



TINGKAT PELAYANAN KINERJA KARYAWAN TERHADAP ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

Wiwik Wimbawani ¹

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

* CORRESPONDENCE: ✉ wiwikwimbawani13@gmail.com

Abstrak

In analyzing employee performance service levels on customer satisfaction in Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat. using the Importance Performance Analysis (IPA) method and Customer Satisfaction Index (CSI). The aim of this research is to evaluate effectiveness of services provided by employees and understanding customer satisfaction obtained from the store atmosphere aspect. Data was collected through distributed questionnaires to Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat customers and analyzed quantitatively. Results analysis shows that store atmosphere elements such as interior displays, store layout, general interior and store exterior have a significant influence on customer satisfaction. Several indicators that fall into the top priority category require improvement performance, while indicators in the maintain achievement category show good performance adequate and needs to be maintained. This study provides recommendations for management Indomaret to focus on improving the quality of elements deemed important by customers to increase overall customer satisfaction and loyalty.

Article Info

Article History

Received : 12 – 09– 2024,

Revised : 15 – 11– 2024,

Accepted : 18 – 11– 2024

Keywords: Employee Performance Services, Customer Satisfaction, Importance Performance

INTRODUCTION

Pelanggan merujuk pada individu atau entitas yang memperoleh barang atau jasa dari suatu perusahaan dengan imbalan berupa pembayaran atau kompensasi lainnya. Mereka memiliki peran yang sangat penting bagi kelangsungan sebuah bisnis, karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan memiliki pasar atau pendapatan yang cukup. Kotler & Keller (2016) dalam bukunya *Marketing Management* edisi ke-15 menjelaskan bahwa pelanggan merupakan pusat dari setiap strategi pemasaran. Tanpa memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, perusahaan akan kesulitan bertahan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan harus fokus pada pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan di seluruh aspek operasionalnya. Pelanggan berasal dari berbagai lapisan masyarakat dengan berbagai kebutuhan dan preferensi, sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan tersebut guna menjaga hubungan yang baik dan meraih kesuksesan jangka panjang. Kualitas pelayanan mencerminkan sejauh mana perusahaan atau organisasi memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan dalam menyediakan produk atau layanan.

Menurut Fitzsimmons & Fitzsimmons (2017), kualitas layanan adalah ukuran kemampuan layanan dalam memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. Beberapa faktor yang memengaruhi kualitas ini meliputi sikap karyawan terhadap kebutuhan pelanggan, kecepatan dalam merespon pertanyaan atau keluhan, kejelasan komunikasi, ketersediaan produk atau layanan, serta kesesuaian antara janji yang diberikan dengan hasil yang diterima. Menurut Zeithaml, dkk (2017) pelayanan yang baik merupakan pelayanan yang dapat melebihi harapan konsumen sekaligus memenuhi kebutuhannya. Ini melibatkan pemberian perhatian khusus, empati, responsif, dan keandalan dalam setiap interaksi

dengan pelanggan. Kepuasan tersebut dapat terbentuk dari kualitas pelayanan maupun kualitas produk yang diberikan. Maka dari itu tingkat pelayanan yang baik harus memenuhi standar yang diinginkan pelanggan atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan.

Keberadaan Indomaret sebagai salah satu toko retail terkemuka di Indonesia telah mendekatkan produk-produknya ke konsumen, ditambah dengan pelayanan yang ramah dan harga terjangkau, membuat Indomaret menjadi pilihan utama bagi banyak orang dan telah menjelma menjadi komponen penting dari kehidupan sehari-hari orang-orang. Dengan jaringan toko yang tersebar luas di berbagai kota dan desa, Indomaret memberikan akses yang mudah dan nyaman bagi pelanggannya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti bahan makanan dan keperluan sehari-hari lainnya. Selain itu, keberagaman produk yang ditawarkan, mulai dari makanan ringan hingga produk kebersihan, menjadikan Indomaret sebagai destinasi belanja yang lengkap. Dengan komitmennya untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, serta kontribusinya dalam menciptakan lapangan kerja di berbagai wilayah, Indomaret tidak hanya menjadi sebuah perusahaan retail, tetapi juga mitra yang dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat Indonesia.

PT. Indomarco Prismatama beroperasi sebagai indomaret merupakan perusahaan berkonsep waralaba berskala nasional yang menyiapkan kebutuhan sehari-hari dengan lebih dari 18.300 gerai dan 31 kantor cabang di seluruh Indonesia. Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat merupakan salah satu gerai yang terletak Yos Sudarso Metro Pusat yang memberikan pelayanan pembelian kepada pelanggan dan memelihara keasrian pada toko. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan akan membantu dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan dan kualitas layanan yang diberikan oleh staf Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat.

METHOD

Dalam metode penelitian ini dengan cara menganalisis kepuasan pelanggan dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan membagikan kuesioner atau pertanyaan dalam bentuk google form maupun tertulis, serta menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang digunakan untuk menghitung angka kepuasan konsumen dari variabel-variabel tertentu dengan tujuan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi layanan.

$$CSI = \frac{WT}{SM} \times 100\%$$

Keterangan:

CSI = *Customer Satisfaction Index*

WT (*Weight Total*) = Total Nilai *Weight Score*

SM = Skala Maksimum dari Skor Variable

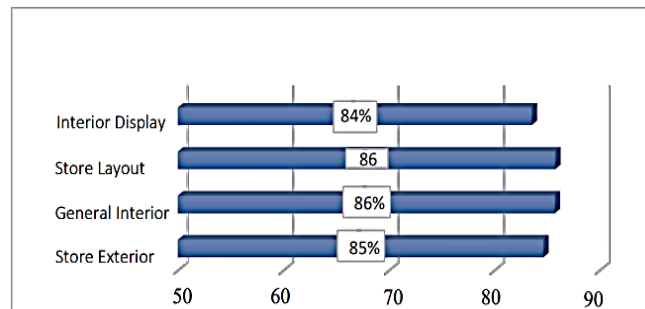
Penelitian ini memanfaatkan pengumpulan data (metode kuantitatif). Data numerik yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik dikumpulkan menggunakan teknik data kuantitatif. Kuesioner, adalah teknik untuk mengumpulkan data dimana peserta diberikan seperangkat pertanyaan tertulis untuk diselesaikan. Metode ini juga dikatakan sebagai suatu metode penelitian positivisme, karena ia mematuhi prinsip-prinsip ilmiah dalam cara konkret atau empiris yang objektif, terukur, rasional, dan metodis. Metode ini dikenal sebagai metode kuantitatif karena data yang disajikan berupa angka dan analisis menggunakan statistik. Peneliti harus menggunakan instrumen penelitian yang diuji untuk menjadi data yang dapat dipercaya dan diandalkan untuk mencapai tujuan dari penelitian.

Setelah melakukan pengujian, instrumen dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Eksterior Toko, Interior Umum, Layout Toko Dan Display Interior adalah variabel bebas yang digunakan. Selain itu variabel terikat yang digunakan ialah Kepuasan Pelanggan. Dalam penelitian kuantitatif, statistik digunakan untuk menganalisis data. Selanjutnya, data yang dikumpulkan akan dianalisis untuk menemukan solusi untuk hipotesis dan rumusan masalah. Hasil analisis selanjutnya diberikan pembahasan yang mencakup penjelasan dan interpretasi dari data yang dikumpulkan. Kemudian, dibuatkan kesimpulan yang didasarkan pada data yang telah dikumpulkan.

RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

Pelanggan Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat secara khas merupakan mayoritas laki-laki dengan rentang usia 14 hingga 28 tahun, yang sebagian besar telah menyelesaikan pendidikan menengahnya di tingkat SMA/SMK, mereka umumnya merupakan seorang mahasiswa dengan pendapatan bulanan di bawah Rp.5.000.000. Berikut merupakan rekapitulasi tanggapan pelanggan terhadap tingkat kepentingan variabel *store atmosphere*:

Gambar Tanggapan Tingkat Kepentingan Variabel Store Atmosphere

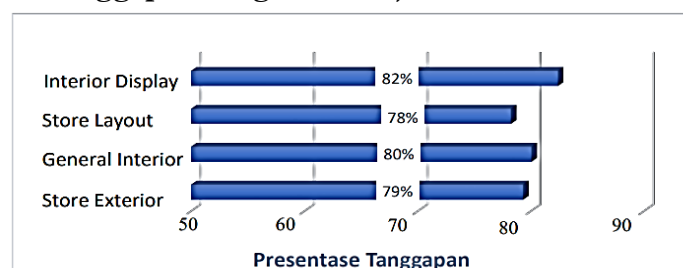


Sumber: Data diolah, Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat

Dengan rata-rata 84% pada elemen *interior display*, tanggapan pelanggan terhadap tingkat kepentingan elemen tersebut berada dalam kategori penting. Penilaian tertinggi pelanggan menunjukkan bahwa informasi katalog promosi Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat memenuhi harapan pelanggan, sementara penilaian terendah menunjukkan desain katalog promosi produk. Dengan rata-rata sebesar 86% pada elemen *store layout*, tanggapan pelanggan mengenai tingkat kepentingan elemen-elemen tersebut berada dalam kategori sangat penting. Pelanggan menilai *store layout* dan *general interior* yang diterapkan oleh Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat sangat penting. Penilaian tertinggi dari pelanggan menunjukkan bahwa luas area ruangan di Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat sangat diperlukan. Sementara penilaian terendah berada pada ukuran meja kasir untuk melakukan transaksi. Dengan rata-rata sebesar 86% pada elemen *general interior*, tanggapan pelanggan terhadap elemen tersebut berada dalam kategori sangat penting, dimana pelanggan menilai elemen *general interior* Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat sangat penting bagi pelanggan. Penilaian pelanggan tertinggi menunjukkan bahwa pelayanan karyawan terhadap volume musik sudah sesuai. Sedangkan, penilaian terendah berada pada aroma di dalam Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat terasa segar. Dengan rata-rata sebesar 85% pada elemen *store exterior*, tanggapan pelanggan terhadap elemen tersebut berada dalam kategori sangat penting. Dimana pelanggan menilai elemen *store exterior* yang dilakukan Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat sangat penting bagi pelanggan. Penilaian tertinggi pelanggan menunjukkan bahwa ukuran serta penempatan papan usaha yang dipasang oleh Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat sudah terlihat dengan jelas. Sedangkan, penilaian terendah berada pada besar dan bentuk bangunan Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat yang terlihat megah dari kejauhan.

Berikut merupakan rekapitulasi tanggapan pelanggan terhadap tingkat kinerja variabel *store atmosphere*:

Gambar Tanggapan Tingkat Kinerja Variabel Store Atmosphere



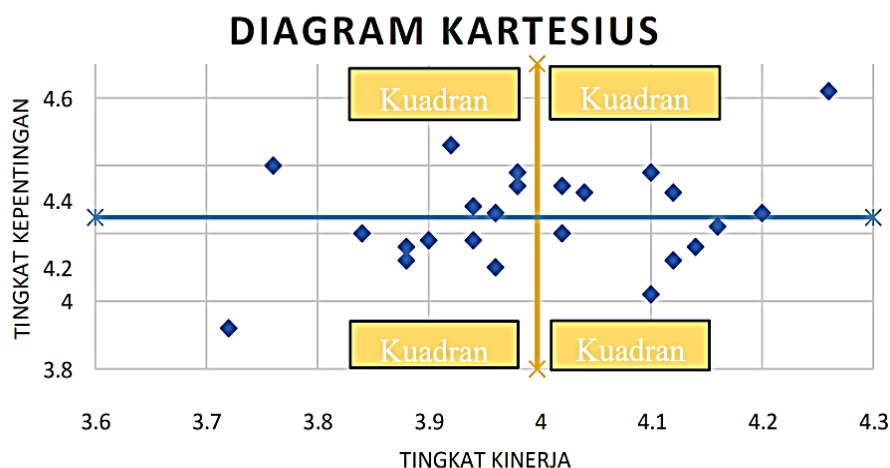
Sumber: Data diolah, Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat

Dengan rata-rata sebesar 82% pada elemen *interior display*, tanggapan pelanggan terhadap elemen tersebut berada dalam kategori setuju. Dimana pelanggan menilai elemen *interior display* yang dilakukan Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Penilaian tertinggi pelanggan menunjukkan bahwa penempatan atau tata letak kondimen sudah strategis. Sedangkan, penilaian terendah berada pada pemberian katalog promosi pada produk. Dengan rata-rata sebesar 78% pada elemen *store layout*, tanggapan pelanggan terhadap elemen tersebut berada dalam kategori setuju. Dimana pelanggan menilai elemen store layout yang dilakukan Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat sudah sesuai harapan pelanggan. Penilaian tertinggi pelanggan menunjukkan bahwa akses untuk melakukan pembayaran ke kasir mudah untuk dilalui. Sedangkan, penilaian terendah berada pada banyaknya kursi yang digunakan konsumen untuk menunggu sudah cukup.

Dengan rata-rata sebesar 80% pada elemen general interior, tanggapan pelanggan terhadap elemen tersebut berada dalam kategori setuju. Dimana pelanggan menilai elemen general interior yang dilakukan Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat sudah sesuai harapan pelanggan. Penilaian tertinggi pelanggan menunjukkan bahwa kebersihan pada cat dinding Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat sudah terlihat bersih. Sedangkan, penilaian terendah berada pada warna cat dinding dan aroma dalam Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat menarik dan terasa segar. Dengan rata-rata sebesar 79% pada elemen store eksterior, tanggapan pelanggan terhadap elemen tersebut berada dalam kategori setuju. Dimana pelanggan menilai elemen store eksterior yang dilakukan Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat sudah sesuai harapan pelanggan. Penilaian tertinggi pelanggan menunjukkan bahwa penempatan dan besar papan nama Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat sudah terpampang dengan jelas. Sedangkan, penilaian terendah berada pada bangunan Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat terlihat megah dari kejauhan.

Teknik IPA digunakan untuk memastikan hasil keseluruhan skor kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat mengenai pertanyaan variabel-variabel terkait penerapan *store atmosphere* yang telah disebar melalui kuesioner. Selanjutnya, hasil perhitungan dan nilai yang dihasilkan digambarkan dalam diagram *kartesian importance performance analysis* (IPA) sebagai berikut:

Gambar Hasil Diagram *Kartesian Store Atmosphere*



Sumber: Hasil Pengolahan Data Statistik dengan *Microsoft Excel*, Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat

Berikut adalah rekapitulasi dari setiap indikator berdasarkan hasil analisis tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*), yang masing-masing dikelompokkan kedalam masing-masing kuadran.

No.	Kategori	Indikator
1	Kuadran I	P (6) Kenyamanan Lingkungan disekitar toko P (10) Pencahayaan didalam toko P (11) Aroma didalam toko terasa segar P (12) Kebersihan area dalam P (15) Area didalam took terasa luas P (16) Kapasitas kursi tunggu sudah cukup untuk menampung konsumen yang datang
2	Kuadran II	P (1) Papan nama usaha tepampang dengan jelas P (2) Desain papan usaha menarik P (8) Kebersihan cat dinding didalam toko P (14) Suhu udara didalam toko cukup P (21) Katalog promosi pilihan produk memberikan informasi yang cukup P (24) Tata letak kondimen sudah strategis
3	Kuadran III	P (3) Ukuran pintu masuk sudah cukup lebar P (4) Bangunan terlihat megah dari kejauhan P (5) Desain toko dari luar terlihat menarik P (7) Luas tempat parkir sudah cukup untuk menampung kendaraan konsumen P (9) Warna cat dinding didalam toko menarik P (17) Jalur setiap ruang terasa lebar untuk berlalu lalang
4	Kuadran IV	P (13) Musik didalam toko terdengar tenang P (18) Akses menuju kasir yang mudah P (20) Banner promosi sudah cukup memberikan informasi P (22) Desain katalog promosi terlihat menarik P (23) Petunjuk untuk produk terlihat dengan jelas

Sumber: Data diolah, Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat

Berdasarkan 24 (dua puluh empat) indikator yang dinilai oleh pelanggan, terdapat 6 (enam) indikator yang termasuk kedalam kuadran I, terdapat 6 (enam) indikator yang termasuk kedalam kuadran II, terdapat 7 (tujuh) indikator yang termasuk kedalam kuadran III, dan 5 (lima) indikator yang termasuk kedalam kuadran IV. Dalam upaya perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggan, terdapat indikator yang dianggap memiliki tingkat kepentingan yang relatif tinggi, tetapi kinerja yang kurang memuaskan, indikator-indikator tersebut termasuk ke dalam kuadran 1 (prioritas utama). Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap store atmosphere perusahaan, indikator kuadran 2 (pertahankan prestasi) harus dipertahankan dan digunakan dalam merencanakan strategi *store atmosphere* Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat Meskipun indikator kuadran 3 (prioritas rendah) menunjukkan indikator yang dianggap kurang penting, perusahaan tetap harus memperhatikan dan mempersiapkan diri untuk masa yang akan datang karena perilaku pelanggan akan selalu berubah. Selain itu, terdapat indikator pada kuadran 4 (berlebihan), yang dianggap kurang penting tetapi berdampak pada kepuasan pelanggan. oleh karena itu, perusahaan dapat memprioritaskan indikator yang paling penting untuk menyeimbangkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kinerja karyawan.

Berdasarkan rekapitulasi diatas dapat dikatakan bahwa apabila tingkat kinerja berada diatas rata-rata 4.00 maka kinerja yang telah dilakukan oleh karyawan Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat telah memenuhi harapan dan memberikan kepuasan bagi konsumen. Sebaliknya, apabila tingkat kinerja berada dibawah rata-rata 4.00 maka kinerja yang dilakukan oleh karyawan Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat belum memenuhi harapan dan kepuasan bagi konsumen. Nilai indeks kepuasan pelanggan (CSI) minimarket pada Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat adalah 79,98%, yang menunjukkan bahwa

sebagian besar pelanggan sudah termasuk dalam kriteria puas dalam indeks kepuasan minimarket. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat senang dengan suasana Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat Namun, sejumlah masalah masih perlu ditangani, karena 20,02% klien menyatakan ketidakpuasan dengan pekerjaan yang dilakukan karyawan Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat.

Terdapat beberapa pendekatan dari strategi yang telah digunakan berdasarkan hasil perhitungan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan konsumen. Strategi kuadran I adalah minimarket harus fokus melakukan perbaikan secara terus menerus agar kinerja pada kuadran ini dapat menjadi lebih baik. Dengan demikian kebersihan serta sarana dan prasarana harus diperhatikan dan menjadi skala prioritas utama bagi Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat Kemudian, strategi untuk kuadran II adalah perusahaan harus dapat mempertahankan komponen di kuadran ini karena kinerja karyawan sudah baik, sehingga Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat perlu mempertahankan kualitas kinerja yang telah terlaksana dari hasil pelatihan tenaga kerja. Berikutnya, strategi kuadran III adalah perusahaan harus lebih memperhatikan komponen-komponen yang terdapat pada kuadran ini karena kinerjanya yang masih rendah dan dapat menjadi prioritas utama dimasa yang akan datang. Dengan demikian Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat dapat meningkatkan pengalokasian kinerja terhadap hal yang lebih penting dari sudut pandang konsumen. Yang terakhir, strategi kuadran IV adalah pihak Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat harus mengurangi alokasi variabel pada kuadran ini agar dapat menghemat biaya dan tenaga. Dengan demikian Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat dapat mengalokasikan kinerja untuk prioritas utama terlebih dahulu, sehingga dapat menyeimbangkan kenyamanan konsumen serta kreatifitas yang dimiliki tenaga kerja dalam memberdayakan fasilitas *minimarket*.

CONCLUSION

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat secara signifikan dipengaruhi oleh kinerja karyawan yang bekerja disana. Analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa jika kinerja karyawan berada di atas rata-rata 4.00, kinerja tersebut telah memenuhi harapan dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Sebaliknya, jika kinerja berada di bawah rata-rata 4.00, kinerja tersebut belum memenuhi harapan konsumen. Secara keseluruhan, nilai indeks kepuasan pelanggan (CSI) sebesar 79.98% mengindikasikan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat.

Berdasarkan nilai *Customer Satisfaction index* (CSI) menunjukkan masih terdapat pelanggan yang belum puas terhadap kinerja yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya melakukan perbaikan pada atribut *store atmosphere* agar dapat meningkatkan harapan pelanggan dengan cara meningkatkan kinerja karyawan. Artinya Indomaret Yos Sudarso Metro Pusat harus terus-menerus memperbaiki kinerja atribut *Store Atmosphere*. Selain itu, penelitian ini menawarkan saran untuk penelitian lebih lanjut dalam lingkungan ritel dan kepuasan pelanggan. Untuk mengatasi kekurangan saat ini, ini dapat dicapai dengan meningkatkan jumlah sampel, objek penelitian, teknik penelitian, dan variabel tambahan. Selain itu, pelaku bisnis dapat menggunakan data ini untuk menciptakan lingkungan toko yang sempurna yang akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

BIBLIOGRAPHY

- Algifari. 2022. *Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan Metode Importance Performance Analysis IPA*. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta. Aplikasi. Yogyakarta. Penerbit Andi. Bandung. Alfabeta.
- Cahyono. P. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan Produk, Harga dan Kualitas Layanan*.
- Djati. S. P.. & Darmawan. D. 2005. *Pengaruh Kepercayaan Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Kesetiaan Pelanggan*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. 48-59. Education.

- Elmaterra Zeithaml. V. A., Bitner. M. J. & Gremler. D. D. 2017. *Services Marketing*. Integrating Customer Focus Across the Firm 7th Edition. New York. McGraw-Hill Education.
- Fatihudin. D., & Firmansyah. M. A. 2019. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta. Deepublish.
- Fattah. Hussein. & Wardanita. R. 2017. *Kepuasan Kerja dan Kinerja Pegawai*.
- Fitzsimmons. J. A., & Fitzsimmons. M. J. 2017. *Service Management Operations*.
- Ilham. S. Silaningsih. E., Kartini. T. & Gemina. D. 2024. *Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Strategi Store Atmosfer*. Jurnal Manajemen terapan dan Keuangan Mankeu. 186-200.
- Kotler. P., & Keller. K. L. 2016. *Marketing Management 15th Edition*.
- Pearson Sheth. J. N., & Sisodia. R. S. 2017. *The 4 A's of Marketing. Creating Value for Customer*. Company and Society. Routledge.
- Silaen . P. R., Tambunan. L. H., & Sinaga. M. A. 2021. *Kinerja Karyawan. Teori dan Sinambela*. L. P. 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Membangun Tim Kerja Yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja*. Jakarta. Bumi Aksara. Strategy. Information Technology 8th Edition.
- McGraw-Hill Education. Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Terhadap Kepuasan Konsumen di Elladerma Skin Care Malang. Jurnal EKBIS. Yogyakarta