



## **Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Terhadap Keluhan Pelanggan PT Kawasan Berikat Nusantara (Persero)**

**Jajang Suwito, Eva Zuraidah\***

Teknologi Informatika, Prodi Sistem Informasi, Universitas Nusa Mandiri, Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1</sup>jajang.suwito92@gmail.com, <sup>2,\*</sup>eva.evz@nusamandiri.ac.id

**Abstrak**—PT.Kawasan Berikat Nusantara (Persero) merupakan perusahaan yang mengelola kawasan industri berstatus kawasan berikat (Export Processing Zone). Permasalahan yang ada dalam perusahaan sistem masih dilakukan secara lambat dalam penanganan pelayanan keluhan pelanggan secara langsung, prosedur yang belum maksimal untuk memberikan informasi kepada pelanggan dikarenakan kurangnya pengetahuan langkah langkah atau prosedur ada, dan masih harus memakai surat menyurat, serta tidak ada solusi yang jelas untuk pemecahannya dan semua keluhan hanya ditampung dengan membuat surat, setelah surat dibuat untuuk ditanda tangani oleh pimpinan memakan waktu yang lama dan tidak efisien, apabila dibutuhkan oleh staff pada masing-masing department yang memerlukan, cara mengatasi keluhan dari pelanggan akan sangat memperlambat proses penangan keluhan pelanggan, jadi pelanggan kesal. Hasil Penelitian diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa nilai gap persepsi dan nilai gap harapan dari Tangible : kenyataan bernilai 3,75, nilai harapan 4,32 dan gapnya -0,57. Responsiviess : nilai kenyataan : 3,85, nilai harapan 4,37 niali gapnya - 0,51, Assurance nilai kenyataan 3,61 nilai harapannya 4,45 dan nilai gapnya -0,85. Reliability : nilai kenyataannya3,87 sedangkan nilai harapannya 4,44 nilai gapnya - 0,57. Empaty nilai kenyataan 4,05 , nilai harapannya 4,44 nilai gap sebesar -0,39. Dari hasil ini maka untuk PT Kawasan Berikat Nusantara (Persero) juga dapat dilihat dar 5 dimensi servqual memiliki nilai kepuasan sebesar nilai persepsi 3,828 , dan nilai harapan 4,4.2 sehingga terdapat -0,575 Gap ini terjadi akibat tidak terpenuhinya pengaruh harapan kwalitas pelayanan untuk pelanggan dilakukan oleh karyawan PT Kawasan Berikat Nusanatara (Persero) yang harus diperhatikan adalah bahwa semua dimensi memiliki nilai gap negatif. Reliability merupakan peringkat pertama dengan hasil nilai Gap -0,85.

**Kata Kunci:** Servqual; Gap; PT Kawasan Berikat Nusantara; Kualitas Pelayanan

**Abstract**—PT.Kawasan Bonded Nusantara (Persero) is a company that manages an industrial area with the status of a bonded zone (Export Processing Zone). The problems that exist in the system company are still carried out slowly in handling customer complaint services directly, procedures that are not optimal to provide information to customers due to lack of knowledge of steps or procedures exist, and still have to use correspondence, and there is no clear solution to solve the problem. the solution and all complaints are only accommodated by making a letter, after the letter is made to be signed by the leadership it takes a long time and is inefficient, if needed by the staff in each department that requires it, how to deal with complaints from customers will greatly slow down the process of handling customer complaints , so customers are upset. From the results of the research above, the researcher concludes that the value of the perception gap and the value of the expectation gap from Tangible: the reality is worth 3.75, the expected value is 4.32 and the gap is -0.57. Responsiveness: reality value: 3.85, expectation value 4.37, gap value -0.51, Assurance reality value 3.61, expectation value 4.45 and gap value -0.85. Reliability: the actual value is 3.87 while the expected value is 4.44 the gap value is - 0.57. Empathy, the reality value is 4.05, the expected value is 4.44, the gap value is -0.39. From these results, for PT Kawasan Berikat Nusantara (Persero) it can also be seen from the 5 dimensions that servqual has a satisfaction value of 3.828, and an expectation value of 4.4.2 so that there is -0.575 This gap occurs due to the non-fulfillment of the influence of service quality expectations for customers. by employees of PT Kawasan Berikat Nusanatara (Persero) which must be considered is that all dimensions have negative gap values. Reliability is the first rank with a Gap value of -0.85.

**Keywords:** Servqual; Gap; PT Kawasan Berikat Nusantara; Quality of Service

### **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang jasa maupun di bidang non jasa. Sejak berkembangnya perekonomian yang secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat, baik di pasar domestik dan juga pasar internasional. Oleh karena itu dalam persaingan yang demikian , perusahaan dituntut untuk dapat memuaskan pelanggan dengan menciptakan produk jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dan penerapan fungsi dari kualitas adapun tujuan untuk mengetahui persepsi konsumen pada metode *servqual*, untuk mengetahui nilai *servqual* gap antara persepsi dan harapan konsumen, serta untuk meningkatkan kualitas pelayanan sesuai kebutuhan , keinginan konsumen menggunakan metode penyebaran fungsi kualitas, menunjukkan semakin tinggi nilai kinerja kepuasan pelanggan maka tingkat persepsi konsumen terhadap atribut oleh responden, dari nilai *servqual* gap diperoleh nilai tertinggi pada pegawai yang memiliki kompetensi dan profesional melayani pelanggan, meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, perusahaan harus melakukan beberapa perbaikan, antara lain: lokasi perusahaan harus mudah dijangkau konsumen, penyediaan *checklist* pembersihan, rutin pelatihan kepada karyawan, dan pelayanan yang baik dari karyawan kepada konsumen (Efendi, n.d.).

Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan untuk kepuasan pelanggan, serta loyalitas terhadap Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori, analisis dalam hal ini penelitiannya yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM), sedangkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiganya saling mempengaruhi. Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan penanganan pengaduan(Martwi et al., 2019).



Kualitas pelayanan : suatu tingkat keunggulan yang sangat diharapkan oleh perusahaan dalam pengendalian atas tingkat suatu keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan, jika pelayanan yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan yang diinginkan atau melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik, ideal dan sangat memuaskan (Susepti & dkk, 2017).

Kepuasan Pelanggan adalah suatu pengukuran / indikator dimana pelanggan atau yang menggunakan produk dari perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang akan menerima dengan baik. Kepuasan Pelanggan adalah Perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima) (Fatihudin, 2019)

Untuk mengetahui juga menganalisis sejauh mana pengaruh dari kualitas layanan yang melalui dalam metode *servqual* terhadap loyalitas pelanggan pada suatu perusahaan, serta menganalisis variabel apa saja dari kualitas layanan yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan, Untuk mendapatkan tujuan maka digunakan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah : uji instrument penelitian (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, serta uji heterokedastisitas), analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis, dimana hasil analisis regresi linear berganda, maka dapat menghasilkan kualitas layanan yang terdiri bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan, ada pun dari hasil pengujian koefisien secara parsial (uji t) maka dapat menghasilkan variabel yang sangat paling berpengaruh terhadap dalam loyalitas pelanggan dalam perusahaan adalah daya responsiveness. (Tiong, 2018).

Metode ini digunakan untuk mengukur kepuasan layanan jasa dengan pendekatan user-based approach dengan dimensi-dimensi (*Tangible, Reliability, Responsivness, Assurance, Empathy*) (Kristianto et al., 2020), terhadap kualitas layanan serta kepuasan dengan Pengguna SMART Unilak di layanan PDPT Unilak dengan memakai kateria tertentu. Penelitian teknik sampling yang digunakan yaitu *Nonprobability* sampling dengan teknik purposive sampling mempunyai kriteria yang sudah ditetapkan terdiri mahasiswa aktif, yang pernah menggunakan *Smart Unilak* pernah berhubungan langsung dengan layanan Unilak, untuk hasil dari uji korelasi akan memperlihatkan hubungan positif serta signifikan dari 5 variabel bebas, yaitu *metode servqual* dari kualitas layanan sistem informasi SMART Unilak. Kontribusi dalam metode *Servqual* untuk menambah Kualitas Layanan pada perusahaan, hasil menunjukkan masih kurang baik pada kualitas dari menggunakan metode *servqual*, serta tingkat kepuasan pengguna terhadap kualitas layanan sistem informasi SMART Unilak pada Unilak masih kurang memuaskan (Djusrar et al., 2020).

Metode *Service Quality (servqual)* untuk pengukuran kualitas jasa dalam suatu model *Servqual* ini didasarkan pada skala multiitem dimana yang dirancang untuk mengukur menghasilkan harapan dan persepsi pelanggan dengan baik. Gap diantaranya pada lima dimensi kualitas jasa yaitu (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, dan Tangibles*), kelima dimensi kualitas tersebut dapat dijabarkan dalam beberapa butir pertanyaan untuk atribut yang akan menghasilkan harapan dan variabel persepsi berdasarkan skala *likert* (Firliana et al., 2016).

Perspektif internal diidentifikasi dengan bebas kesalahan dan melakukan dengan benar saat pertama kali serta menyesuaikan dengan permintaan sedangkan perspektif eksternal digunakan untuk memahami apa yang diharapkan responden, dirasakan responden, dan kepuasan responden, yang pengukurannya menggunakan *servqual* yaitu suatu peralatan untuk mengukur kualitas dari pelayanan oleh sebuah informasi dari penyedia layanan (Putra, 2018).

PT. Kawasan Berikat Nusantara (Persero) merupakan sebuah perusahaan yang mengelola kawasan industri berstatus kawasan berikat (*Export Processing Zone*) maupun non berikat. Kawasan berikat yaitu dimana wilayah tertentu didalam pabean Indonesia yang salah satu dari prasarana dalam menunjang pengembangan ekonomi pada saat ini dimana dengan menggunakan lokasi tertentu untuk meningkatkan industri pengolahan ekspor yang mendapat intensif yaitu pembebasan dalam bea masuk dan pungutan pajak dari negara lainnya. Perusahaan menyadari adanya kualitas dari pelayanan dan kepuasan pelanggan ialah aspek yang vital dalam rangka bertahan melakukan bisnis dan juga bisa memenangkan persaingan. Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggannya. Kepuasan pelanggan akan menjadi keunggulan kompetitif ataupun bisa menjadi boomerang dimana dapat menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis. Pihak manajemen dituntut untuk terus memperbaiki kualitas dari pelayanan dengan memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan semua pelanggannya. Perusahaan harus mampu merancang pelayanan terhadap pelanggan sehingga pelanggan selalu merasa terpuaskan dan perusahaan perlu menempuh hal tersebut untuk mencapai profitabilitas yang tinggi. Permasalahan yang ada dalam perusahaan system saat ini masih dilakukan masih secara lambat dalam penanganan pelayanan keluhan pelanggan secara langsung, prosedur yang belum maksimal untuk memberikan informasi kepada pelanggan dikarenakan kurangnya pengetahuan langkah langkah atau prosedur ada, dan masih harus memakai surat menyurat, serta tidak ada solusi yang jelas untuk pemecahannya dan semua keluhan hanya ditampung dengan membuat surat, setelah surat dibuat untuuk ditantangi oleh pimpinan memakan waktu yang lama dan tidak efisien, apabila dibutuhkan oleh staff pada masing-masing *department* yang memerlukan, cara mengatasi keluhan dari pelanggan akan sangat memperlambat proses penanganan keluhan pelanggan, jadi pelanggan kesal.

Importance Performance Analysis (IPA) adalah adalah sebuah alat bantu yang pada dasarnya, digunakan untuk membuat perbandingan kinerja atau pelayanan yang dirasakan pengguna jasa terhadap tingkat kepuasannya. Hasil dari metode ini ialah dengan menunjukkan diagram scater dari Importance Performance Analysis yang mempunyai banyak kriteria ada pada 4 kuadran. Kuadran tersebut adalah kuadran I (Prioritas Utama), kuadran II (Pertahankan Prestasi), kuadran III (Prioritas Rendah), dan kuadran IV (Berlebihan) (Siyamto, 2017).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Arikunto, 2020).

Komplain itu sebenarnya merupakan bagian dari bentuk suatu komunikasi yang adanya sebuah informasi atau komplain dari pelanggan tentang ke tidak sesuaian yang dirasakan pihak kedua yang menerima sebuah jasa atau produk. Komplain itu sebenarnya dibutuhkan oleh perusahaan, untuk mengetahui seberapa adanya kekurangan didalam produksi, dan komplain akan menghasilkan sebuah informasi, apa suatu informasi positif atau informasi negatif (Muhammad Anang Firmansyah, 2020).

Salah satu mengukur validitas dengan sebuah kuesioner adalah validitas konstruk (*construct validity*). Pemahaman ini sebuah kuesioner berisi tentang beberapa pertanyaan yang akan mengukur suatu hal yang dapat dikatakan valid jika setiap butir pertanyaan tersebut keterkaitannya tinggi. Keterkaitan dalam butir pertanyaan ini biasanya bisa digambarkan dengan korelasi jawaban antar pertanyaan. Butir pertanyaan yang memiliki korelasi rendah dengan pertanyaan lain dinyatakan tidak valid (Ovan and A. Saputra, 2020).

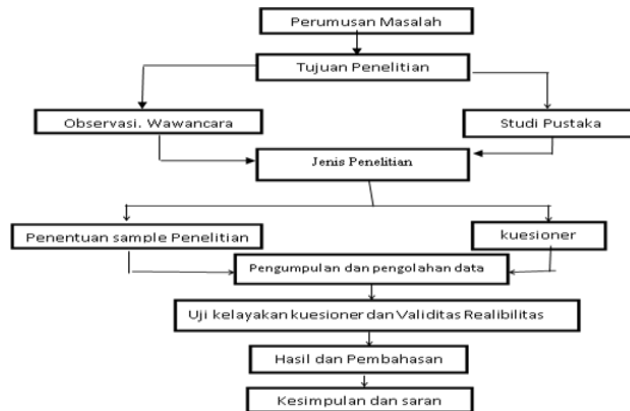
Loyalitas adalah Suatu komitmen kepada pelanggan untuk bisa bertahan secara mendalam dan baik untuk bisa berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasayang diinginkan, terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, pengaruh pada situasi yang sama dan usaha usaha pemasaran mempunyai potensi akan menyebabkan perubahan perilaku yang berbeda (Hurriyati, 2020).

Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan *variable tangibles, realibility, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sucofindo Batam. Populasi didalam penelitian ini adalah *customer* PT. Sucofindo Batam atau customer yang menggunakan jasa PT. Sucofindo Batam. Jumlah sample yang didapatkan dalam perhitungan penelitian ini sebanyak 80 responden dengan metode *Probability Sampling*. Dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara keseluruhan sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan PT. Sucofindo Batam (Lubis & Andayani, 2018)

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

### 2.1 Tahapan Penelitian

Berikut merupakan tahapan dari penelitian yang penulis lakukan.



**Gambar 1.** Tahapan Penelitian

#### a. Tahapan Observasi

Pada tahapan observasi ini merupakan suatu aktivitas suatu pengamatan terhadap yang ingin diteliti dengan mengumpulkan data yang di perlukan, serta mengamati langsung pada pelayanan, juga penanganan pada pelanggan di PT Kawasan Berikat Nusantara Persero.

#### b. Tahapan Studi Pustaka

Pada studi pustaka yang dilakukan dengan cara mengambil sumber sumber yang dapat menunjang hasil dari laporan nantinya dan pengumpulan data, buku buku referensi dan jurnal secara *online*.

#### c. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan angket. Angket atau kuesioner teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden untuk dijawabnya. Dan kemudian di olah menggunakan pengukuran metode *servqual* yakni terhadap persepsi dan harapan terhadap pelayanan yang diterima pelanggan

### 2.2 Sampel Penelitian

Dalam Pengambilan sampel dengan menyebarkan kuisioner kepada pelanggan yang datang ke perusahaan menyampaikan keluhan sebanyak 100 responden untuk mewakili dari populasi yang ada keseluruhan. Dalam penelitian ini penulis dapat menggunakan *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*.

### 2.3 Metode Servqual

Dalam penilaian kualitas pelayanan dengan menggunakan model *Servqual* untuk mencakup perhitungan diantara perbedaan nilai yang di berikan pengguna dalam setiap pernyataan yang berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor *Servqual* untuk setiap pernyataan dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Skor Servqual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \quad (1)$$

### 2.4 Uji Validitasi

Uji validitas dapat dilakukan dengan adanya membandingkan nilai *r* hitung (*corrected item total correlation*) dengan *r* tabelnya. Apabila nilai *r* hitung > *r* tabel dan nilai *r* positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan *valid*. Rumus yang digunakan untuk menghitung uji validitas adalah korelasi *product moment* yang dituliskan dengan rumus:

$$r = \frac{N(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[N\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][N\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}} \quad (2)$$

Diketahui:

*r* = Koefisien korelasi

*N* = Jumlah Subjek (responden)

$\sum X$  = Jumlah x (skor butir)

$\sum X^2$  = Jumlah skor butir kuadrat

$\sum Y$  = Jumlah Y (skor faktor)

$\sum Y^2$  = Jumlah skor faktor kuadrat

$\sum XY$  = Jumlah perkalian x & y

### 2.5 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah suatu instrumen yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengolahan data yang didapat dalam instrument perhitungan sudah cukup baik. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_n = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^n s_i^2}{s_t^2} \right) \quad (3)$$

$r_n$  = Koefisien reabilitas

*n* = Banyaknya butir soal

$s_i^2$  = Varians skor soal ke-*i*

$s_t^2$  = Varians skor total

### 2.6 Importance Performance Analysis (IPA)

Dengan menganalisis tingkat kepentingan dan kepuasan bisa menghasilkan suatu diagram kartesius yang dapat menunjukkan letak unsur-unsur yang dianggap mempengaruhi suatu kepuasan. Menurut J supranto sumbu mendatar (*x*) dalam diagram kartesius memuat nilai rata-rata skor kepuasan (*performance*), sedangkan sumbu tegak (*Y*) memuat nilai rata-rata skor kepentingan (*importance*) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$X_i = \frac{\sum x_i}{n} \quad \text{dan} \quad Y_i = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (4)$$

Dimana:

*X<sub>i</sub>* : rata-rata skor tingkat kepuasan

*Y<sub>i</sub>* : rata-rata skor tingkat kepentingan

$\sum X_i$  : Total skor untuk tingkat kepuasan

$\sum Y_i$  : Total skor untuk tingkat kepentingan

*N* : Jumlah responden

Dimana *x* merupakan rata-rata dari skor tingkat kepuasan seluruh atribut dan *y* merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan dari seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Maka rumus selanjutnya adalah :

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n X}{K} \quad \text{dan} \quad Y = \frac{\sum_{i=1}^n Y}{K} \quad (5)$$

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Metode Analisis Data

Metode analisis data akan membahas hasil penelitian dan membahas langkah-langkah pengolahan data menggunakan metode *service quality (servqual)*. Variabel penelitian diperoleh berdasarkan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT Kawasan Berikat Nusantara yang kemudian dikelompokkan berdasarkan lima dimensi yaitu *tangible, reliability,*



*responsiveness, assurance, dan empty*. Kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan PT Kawasan Berikat Nusantara Persero kemudian dilakukan pengolahan jawabann dari harapan dan kenyataan jasa yang diterima

**Tabel 1.** Rekapitulasi Harapan Pelanggan

Pertanyaan	Jumlah Jawaban					TOTAL
	Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
	1	2	3	4	5	
Y1	1	0	5	60	34	100
Y2	1	1	6	50	42	100
Y3	3	0	7	50	40	100
Y4	1	0	0	48	51	100
Y5	1	0	12	49	38	100
Y6	2	0	3	52	43	100
Y7	1	0	5	52	42	100
Y8	1	0	6	49	44	100
Y9	1	0	1	53	45	100
Y10	2	1	2	54	41	100
Y11	1	2	3	44	50	100
Y12	1	1	3	53	42	100
Y13	1	0	6	42	51	100
Y14	1	1	6	44	48	100
Y15	3	0	9	35	53	100
Y16	2	0	4	51	43	100
Y17	1	0	3	48	48	100
Y18	2	0	1	43	54	100
Y19	2	1	7	38	52	100
Y20	4	0	14	42	40	100
Y21	1	0	3	46	50	100
Y22	2	2	3	53	40	100
Y23	2	0	1	43	54	100
Y24	2	1	7	38	52	100
Y25	4	0	14	42	40	100
Y26	1	2	3	44	50	100
Y27	1	1	6	50	42	100
Y28	3	0	7	50	40	100
Y29	1	0	0	48	51	100
Y30	1	2	3	44	50	100
Y31	1	1	3	53	42	100

**Tabel 2.** Rekapitulasi Kenyataan Pelanggan

Pertanyaan	Jumlah Jawaban					TOTAL
	Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
	1	2	3	4	5	
X1	7	18	17	42	16	100
X2	4	34	20	22	20	100
X3	2	7	13	61	17	100
X4	1	1	10	59	29	100
X5	4	6	12	29	49	100
X6	1	10	8	50	31	100
X7	1	15	20	33	31	100
X8	1	25	18	34	22	100
X9	1	8	6	56	29	100
X10	1	6	22	55	16	100
X11	1	22	5	44	28	100
X12	2	5	8	56	29	100
X13	3	8	21	42	26	100
X14	1	5	11	65	18	100
X15	10	22	16	31	21	100



Pertanyaan	Jumlah Jawaban					TOTAL
	Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
	1	2	3	4	5	
X16	1	8	13	59	19	100
X17	1	4	10	64	21	100
X18	2	21	15	45	17	100
X19	5	27	19	29	20	100
X20	21	3	14	45	17	100
X21	2	13	11	47	27	100
X22	1	6	10	63	20	100
X23	1	4	14	56	25	100
X24	1	4	10	64	21	100
X25	2	21	15	45	17	100
X26	1	1	10	59	29	100
X27	4	12	29	29	49	123
X28	1	10	8	50	31	100
X29	1	15	20	33	31	100
X30	1	4	10	64	21	100
X31	2	21	15	45	17	100

Setelah dilakukan uji validitas untuk semua skor item pertanyaan di dapati hasil nilai dengan jumlah sampel menggunakan taraf signifikan 5 % dan N =100 dengan rumus  $df = n-2$  yaitu 98. Setelah melakukan perhitungan maka diperoleh r tabel sebesar 0,195. Untuk mengetahui kuesioner tersebut valid atau tidak, maka dilakukan perbandingan antara r tabel dengan r hitung. Jika r hitung > r tabel maka kuesioner tersebut dikatakan valid, dan begitu juga sebaliknya. Berikut hasil perhitungan data uji validitas Harapan dan kenyataan atau persepsi pelanggan:

**Tabel 3.** Hasil Uji Validasi Harapan

<i>Variabele Pertanyaan Kualitas pelayanan</i>	r hitungan harapan	r tabel	Ket
Fasilitas air bersih, Listrik, ketersediaan Lahan Parkir yang luas pada PT Kawasan Berikat Nusantara yang madai	0,806	0,195	Valid
Lengkapnya fasilitas keamanan yang cukup lengkap untuk melayani permasalahan yang ada	0,799	0,195	Valid
Peralatan seperti hidran yang di gunakan bisa mendukung kenyamanan	0,772	0,195	Valid
Ketersediaan tempat ibadah, Parkir, Lingkungan disekitar gedung bersih	0,541	0,195	Valid
Kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, Pembedaan hasil cctv secara berkala	0,541	0,195	Valid
Terdapat plank Informasi lokasi yang dengan jelas	0,825	0,195	Valid
Terdapat cctv yang berfungsi selama 24 jam setiap gedung	0,817	0,195	Valid
Terdapat adanya peralatan pendukung untuk keamanan yang memuaskan	0,773	0,195	Valid
Bila ada kerusakan pada peralatan dalam gedung di tangani dengan cepat	0,799	0,195	Valid
Jika ada pemadaman listrik yang di lakukan penanganan dengan cepat	0,788	0,195	Valid
Karyawan dengan cepatnya menangan setelah laporan masuk kekantor PT Kawasan Berikat Nusantara (Persero)	0,811	0,195	Valid
Penjagaan keamanan pada gedung sudah mencakup semuanya	0,895	0,195	Valid
Karyawan Pada PT Kawasan Berikat Nusantara yang sopan, rapi, ramah dalam menghadapi keluhan pelanggan	0,774	0,195	Valid
Karyawan mempunyai ilmu pengetahuan yang dapat menanganin permasalahan keluhan pelanggan	0,820	0,195	Valid
Kecepatan karyawan dalam penyampaian informasi kepada pelanggan	0,680	0,195	Valid
Solusi yang diberikan oleh pegawai kepada pelanggan apakah cukup memuaskan.	0,831	0,195	Valid
Memberikan Jaminan keamanan dengan baik	0,709	0,195	Valid
Jangka waktu keamanan (24jam) yang di janjikan apakah sesuai dengan ditentukan	0,804	0,195	Valid
Selalu ada perbaikan fasilitas keamanan secara berkala	0,685	0,195	Valid
Selalu menyediakan stock air bersih seperti Pam	0,679	0,195	Valid
Keamanan yang ada harus disesuaikan SOP perusahaan	0,733	0,195	Valid
Penangan Listrik yang selalu 24 jam	0,789	0,195	Valid
Penanganan jika adanya respon yang cepat sesuai dengan keluhan	0,804	0,195	Valid
Memberikan pelayanan tepat waktu kepada pelanggan	0,685	0,195	Valid
Terdapat adanya jalan khusus untuk dalam keadaan darurat	0,679	0,195	Valid
Pada Setiap gedung tersedianya peta atau denah lokasi penataan ruangan	0,811	0,195	Valid



<i>Variabele Pertanyaan Kualitas pelayanan</i>	r hitungan harapan	r tabel	Ket
Dibuatnya kerjasama dengan pihak berwenang serta inverstor di kawasan lokasi	0,799	0,195	Valid
Setiap ada permasalahan dalam gedung bisa terselesaikan dengan baik	0,772	0,195	Valid
Setiap minggu diadanya keamanan dengan pelatihan khusus antara satpam investor dengan Keamanan PT Kawasan Berikat Nusantara	0,624	0,195	Valid
Pihak PT Kawasan Berikat Nusantara selalu memperhatikan keamanan sekitar gedung sekala berkala	0,811	0,195	Valid
Diadakan keamanan yang sangat mengutamakan kepentingan gedung	0,895	0,195	Valid

**Tabel 4.** Hasil Uji Validasi Persepsi

<i>Variabele Pertanyaan Kualitas pelayanan</i>	r hitungan harapan	r tabel	ket
Fasilitas air bersih, Listrik,ketersediaan Lahan Parkir yang luas pada PT Kawasan Berikat Nusantara yang madai	0,449	0,195	Valid
Lengkapnya fasilitas keamanan yang cukup lengkap untuk melayani permasalahan yang ada	0,664	0,195	Valid
Peralatan seperti hidran yang di gunakan bisa mendukung kenyamanan	0,357	0,195	Valid
Ketersediaan tempat ibadah , Parkir, Lingkungan disekitar gedung bersih	0,677	0,195	Valid
Kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, Pembedakan hasil cctv secara berkala	0,279	0,195	Valid
Terdapat plank Informasi lokasi yang dengan jelas	0,195	0,195	Valid
Terdapat cctv yang berfungsi selama 24 jam setiap gedung	0,786	0,195	Valid
Terdapat adanya peralatan pendukung untuk keamanan yang memuaskan	0,742	0,195	Valid
Bila ada kerusakan pada peralatan dalam gedung di tangani dengan cepat	0,709	0,195	Valid
Jika ada pemadaman listrik yang di lakukan penanganan dengan cepat	0,619	0,195	Valid
Karyawan dengan cepatnya menangan setelah laporan masuk kekantor PT Kawasan Berikat Nusantara ( Persero)	0,763	0,195	Valid
Penjagaan keamanan pada gedung sudah mencakup semuanya	0,713	0,195	Valid
Kayawan Pada PT Kawasan Berikat Nusantara yang sopan, rapi, ramah dalam menghadapi keluhan pelanggan	0,716	0,195	Valid
Karyawan mempunyai ilmu pengetahuan yang dapat menanganin permasalahan keluhan pelanggan	0,546	0,195	Valid
Kecepatan karyawan dalam penyampai informasi kepada pelanggan	0,722	0,195	Valid
Solusi yang diberikan oleh pegawai kepada pelanggan apakah cukup memuaskan.	0,621	0,195	Valid
Memberikan Jaminan keamanan dengan baik	0,708	0,195	Valid
Jangka waktu keamanan (24jam) yang di janjikan apakah sesuai dengan ditentukan	0,742	0,195	Valid
Selalu ada perbaikan fasilitas keamana secara berkala	0,716	0,195	Valid
Selalu menyediakan stock air bersih seperti Pam	0,695	0,195	Valid
Keamanan yang ada harus disesuaikan SOP perusahaan	0,698	0,195	Valid
Penangan Listrik yang selalu 24 jam	0,612	0,195	Valid
Penanganan jika adanya respon yang cepat sesuai dengan keluhan	0,453	0,195	Valid
Memberikan pelayanan tepat waktu kepada pelanggan	0,708	0,195	Valid
Terdapat adanya jalan khusus untuk dalam keadaan darurat	0,742	0,195	Valid
Pada Setiap gedung tersedianya peta atau denah lokasi penataan ruangan	0,677	0,195	Valid
Dibuatnya kerjasama dengan pihak berwenang serta inverstor di kawasan lokasi	0,279	0,195	Valid
Setiap ada permasalahan dalam gedung bisa terselesaikan dengan baik	0,756	0,195	Valid
Setiap minggu diadanya keamanan dengan pelatihan khusus antara satpam investor dengan Keamanan PT Kawasan Berikat Nusantara	0,786	0,195	Valid
Pihak PT Kawasan Berikat Nusantara selalu memperhatikan keamanan sekitar gedung sekala berkala	0,708	0,195	Valid
Diadakan keamanan yang sangat mengutamakan kepentingan gedung	0,742	0,195	Valid

Hasil dari tabel maka dapat dikatakan bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan nilai positif dan masing masing pertanyaan diatas maka di nyatakan valid. Setelah dilakukan uji reliabilitas untuk melihat kenyataan konsisten dari jawabannya dari pertanyaan yang di dapat. Dibawah ini ada penelitian pelayanan kepuasan pelanggan dari PT Kawasan Berikat Nusantara ( Persero sebagai berikut:

**Tabel 5.** Kesimpulan Uji Realibilitas

Kuesioner	Cronbach's alpha	Keterangan
Harapan	0.993	Reliabel
Kenyataan/Persepsi	0.973	Reliabel

### 3.2 Perhitungan Nilai Harapan Pelanggan.

Perhitungan nilai harapan menunjukkan besarnya harapan pelanggan terhadap pengaruh kualitas pelayanan yang akan diterima oleh pelanggan. Berikut contoh perhitungan nilai harapan pelanggan untuk skor setiap item pertanyaan dari hasil rekapitulasi 100 responden.

$$\sum Y_i = (51 \times 5) + (48 \times 4) + (0 \times 3) + (0 \times 2) + (1 \times 1) = 255 + 192 + 0 + 0 + 1 = 448$$

$$Y_i = \frac{\sum X_i}{n} = \frac{448}{100} = 4,48$$

**Tabel 6.** Nilai Harapan Pelanggan

Pertanyaan	Nilai Sekor $\sum Y_i$	Nilai Harapan Pelanggan (Yi)
Y1	426	4,26
Y2	431	4,31
Y3	424	4,24
Y4	448	4,48
Y5	423	4,23
Y6	434	4,34
Y7	434	4,34
Y8	435	4,35
Y9	441	4,41
Y10	431	4,31
Y11	440	4,4
Y12	434	4,34
Y13	442	4,42
Y14	437	4,37
Y15	435	4,35
Y16	433	4,33
Y17	485	4,85
Y18	447	4,47
Y19	437	4,37
Y20	414	4,14
Y21	444	4,44
Y22	427	4,27
Y23	449	4,49
Y24	457	4,57
Y25	478	4,78
Y26	428	4,28
Y27	483	4,83
Y28	427	4,27
Y29	449	4,49
Y30	448	4,48
Y31	426	4,26

### 3.3 Perhitungan Nilai Kenyataa/Persepsi yang diterima Pelanggan

Nilai kenyataan menunjukkan nilai kualitas pelayanan yang diterima pelanggan. Berikut contoh perhitungan nilai persepsi/kenyataan pelanggan pada setiap skor item pertanyaan dari hasil rekapitulasi data 100 koresponden.

$$\sum X_i = (17 \times 5) + (61 \times 4) + (13 \times 3) + (7 \times 2) + (2 \times 1) = 85 + 244 + 39 + 14 + 2$$

$$X_i = \frac{\sum Y_i}{n} = \frac{384}{100} = 3,84$$

**Tabel 7.** Nilai Kenyataan Pelanggan

Pertanyaan	Nilai Skor $\sum X_i$	Nilai Kenyataan Pelanggan (Xi)
X1	342	3,42
X2	320	3,20
X3	384	3,84
X4	415	4,15
X5	413	4,13
X6	400	4,00
X7	378	3,78
X8	351	3,51
X9	404	4,04

Pertanyaan	Nilai Skor $\sum Xi$	Nilai Kenyataan Pelanggan (Xi)
X10	379	3,79
X11	397	3,97
X12	410	4,10
X13	380	3,80
X14	394	3,94
X15	331	3,31
X16	387	3,87
X17	400	4,00
X18	354	3,54
X19	332	3,32
X20	334	3,34
X21	384	3,84
X22	395	3,95
X23	400	4,00
X24	400	4,00
X25	354	3,54
X26	483	4,83
X27	413	4,13
X28	400	4,00
X29	378	3,78
X30	400	4,00
X31	354	3,54

### 3.4 R hitungan Nilai SERVQUAL

Nilai gap pertanyaan yang didapatkan dari nilai selisih dari nilai persepsi dan nilai harapan pelanggan. Perhitungan nilai tersebut digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT Kawasan Berikat Nusantara (Persero). Berikut merupakan hasil perhitungan nilai gap per item pertanyaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 8.** Nilai Servqual

Dimensi	Pernyataan	Skor Kenyataan	Skor Harapan	Gap (Servqual Score)
<i>Tangible</i>	1	3,42	4,26	-0,84
	2	3,20	4,31	-1,11
	3	3,84	4,24	-0,40
	4	4,15	4,48	-0,33
	5	4,13	4,23	-0,10
	6	4,00	4,34	-0,34
	7	3,78	4,34	-0,56
	8	3,51	4,35	-0,84
	9	4,04	4,41	-0,37
	10	3,79	4,31	-0,52
Responsiviness (Daya Tanggap)	11	3,97	4,40	-0,43
	12	4,10	4,34	-0,24
	13	3,80	4,42	-0,62
	14	3,94	4,37	-0,43
	15	3,31	4,35	-1,04
	16	3,87	4,33	-0,46
	17	4,00	4,85	-0,85
<i>Assurance</i>	18	3,54	4,47	-0,93
	19	3,32	4,37	-1,05
	20	3,34	4,14	-0,80
	21	3,84	4,44	-0,60
	22	3,95	4,27	-0,32
Reliability (Kehandalan)	23	4,00	4,49	-0,49

Dimensi	Pernyataan	Skor Kenyataan	Skor Harapan	Gap (Servqual Score)
Empaty	24	4,00	4,57	-0,57
	25	3,54	4,78	-1,24
	26	4,83	4,28	0,55
	27	4,13	4,83	-0,70
	28	4,00	4,27	-0,27
	29	3,78	4,49	-0,71
	30	4,00	4,48	-0,48
	31	3,54	4,26	-0,72
Rata Rata		3,828	4,402	-0,575
Gap Minimum				-1,24
Gap Maksimum				0,55

Dari hasil tabel diatas apat diketahui bahwa pengaruh kepuasan pelayanan pelanggan PT Kawasan Berikat Nusantara (Persero) juga dapat dilihat dar 5 dimensi servqual memiliki nilai kepuasan sebesar nilai persepsi 3,828 , dan nilai harapan 4,42 sehingga terdapat -0,575 Gap ini terjadi akibat tidak terpenuhinya pengaruh harapan pelayanan pelanggan dengan kualitas yang di lakukan oleh karyawan PT Kawasan Berikat Nusantara (Persero) .

### 3.5 Hasil Perhitungan Nilai Gap Berdasarkan Lima Dimensi *Servqual*

Perhitungan hasil gap antar dimensi servqual maka didapatkan gap sebagai berikut:

**Tabel 9.** Hasil Gap Lima Dimensi

Dimensi Servqual	Kenyataan	Harapan	Gap	Peringkat
<i>Tangible</i>	3,70	4,32	-0,57	3
<i>Responsiveness</i>	3,85	4,37	-0,51	4
<i>Reliability</i>	3,61	4,45	-0,85	1
<i>Assurance</i>	3,87	4,44	-0,57	2
<i>Emphaty</i>	4,05	4,44	-0,39	5
	Rata-rata		-0,575	

Pada tabel diatas merupakan hasil dari pengolahan data pada tiap dimensi dan dapat dilihat bahwa semua dimensi memiliki nilai gap negatif. *Reliability* merupakan peringkat pertama dengan hasil nilai Gap -0,85, peringkat kedua dimensi *Assuranc* dengan nilai Gap -0,57, kemudian peringkat ketiga dimensi *Tangible* dengan nilai Gap -0,57, peringkat ke empat dimensi *Responsiviness* dengan nilai Gap -0,51 dan kemudian dimensi dengan peringkat ke lima yaitu dimensi *Emphaty* dengan gap -0,39. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dimensi yang menjadi prioritas untuk diperbaiki adalah dimensi *Reliability*

### 3.6 Diagram IPA ((*Importance Performance Anlysi*))

#### 3.6.1 Skor rata-rata Tingkat Ke nyataan (X) dan Harapan (Y)

Dapat dihasilkan perhitungan nilai harapan (Y) dan kenyataan (X), kemudian akan dilakukan perhitungan nilai rata-rata (x dan y) dimana perpotongan sumbu (x) dan (y). Berikut pembagian atribut sesuai dengan hasil perhitungan dalam bentuk diagram IPA.

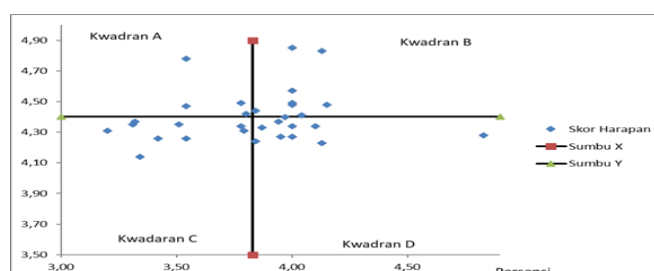
$$X = \frac{\sum_{i=1}^n X}{K}$$

$$= 118,66 / 31 = 3,83$$

$$Y = \frac{\sum_{i=1}^n Y}{K}$$

$$= 136,47 / 31 = 3,83$$

$$\text{Nilai Gap Serqual} = 3,83 - 4,40 = -0,57$$



**Gambar 2.** Diagram IPA ((*Importance Performance Anlysi*)) Kepuasan Pelanggan



#### 4. KESIMPULAN

Permasalahan yang ada dalam perusahaan sistem masih dilakukan secara lambat dalam penanganan pelayanan keluhan pelanggan secara langsung, prosedur yang belum maksimal untuk memberikan informasi kepada pelanggan dikarenakan kurangnya pengetahuan langkah langkah atau prosedur ada, dan masih harus memakai surat menyurat, serta tidak ada solusi yang jelas untuk pemecahannya dan semua keluhan hanya ditampung dengan membuat surat, setelah surat dibuat untuuk ditanda tangani oleh pimpinan memakan waktu yang lama dan tidak efisien, apabila dibutuhkan oleh staff pada masing-masing *department* yang memerlukan, cara mengatasi keluhan dari pelanggan akan sangat memperlambat proses penangan keluhan pelanggan, jadi pelanggan kesal. Hasil Penelitian diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa nilai gap persepsi dan nilai gap harapan dari Tangible Yaitu kenyataan bernilai 3,75, nilai harapan 4,32 dan gapnya -0,57. Responsiviess (Daya Tanggap): nilai kenyataan : 3,85, nilai harapan 4,37 niali gapnya -0,51, Assurance nilai kenyataan 3,61 nilai harapannya 4,45 dan nilai gapnya -0,85. Reliability (Kehandalan) nilai kenyataannya3,87 sedangkan nilai harapannya 4,44 nilai gapnya - 0,57. Empaty nilai kenyataan 4,05 , nilai harapannya 4,44 nilai gap sebesar -0,39. Dari hasil ini maka untuk PT Kawasan Berikat Nusantara (Persero) juga dapat dilihat dar 5 dimensi servqual memiliki nilai kepuasan sebesar nilai persepsi 3,828 , dan nilai harapan 4,4.2 sehingga terdapat -0,575 Gap ini terjadi akibat tidak terpenuhinya pengaruh harapan pelayanan pelanggan dengan kualitas yang di lakukan oleh karyawan PT Kawasan Berikat Nusanatara (Persero) yang harus diperhatikan adalah hasil dari pengolahan data pada tiap dimensi dan dapat dilihat bahwa semua dimensi memiliki nilai gap negatif. *Reliability* merupakan peringkat pertama dengan hasil nilai Gap -0,85

#### REFERENCES

- Arikunto, S. (2020). *Produser Penelitian*. Rineka Rineka Cipta.
- Djumar, S., Sadar, M., & Asril, E. (2020). Analisa Kualitas Layanan Sistem Smart Unilak Menggunakan Servqual Method. *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 11(2), 278–290. <https://doi.org/10.31849/digitalzone.v11i2.5331>
- Efendi, A. (n.d.). *DENGAN METODE SERVQUAL DAN QFD ( Studi Kasus di CV . Sinar Jaya Agung )*. 382–391.
- Fatihudin, D. (2019). *PEMASARAN JASA (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish Publisher (CV BUDI UTAMA).
- Firliana, R., Kasih, P., & Sulastri, H. S. (2016). Sistem Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Service Quality ( Servqual ). *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia 2016*, 6–7.
- Hurriyati, R. (2020). *Bauran Pemasaran dan loyalitas konsumen*.
- Kristianto, K., Kusnadi, K., & Asfi, M. (2020). Rancang Bangun Sistem Analisis Kepuasan Alumni Menggunakan Metode Csi Dan Matrix Ipa. *Sistemasi*, 9(3), 597. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v9i3.928>
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Martiwi, R., Ryad, A., & Karlina, E. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan Pada Auto 2000 Cabang Ciledug Jakarta. *Jurnal Perspektif*, 17(1), 28–38. <https://doi.org/10.31294/jp.v17i1.5210>
- Muhammad Anang Firmansyah, D. F. (2020). *PEMASARAN JASA (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)* (Vol. 08, Issue 01).
- Ovan and A. Saputra. (2020). *No Aplikasi Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web.Title* (ISBN : 978).
- Putra, A. D. (2018). Analisa Kepuasan Pelanggan Event Organizer XYZ menggunakan Metode Service Quality. *Respati*, XIII, 41–45.
- Siyamto, Y. (2017). Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode IPA Dan CSI Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 03(01), 63–76.
- Susepti, A., & dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(5), 3–4.
- Tiong, P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt. Primagum Sejati Di Makassar. *Jurnal STIEAMKOP*, Vol.1(No.2), 176–204.