RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI INDEKS KEPUASAN PELANGGAN PADA PT KARTIKA SARI MULIA

Fany Zanuar Rachmadi[1], Indra Dharma Wijaya[2], Ekojono[3]

[1,2,3] Teknik Informatika, Teknologi Informasi, Polteknik Negeri Malang

[1] fanyslam@gmail.com, [2] indra.dharma@gmail.com, [3] ekojono2000@yahoo.com

Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan kunci utama keberhasilan bisnis suatu perusahaan. Bagi banyak perusahaan, kepuasan pelanggan telah menjadi suatu urusan yang vital dalam meningkatkan kualitas layanan. Permasalahan berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan pelanggan melalui kinerja pelayanan yang berkualitas. Kemudian adanya kesulitan dalam mengukur kualitas kinerja pelayanan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pengukuran kinerja perusahaan menjadi hal yang sangat penting bagi manajemen untuk melakukan evaluasi terhadap performa perusahaan. Sebagai contohnya adalah pada perusahaan PT. Kartika Sari Mulia, yaitu *dealer* yang ditunjuk secara resmi oleh PT. Toyota Astra Motor. Penelitian ini akan menilai kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan kinerja perusahaan PT. Kartika Sari Mulia. Beberapa hal mengenai kinerja masih harus diperbaiki. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem Indeks Kepuasan Pelanggan untuk membantu memperoleh informasi adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pembuatan sistem informasi tersebut menggunakan metode *Service Quality (Servqual)*. Metode *Servqual* merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan perhitungan *gap score*, yakni kesenjangan antara harapan (*Expectations*) dengan kinerja (*Performance*). Sistem ini juga telah diuji coba oleh beberapa *user* dan hasilnya setiap *user* dapat menilai kualitas pelayanan PT. Kartika Sari Mulia, dan memudahkan admin dalam pembuatan laporan.

Kata Kunci : Sistem Informasi, Indeks Kepuasan Pelanggan, *Service Quality* (*Servqual*), PT. Kartika Sari Mulia

1. Pendahuluan

Kepuasan pelanggan merupakan kunci utama keberhasilan bisnis suatu perusahaan. Bagi banyak perusahaan, kepuasan pelanggan telah menjadi suatu urusan yang vital dalam meningkatkan kualitas layanan dan produknya, serta memelihara loyalitas pelanggan dalam suatu pasar persaingan yang kompetitif. Persaingan menuntut perusahaan untuk terus melakukan perubahan-perubahan terhadap cara melayani pelanggan. Permasalahan berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan pelanggan melalui kinerja pelayanan yang baik dan berkualitas. Kemudian adanya kesulitan dalam mengetahui atau mengukur kualitas kinerja dari unit pelayanan pelanggan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk mengukur kinerja pelayanan pelanggan tersebut, dibutuhkan unsur sebagai acuan untuk memberikan penilaian terhadap hasil kinerja unit pelayanan pelanggan.

Pengukuran kinerja perusahaan menjadi hal yang sangat penting bagi manajemen untuk melakukan evaluasi terhadap performa perusahaan dan perencanaan tujuan di masa mendatang. Sebagai contohnya adalah pada perusahaan PT. Kartika Sari Mulia, yaitu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan, servis dan part mobil merk Toyota. Penelitian ini akan menilai kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan kinerja perusahaan PT. Kartika Sari Mulia. Beberapa hal mengenai kinerja masih harus diperbaiki untuk memperoleh dan mendapatkan feedback positif dari pelanggan. Dalam hal tersebut pelanggan memberi penilaian terhadap pelayanan dari PT. Kartika Sari Mulia. Untuk memperoleh hasil dari feedback tersebut guna untuk memperbaiki dari segi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Dilihat dari permasalahan tersebut, penulis akan membuat sebuah aplikasi Indeks Kepuasan Pelanggan untuk membantu memperoleh informasi adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tehadap pelayanan dan kinerja PT. Kartika Sari Mulia. Pembuatan sistem informasi tersebut menggunakan metode *Service Quality* (*Servqual*). Metode *Servqual* merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan pada persepsi dan harapannya. Kualitas atribut pelayanan dapat diketahui dengan perhitungan *gap score*, yakni kesenjangan antara harapan (*expectations*) dengan kinerja (*performance*). Sehingga agar dapat menjadikan tolak ukur kinerja dan mengetahui hal-hal yang lemah dalam kualitas pelayanan perusahaan sehingga manajemen dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Landasan Teori

2.1. Indeks Kepuasan Pelanggan

Indeks Kepuasan Pelanggan adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat pelanggan dalam memperoleh pelayanan dari penyedia layanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kinerjanya. Untuk mengukur kinerja unit pelayanan pelanggan tersebut, dibutuhkan unsur sebagai acuan untuk memberikan penilaian terhadap hasil kinerja penyedia layanan publik, atas hal tersebut dibutuhkan suatu sistem informasi untuk memunculkan hasil penilaian terhadap kinerja unit pelayanan tersebut. Sistem informasi ini nantinya akan menghitung hasil penilaian pelanggan, dan kemudian akan terlihat hal-hal yang lemah dalam kualitas pelayanan perusahaan sehingga manajemen dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

2.2. PT. Kartika Sari Mulia

PT. Kartika Sari Mulia adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan, servis dan part mobil merk Toyota yang dipimpin oleh Bapak Hariyanto Iskandar, MBA. PT. Kartika Sari Mulia adalah dealer yang ditunjuk secara resmi oleh PT. Toyota Astra Motor. Berdiri pada tahun 1993, yang pada awalnya bernama UD. Kartika Sari dan kemudian pada tahun 2014 berubah nama menjadi PT. Kartika Sari Mulia. PT. Kartika Sari Mulia beralamat di Jalan Puncak Borobudur no. 1 Malang. Jumlah karyawan terdiri dari 180 karyawan yang meliputi bagian Departemen Sales, Servis dan part. Wilayah kerja dan pemasaran yaitu di karisidenan malang, yang meliputi Malang Raya (Kota Malang, Kabupaten Malang, Kota Batu), Pasuruan, Probolinggo, dan Lumajang. Luas bangunan 5000 m² yang digunakan untuk showroom, servis dan part.

2.3. Metode *Service Quality (Servqual)*

Model kualitas jasa yang paling populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa adalah model SERVQUAL (singkatan dari *service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985, 1988, 1990, 1993, 1994) dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa; reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon jarak jauh, perbankan ritel, dan pialang sekuritas. Model yang dikenal pula dengan istilah *gap analysis model* ini berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang didasarkan pada ancangan diskonfirmasi. (Oliver,1997). Ancangan ini menegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut (*attribute performance*) meningkat lebih besar daripada harapan (*expectations*) atas atribut bersangkutan, maka persepsi terhadap kualitas jasa akan positif dan sebaliknya. (Tjiptono, 2016:149)

Berdasarkan model konseptual yang disusun, kemudian Parasuraman dan kawan-kawan berusaha menyusun skala pengukuran SERVQUAL. Dalam publikasinya berjudul "*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*" yang dipublikasikan di *Journal of Retailing*, Parasuraman, et al. (1998) mendefinisikan kualitas jasa sebagai "penilaian global atau sikap menyangkut superioritas jasa". Mereka mengajukan operasionalisasi *perceived quality* (Q) sebagai "*the degree and direction of discrepancy between consumers*' *perceptions and expectations*".

Operasionalisasi ini dirumuskan dalam persamaan yang sangat terkenal: Q = P – E. Persepsi (P) didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan berkenaan dengan jasa yang diterima atau dialami. Sedangkan Harapan atau Ekspetasi (E) dirumuskan sebagai "hasrat atau keinginan konsumen, yaitu apa yang mereka rasakan harus (dan bukan bakal) ditawarkan penyedia jasa". (Tjiptono, 2016:152)

Parasuraman, et al. (1988) menekankan bahwa istilah "harapan atau ekspetasi" digunakan secara berbeda dalam literatur kepuasan pelanggan, di mana ekspetasi jasa (E) tidak menunjukan prediksi tentang apa yang "bakal" (*would*) ditawarkan penyedia jasa, namun justru lebih pada apa yang harus (*should*) ditawarkan.

Kontribusi lain dari paper Parasuraman, et al. (1998) adalah dirangkumnya dimensi kualitas jasa dari yang semula 10 faktor menjadi 5 faktor (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik)…

(Tjiptono, 2016:153) Menurut Tjiptono (2016:137):

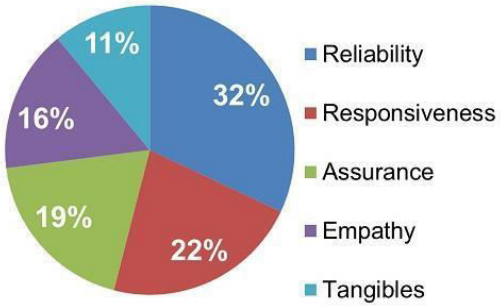
Dalam riset selanjutnya, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) menemukan adanya *overlapping* diantara beberapa dimensi diatas. Oleh Karena itu, mereka menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan diintegrasikan menjadi empati (*empathy*). Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. RELIABILITAS (*RELIABILITY*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. DAYA TANGGAP (*RESPONSIVENESS*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. JAMINAN (*ASSURANCE*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan

dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

4. EMPATI (*EMPATHY*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. BUKTI FISIK (*TANGIBLES*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Berikut ini adalah gambar dari bobot dari setiap dimensi *Servqual*:



Gambar 2.1. Bobot Setiap Dimensi

Dalam upaya membuktikan Hipotesis, peneliti harus terlebih dahulu mencari nilai Q. Nilai Q dapat diperoleh dengan rumus:

= − …….....(2.1)

Dimana :
Q = Kualitas Pelayanan Pelanggan
E = Harapan Pelanggan atas Kualitas Pelayanan P
= Pelayanan yang sesungguhnya diterima

Cara Menguji Hipotesis

Selepas kuisioner disebar, buatlah tabel perhitungan sebagai berikut:

Tabel 2.1. Cara Menguji Hipotesis

Responden	PS	ES	PS-ES
1	Mean 1	Mean 1	x̄ ps1 - x̄ es1
2	Mean 2	Mean 2	x̄ ps2 - x̄ es2
3	Mean 3	Mean 3	x̄ ps3 - x̄ es3
…	…	…	…
n	Mean n	Mean n	x̄ psn - x̄ esn
	x̄ PS	x̄ ES	x̄ PS - x̄ ES

Dimana :
PS = Perceived Service
ES = Expected Service
x̄ PS = Rata-rata Pelayanan Diterima (PS)
x̄ ES = Rata-rata Harapan (ES)
x̄ PS - x̄ ES = Kesenjangan Harapan dengan Pelayanan Diterima (Q)

Interpretasi hasil perhitungan sebagai berikut:
Jika x̄ PS- x̄ ES < 0 maka PS < ES; pelanggan kurang puas atas pelayanan yang diterima;
Jika x̄ PS- x̄ ES = 0 maka PS = ES; pelanggan puas atas pelayanan yang diterima;
Jika x̄ PS- x̄ ES > 0 maka PS > ES; pelanggan lebih dari puas atas pelayanan yang diterima atau mengalami kondisi ideal.

2.4. PHP

PHP adalah singkatan dari "PHP: Hypertext Prepocessor", yaitu bahasa pemrograman yang digunakan secara luas untuk penanganan pembuatan dan pengembangan sebuah situs web dan bisa digunakan bersamaan dengan HTML. PHP diciptakan oleh Rasmus Lerdorf pertama kali tahun 1994. Pada awalnya PHP adalah singkatan dari "Personal Home Page Tools". Selanjutnya diganti menjadi FI ("Forms Interpreter"). Sejak versi 3.0, nama bahasa ini diubah menjadi "PHP: Hypertext Prepocessor" dengan singkatannya "PHP". PHP versi terbaru adalah versi ke-5.

3. Analisis dan Perancangan

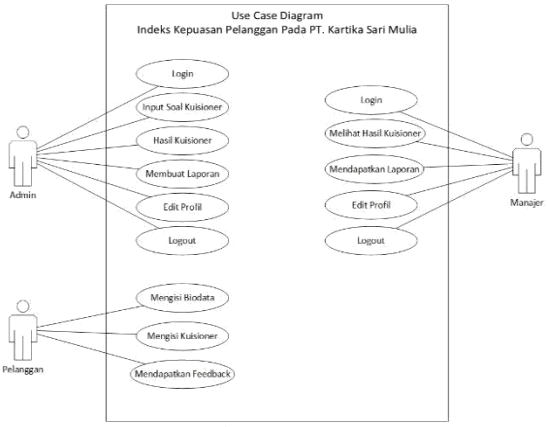
Dalam analisis dan perancangan akan membahas tentang seperti apa analisa dan perancangan dari aplikasi ini

3.1. Analisis Sistem

Analisis sistem merupakan sebuah penjabaran tentang komponen yang dibutuhkan oleh sistem, baik itu analisa data, analisa pengguna, input atau output sistem, kebutuhan perangkat lunak maupun perangkat keras. Serta membahas tentang gambaran umum dari sistem yang akan dibuat.

3.2. Gambaran Umum Aplikasi

Sistem informasi indeks kepuasan pelanggan yaitu aplikasi berbasis website yang bertujuan membantu memperoleh informasi adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tehadap pelayanan dan kinerja PT. Kartika Sari Mulia. Aplikasi ini berbasis website dan menggunakan bahasa pemograman PHP. Dalam aplikasi indeks kepuasan pelanggan ini mempunyai 3 hak akses, yaitu admin, pelanggan, dan manajer. Admin yang menentukan soal-soal kuisioner dan sebagai pemegang hak me-*manage* aplikasi ini.. *usecase* dari sistem dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 3.1 *Usecase*

3.3. Perancangan Sistem

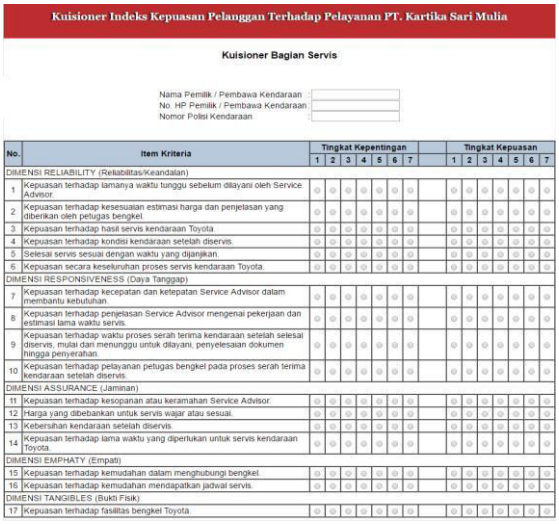
Perancangan sistem adalah proses pembuatan sistem berdasarkan rekomendasi dari kebutuhan sistem yang dibuat. Perancangan membuat berbagai uraian mengenai data, proses dan *interface* dari sistem yang akan dibangun.

4. Implementasi

4.1. Implementasi *Interface*

Pada implementasi *interface* menggambarkan tampilan sistem yang sudah dibuat. Berikut ini adalah tampilan dari sistem informasi indeks kepuasan pelanggan pada PT. Kartika Sari Mulia.

1. Halaman Kuisioner

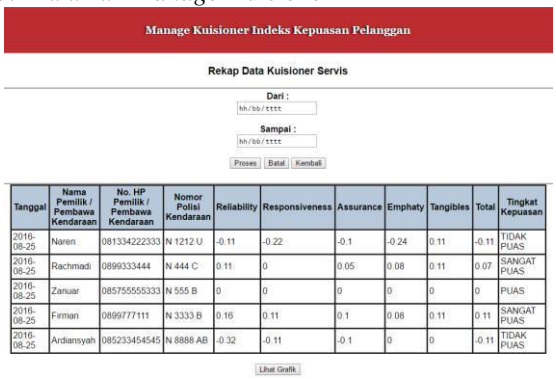


Gambar 4.1 Halaman Kuisioner

2. Halaman *Feedback*

Gambar 4.2 Halaman *Feedback*

3. Halaman *Manage* Kuisioner

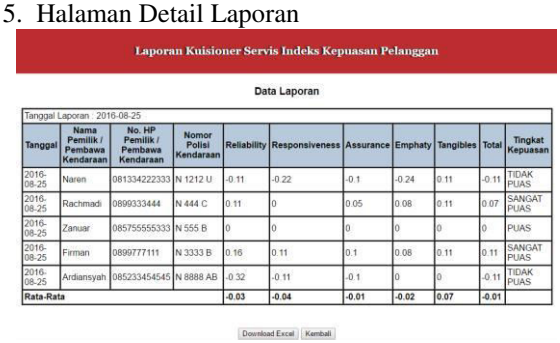


Gambar 4.1 Halaman *Manage* Kuisioner

4. Halaman Grafik

Gambar 4.4 Halaman Grafik

5. Halaman Detail Laporan



Gambar 4.2 Halaman Detail Laporan

5. Uji Coba dan Pembahasan

Pada bab pengujian dan pembahasan ini akan dilakukan tahapan untuk menguji hasil dari implementasi sistem yang telah dibuat.

5.1. Pengujian Sistem

Pengujian sistem dilakukan dengan cara menjalankan aplikasi dan mencoba semua fungsi yang ada dalam sistem untuk mengetahui menu atau fitur mana yang sudah berfungsi dengan baik maupun yang tidak berfungsi sesuai dengan sebagaimana mestinya.

5.2. Pengujian Hasil Diagnosa Dengan Microsoft Excel

Pada pengujian ini, pengujian dilakukan dengan cara membandingkan hasil akhir dari nilai tiap dimensi dengan hasil akhir nilai tiap dimensi yang ada di sistem. Dari pengujian tersebut tingkat akurasi dari perbandingan tersebut yaitu sekitar 98%.

6. Kesimpulan

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang ditulis dalam laporan skripsi ini maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Sistem yang telah dibuat dapat menampilkan kuisioner penilaian kinerja PT. Kartika Sari Mulia yang diperuntukkan untuk pelanggan yang hasil penilaiannya kemudian disimpan di database.
2. Sistem dapat merekap seluruh hasil penilaian pelanggan, dan hasil rekapan tersebut digunakan untuk membuat laporan.
3. Sistem yang telah dibuat dapat memudahkan pekerjaan admin untuk membuat laporan penilaian dari pelanggan sesuai periode yang diinginkan.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini ada beberapa hal yang disarankan yaitu:

1. Sistem ini diharapkan bisa berkembang dan bisa *support* ke semua *device*, termasuk *mobile device* (*browser* yang ada di *mobile device*) seperti android dan iOS. Sehingga pengguna memiliki banyak opsi untuk hal mengakses sistem ini dan mempermudahkan bagi pengguna.
2. Sistem ini juga dapat memperbarui data-data yang mengenai indeks kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka:

Agung. 2013. *"Sistem Informasi Pengelolaan Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Layanan Publik Dengan Metode Scoring"*. Skripsi Program Studi Teknik Informatika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Surabaya.

Andre. 2012. Tutorial Belajar MySQL Part 5: Pengertian SQL (Structured Query Language). [Online] Tersedia: http://www.duniailkom.com/tutorial-mysql-pengertian-sql-structured-query-language/. [10 desember 2015]

Arlen. 2008. "The 5 Service Dimensions All Customers Care About". [Online] Tersedia: http://www.serviceperformance.com/the-5-service-dimensions-all-customers-care-about/. [12 April 2016]

Ayu dkk. 2013. "Rancang Bangun Aplikasi Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Lovely Corpin Tour & Travel Surabaya". Jurnal Sistem Informasi STIKOM.

Dudung. 2015. 12 Pengertian Dan Fungsi Sistem Informasi Menurut Para Ahli. [Online] Tersedia: http://www.dosenpendidikan.com/12-pengertian-dan-fungsi-sistem-informasi-menurut-para-ahli/. [5 desember 2015]

Ghurobi. 2014. Metode Pengukuran Kualitas Pelyanan Publik. [Online] Tersedia: http://ghurobi0ne-fisip10.web.unair.ac.id/artikel_detail-92320-Umum-Metode%20Pengukuran%20Kualitas%20Pelyanan%20Publik.html. [7 desember 2015]

Mul. Metode Servqual. [Online] Tersedia: https://www.scribd.com/doc/84307846/Metode-Servqual. [7 desember 2015]

Larasati dan Harihayati. 2013. "Sistem Evaluasi Penyelenggaraan Pelatihan Menggunakan Servqual". Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA). Parasuraman, A., et all. 1998. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality".

Rasjid. 2014. Bahasa Pemrograman Populer PHP. [Online] Tersedia: http://www.ubaya.ac.id/2014/content/articles_detail/144/Bahasa-Pemrograman-populer-PHP.html. [10 desember 2015]

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016. Service, Quality dan Satisfaction. Yogyakarta: Penerbit ANDI Yogyakarta