan yang artinya masih terdapat ketidakpuasan yang dirasakan oleh penumpang terhadap kinerja dari Kangaroo Premier Shuttle Travel. Dari 15 atribut terdapat 11 atribut yang dinilai kurang memuaskan oleh penumpang, dan 4 atribut lainnya yang kinerjanya dinilai sangat memuaskan. Tingkat kepuasan penumpang menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan secara rata-rata kurang dari tingkat kepentingan yang diharapkan oleh penumpang, akan tetapi terdapat 4 atribut yang telah memiliki tingkat kepuasan tinggi, yang artinya kinerja yang diberikan oleh Kangaroo Premier Shuttle Travel sudah cukup baik dan perlu ditingkatkan.

2. Prioritas peningkatan jasa pelayanan oleh Kangaroo Premier Shuttle Travel dilakukan pada atribut prioritas yang dihasilkan dari integrasi Model Kano dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Atribut yang harus diprioritaskan untuk ditingkatkan dan diperbaiki karena sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen antara lain:
 - a. Melayani dengan baik pada waktu pertama kali datang
 - b. Kesigapan dan ketanggapan petugas armada dalam menanggapi keluhan yang disampaikan oleh penumpang
 - c. Keandalan petugas armada/ supir dalam mengemudi
 - d. Resepsionis berkomunikasi dengan baik, ramah, sopan dan santun dalam melayani
 - e. Petugas armada/ supir berkomunikasi dengan baik, ramah, sopan dan santun dalam melayani
 - f. Kenyamanan dan kebersihan ruangan di loket dan ruang tunggu
 - g. Pengetahuan dan kecakapan petugas armada
 - h. Kesiediaan petugas untuk membantu penumpang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Manajemen hendaknya meningkatkan dan memperbaiki proses penyerahan jasa Kangaroo Premier Shuttle Travel. Hal ini dapat dilakukan dengan penerapan Model Kano dan *Importance Performance Analysis* dalam upaya peningkatan kualitas jasa agar tidak menyebabkan pengeluaran sumber daya yang sia-sia. Pihak manajemen sebaiknya memprioritaskan pelayanan yang berada pada kuadran I dan kuadran III dalam matriks *Importance Performance Analysis* dan berkategori *One Dimensional*, *Attractive* atau *Must be*, sehingga dengan adanya perbaikan pada kategori ini akan memberikan kepuasan pada penumpang.
2. Pihak manajemen sebaiknya melakukan pengukuran kualitas jasa secara periodik, agar perkembangan kualitas jasa dapat diketahui secara teratur dan sebagai bahan rujukan untuk peningkatan kualitas jasa Kangaroo Premier Shuttle Travel.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar,S. 2001. *Reliabilitas dan Validitas SPSS*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Gasparsz, Vincent. 2001. *Total Quality Management*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Heizer, Jay dan Rander, Barry . 2005. *Manajemen Operasi*. Edisi Ketujuh, Jilid 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Jasfar, Farida. 2005. *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*. Ghalia. Bogor.
- Jogiyanto, H, M. 2008. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. BPFE-UG. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 2. PT Tema Baru. Jakarta.

- Parasuraman, A. Zeithaml, V. A. and Berry, L., 1996. *Delivery Quality Service Balancing Costumer Preception and Expectation*.
- Parasuraman, A. Zeithaml, V. A. and Berry, L., 1998. SERVQUAL: A Mutiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. 64:12-40.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta. Bandung.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Umar, H. 2003. *Metode Riset : Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi Offset. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Management*, Edisi Keempat. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. PT Indeks. Jakarta.
- Wu, Hsin-Hung, Yung-Tai Tang dan Jyh-Wei Shyu. (2010). An *Integrated Approach Of Kano's Model And Importance-Performance Analysis In Identifying Key Success Factors*. *African Journal of Business Management* Vol. 4 (15), pp. 3238-3250, Taiwan.