

Evaluasi *Servqual* pada Petshop Indonesia menggunakan Metode IPA dan CSI

Wiwik Widiyanti

Universitas Bina Sarana Informatika

e-mail: wiwik.www@bsi.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
10-01-2022	20-01-2022	24-01-2022

Abstrak - *Pet shop* sangat penting keberadaannya bagi penyayang hewan karena menyediakan segala kebutuhan hewan dari makanan sampai kesehatan hewan peliharaan. Oleh karena itu, masing-masing petshop saling bersaing dalam memperebutkan dan mempertahankan pelanggannya. Hal ini dapat dilakukan dengan mengevaluasi secara berkala kualitas pelayanan dari petshop tersebut. Salah satu yang melakukan evaluasi berkala adalah Petshop Indonesia. Hal ini dirasa perlu karena masih saja ada keluhan yang disampaikan kepada karyawan mengenai pelayanan Petshop Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah mengevaluasi *servqual* dengan memetakan atribut yang harus ditingkatkan dan dipertahankan serta mengetahui seberapa besar indeks kepuasan konsumen yang diperoleh. Sementara metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Adapun hasil penelitian yang diperoleh adalah ada enam atribut yang perlu ditingkatkan. Keenam atribut tersebut adalah ketersedianya kotak saran dan kritik, keramahan karyawan, kecepatan merespon pelanggan, kerahasiaan data pelanggan, kepekaan memperhatikan saran dan kritik, serta pelayanan yang tidak membedakan status. CSI yang didapat termasuk dalam kriteria puas. Novelty penelitian ini adalah belum adanya penelitian evaluasi *servqual* pada sebuah petshop dengan menggunakan metode IPA dan CSI.

Kata Kunci : metode CSI, metode IPA, *servqual*

Abstract - *Pet Shop* is very important existence for animal lovers because it provides all the needs of animals from food to pet health. Therefore, each petshop competes in competing to maintain it. This can be done by regularly competing with each other for the quality of service from the petshop. One that conducts periodic evaluations is Petshop Indonesia. This is deemed necessary because there are still complaints submitted to employees regarding Petshop Indonesia services. The purpose of this study is the attributes that must be improved and maintained and to find out how big the consumer satisfaction index is. While the research method used is quantitative research with the analytical methods used are *Importance Performance Analysis* (IPA) and *Customer Satisfied Index* (CSI). The research results obtained are that there are six attributes that need to be improved. The six attributes are the availability of boxes and criticisms, employee submissions, speed of responding to customers, confidentiality of customer data, paying attention to suggestions and criticisms, and services that do not differentiate status. The CSI obtained is included in the satisfaction criteria. The new thing in this research is that there is no *servqual* evaluation research in a petshop using the IPA and CSI methods.

Keywords: service evaluation, *servqual*, ipa method, csi method, petshop service quality

PENDAHULUAN

Normalnya kehidupan bermasyarakat adalah dengan berinteraksi fisik antar satu individu dengan individu lain. Saling mengunjungi antar tetangga juga dapat semakin mempererat tali silaturahmi. Tidak hanya itu, adanya waktu untuk berkumpul dengan saudara jauh atau teman di sebuah tempat menjadi sangat berharga untuk melepas kerinduan. Namun pada kondisi pandemi Covid 19 saat ini, sosialisasi antar individu secara fisik telah bergeser menjadi bersosialisasi antar individu secara daring. Tidak dapat dipungkiri, hal ini menyebabkan kebosanan masyarakat berada di tingkat tertinggi sehingga

manusia berusaha mencari cara untuk membuat dirinya senang. Salah satunya adalah bermain dengan hewan piaraan.

Selain diajak bermain, hewan piaraan harus terjaga kesehatannya. Oleh karena itu keberadaan *pet shop* sangat membantu penyayang hewan piaraan. *Pet shop* pada masa pandemi masih berada pada posisi stabil seperti halnya toko sembako pada umumnya. Hal ini dikarenakan *pet shop* menyediakan kebutuhan pokok untuk hewan piaraan layaknya retail sembako (Pradana, 2020).

Di Jakarta sendiri ada lima *pet shop* yang direkomendasikan menurut media online What News Indonesia yaitu De Puppy, Jakarta Best *Pet shop*, Lush Pet & Co, Peata.id dan Petshop Indonesia (Pridhnani-Bhojwani, 2020). Kelima *pet shop* tersebut tentunya mempunyai kelebihan tersendiri yang bisa menarik konsumen potensial.

Seperti pada Petshop Indonesia yang telah mempunyai 17 cabang yang tersebar di Depok, Bekasi, Bogor dan Jakarta dengan cabang utama berada di Depok. Salah satu kelebihan adalah mempunyai pelayanan yang cukup beragam yaitu shop yang melayani penjualan makanan dan aksesoris hewan piaraan, *grooming* atau perawatan hewan piaraan, hotel yang melayani penitipan hewan piaraan dan klinik yang melayani pengobatan hewan piaraan yang sakit dengan dokter hewan yang handal.

Pelayanan yang lengkap pada Petshop Indonesia memang menjadi daya tarik tersendiri bagi pecinta hewan piaraan. Kualitas pelayanan pun harus berbanding lurus dengan kelengkapan pelayanan supaya terbentuk tingkat kepuasan yang tinggi sehingga loyalitas pelanggan dapat tercapai (Chayomchai & Chanarpas, 2021). Oleh karena itu Petshop Indonesia harus mempertahankan kualitas pelayanan atau *service quality* (*servqual*) agar tetap stabil dan bahkan bisa makin ditingkatkan.

Evaluasi berkala adalah hal mutlak yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mengukur kestabilan *servqual* sehingga kepuasan konsumen tetap berada di tingkat teratas (Rosalin & Adhimursandi, 2021). Salah satu metode pengukuran *servqual* adalah dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI), kedua metode tersebut menggunakan tingkat harapan dan kenyataan serta kategori kepuasan pelanggan (Rangga et al., 2020)

Kedua metode ini telah digunakan pada penelitian kualitas pelayanan pada JTA Airlines Penelitian tersebut menghasilkan temuan prioritas utama yang harus dibenahi yaitu keberangkatan dan kedatangan pesawat tepat waktu, penanganan yang cepat dan sesuai peraturan jika ada penundaan penerbangan, prosedur kompensasi yang jelas, informasi pengaduan layanan pelanggan yang jelas dan mudah dipahami, staff dan kru kabin lebih responsif dalam menangani keluhan pelanggan dan selalu siap memberikan layanan maksimal, dan usia pesawat dan layak pakai lebih diperhatikan. Adapun yang harus dipertahankan adalah kemampuan petugas dalam merespon keluhan dan kenyamanan pelanggan, sedangkan CSI berada pada tingkat 65,50% dengan kategori cukup puas (Adelino & Fitri, 2021).

Permasalahan yang terjadi pada Petshop Indonesia adalah masih adanya keluhan yang disampaikan atas ketidaknyamanan pelayanan yang diterimanya. Keluhan tersebut disampaikan secara langsung kepada karyawan sehingga ada kemungkinan ada banyak keluhan konsumen namun tidak tersampaikan karena adanya rasa sungkan. Tentunya hal ini akan mempengaruhi kepuasan konsumen atas pelayanan Petshop Indonesia (Wirakanda & Putri, 2020).

Mengingat pentingnya kualitas pelayanan dalam suatu bisnis terutama pada bidang jasa, maka peneliti ingin mengevaluasi pelayanan Petshop Indonesia dengan menggunakan metode IPA dan CSI. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memetakan atribut *servqual* melalui metode IPA dan mengetahui seberapa besar tingkat CSI yang didapat pada Petshop Indonesia sehingga hasilnya dapat digunakan sebagai dasar evaluasi pelayanan pada petshop tersebut.

Kepuasan Pelanggan

Kesuksesan suatu usaha tidak lepas dari peran perusahaan tersebut dalam memberikan kepuasan pada pelanggan. Kepuasan pelanggan menurut Sutisna adalah sebuah indikator harapan pelanggan yang terpenuhi atas tingkat kepentingan yang tertinggi pada suatu barang/jasa (Agustin et al., 2021). Tingkat kepuasan yang tinggi akan membawa pelanggan untuk kembali menggunakan barang dan jasa sehingga terjadi *repeat order* yang akan berdampak pada keuntungan suatu usaha (Wicaksana, 2020).

Secara teori menurut Fernell, kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dengan apa yang diharapkannya (Fadhli et al., 2021). Sedangkan menurut Rangkuti adalah proses pengevaluasian pembelian saat produk/jasa yang telah dibeli mencapai minimal sama atau dapat melebihi harapan dari pelanggan (Agustin et al., 2021).

Oleh karena itu kepuasan pelanggan perlu dikelola dengan baik dan terus menerus sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh perusahaan. Adapun manfaat dari pengelolaan kepuasan pelanggan menurut Kotler Keller adalah dapat menimbulkan loyalitas pelanggan yang efeknya sangat luar biasa sehingga dapat meminimalkan biaya pemasaran (Wicaksana, 2020)

Service quality (Servqual)

Pada bidang jasa, kepuasan pelanggan ini sangat berkaitan erat dengan *servqual* atau juga dikenal dengan *service quality* merupakan pengukuran kualitas pelayanan oleh perusahaan yang berkenaan dengan tingkat kepuasan konsumen atas layanan yang diberikan tersebut (Tjiptono & Chandra, 2016). Hasil dari pengukuran ini dapat dijadikan bahan koreksi

agar *servqual* bisa berjalan lebih baik lagi sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai (Addas et al., 2021)

Ada 5 dimensi dalam pengukuran *Servqual* yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Parasuraman et al., 2009). *Tangible* dapat diartikan sebagai bukti nyata yang dimiliki perusahaan untuk mendukung pelayanan yang prima. Bukti nyata ini merupakan suatu hal yang konkret, yang dapat dilihat dan dirasakan oleh konsumen seperti kualitas ruangan, kelengkapan peralatan, penampilan karyawan dan lain-lain. Hal ini sangat penting bagi perusahaan karena dengan dapat menimbulkan harapan yang tinggi pada konsumen atas kualitas pelayannya sehingga konsumen tertarik untuk mencoba pelayanan yang ditawarkan perusahaan.

Sementara itu *reliability* atau kehandalan merupakan kemampuan perusahaan dalam menyediakan pelayanan yang akurat sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dari konsumen. Karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik dan tepat waktu secara konsisten merupakan salah satu indikator dari *reliability*.

Dimensi selanjutnya dari *servqual* adalah *responsiveness* dimana pengukuran terhadap daya tanggap perusahaan ketika konsumen bertanya, meminta dan menyampaikan keluhan digunakan sebagai bahan evaluasi atas pelayanan yang diberikan perusahaan. Salah satu indikator dari *responsiveness* adalah kecepatan dan ketepatan dalam merespon keluhan, permintaan dan pertanyaan dari konsumen.

Adapun dimensi *assurance* berkaitan dengan kenyamanan dan keamanan yang dirasakan oleh konsumen. Konsumen akan merasa aman jika data yang diberikan kepada perusahaan terjamin kerahasiaannya sehingga timbul rasa nyaman dalam memakai jasa dari perusahaan tersebut. Rasa aman dan nyaman inilah yang memberikan kesan atau citra positif dari perusahaan.

Dimensi terakhir adalah *emphaty* yang ditunjukkan perusahaan kepada konsumen. *Empathy* disini berupa perhatian yang tulus sehingga konsumen merasa bahwa perusahaan tersebut memahami apa yang dirasakan oleh konsumen.

Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis adalah suatu metode pengukuran *servqual* dimana data yang digunakan adalah data tingkat kepentingan atau disebut juga tingkat harapan dari konsumen dan tingkat kinerja yang merupakan tingkat kenyataan yang dirasakan konsumen (Maria, 2021). Adapun tujuan dari metode ini adalah untuk mengetahui seberapa besar harapan dari konsumen atas kualitas

pelayanan suatu jasa sehingga hasilnya dapat digunakan sebagai perbandingan variabel yang harus dipertahankan, ditingkatkan dan diperbaiki (Andriyani, 2021).

Costumer Satisfaction Index (CSI)

Costumer Satisfaction Index adalah suatu indeks untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen dalam persentase secara menyeluruh sehingga dapat digunakan sebagai evaluasi atas kualitas pelayanan suatu jasa yang diberikan perusahaan (Andriyani, 2021)

State of the arts

Penulis menggunakan dua referensi penelitian yang sejenis dengan penelitian yang dilakukan. Pertama, penelitian yang bertujuan untuk mengetahui tingkat minat dan kepuasan mahasiswa atas kualitas layanan Akademi Kesehatan John Paul II Pekanbaru. Ada beberapa temuan dimana oleh peneliti tersebut diolah kemudian menghasil usulan perbaikan diantaranya pada pengadaan alat, penyediaan alat kebersihan dan furniture di ruang public, pemeliharaan fasilitas, perekrutan asisten laboratorium secara professional, optimalisasi e-service, dan lain-lain. CSI yang diperoleh adalah sebesar 97,10% yang termasuk dalam kategori sangat puas (Maria, 2021).

Adapun persamaan dengan penelitian ini adalah indikator yang digunakan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* Persamaan lainnya adalah metode pengukuran yang digunakan yaitu metode IPA dan CSI. Sementara perbedaannya adalah tempat penelitian, responden, jumlah item pertanyaan dan konten pertanyaan yang diajukan dikarenakan disesuaikan dengan pelayanan dari masing-masing tempat penelitian.

Referensi penelitian yang kedua adalah meneliti besaran kinerja dan harapan pelanggan terhadap Plasa Telkom Putri Hijau di Medan pada saat *pandemic* sekaligus mengetahui atribut kualitas layanan apa saja yang harus ditingkatkan kualitasnya. Penelitian ini menghasilkan temuan indeks CSI yang didapat sebesar 81,87% , rata-rata skor harapan sebesar 87,57%, rata-rata skor kenyataan sebesar 81,21% dimana dari ketiga besaran persentase tersebut berada pada kategori tinggi sampai sangat tinggi. Adapun dari hasil perhitungan dengan metode IPA didapat 11 atribut kualitas layanan yang harus ditingkatkan (Zahra & Hanifa, 2021)

Sementara persamaan dengan penelitian ini adalah 5 indikator yang digunakan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Selain itu persamaan lainnya adalah sama-sama menggunakan metode IPA dan CSI. Sedangkan perbedaannya adalah subjek penelitian, responden, jumlah item pertanyaan dan konten pertanyaan yang diajukan

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah menggunakan jasa layanan Petshop Indonesia di cabang utama Beji Depok. Sementara jumlah responden adalah sebesar 98 orang sesuai dengan teori dari Roscoe yaitu jumlah responden yang layak untuk sebuah penelitian adalah sebesar 30 – 500 responden (Sugiyono, 2015). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah secara *incidental sampling* dimana responden yang diambil secara kebetulan yang ditemui oleh peneliti selama cocok dengan kriteria responden dalam penelitian ini

yaitu pernah menggunakan jasa Petshop Indonesia cabang utama Beji Depok . Sumber data yang diambil termasuk dalam data primer yaitu data yang langsung diambil dari responden (Tersiana, 2018). Data diambil dengan menggunakan kuisioner yang didalamnya berisi pertanyaan dengan dua jawaban skala likert, yaitu tingkat kepentingan (*Importance*) dan tingkat kinerja (*Performance*). Skala likert adalah suatu skala yang bertujuan untuk mengukur sikap dan persepsi dari seseorang mengenai fenomenal social berupa skor (Huwaida, 2019).

Adapun sebagai pedoman skala penilaian tingkat kepentingan dan kinerja menurut Martila dan James dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini

Tabel 1. Pedoman Kriteria Tingkat Kesesuaian pada Metode IPA dan CSI

Nilai dalam persentase (%)	IPA	CSI
0,00 - 34,99	Tidak Baik	Tidak Puas
35,00 - 50,99	Kurang Baik	Kurang Puas
51,00 - 65,99	Cukup Baik	Cukup Puas
66,00 - 80,99	Baik	Puas
81,00 - 100	Sangat Baik	Sangat Puas

(Mudjanarko et al., 2020)

Berdasarkan skor tingkat kepetingan dan tingkat kinerja tersebut, maka dibuatlah diagram kartesius

dimana nantinya akan terbagi dalam 4 kuadran seperti terlihat pada gambar 1 berikut ini.

<p>Kuadran I (Prioritas Utama)</p> <p>Atribut dianggap sangat penting namun kinerjanya tidak sesuai dengan harapan sehingga perusahaan harus meningkatkan kinerjanya</p>	<p>Kuadran II (Pertahankan prestasi)</p> <p>Atribut dianggap sangat penting dan kinerjanya sudah sesuai dengan harapan sehingga perusahaan harus mempertahankan kinerjanya</p>
<p>Kuadran III (Prioritas rendah)</p> <p>Atribut dianggap tidak penting namun kinerjanya tidak sesuai dengan harapan</p>	<p>Kuadran IV (Berlebihan)</p> <p>Atribut dianggap tidak penting namun kinerjanya sudah sesuai dengan harapan</p>

Sumber: (Mudjanarko et al., 2020)

Gambar 1. Pedoman kuadran pada metode IPA

Adapun cara menghitung CSI adalah dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana T merupakan total skor perkalian kepentingan dengan kinerja dan Y adalah total skor kepentingan. Adapun penentuan kriteria hasil CSI dapat dilihat pada tabel 1 diatas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Responden pelanggan Petshop Indonesia cabang utama di Depok pada penelitian ini berjumlah 98 responden dimana untuk karakteristik demografis dari responden pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Karakteristik demografis responden

Variabel	Frekuensi	(%)
Jenis kelamin		
Wanita	63	64,28
Pria	35	35,72
Usia		
< 20 tahun	12	12,24
20-30 tahun	36	36,73
31-40 tahun	32	32,66
≥ 41 tahun	18	18,37
Pendidikan terakhir Sekolah		
Sekolah Menengah Atas	2	2,04
Diploma	20	20,41
Sarjana	48	48,98
Pascasarjana	28	28,57
Pekerjaan		
Pelajar/mahasiswa	10	10,21
Pegawai Negri	24	24,46
Sipil	36	36,74
Pegawai Swasta	17	17,36
Ibu Rumah Tangga	11	11,23
DLL		
Pengeluaran bulanan		
< 1 juta rupiah	0	10,20
1-2 juta rupiah	2	15,31
2-3 juta rupiah	14	21,44
3-4 juta rupiah	14	6,12
≥ 4 juta rupiah	70	46,92

Sumber: Data yang diolah, 2021

Berdasarkan jenis kelamin diperoleh pria sebesar 35,72% sementara wanita sebesar 64,28%. Jika dilihat dari usia responden posisi dua teratas berusia 20 – 30 tahun sebesar 36,73% dan 31 – 40 tahun sebesar 32,66%. Sementara pendidikan terakhir responden yang terbanyak adalah sarjana sebesar 48,98% dan pekerjaan responden yang terbanyak adalah pegawai swasta sebesar 36,74%. Data karakteristik terakhir yang didapat mengenai

pengeluaran rutin bulanan responden yang terbanyak lebih dari Rp.4.000.000,- sebesar 46,92%

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pertanyaan sebanyak 20 pada kuisioner diuji validitas dan reliabilitasnya, dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Pertanyaan pada Kuisioner Penelitian

No Atribut	Dimensi	Item pertanyaan	Performance/ Tingkat Kinerja (X)	Importance/ Tingkat Kepentingan (Y)	Kesimpulan
1	Tangible	Tersedia kotak saran dan kritik	0,000	0,000	Valid
2		Ruang tunggu yang nyaman	0,004	0,000	Valid
3		Penampilan karyawan profesional	0,012	0,000	Valid
4		Peralatan klinik lengkap	0,000	0,000	Valid
5	Reliability	Penjemputan dan pengantaran hewan tepat waktu	0,000	4,67	Valid
6		Karyawan ramah dan menyenangkan	0,000	0,000	Valid
7		Pelayanan Grooming sesuai dengan permintaan	0,011	0,000	Valid
8	Responsiveness	Dokter hewan yang handal	0,001	0,002	Valid
9		Penjelasan Dokter hewan mudah dipahami	0,002	0,000	Valid

10		Selalu siap melayani pelanggan	0,000	0,000	Valid
11		Cepat merespon pelanggan	0,000	0,000	Valid
12		Tanggap terhadap keluhan pelanggan	0,000	0,001	Valid
13	Assurance	Merasa aman bertransaksi	0,000	0,000	Valid
14		Petshop mempunyai citra yang positif	0,000	0,000	Valid
15		Kerahasiaan data pelanggan	0,001	0,000	Valid
16		Mampu memberikan kepercayaan	0,000	0,002	Valid
17	Emphaty	Kemudahan memperoleh informasi	0,000	0,001	Valid
18		Memberikan perhatian secara individu	0,000	0,000	Valid
19		Kepekaan memperhatikan saran dan kritik	0,000	0,003	Valid
20		Pelayanan tidak memmbedakan status	0,000	0,000	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 mengenai uji validitas diperoleh data bahwa keseluruhan pertanyaan dinyatakan valid

sehingga dapat diteruskan dengan uji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas juga bahwa keseluruhan pertanyaan tersebut reliabel sehingga kuisisioner layak untuk disebarakan.

Tingkat kepuasan pelanggan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan IPA yaitu dengan cara memberikan skor pada masing-masing pertanyaan yang diambil dari 5 dimensi *servqual* menurut tingkat kinerja (*Performance*) dan tingkat kepentingan (*Importance*). Hasil rata-rata pemberian skor pada kuisisioner yang telah diisi oleh responden dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini.

Analisis Kepuasan Pelanggan menggunakan IPA

Tabel 4. *Performance* dan *Importance* Pelayanan Petshop Indonesia

No Atribut	Dimensi	Item pertanyaan	<i>Performance</i> / Tingkat Kinerja (X)	<i>Importance</i> / Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Tingkat Kesesuaian (%)
1	<i>Tangible</i>	Tersedia kotak saran dan kritik	2,40	4,78	50,21
2		Ruang tunggu yang nyaman	3,83	4,57	83,81
3		Penampilan karyawan profesional	3,87	4,51	85,81
4		Peralatan klinik lengkap	4,20	4,77	88,05
5	<i>Reliability</i>	Penjemputan dan pengantaran hewan tepat waktu	4,43	4,67	94,86
6		Karyawan ramah dan menyenangkan	3,23	4,67	69,16
7		Pelayanan Grooming sesuai dengan permintaan	4,00	4,04	99,01
8	<i>Responsiveness</i>	Dokter hewan yang handal	4,07	4,75	85,68
9		Penjelasan Dokter hewan mudah dipahami	4,17	4,67	89,29
10		Selalu siap melayani pelanggan	4,00	4,57	87,53
11		Cepat merespon pelanggan	3,07	4,67	65,74
12		Tanggap terhadap keluhan pelanggan	4,03	4,71	85,56
13	<i>Assurance</i>	Merasa aman bertransaksi	4,47	4,77	50,21
14		Petshop mempunyai citra yang positif	4,33	4,67	83,81
15		Kerahasiaan data pelanggan	3,50	4,74	85,81
16		Mampu memberikan kepercayaan	3,90	4,57	88,05
17	Emphaty	Kemudahan memperoleh informasi	4,13	4,67	94,86
18		Memberikan perhatian secara individu	4,03	4,71	69,16
19		Kepekaan memperhatikan saran dan kritik	2,40	4,66	99,01

20	Pelayanan tidak memmbedakan status	3,60	4,67	85,68
Rata-rata		3,783	4,642	82,64

Sumber: Data yang diolah, 2022

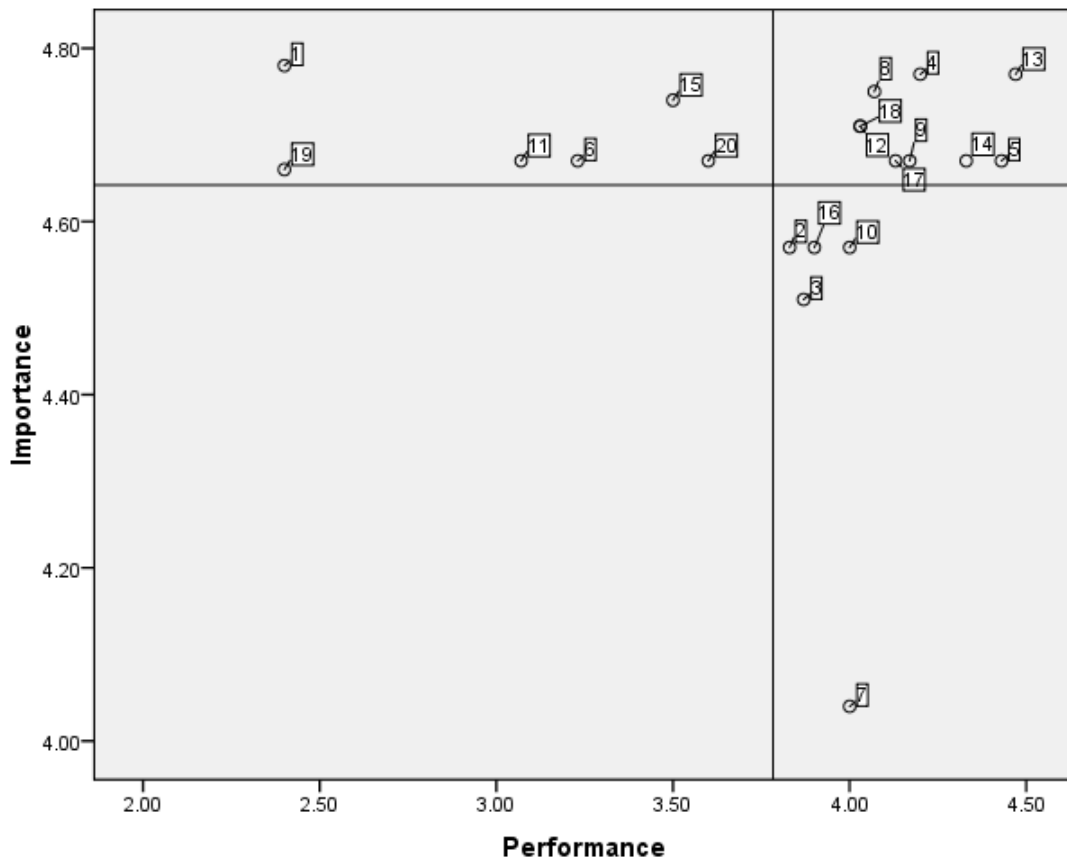
Berdasarkan data pada tabel 4 di atas, dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai harapan yang paling penting (dilihat dari skor tingkat kepentingan yang paling tinggi yaitu sebesar 4,78) untuk sebuah petshop adalah atribut kotak saran yang harus tersedia di setiap petshop. Hal ini dikarenakan terkadang pelanggan merasa tidak nyaman untuk menyampaikan kritik dan saran secara verbal. Oleh karena itu, kotak saran adalah solusi dari ketidaknyamanan tersebut, pelanggan dapat leluasa memberikan kritik dan saran demi kemajuan petshop tersebut.

Sementara pada tingkat kinerja, responden yang pernah menggunakan jasa Petshop Indonesia cabang utama Depok berpendapat bahwa yang paling sesuai dengan harapan (dilihat dari skor tingkat kinerja tertinggi yaitu sebesar 4,47) ada pada atribut merasa aman bertransaksi di petshop tersebut. Salah satu pelayanan Petshop Indonesia adalah penjualan kebutuhan hewan piaraan melalui sosial media dan *marketplace*, sehingga faktor keamanan bertransaksi menjadi suatu hal yang penting agar pelanggan melakukan pembelian kembali. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Harto dan Munir (2021) dengan judul Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko dan Keamanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Situs Jual Beli Shopee dimana pada kesimpulan yang didapat adalah, baik secara parsial maupun simultan, faktor keamanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada situs jual beli Shopee (Harto & Munir, 2021)

Bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan Harto dan Munir (2021), hasil penelitian mengenai pengukuran kepuasan konsumen pada kantin Institut Teknologi Sumatera dimana tingkat kepentingan teratas ada pada atribut keamanan dan kebersihan toilet dengan skor sebesar 4,84 dan tingkat kepentingan terbawah ada pada atribut menyajikan makanan dengan tingkat suhu yang sesuai sebesar 3,71. Semetara untuk tingkat kinerja teratas terlihat pada atribut variasi pelayanan dengan skor sebesar 4,01 dan tingkat kinerja terbawah pada atribut mengetahui nilai gizi makanan dan minuman yang disajikan dengan skor sebesar 3,19 (Pangastuti & Permana, 2019).

Pada tabel 4 di atas juga terdapat data rata-rata tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan pada pelayanan Petshop Indonesia yaitu sebesar 82,64% yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Elva (2021) dengan judul Penerapan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk Mengukur Kualitas Sistem Informasi Ulangan Harian yaitu sebesar 57,09 % yang juga termasuk dalam kategori cukup baik (Elva et al., 2021)

Peta posisi IPA juga sangat dibutuhkan dalam penelitian ini untuk menentukan kuadran dari masing-masing atribut. Peta posisi IPA tersebut dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Sumber: Data yang diolah 2022

Gambar 2. Peta posisi IPA Petshop Indonesia

Peta posisi IPA di atas menempatkan atribut no 1, 6, 11, 15, 19 dan 20 pada kuadran 1. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa responden menganggap atribut dalam kuadran ini dianggap penting tetapi pada kenyataan berdasarkan pengalaman yang dirasakan masih harus ditingkatkan. Atribut itu adalah ketersedianya kotak saran dan kritik, keramahan karyawan, kecepatan merespon pelanggan, kerahasiaan data pelanggan, kepekaan memperhatikan saran dan kritik, serta pelayanan yang tidak membedakan status. Oleh karena itu agar tercapainya kepuasan pelanggan maka Petshop Indonesia sebaiknya menyediakan kotak saran dan kritik, memberikan briefing dan motivasi kepada karyawan agar bersikap lebih ramah dan menyenangkan serta lebih cepat dalam merespon kritik dan saran. Hal yang tidak kalah penting adalah karyawan juga diberikan pengertian untuk tidak membedakan status pelanggan dalam hal pelayanan.

Pada kuadran 2 ditempati oleh atribut dengan nomor 4, 5, 8, 9, 12, 13, 14, 17, 18 dimana atribut tersebut adalah kelengkapan klinik, ketepatan waktu penjemputan, kehandalan dokter hewan, kemudahan pemahaman saat dokter hewan memberi penjelasan, keluhan pelanggan yang ditanggapi karyawan dengan baik, keamanan saat bertransaksi, citra positif dari petshop, kemudahan memperoleh informasi,

pemberian perhatian secara individu. Atribut-atribut yang ada di kuadran 2 inilah yang dirasa responden sudah memuaskan dan harus dipertahankan.

Adapun kuadran 3 dimana pada posisi ini atribut dianggap tidak penting oleh responden dan kinerja yang dirasakan responden kurang maksimal. Pada peta posisi IPA Petshop Indonesia tidak ada atribut pada posisi ini. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa tidak ada atribut yang dianggap tidak penting dan tidak memuaskan kinerjanya.

Selanjutnya pada kuadran 4 terdapat atribut dengan nomor 2, 3, 7, 10, 16. Hal ini dapat diartikan bahwa ada 5 atribut yang dianggap tidak penting tapi kinerjanya memuaskan. Atribut tersebut adalah kenyamanan ruang tunggu, keprofesionalan penampilan karyawan, kesesuaian pelayanan grooming dengan permintaan, kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kemampuan memberikan kepercayaan kepada pelanggan.

Analisis Kepuasan Pelanggan menggunakan CSI

Pengukuran CSI diperoleh dengan memberikan skor yang merupakan hasil perkalian antara *Importance* dengan *Performance*. Hasil dari pemberian skor dapat dilihat pada tabel 5 berikut

Tabel 5. Skor perkalian *Importance* dengan *Performance*

No Atribut	<i>Performance</i> / Tingkat Kinerja (X)	<i>Importance</i> / Tingkat Kepentingan (Y)	Score (I x P)
1	2,40	4,78	11,472
2	3,83	4,57	17,5031
3	3,87	4,51	17,4537
4	4,20	4,77	20,034
5	4,43	4,67	20,6881
6	3,23	4,67	15,0841
7	4,00	4,04	16,16
8	4,07	4,75	19,3325
9	4,17	4,67	19,4739
10	4,00	4,57	18,28
11	3,07	4,67	14,3369
12	4,03	4,71	18,9813
13	4,47	4,77	21,3219
14	4,33	4,67	20,2211
15	3,50	4,74	16,59
16	3,90	4,57	17,823
17	4,13	4,67	19,2871
18	4,03	4,71	18,9813
19	2,40	4,66	11,184
20	3,60	4,67	16,812
Total	75,66	92,84	351,02

Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5 tersebut diperoleh total skore sebesar 351,02 sehingga jika dicari CSI dengan rumus maka hasilnya adalah:

$$CSI = \frac{351,02}{5 \times 92,84} \times 100\% = 75,62\% \dots\dots\dots(2)$$

Hasil yang diperoleh adalah 75,62 yang termasuk dalam kategori puas yang artinya responden merasa puas atas pelayanan yang diberikan Petshop Indonesia. Adapun dasar penentuan kategori puas ini dapat dilihat pada tabel 1 mengenai pedoman kriteria tingkat kesesuaian metode IPA dan CSI. Namun hal ini sebaiknya jangan membuat Petshop Indonesia cukup merasa puas, Petshop Indonesia masih bisa meningkatkan pelayanannya sampai index CSI mencapai kategori sangat puas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan maka dapat dievaluasi bahwa pemetaan atribut pelayanan pada Petshop Indonesia menghasilkan 6 atribut yang membutuhkan peningkatan pelayanan oleh perusahaan. Sementara sisanya yaitu 14 atribut telah membuat responen merasa puas. Selain itu, hasil dari pengukuran CSI termasuk dalam kategori puas.

Adapun implikasi dari penelitian ini adalah hasil evaluasi *servqual* menggunakan metode IPA dan CSI dapat dijadikan bahan pertimbangan pada Petshop Indonesia untuk meningkatkan kategori CSI menjadi sangat puas dan memperbaiki 6 atribut yaitu ketersedianya kotak saran dan kritik, keramahan karyawan, kecepatan merespon pelanggan,

kerahasiaan data pelanggan, kepekaan memperhatikan saran dan kritik, serta pelayanan yang tidak membedakan status.

Penelitian ini hanya menggunakan metode IPA dan CSI dalam pengukuran tingkat kepuasan pada Petshop Indonesia. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan lagi dengan metode lain sehingga penelitian menjadi lebih sempurna.

REFERENSI

Addas, A., Maghrabi, A., & Goldblatt, R. (2021). Public Open Spaces Evaluation Using *Importance-Performance Analysis (IPA)* in Saudi Universities: The Case of King. *Sustainability*, 13(2). <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/2/915>

Adelino, M. I., & Fitri, M. (2021). Integration of CSI, Airqual, IPA, and PGCV to Determine Prioritisation of *Service quality* on JTA Airlines. *Jurnal Teknologi*, 11 No 1. <https://jitekin-upi.ptk.org/ojs/index.php/Teknologi/article/view/27/29>

Agustin, R. P., Suparwo, A., Yuliyana, W., SUNarsi, D., & Nurjaya. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya pada Word of Mouth Jasa Pengurusan Nenek di CV Speed Nenek. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4 No 3, 49–57. <http://jiip.stkipyapisdampu.ac.id/jiip/index.php>

- /JIIP/article/view/249/155
- Andriyani, T. (2021). Indonesian Journal of Science & Technology. *Indonesian Journal of Science Learning*, 2 No 3(2), 8–25.
- Chayomchai, A., & Chanarpas, M. (2021). The *Service quality* Management of the Fitness Center: The Relationship among 5 Aspects of Service Quality. *International Journal of Current Science Research and Review*, 04(06). <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v4-i6-05>
- Elva, Y., Jamhur, A. I., & Rahman, S. N. (2021). Penerapan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) Untuk Mengukur Kualitas Sistem Informasi Ulangan Harian. *Jurnal Pustaka Data*, 1(1), 8–12. <http://jurnal.pustakagalerimandiri.co.id/index.php/pustakadata/article/view/56/30>
- Fadhli, K., Moch, K., Rahmatika, A. N., & Ismail, A. N. (2021). Pengaruh Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan CV AFCO GROUP Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2 No 3. <https://stp-mataram.ejournal.id/JIP/article/view/735/618>
- Harto, R. B., & Munir, Z. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Situs Jual Beli Shopee. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*, 9 No 1. <https://ejournal.stmikgici.ac.id/index.php/jurisma/article/view/256/165>
- Huwaida, H. (2019). *Statistika Deskriptif*. Poliban Press.
- Maria, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan AKJP II Pekanbaru Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dengan Metode IPA Dan CSI. *Jurnal HUMMANSI*, 4(September), 1–22. <https://journal.stikomys.ac.id/index.php/jurnal-hummannsi/article/view/295>
- Mudjanarko, S. W., Sulastri, D., & Wahyuni, A. (2020). *Metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk Mengukur Kinerja Prasarana Kereta Api Melalui Kepuasan Pelanggan*. Scopindo Media Pustaka.
- Pangastuti, H. A., & Permana, L. (2019). Pengukuran Kepuasan Konsumen pada Kantin Institut Teknologi Sumatera Menggunakan *Importance-Performance Analysis*. *Jurnal Teknologi Pangan Dan Kesehatan*, 1 No 1. http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/teknologi_pangan/article/view/165
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (2009). *Delivery Quality Service; Balancing Customer Perceptions and Expectation*. Free Press.
- Pradana, W. E. (2020). *Di Tengah Pandemi COVID-19 Usaha Pet Shop di Yogyakarta Tetap Moncer*. Kumparan. <https://kumparan.com/pandangan-jogja-com/di-tengah-pandemi-covid-19-usaha-pet-shop-di-yogyakarta-tetap-moncer-1tLnZFIZIT/full>
- Pridhnani-Bhojwani, D. (2020). *5 Best Online Pet Stores in Jakarta*. What's New Jakarta. <https://whatsnewindonesia.com/jakarta/5-best-online-pet-stores-in-jakarta/>
- Rangga, A., Nalendra, A., Givan, B., & Sa, I. (2020). *Persepsi Warga Jakarta Terhadap Pelayanan Publik Dengan Metode IPA Dan CSI*. 4(2), 294–306.
- Rosalin, H., & Adhimursandi, D. (2021). *Integration of Importance-Performance analysis (ipa) and kano in improving service quality in pdam district penajam paser utara*. 9, 41–47.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabetha.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Anak Hebat Indonesia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Andi.
- Wicaksana, W. (2020). Pentingnya Kepuasan Pelanggan pada Suatu Bisnis. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 317–323. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Wirakanda, G. G., & Putri, I. S. (2020). Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan (Studi Kasus Di Kantor Pos Bandung 40000). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(2), 1–11. <https://ejournal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/1020/698>
- Zahra, P., & Hanifa, F. H. (2021). Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (ipa) Studi Pada Pengunjung Plasa Telkom Putri Hijau Medan Tahun 2021. *EProceedings of Applied Science*, 7(4), 567–575.