

Analisa Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman *SPX Express* dengan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*

Dede Andrean Maulana^{1*}, Rizal Abdul Khoir^{2*}, Suliawati^{3*}, Bonar Harahap^{4*}

^{1,2,3,4*}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik,
Universitas Islam Sumatera Utara, Medan, Indonesia

^{1*}dedeandreaanmaulana18@gmail.com, ^{2*}rizalabdulkhoir10@gmail.com,

^{3*}suliawati@ft.uisu.ac.id, ^{4*}Bonarhrp@ft.uisu.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the service quality of SPX Express based on customer perceptions using the Servqual method and Importance Performance Analysis (IPA). The Servqual analysis results show that the average conformity level between performance and customer expectations is 98.20%, with the Reliability dimension having the highest conformity level of 100.36% and the Empathy dimension having the lowest conformity level of 96.30%. The IPA analysis shows that the attributes that need to be improved are the readiness and Responsiveness of employees when asked for assistance and the ability of employees to understand customer needs. Based on the analysis results, some suggestions for improvement that can be made are increasing employee training in terms of Responsiveness and speed of service, establishing standard operating procedures (SOP) response time, and providing rewards to outstanding employees. This research contributes to improving the service quality of SPX Express and can be used as a reference for companies to increase customer satisfaction.

Keywords: Service Quality; Servqual; Importance Performance Analysis (IPA); Customer Satisfaction; SPX Express.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan *SPX Express* berdasarkan persepsi pelanggan menggunakan metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil analisis *Servqual* menunjukkan bahwa rata-rata tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan pelanggan adalah 98,20%, dengan dimensi Keandalan (*Reliability*) memiliki tingkat kesesuaian tertinggi sebesar 100,36% dan dimensi Empati (*Empathy*) memiliki tingkat kesesuaian terendah sebesar 96,30%. Analisis *IPA* menunjukkan bahwa atribut-atribut yang perlu diperbaiki adalah kesiapan dan ketanggapan pegawai saat dimintai bantuan serta kemampuan pegawai memahami kebutuhan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis, beberapa saran perbaikan yang dapat dilakukan adalah meningkatkan pelatihan pegawai dalam hal ketanggapan dan kecepatan pelayanan, menetapkan standar operasional prosedur (SOP) waktu tanggap, serta memberikan penghargaan kepada pegawai yang berprestasi. Penelitian ini memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas pelayanan *SPX Express* dan dapat digunakan sebagai referensi bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; *Servqual*; *Importance Performance Analysis (IPA)*; Kepuasan Pelanggan; *SPX Express*.

Article info

Received 21 Januari 2026

Revised 26 Januari 2026

Accepted 31 Januari 2026

Available Online 1 Februari 2026

dedeandreaanmaulana18@gmail.com

Copyright©2026. Published by Jurnal Prima Manajemen – Al -Afif

1. PENDAHULUAN

Di tengah gelombang perkembangan ekonomi global dan kemajuan teknologi informasi yang tak terbendung, industri jasa pengiriman telah mengalami transformasi yang sangat signifikan dan menjadi salah satu pilar utama dalam mendukung aktivitas perdagangan baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Perkembangan ini tidak hanya ditandai dengan pertumbuhan volume transaksi yang semakin besar, tetapi juga dengan meningkatnya ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Persaingan di sektor ini menjadi semakin ketat seiring dengan masuknya berbagai pemain baru yang menawarkan beragam pilihan layanan serta ekspansi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang telah mapan sebelumnya.

Dalam konteks persaingan yang demikian ketat ini, penyedia jasa pengiriman harus mampu menunjukkan keunggulan yang jelas melalui pelayanan yang berkualitas tinggi agar dapat mempertahankan eksistensinya dan meraih posisi yang kuat di pasar. *SPX Express* sebagai salah satu penyedia jasa pengiriman yang telah beroperasi di wilayah Indonesia, khususnya di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, menghadapi tantangan yang sama dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai salah satu tujuan utama dalam menjalankan bisnisnya.

Kepuasan pelanggan merupakan konsep yang sangat fundamental dalam manajemen pemasaran dan bisnis jasa secara luas. Secara terminologis, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh seorang pelanggan setelah mereka membandingkan hasil kinerja dari suatu produk atau layanan yang telah mereka terima dengan harapan yang telah mereka bentuk sebelum melakukan transaksi atau menggunakan layanan tersebut. Jika kinerja produk atau layanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan yang telah ditetapkan, maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas dengan apa yang mereka terima. Namun, jika kinerja produk atau layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan, maka akan timbul perasaan puas yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap penyedia layanan.

Lebih dari itu, apabila kinerja produk atau layanan yang diterima mampu melebihi harapan yang telah mereka miliki, pelanggan akan merasa sangat puas bahkan merasa senang, yang dapat menjadi dasar untuk membangun hubungan yang langgeng dan loyalitas yang kuat terhadap perusahaan. Konsep kepuasan pelanggan ini menjadi sangat krusial karena tidak hanya berdampak pada keputusan pembelian berulang, tetapi juga pada citra perusahaan dan efektivitas promosi secara tidak langsung melalui mulut ke mulut (*word of mouth*) yang dilakukan oleh pelanggan itu sendiri.

Menurut berbagai ahli di bidang pemasaran dan manajemen, penentuan tingkat kepuasan pelanggan tidak dapat dipisahkan dari beberapa faktor utama yang harus selalu diperhatikan oleh penyedia layanan pengiriman. Faktor-faktor tersebut antara lain kualitas layanan yang diberikan, biaya atau harga yang dikenakan, serta aspek emosional yang terkait dengan pengalaman penggunaan layanan. Kualitas layanan sendiri merupakan konstruk yang kompleks yang merujuk pada tingkat keunggulan dari suatu layanan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan yang telah ditentukan oleh pelanggan.

Dalam memahami konsep kualitas layanan secara lebih mendalam, terdapat dua faktor dasar yang menjadi pertimbangan utama, yaitu *expected service* (harapan pelanggan tentang apa yang seharusnya mereka terima dari suatu layanan pengiriman) dan *perceived service* (pengalaman aktual yang dirasakan oleh pelanggan setelah mereka menggunakan layanan pengiriman yang diberikan). Perbedaan yang terjadi antara kedua faktor ini akan menjadi penentu utama apakah seorang pelanggan merasa puas atau tidak dengan layanan yang telah mereka terima dari penyedia jasa pengiriman.

Bagi *SPX Express* sebagai salah satu pemain di pasar jasa pengiriman, menjaga dan terus meningkatkan kualitas pelayanan bukan hanya menjadi kebutuhan yang wajib dipenuhi, tetapi juga sebagai bentuk investasi jangka panjang untuk mempertahankan

kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dan konsisten memiliki dampak yang sangat positif bagi perusahaan, antara lain dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan reputasi dan citra *SPX Express* di mata masyarakat serta di kalangan pelanggan potensial.

Selain itu, pelayanan yang berkualitas juga dapat membantu perusahaan dalam membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan frekuensi penggunaan layanan dan nilai kontribusi pelanggan terhadap perusahaan. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh *SPX Express* tidak sesuai dengan standar yang diharapkan oleh pelanggan, hal ini dapat menyebabkan terjadinya ketidakpuasan yang pada gilirannya dapat memberikan dampak negatif yang signifikan pada reputasi dan citra perusahaan.

Dalam jangka panjang, ketidakpuasan yang terus-menerus dialami oleh pelanggan dapat menyebabkan mereka mencari alternatif lain dan berpindah ke penyedia jasa pengiriman lain yang dianggap lebih mampu memenuhi kebutuhan serta harapan mereka. Untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan dan efektif, *SPX Express* perlu melakukan analisis yang mendalam dan komprehensif terkait dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan.

Analisis kepuasan pelanggan ini memiliki peran yang sangat penting karena dapat membantu perusahaan untuk mengetahui secara jelas dan objektif kekuatan serta kelemahan yang dimiliki dalam penyelenggaraan layanan pengiriman di wilayah Tanjung Morawa. Selain itu, melalui analisis yang cermat terhadap kepuasan pelanggan, perusahaan juga dapat mengetahui dengan lebih tepat apa saja harapan dan kebutuhan sebenarnya dari pelanggan terhadap layanan pengiriman yang mereka butuhkan, baik dari segi proses, kecepatan, keandalan, maupun aspek lain yang terkait dengan pelayanan.

Dengan pemahaman yang jelas dan mendalam tentang hal-hal tersebut, perusahaan dapat membuat kebijakan dan strategi yang tepat sasaran untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dan pada akhirnya dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan. Latar belakang yang telah diuraikan di atas menunjukkan bahwa terdapat kebutuhan yang sangat mendesak untuk melakukan penelitian yang fokus pada analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *SPX Express* di wilayah Kecamatan Tanjung Morawa.

Wilayah ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi pasar yang cukup besar untuk layanan pengiriman, didukung oleh pertumbuhan aktivitas bisnis dan perdagangan yang semakin meningkat di daerah tersebut. Selain itu, Tanjung Morawa juga merupakan salah satu wilayah strategis di Kabupaten Deli Serdang yang menjadi pusat berbagai aktivitas ekonomi, sehingga keberadaan layanan pengiriman yang berkualitas sangat diperlukan untuk mendukung perkembangan ekonomi lokal.

2. KAJIAN TEORI

2.1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi menyeluruh yang dilakukan pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa, yang membandingkan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jika kinerja produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Namun, jika kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan inilah yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Selain itu, beberapa ahli juga berpendapat bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi dan harapan pelanggan. Menurut Gaspers (Chandra *et al*, 2020), kepuasan pelanggan sangat bergantung kepada persepsi dan harapan pelanggan.

Sementara itu, Gerson (Nur Farida *et al*, 2023) mendefinisikan kepuasan sebagai bentuk perasaan seseorang setelah mendapatkan pengalaman terhadap kinerja pelayanan

yang telah memenuhi harapan. Kotler (Nur Farida *et al*, 2023) juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pascakonsumsi yang mempertimbangkan harapan dan kinerja produk atau jasa.

2.2 Kualitas Pelayanan

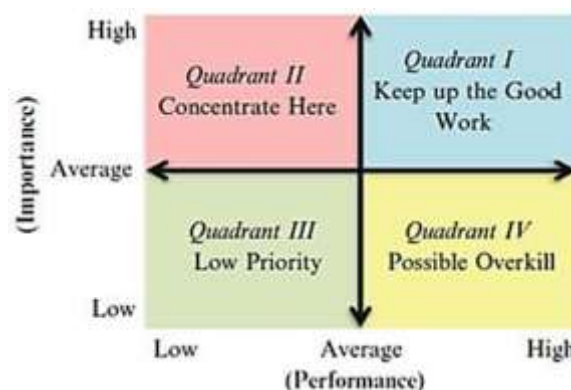
Menurut Davis, kualitas dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi yang memenuhi atau melebihi harapan, yang terkait dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Kualitas juga dapat diartikan sebagai totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba (*tangible*) atau tidak dapat diraba (*intangible*) dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.

Menurut Kotler (Syahfitriani *et al*, 2020) pelayanan dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan penunjang pemasaran produk dan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna jasa. Dengan demikian, pelayanan yang baik dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan dengan memenuhi harapan pengguna jasa.

2.3 Importance Performance Analysis (IPA)

Memahami faktor-faktor yang membuat pelanggan atau pengguna merasa puas merupakan kunci utama keberhasilan setiap organisasi, tanpa memandang bidang kegiatannya. Semakin baik kualitas produk atau layanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Suatu metode yang dikenal dengan *Importance-Performance Analysis (IPA)*, yang hingga kini banyak digunakan sebagai alat manajerial dalam meningkatkan kinerja organisasi. Metode ini membantu mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan serta menentukan prioritas produk atau layanan yang memerlukan perbaikan.

Importance-Performance Analysis (IPA) sendiri merupakan metode berbentuk grafik dalam sistem koordinat dua dimensi, yang menampilkan rata-rata nilai kepentingan dan kinerja dari berbagai atribut produk maupun layanan. Grafik ini dibagi ke dalam empat kuadran utama. Pada metode ini, penilaian kepentingan dan kinerja diberikan secara langsung oleh pengguna, kemudian dihitung untuk ditempatkan pada koordinat yang telah ditentukan, dengan sumbu horizontal menggambarkan kinerja dan sumbu vertikal menunjukkan tingkat kepentingan dalam (Wardhana, 2023).



Gambar 2.1 Importance-Performance Analysis (IPA) Cartesius Diagram
Sumber: (Maulana, 2025)

Kinerja (*performance*) menunjukkan pandangan pengguna mengenai mutu layanan yang disediakan oleh organisasi, sementara kepentingan (*importance*) mencerminkan seberapa signifikan layanan tersebut bagi pengguna. Letak suatu atribut dalam kuadran analisis menentukan urutan perbaikan yang harus dilakukan. Di kuadran I (kepentingan tinggi–kinerja tinggi), dicirikan dengan *Keep Up the Good Work*, atribut yang terdapat adalah keunggulan organisasi dan harus tetap dijaga. Kuadran II (kepentingan tinggi–kinerja rendah) disebut Konsentrasi di Sini, yang mencakup atribut yang memerlukan perbaikan segera. Kuadran III (kepentingan rendah–kinerja rendah) disebut sebagai *Low Priority*, termasuk atribut yang tidak perlu diperbaiki secara mendesak, sehingga sumber daya bisa dipindahkan ke bagian yang lebih penting. Di sisi lain, kuadran IV (kepentingan rendah–kinerja tinggi) atau *Possible Overkill* mencakup elemen dengan kualitas tinggi tetapi tidak berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan, sehingga pengalokasian sumber daya harus dievaluasi ulang (Wardhana, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di *SPX Express* Tanjung Morawa, Sumatera Utara, dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh pelanggan *SPX Express* Tanjung Morawa, yang dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi *SPX Express* Tanjung Morawa, seperti laporan tahunan dan data statistik tentang pelayanan logistik. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan *SPX Express* Tanjung Morawa, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan metode *convenience sampling*. Jumlah sampel ini diperoleh dengan menggunakan rumus *Slovin*, dengan toleransi penyimpangan sebesar 10%. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka, survey, wawancara, dan observasi. Studi pustaka digunakan untuk memperoleh landasan teori dan informasi yang relevan dengan penelitian ini. Survey digunakan untuk mengumpulkan data primer dari pelanggan, dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Wawancara digunakan untuk memperoleh data tentang gambaran umum Tanjung Morawa dan kepuasan pelanggan *SPX Express*. Observasi digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang objek penelitian. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensial untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan mengidentifikasi dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis di sektor jasa pengiriman.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Tingkat Kesesuaian Kinerja dan Harapan

Berikut merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan pelayanan jasa *SPX Express* wilayah kecamatan Tanjung Morawa.

Tabel 4.1 Tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan

Kode Item	Servqual	Pernyataan	Rata-rata		Tingkat Kesesuaian
			Kinerja	Harapan	
X1	Bukti Nyata/ <i>Tangibles</i>	SPX Express Memiliki peralatan dengan teknologi yang mutakhir	4,12	4,16	99,04%
X2		Penampilan pegawai SPX Express yang baik dan rapi	4,33	4,35	99,54%
			4,23	4,26	99,29%
X3	Kesigapan/ <i>Responsiveness</i>	Pegawai SPX Express selalu siap/tanggap memberikan pelayanan dengan cepat	4,31	4,32	99,77%
X4		Pegawai SPX Express selalu siap dan tanggap saat diminta bantuan	4,16	4,39	94,76%
X5		Pegawai SPX Express selalu siap dan tanggap meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan saya	4,14	4,23	97,87%
			4,20	4,31	97,44%
X6	Kehandalan/ <i>Reliability</i>	SPX Express selalu tepat waktu dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janjinya	4,19	4,27	98,13%
X7		SPX Express serius menanggapi masalah yang saya hadapi berkaitan dengan jasa pengiriman	4,27	4,16	102,64%
			4,23	4,22	100,36%
X8	Jaminan/ <i>Assurance</i>	Saya percaya pegawai SPX Express mempunyai keahlian dan kompetensi sesuai dengan tugas mereka	4,32	4,36	99,08%
X9		Pegawai SPX Express sabar dalam menyampaikan penjelasan tentang pelayanan jasa kepada saya seperti yang saya kehendaki	4,31	4,36	98,85%
			4,32	4,36	98,97%
X10	Empati/ <i>Empathy</i>	Saya mendapat perhatian secara individu dalam penyampaian layanan dari SPX Express	4,05	4,27	94,85%
X11		Pegawai SPX Express dapat mengerti apa yang saya butuhkan	4,17	4,36	95,64%
X12		Pegawai SPX Express dapat memahami masalah/keluhan saya dan dapat memberikan solusi atas masalah yang saya hadapi	4,28	4,35	98,39%
			4,17	4,33	96,30%
Total			4,22	4,30	98,20%

Sumber: (Maulana, 2025)

Pelayanan SPX Express telah memenuhi harapan pelanggan dengan tingkat kesesuaian keseluruhan 98,20%. Nilai rata-rata kinerja adalah 4,22 dan nilai rata-rata harapan adalah 4,30. Dimensi Bukti Nyata (*Tangibles*) menunjukkan tingkat kesesuaian tinggi (99,04% dan 99,54%), Kesigapan (*Responsiveness*) 99,77%, 94,76%, dan 97,87%,

Kehandalan (*Reliability*) 98,13% dan 102,64%, Jaminan (*Assurance*) 99,08% dan 98,85%. Namun, dimensi Empati (*Empathy*) memiliki tingkat kesesuaian terendah (94,85%, 95,64%, dan 98,39%), menunjukkan perlu peningkatan perhatian personal dan pemahaman kebutuhan pelanggan.

Tabel 4.2 Tingkat Kepuasan dari Masing-masing Dimensi

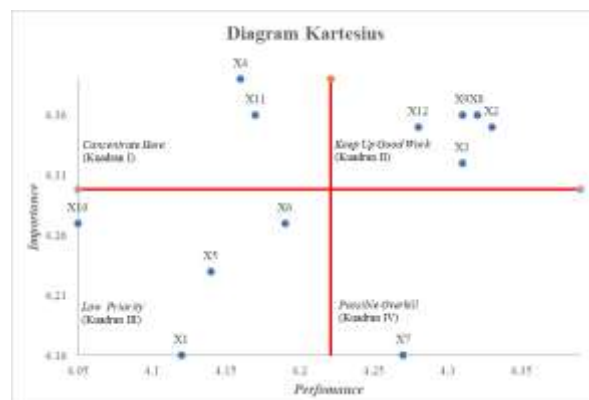
Dimensi	Kinerja	Harapan
Bukti Nyata / <i>Tangibles</i>	4,23	4,26
Kesigapan / <i>Responsiveness</i>	4,20	4,31
Kehandalan / <i>Reliability</i>	4,23	4,22
Jaminan / <i>Assurance</i>	4,32	4,36
Empati / <i>Empathy</i>	4,17	4,33
Rata-Rata Semua Dimensi	4,22	4,30

Sumber: (Maulana, 2025)

Pelanggan *SPX Express* sangat puas dengan pelayanan yang diberikan, dengan rata-rata nilai kinerja 4,22. Dimensi *Assurance* (Jaminan) memiliki skor tertinggi (4,32), menunjukkan kepercayaan pelanggan terhadap kompetensi dan kemampuan pegawai. Dimensi *Tangibles* (Bukti Nyata) dan *Reliability* (Kehandalan) memiliki nilai 4,23, menunjukkan kepuasan pelanggan terhadap fasilitas dan konsistensi pelayanan. Namun, dimensi *Responsiveness* (Kesigapan) dan *Empathy* (Empati) memiliki nilai lebih rendah (4,20 dan 4,17), menunjukkan perlu peningkatan pada ketepatan waktu, kecepatan respons, dan perhatian individual. *Gap* terbesar terdapat pada dimensi *Empathy* dan *Responsiveness*, sehingga perlu diperbaiki.

4.2. Importance Performance Analysis

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk membandingkan kinerja/pelayanan yang dirasakan pengguna dengan harapan mereka, guna mengidentifikasi faktor-faktor yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode ini mengklasifikasikan atribut-atribut berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja aktual. Berikut adalah hasil klasifikasi atribut menggunakan matriks *IPA*. Berikut merupakan diagram kartesius dari metode *IPA*:



Gambar 4.1 Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis*

Sumber: (Maulana, 2025)

Berdasarkan diagram kartesius yang terlihat di Gambar 4.1, berikut hasil analisis SPSS, kualitas pelayanan *SPX Express* wilayah kecamatan Tanjung Morawa dapat dikategorikan menjadi 4 kuadran yang berbeda, yaitu Kuadran I (*Concentrate Here*) yang terdiri dari 2 atribut yang memerlukan perhatian serius, Kuadran II (*Keep Up the Good Work*) dengan 5 atribut yang menunjukkan kinerja baik dan perlu dipertahankan, Kuadran III (*Low Priority*) yang mencakup 4 atribut dengan prioritas yang lebih rendah, dan

Kuadran IV (*Possibly Overkill*) dengan 1 atribut yang mungkin sudah melebihi harapan pelanggan.

Tabel 4.3 IPA Matriks Pelayanan SPX Express

Kode Item	Pernyataan	IPA Matrix
X1	SPX Express Memiliki peralatan dengan teknologi yang mutakhir	<i>Low Priority</i>
X2	Penampilan pegawai SPX Express yang baik dan rapi	<i>Keep Up Good work</i>
X3	Pegawai SPX Express selalu siap/tanggap memberikan pelayanan dengan cepat	<i>Keep Up Good work</i>
X4	Pegawai SPX Express selalu siap dan tanggap saat dimintai bantuan	<i>Concentrate Here</i>
X5	Pegawai SPX Express selalu siap dan tanggap meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan saya	<i>Low Priority</i>
X6	SPX Express selalu tepat waktu dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janjinya	<i>Low Priority</i>
X7	SPX Express serius menanggapi masalah yang saya hadapi berkaitan dengan jasa pengiriman	<i>Possible Overkill</i>
X8	Saya percaya pegawai SPX Express mempunyai keahlian dan kompetensi sesuai dengan tugas mereka	<i>Keep Up Good work</i>
X9	Pegawai SPX Express sabar dalam menyampaikan penjelasan tentang pelayanan jasa kepada saya seperti yang saya kehendaki	<i>Keep Up Good work</i>
X10	Saya mendapat perhatian secara individu dalam penyampaian layanan dari SPX Express	<i>Low Priority</i>
X11	Pegawai SPX Express dapat mengerti apa yang saya butuhkan	<i>Concentrate Here</i>
X12	Pegawai SPX Express dapat memahami masalah/keluhan saya dan dapat memberikan solusi atas masalah yang saya hadapi	<i>Keep Up Good work</i>

Sumber: (Maulana, 2025)

Kuadran ini berisi atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, namun kinerjanya masih belum memuaskan. Terdapat dua atribut yang masuk ke dalam kategori ini, yaitu:

- X4: Pegawai SPX Express selalu siap dan tanggap saat dimintai bantuan.
- X11: Pegawai SPX Express dapat mengerti apa yang saya butuhkan.

4.3. Evaluasi Perbaikan dengan metode 5 W + 1 H

Berdasarkan hasil analisis diatas maka perlu adanya tindak perbaikan pada kuadran I. Maka dari itu berikut merupakan tabel analisa perbaikan nya menggunakan metode 5 W + 1 H (*what, why, who, where, when, & how* :

Tabel 4.4 Evaluasi Perbaikan dengan metode 5 W + 1 H

5 W + 1 H	Pegawai SPX Express selalu siap dan tanggap saat dimintai bantuan (X4)	Pegawai SPX Express dapat mengerti apa yang saya butuhkan (X11)
<i>What</i>	Pegawai SPX Express belum sepenuhnya menunjukkan kesiapan dan ketanggapan saat pelanggan membutuhkan bantuan.	Pegawai SPX Express belum mampu sepenuhnya memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara tepat.

<i>Why</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Kurangnya pelatihan tentang pelayanan responsif dan manajemen waktu. b. Beban kerja tinggi menyebabkan keterlambatan dalam merespons pelanggan. c. Tidak ada sistem pengawasan langsung terhadap waktu tanggap pelayanan. d. Komunikasi internal antarpegawai belum efektif. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Kurangnya pelatihan komunikasi interpersonal dan pemahaman terhadap perilaku pelanggan. b. Pegawai cenderung berfokus pada proses teknis daripada mendengarkan keluhan atau keinginan pelanggan. c. Tidak ada sistem pencatatan kebutuhan atau preferensi pelanggan. d. Terbatasnya waktu interaksi membuat pegawai tidak sempat menggali kebutuhan pelanggan secara mendalam.
<i>Who</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Pegawai admin dan kurir sebagai pelaksana utama pelayanan. b. Supervisor dan manajer operasional sebagai pengawas kinerja. c. Tim HRD yang bertanggung jawab pada pengembangan kompetensi pegawai. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pegawai admin & kurir <i>SPX Express</i> sebagai pihak yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. b. Supervisor & Manajer layanan pelanggan dan HRD sebagai penanggung jawab peningkatan kemampuan komunikasi pegawai.
<i>Where</i>	Terjadi di titik pelayanan langsung, seperti counter pengiriman, penerimaan paket, dan meja informasi pelanggan.	Terjadi pada area layanan pelanggan, baik di counter pengiriman maupun pusat informasi.
<i>When</i>	Diperlukan perbaikan segera dengan monitoring mingguan dan evaluasi rutin setiap bulan.	Program peningkatan pemahaman pelanggan sebaiknya dilakukan dalam jangka pendek (1–3 bulan) dengan evaluasi berkala setiap triwulan.
<i>How</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Mengadakan pelatihan tentang ketanggapan dan kecepatan pelayanan. b. Menetapkan SOP waktu tanggap maksimal untuk setiap jenis permintaan pelanggan. c. Memberikan penghargaan bagi pegawai dengan respons cepat dan pelayanan baik. d. Menambah jumlah pegawai di jam sibuk untuk mengurangi antrian dan beban kerja. e. Meningkatkan komunikasi dan koordinasi antarpegawai melalui briefing harian. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyelenggarakan pelatihan komunikasi empatik dan customer insight bagi pegawai. b. Membuat panduan standar untuk mengenali kebutuhan pelanggan berdasarkan jenis layanan. c. Menyediakan formulir atau sistem digital untuk mencatat preferensi pelanggan. d. Melakukan observasi langsung terhadap interaksi pelayanan untuk menilai pemahaman pegawai terhadap kebutuhan pelanggan. e. Memberikan umpan balik rutin agar pegawai dapat memperbaiki pendekatan layanan mereka.

Sumber: (Maulana, 2025)

SPX Express perlu meningkatkan ketanggapan (*Responsiveness*) dan empati (*Empathy*) terhadap pelanggan dengan melakukan pelatihan pegawai, penetapan standar operasional prosedur, pemberian penghargaan, penambahan pegawai, peningkatan komunikasi, dan pelatihan komunikasi empatik, sehingga kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dapat meningkat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

SPX Express memiliki kinerja pelayanan yang baik dengan rata-rata kesesuaian 98,20%, namun perlu meningkatkan Empati (96,30%) dan Kesiapan (97,44%). Empati memerlukan perhatian lebih pada pemahaman kebutuhan pelanggan, sedangkan Kesiapan perlu peningkatan kecepatan dan kesiapan pegawai. Dimensi lain seperti Bukti Nyata (99,29%), Keandalan (100,36%), dan Jaminan (98,97%) sudah memenuhi harapan pelanggan.

5.2 Saran

SPX Express perlu meningkatkan Empati (*Empathy*) dan Kesigapan (*Responsiveness*) untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Saran perbaikan meliputi: memperkuat kemampuan pegawai dalam memahami kebutuhan pelanggan, memberikan perhatian individu, dan meningkatkan kecepatan pelayanan. Pemeliharaan keunggulan pada Kehandalan, Jaminan, dan Bukti Nyata juga penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, K., Sibuea, S.R, & Arfah, M. (2024). “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* Di UMKM Jajani Aja.” *Factory Jurnal Industri, Manajemen Dan Rekayasa Sistem Industri* 2 (2): 69–78. <https://doi.org/10.56211/factory.v2i2.412>.
- Algifari. (2016). Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan, Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan Model Kano. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Chandra, Teddy, & Hafni, L. (2020). *SERVICE QUALITY, CONSUMER SATISFACTION, DAN CONSUMER LOYALTY: TINJAUAN TEORITIS*. 1st ed. Malang: CV IRDH.
- Deharja, A. Putri, F, Oktaviotika, L. Ikawangi, N. (2017). “Analisis Kepuasan Pasien Bpjs Rawat Jalan Dengan Metode *Servqual*, CSI Dan *IPA* Di Klinik Dr. M. Suherman.” *Jurnal Kesehatan* 5 (2): 106.
- Anggraini, D. Lulu. Deoranto, P. & Ikasari, D, M. n.d. “ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX THE ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTION USED *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* METHOD AND CUSTOMER SATISFACTION INDEX.” Vol. 4.
- Fadillah, H. Hadining, A.F & Sari, R.P (2020). “ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN ABC LAUNDRY DENGAN MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY, IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)* DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)*.” *Jurnal Teknik Industri*. Vol. 15.
- Oktavia, A.M, Rizani, M.D & Yudaningrum, F. n.d. “METODE *IPA (IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS)* UNTUK KINERJA LAYANAN STASIUN TAWANG SEMARANG PADA MASA PANDEMI COVID-19.”
- Farida, P. N, Kurniawan, A. Amelia, D. (2023). “Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan BPJS Kesehatan Cabang Utama Surabaya Dengan Metode Customer Satisfaction Indeks Dan *Importance Performance Analysis*.” *J Statistika*. Vol. 16.
- Romadhon, S. (2024). “ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN PT. AMARTHA MANUNGGA PRIMA (ID EXPRESS) MEDAN JOHOR METODE *SERVICE QUALITY*.” Medan.
- Safrizal, Sari, N.M & Fuad, M. (2023). “Penerapan Metode *Importance Performance Analysis* Dan *Customer Satifaction Index* Di Puskesmas Langsa Lama.” *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)* 10 (3): 1–12. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i3.582>.
- Sari, W. & Pamungkas, R. (2020). “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PASIEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PERAWAT.” *Indonesian Journal of Nursing Health Science* ISSN 5 (2): 149–57.

- Sihotang, F.P, & Oktarina, R. (2022). “Penggunaan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* Dan *Customer Satisfaction Index (CSI)* Dalam Menganalisis Pengaruh Sistem E-Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. The Use of *Importance Performance Analysis (IPA)* and *Customer Satisfaction Index (CSI)* Methods in Analyzing the Effect of the E-Service System on the Customer Level.” JTSl. Vol. 3.
- Simanjuntak, R. A, and Purwasih,Y (2017). “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PASIEN TERHADAP PELAYANAN BPJS MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* DAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*.” Yogyakarta.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2019). Service, Quality & Satisfaction. V, 1st Published.