

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN EMERY BARBERSHOP DENGAN MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

RANDA PRATAMA SURIANTO, RIRI LESTARI, YUDIANTRI ASDI

*Program Studi Matematika,
Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Andalas,
Kampus UNAND Limau Manis Padang, Indonesia,
email : randapratama8819@gmail.com*

Abstrak. Kualitas pelayanan adalah tingkat baik atau buruknya suatu produk/jasa. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu titik ukur dari perkembangan suatu perusahaan atau instansi. Hal tersebut dapat dinilai dari kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut. Penelitian ini mengamati kualitas pelayanan jasa pada Emery Barbershop yang bertujuan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap indikator-indikator dalam dimensi kualitas jasa dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Dimensi kualitas pelayanan ada lima, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Dari hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh 83,41%. Hal ini berarti pelanggan telah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Emery Barbershop, sedangkan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dengan analisis kuadran terdapat 3 indikator yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya yaitu kebersihan toilet, keadaan tempat ibadah, dan kepedulian karyawan terhadap keluhan pelanggan.

Kata Kunci: Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan

1. Pendahuluan

Tampil rapi dan menarik tidak lagi hanya kebutuhan wanita. Kini, para pria juga ingin selalu tampil rapi dan menawan dalam setiap kegiatan. Banyak hal yang pria perhatikan terkait penampilannya, salah satunya adalah gaya rambut. Ini membuat kebutuhan akan jasa pangkas rambut terus meningkat. Alhasil usaha pangkas rambut pun semakin menjamur. Pangkas rambut merupakan salah satu jenis usaha yang masuk kedalam kategori usaha yang bergerak dalam bidang jasa, yang mana didalamnya menyediakan jasa potong rambut untuk para pelanggan.

Namun pada era sekarang ini pangkas rambut tidak lagi menjadi pilihan satu-satunya bagi pria. Banyak pria yang beralih dari jasa pangkas rambut ke *barbershop*. Dalam hal nama pangkas rambut dan *barbershop* sejatinya sama, namun dalam hal konsep sangatlah berbeda. Pangkas rambut biasa hanya menyediakan jasa potong rambut, dan juga memiliki ruangan yang biasa-biasa saja. Sedangkan *barbershop* memiliki banyak kelebihan dari pada jasa pangkas rambut, yaitu seperti layanan

pijat kepala, rileksasi dengan handuk panas dan *facial*, tempat penjualan produk perawatan rambut, dan juga memiliki ruangan yang nyaman dengan *full AC*.

Emery Barbershop merupakan salah satu *barbershop* yang ada di Kota Padang. Emery Barbershop selalu melakukan banyak cara untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat maupun untuk mempertahankan pelanggannya. Salah satu cara yang dilakukan oleh Emery Barbershop dalam usaha mempertahankan loyalitas pelanggannya adalah dengan tetap membina hubungan yang baik dengan setiap pelanggan.

Akan tetapi kritik dan saran selalu datang dalam perjalanan Emery Barbershop hingga saat ini. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tingkat kepuasan pelanggan Emery Barbershop dan merumuskan indikator pelayanan yang akan diperbaiki dan dipertahankan. Peneliti terdorong untuk meneliti apakah strategi yang dilakukan oleh Emery Barbershop dapat memuaskan pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisa tingkat kepuasan pelanggan adalah metode *Customer Satisfaction Index*. Sedangkan untuk merumuskan indikator pelayanan yang akan diperbaiki dan dipertahankan dapat menggunakan analisis kuadran dengan metode *Importance Performance Analysis*.

2. Kualitas Pelayanan Jasa dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. [3] Terdapat lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

- (1) *Tangibles* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan pegawai, dan sarana komunikasi.
- (2) *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan secara tepat, akurat, dan memuaskan.
- (3) *Responsiveness* (daya tanggap), yakni keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat tanggap.
- (4) *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya dan risiko, dan keragu-raguan.
- (5) *Empathy* (empati), meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk/jasa dengan harapannya. Faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan antara lain:

- (1) Kualitas Produk.
- (2) Kualitas Pelayanan.
- (3) Emosional.

(4) Harga.

Pengujian statistik yang digunakan pada penelitian ini adalah validitas dan reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk melihat kevaliditan suatu data yang dilakukan dengan menghitung korelasi *product moment* yang dilanjutkan dengan melakukan uji *r*. Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat kekonsistenan suatu data yang dilakukan dengan menghitung koefisien reliabilitas (*Alpha Cronbach*) menggunakan persamaan:

$$C_{x\alpha} = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum_{j=1}^k \sigma_{xj}^2}{\sigma_x^2}\right) \quad (2.1)$$

Keterangan :

$$\begin{aligned} \sigma_x^2 &= \text{variansi skor total} \\ \sigma_{xj}^2 &= \text{variansi skor setiap pertanyaan} \end{aligned}$$

3. Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari indikator-indikator kualitas pelayanan produk/jasa. [1] Adapun langkah-langkah untuk menentukan CSI, yaitu:

(1) *Mean Satisfaction Score* (MSS)

$$MSS_j = \frac{\sum_{i=1}^n x_{ij}}{n} \quad (3.1)$$

(2) *Mean Importance Score* (MIS)

$$MIS_j = \frac{\sum_{i=1}^n y_{ij}}{n} \quad (3.2)$$

(3) *Weighted Score* (WS)

$$WS_j = WF_j \times MSS_j \quad (3.3)$$

(4) *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{j=1}^k WS_j}{HS \times \sum_{j=1}^k MIS_j} \times 100\% \quad (3.4)$$

dengan HS: (*Highest Scale*) = skala maksimum yang digunakan

4. Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) yaitu analisis kuadran yang digunakan untuk menilai respon pelanggan terhadap indikator yang diplotkan berdasarkan rata-rata kinerja (\bar{x}_j) pada sumbu *x* dan rata-rata kepentingan (\bar{y}_j) pada sumbu *y* dalam diagram kartesius yang dibagi kedalam empat kuadran. Selanjutnya, menentukan nilai \bar{x} dan \bar{y} sebagai pembatas untuk masing-masing kuadran. [2] Adapun setiap hasil yang menempati salah satu kuadran dalam diagram kartesius, yaitu :

- (1) Kuadran I (Prioritas Utama)
Memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya belum sesuai dengan harapan pelanggan (kinerjanya masih rendah).
- (2) Kuadran II (Pertahankan Kinerja)
Memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi (kinerjanya sudah tinggi)
- (3) Kuadran III (Prioritas Rendah)
Memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya kinerjanya masih rendah.
- (4) Kuadran IV (Berlebihan)
Memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting dan dirasakan terlalu berlebihan oleh pelanggan (kinerjanya relatif tinggi).

5. *Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) pada Emery Barbershop*

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuisioner yang dibagikan kepada pelanggan Emery Barbershop yang telah menggunakan jasa. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *Simple Random Sampling* yang artinya dalam memilih sampel, semua anggota populasi diberikan kesempatan yang sama untuk ditetapkan sebagai anggota sampel.

Dalam menentukan nilai CSI diperlukan nilai *Weight Score (WS)* yaitu merupakan hasil perkalian dari nilai MIS dan MSS.

Tabel 1. Perhitungan MIS, MSS dan WS

No	Indikator	MSS	MIS	WS
1	Kenyamanan ruang tunggu	4,2439	4,2927	18,2177
2	Kebersihan ruang potong rambut	3,9878	4,1951	16,7293
3	Kebersihan toilet	3,1829	4,2561	13,5468
4	Tempat parkir luas	2,9756	4,1585	12,3742
5	Kelengkapan peralatan kerja	4,0488	4,2561	17,2320
6	Kerapian penampilan karyawan	3,5000	4,0976	14,3415
7	Keadaan tempat ibadah	3,1951	4,2805	13,6767
8	Keahlian karyawan menggunakan perangkat kerja	3,9634	4,1951	16,6270
9	Kecepatan karyawan melayani pelanggan	3,2317	3,9756	12,8480
10	Kesigapan karyawan ketika pelanggan datang	2,9756	4,1341	12,3016
11	Kesigapan karyawan menangani permintaan pelanggan	3,6585	4,0366	14,7680
12	Kemampuan karyawan memberikan saran model rambut	3,8659	4,0488	15,6520
13	Tata krama karyawan menangani pelanggan	4,2317	4,2805	18,1138
14	Hasil model rambut sesuai permintaan pelanggan	3,8415	4,2073	16,1623
15	Keamanan tempat parkir	4,2195	4,2561	17,9587
16	Pelayanan berurutan sesuai antrian	4,0854	4,2561	17,3877
17	Sikap semangat karyawan saat bekerja	3,8293	4,0244	15,4105
18	Sikap bersahabat karyawan kepada semua pelanggan	3,9390	4,0366	15,9002
19	Kepedulian karyawan terhadap keluhan pelanggan	3,5854	4,1951	15,0410

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 1. diatas, dapat dihitung nilai *Customer Satisfaction Index* dengan menggunakan persamaan 3.4, dimana $k = 19$.

$$CSI = \frac{\sum_{j=1}^p WS_j}{HS \times \sum_{j=1}^k MIS} \times 100\% = 83,41\%$$

Nilai CSI yang diperoleh adalah 83,41% yang menunjukkan nilai tersebut berada pada interval 0,81 – 1,00. Hal ini menyatakan bahwa secara umum pelanggan merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan Emery Barbershop.

Selanjutnya akan dilihat perbandingan antara rata-rata skor kinerja yang disimbolkan dengan x_j dan rata-rata skor kepentingan yang disimbolkan dengan y_j dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang kemudian digambarkan dalam diagram kartesius. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kinerja pelayanan dan kepentingan pelanggan terhadap indikator dalam peningkatan dan pertahankan kualitas pelayanan Emery Barbershop.

Tabel 2. Koordinat (Kinerja (\bar{x}_j) ; Kepentingan (\bar{y}_j))

No	Indikator	Titik Koordinat	
		(\bar{x}_j)	(\bar{y}_j)
1	Kenyamanan ruang tunggu	4,2439	4,2927
2	Kebersihan ruang potong rambut	3,9878	4,1951
3	Kebersihan toilet	3,1829	4,2561
4	Tempat parkir luas	2,9756	4,1585
5	Kelengkapan peralatan kerja	4,0488	4,2561
6	Kerapian penampilan karyawan	3,5000	4,0976
7	Keadaan tempat ibadah	3,1951	4,2805
8	Keahlian karyawan menggunakan perangkat kerja	3,9634	4,1951
9	Kecepatan karyawan melayani pelanggan	3,2317	3,9756
10	Kesigapan karyawan ketika pelanggan datang	2,9756	4,1341
11	Kesigapan karyawan menangani permintaan pelanggan	3,6585	4,0366
12	Kemampuan karyawan memberikan saran model rambut	3,8659	4,0488
13	Tata krama karyawan menangani pelanggan	4,2317	4,2805
14	Hasil model rambut sesuai permintaan pelanggan	3,8415	4,2073
15	Keamanan tempat parkir	4,2195	4,2561
16	Pelayanan berurutan sesuai antrian	4,0854	4,2561
17	Sikap semangat karyawan saat bekerja	3,8293	4,0244
18	Sikap bersahabat karyawan kepada semua pelanggan	3,9390	4,0366
19	Kepedulian karyawan terhadap keluhan pelanggan	3,5854	4,1951

Selanjutnya akan dihitung nilai \bar{x} dan \bar{y} dengan $k = 19$, yaitu:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{j=1}^{19} \bar{x}_j}{19} = 3,7137, \text{ dan } \bar{y} = \frac{\sum_{j=1}^{19} \bar{y}_j}{19} = 4,1675.$$

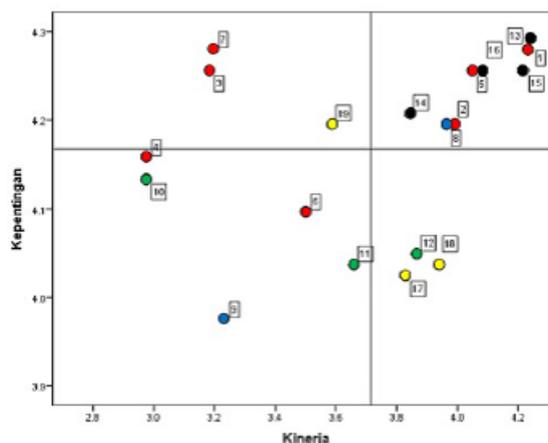
Nilai \bar{x} akan memotong diagram secara tegak lurus pada sumbu horizontal di titik (3,7137; 0) dan nilai \bar{y} memotong diagram secara tegak lurus pada sumbu vertikal di titik (0; 4,1675). Kedua garis tersebut akan membentuk empat kuadran. Selanjutnya titik-titik yang menjadi koordinat untuk masing-masing indikator, diplot ke dalam diagram kartesius dan diberi angka (nomor) pada setiap titik koordinat. Angka tersebut bertujuan untuk menandakan letak masing-masing indikator sesuai urutan yang telah dibuat sebelumnya.

Gambar 1. menampilkan peta sebaran masing-masing indikator dalam diagram kartesius yang dikelompokkan dengan warna yang berbeda untuk setiap dimensi. Titik warna merah melambangkan indikator yang termasuk dimensi *tangible*, warna biru melambangkan indikator yang termasuk dimensi *reliability*, warna hijau melambangkan indikator yang termasuk dimensi *responsiveness*, warna hitam melambangkan indikator yang termasuk dimensi *assurance* dan warna kuning melambangkan indikator yang termasuk dimensi *empathy*.

1. Kuadran I (Prioritas Utama).

Wilayah yang memuat indikator-indikator dengan tingkat kepentingan yang relatif tinggi tetapi kenyataannya belum sesuai dengan harapan pelanggan (kinerja yang masih rendah). Indikator yang termasuk kedalam kuadran ini harus dilakukan perbaikan secara terus menerus sehingga kinerjanya meningkat. Indikator-indikator

Gambar 1. Diagram Kartesius IPA



yang termasuk kedalam kuadran ini adalah indikator berdimensi *tangible* yaitu kebersihan toilet (3) dan keadaan tempat ibadah (7). Indikator berdimensi *emphaty* yaitu kepedulian karyawan terhadap keluhan pelanggan (19).

2. Kuadran II (Pertahankan Kinerja) Wilayah yang memuat indikator-indikator yang memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang relatif tinggi. Indikator yang termasuk kedalam kuadran ini tetap dipertahankan karena semua indikator ini menjadikan pelayanan yang diberikan unggul dimata pelanggan. Indikator-indikator yang termasuk kedalam kuadran ini adalah indikator berdimensi *tangible* yaitu kenyamanan ruang tunggu (1), kebersihan ruang potong rambut (2), kelengkapan peralatan kerja (5), keahlian karyawan menggunakan perangkat kerja (8). Indikator berdimensi *assurance* yaitu tata krama pelanggan menangani pelanggan (13), model rambut yang dihasilkan sesuai permintaan pelanggan (14), keamanan tempat parkir (15), dan pelayanan berurutan sesuai antrian (16).

3. Kuadran III (Prioritas Rendah) Wilayah yang memuat indikator-indikator dengan tingkat kepentingan yang relatif rendah dan kinerjanya juga relatif rendah. Peningkatan indikator yang termasuk kedalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena berpengaruh juga terhadap kepuasan pelanggan. Indikator-indikator yang termasuk kedalam kuadran ini adalah indikator berdimensi *tangible* yaitu tempat parkir luas (4), kerapian penampilan karyawan (6), dan kecepatan karyawan melayani pelanggan (9). Indikator berdimensi *reliability* yaitu kesigapan karyawan saat pelanggan datang (10) dan kesigapan karyawan menangani permintaan pelanggan (11).

4. Kuadran IV (Berlebihan) Wilayah yang memuat indikator-indikator dengan tingkat kepentingan yang relatif rendah dan dirasakan oleh pelanggan terlalu berlebihan (kinerja yang relatif tinggi). Indikator-indikator yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah indikator berdimensi *responsiveness* yaitu kemampuan karyawan memberikan saran model rambut (12). Indikator berdimensi *emphaty* yaitu sikap

semangat karyawan saat bekerja (17) dan sikap bersahabat karyawan kepada semua pelanggan (18).

6. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa secara umum pelanggan telah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Emery Barbershop. Hal ini terlihat dari nilai *Customer Satisfaction Index* sebesar 83,41%. Namun itu masih belum maksimal sehingga perlu ditingkatkan lagi agar pelanggan lebih merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Emery Barbershop. Berdasarkan hasil pengolahan yang dilakukan dengan *Importance Performance Analysis* (IPA), dapat diketahui indikator-indikator yang harus dibenahi yaitu kebersihan toilet, keadaan tempat ibadah, dan kepedulian karyawan terhadap keluhan pelanggan.

7. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dodi Devianto, Ibu Hazmira Yozza dan Bapak Budi Rudianto yang telah memberikan masukan dan saran sehingga paper ini dapat diselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

- [1] Maiyanti, S.I., dkk. 2009. *Aplied Costumer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) to know Student Satisfaction Level of Sriwijaya University Library Services*. Jurnal Matematika FMIPA, Universitas Sriwijaya. Palembang
- [2] Nazir, M. 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- [3] Parasuraman, V.A. Zeithaml dan L.L, Berry. 1998. *A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perseption of Service Quality*. Jurnal of Retailling.