

## ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE FUZZY-SERVQUAL PADA KANTOR POS PUSAT KOTA PADANG

Widia Afriyuni, Rahmiati, Muthia Roza Linda  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang  
Email : [widiaafriyuni@gmail.com](mailto:widiaafriyuni@gmail.com)

**Abstract:** *This study aims to analyze: (1) The level of customer satisfaction with the quality provided by the Padang City Center Post Office (2) Service attributes that need to be improved in service quality at the Padang City Center Post Office so as to improve customer satisfaction (3) Quality dimensions services that have the greatest influence on customer satisfaction at the Padang City Center Post Office. The population of this research is the Post Office customers with unknown number of respondents. The sampling technique of this study was accidental sampling technique with a total sample of 100 people. The data used is primary data. The data analysis technique uses the fuzzy-servqual method using Microsoft Excel software. The results showed that: (1) The level of consumer satisfaction is low because the overall servqual (gap) value is negative, namely -0.75 (2) There are 17 attributes that need to be improved from the 22 attributes that are tested to improve the quality of service at the Post Office Padang City Center (3) Dimensions of service quality with the biggest gap is the dimension of responsiveness with a value of -1.32.*

**Keywords:** *Service Quality, fuzzy-servqual, customer satisfaction*

### PENDAHULUAN

Setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus memenuhi standar pelayanan yang berkualitas dan memenuhi keinginan konsumen. Semua perusahaan menginginkan tercapainya tujuan dan keberhasilan. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Menurut (Jay Heizer & Barry, 2009), kualitas merupakan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas dianggap sebagai ukuran baik atau buruknya suatu layanan yang diterima oleh konsumen dari sebuah produk. Konsumen mengharapkan setiap barang atau jasa yang mereka terima mampu memenuhi keinginan, sehingga dapat menimbulkan suatu kepuasan. Untuk itu, perusahaan perlu memberikan produk yang berkualitas guna mencapai kepuasan konsumen tersebut. Kualitas bukan saja berkaitan dengan layanan yang diberikan pada masa yang akan datang, tetapi juga berkaitan dengan evaluasi tingkat pelayanan yang telah diberikan agar berguna untuk pencegahan

Pos Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak di bidang layanan pos. saat ini, bentuk badan usaha Pos Indonesia merupakan perseroan terbatas dan sering disebut PT. Pos Indonesia. Bentuk usaha Pos Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995, yaitu berisi tentang pengalihan bentuk pengalihan bentuk awal Pos Indonesia yang berupa perusahaan umum (Perum) menjadi sebuah perusahaan (Persero). Kantor Pos Pusat Kota Padang adalah perusahaan jasa pengiriman yang berusaha memberikan kepuasan kepada konsumen untuk bisa melakukan suatu pengiriman barang yang di lakukan untuk tempat yang jarak jauh. Dengan banyaknya persaingan antara jasa pengiriman barang kantor pos menawarkan berbagai pelayanan dan pilihan yang beragam untuk konsumen melakukan jasa pengiriman. Kantor Pos Pusat Kota Padang tidak hanya melayani jasa pengiriman barang tetapi juga ada beberapa layanan yang bisa pelanggan gunakan seperti angsuran sepeda motor, membayar tagihan listrik, air, telepon, kartu kredit, pembayaran pajak, mengirimkan uang, tabungan dan wesel pos juga bisa dilakukan melalui kantor pos. Dengan adanya kemudahan yang ditawarkan dalam pelayanan pos terhadap pengguna jasa merupakan suatu strategi yang diambil oleh kantor pos tersebut untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Dari survei yang telah dilakukan tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak kantor pos pusat kota padang menunjukkan bahwa hasil pengukuran awal tingkat kepuasan pelanggan, menunjukkan hasil survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Kantor Pos, dimana tingkat kepuasan pelanggan yang paling rendah terdapat pada dimensi *Tangible* yaitu sebesar 72,6% yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan belum tercapai dengan baik. Sedangkan untuk atribut kepuasan pelanggan paling rendah terdapat pada dimensi *Tangible* yaitu atribut peralatan kantor yang lengkap dan memadai untuk menunjang pelayanan sebesar 70%. Hal ini

*Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Fuzzy-Servqual Pada Kantor Pos Pusat Kota Padang*

menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen pada atribut tersebut masih rendah. Pada dimensi *Reliability* mendapat urutan keempat sebesar 74,6 dengan atribut terendahnya yaitu adanya pelayanan tracing (pelacakan posisi barang). Dimensi selanjutnya adalah *Responsiveness* sebesar 74,8% dengan atribut terendahnya yaitu karyawan selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan. Selanjutnya dimensi *Assurance* sebesar 77,3 dengan atribut terendah yaitu karyawan membuat pelanggan merasa aman dan percaya selama bertransaksi.

Dari keempat dimensi tersebut, nilai yang tertinggi hanya sebesar 79,1% pada dimensi *Emphaty*. Nilai tersebut masih rendah karena penilaian kualitas pelayanan dikatakan bagus apabila memiliki nilai diatas 80. Dan juga nilai dimensi lainnya masih dibawah rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Kantor Pos Pusat Kota Padang masih rendah.

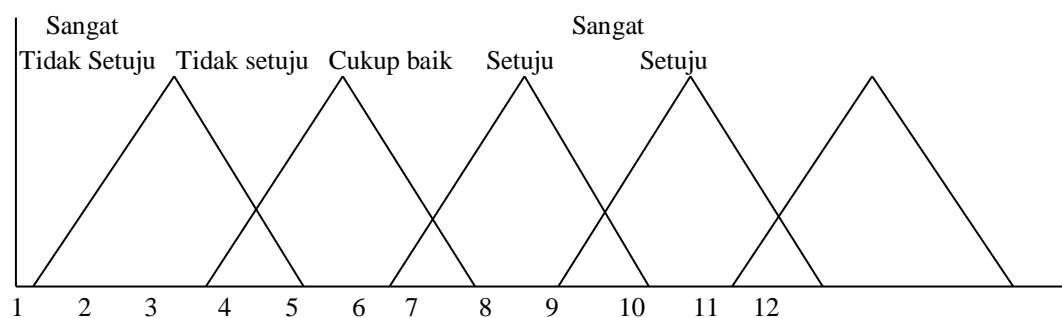
## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Kantor Pos Pusat Kota Padang yang beralamat jalan Bagindo Aziz Chan No. 7 Padang. Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden dimana respondennya adalah pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman kantor Pos. data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan metode *fuzzy-servqual* dengan *software Microsoft Excell*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Mengintegrasikan *Fuzzy-Servqual*

Penentuan *Fuzzy set* dilakukan untuk menentukan skor yang harus diberikan oleh responden untuk setiap kriteria yang diajukan dalam kuesioner. Cara penentuannya dapat dilihat pada Gambar 6 sebagai berikut:



Gambar 1. Penentuan nilai *Fuzzy set*

Berdasarkan Gambar 6 diatas, maka penentuan skor yang digunakan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan dari perhitungan nilai *Fuzzyfikasi* adalah sebagai berikut:

1. Kategori 1 = Sangat Tidak Setuju dengan skor 1, 2, 3, 4  
(Meliputi jawaban kuesioner Persepsi/ Harapan yaitu Sangat Tidak Puas/ Sangat Tidak Penting.
2. Kategori 2 = Tidak Setuju dengan skor 3, 4, 5, 6  
(Meliputi jawaban kuesioner Persepsi/ Harapan yaitu Tidak Puas/ Tidak Penting.
3. Kategori 3 = Cukup Setuju dengan skor 5, 6, 7, 8  
(Meliputi jawaban kuesioner Persepsi/ Harapan yaitu Cukup Puas/ Cukup Penting.
4. Kategori 4 = Setuju dengan skor 7, 8, 9, 10  
(Meliputi jawaban kuesioner Persepsi/ Harapan yaitu Puas/ Penting.
5. Kategori 5 = Sangat Setuju dengan skor 9, 10, 11, 12 (Meliputi jawaban kuesioner Persepsi/ Harapan yaitu Sangat Puas/ Sangat Penting.

### Perhitungan Nilai *Fuzzyfikasi* Harapan Pelanggan

Dalam menghitung nilai *fuzzyfikasi* kuesioner harapan pelanggan dengan menggunakan *software Microsoft. Excell*, dimana nilai *Fuzzyfikasi* merupakan nilai rata-rata dari nilai a,b,c. Perangkingan dilakukan dari nilai tertinggi ke nilai yang terendah. Sedangkan hasil perhitungan nilai *fuzzyfikasi* dapat dilihat pada Tabel 1. Dibawah ini:

**Tabel 1. Hasil Rekapitulasi Data Kuesioner Harapan Pelanggan**

Atribut	Harapan					Jumlah Responden	Total Skor	Rata-Rata
	1	2	3	4	5			
<i>Tangibles</i>								
1	2	3	10	32	53	100	431	4,31
2	0	0	2	28	70	100	468	4,68
3	0	0	4	33	63	100	4,59	4,59
4	0	2	7	23	68	100	457	4,57
5	2	2	13	21	62	100	439	4,39
<b>Rata-Rata</b>								<b>4,51</b>
<i>Reability</i>								
6	0	2	3	25	70	100	463	4,63
7	1	2	12	32	53	100	434	4,34
8	2	2	13	32	51	100	428	4,28
<b>Rata-Rata</b>								<b>4,42</b>
<i>Responsiveness</i>								
9	0	0	3	42	55	100	452	4,52
10	0	1	6	36	57	100	449	4,49
11	0	1	7	41	51	100	442	4,42
12	0	3	7	21	69	100	456	4,56
<b>Rata-Rata</b>								<b>4,50</b>
<i>Assurance</i>								
13	2	3	13	31	51	100	426	4,26
14	1	2	5	33	59	100	447	4,47
15	1	2	8	31	58	100	443	4,43
16	2	3	12	22	61	100	437	4,37
<b>Rata-Rata</b>								<b>4,38</b>
<i>Empathy</i>								
17	0	1	6	16	77	100	469	4,69
18	1	1	5	35	58	100	448	4,48
19	0	1	4	27	68	100	462	4,62
20	2	3	11	34	50	100	427	4,27
21	0	0	5	29	66	100	461	4,61
22	2	3	12	30	53	100	429	4,29
<b>Rata-Rata</b>								<b>4,49</b>

(Sumber: Olah Data Menggunakan Microsoft Excell 2018)

Perhitungan nilai *fuzzyfikasi* data kuesioner dilakukan dengan rumus :

$$\text{Batas bawah (a)} = \frac{b_{a1} * n_1 + b_{a2} * n_2 + b_{a3} * n_3 + \dots + b_{ak} * n_k}{n_1 + n_2 + n_3 + \dots + n_k}$$

$$\text{Nilai tengah (b)} = \frac{b_{b1} * n_1 + b_{b2} * n_2 + b_{b3} * n_3 + \dots + b_{bk} * n_k}{n_1 + n_2 + n_3 + \dots + n_k}$$

$$\text{Batas atas (c)} = \frac{b_{c1} * n_1 + b_{c2} * n_2 + b_{c3} * n_3 + \dots + b_{ck} * n_k}{n_1 + n_2 + n_3 + \dots + n_k}$$

Keterangan:

$b_{ak}$  = nilai bobot bawah dari pilihan K

$b_{bk}$  = nilai bobot tengah dari pilihan K

$b_{ck}$  = nilai bobot atas dari pilihan K

$n_k$  = jumlah responden dari pilihan K

Berdasarkan rumus diatas maka nilai a, b, dan c dari persepsi untuk contoh pada pernyataan 1 adalah:

$$\text{Batas bawah (a)} = \frac{(1*2)+(3*3)+(5*10)+(7*32)+(9*53)}{2+3+10+32+53}$$

$$= \frac{2+9+50+224+477}{100}$$

$$= 7,62$$

$$\text{Nilai tengah (b)} = \frac{(2,5*2)+(4,5*3)+(6,5*10)+(8,5*32)+(10,5*53)}{2+3+10+32+53}$$

$$= \frac{5+13,5+65+272+556,5}{100}$$

$$= 9,12$$

$$\text{Batas atas (c)} = \frac{(4*2)+(6*3)+(8*10)+(10*32)+(12*53)}{2+3+10+32+53}$$

$$= \frac{8+18+80+320+636}{100}$$

$$= 10,62$$

Setelah masing-masing kriteria didapatkan nilai a, b, dan c, maka tahap selanjutnya adalah melakukan perhitungan nilai *defuzzyfikasi* untuk mendapatkan suatu nilai tunggal yang *representative* dengan menggunakan rumus *Arithmetic Mean* yang diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Defuzzyfikasi} = (a * b * c)^{\frac{1}{3}}$$

$$= (7,62 * 9,12 * 10,62)^{\frac{1}{3}}$$

$$= 9,04$$

**Tabel 2. Nilai Defuzzyfikasi Harapan Pelanggan**

Atribut	TFN			Defuzzyfikasi	Rank
	A	b	c		
1	7.62	9.12	10.62	9.04	18
2	8.36	9.86	11.36	9.78	2
3	8.18	9.68	11.18	9.60	6
4	8.14	9.64	11.14	9.56	7
5	7.78	9.28	10.78	9.20	15
6	8.26	9.76	11.26	9.68	3
7	7.68	9.18	10.68	9.10	17
8	7.56	9.06	10.56	8.98	20
9	8.04	9.54	11.04	9.46	9
10	7.98	9.48	10.98	9.40	10
11	7.84	9.34	10.84	9.26	14
12	8.12	9.62	11.12	9.54	8
13	7.52	9.02	10.52	8.94	22
14	7.94	9.44	10.94	9.36	12
15	7.86	9.36	10.86	9.28	13

16	7.74	9.24	10.74	9.16	16
17	8.38	9.88	11.38	9.80	1
18	7.96	9.46	10.96	9.38	11
19	8.24	9.74	11.24	9.66	4
20	7.54	9.04	10.54	8.96	21
21	8.22	9.72	11.22	9.64	5
22	7.58	9.08	10.58	9.00	19

(Sumber: Olah Data Menggunakan Microsoft Excell 2018)

Berdasarkan Tabel 2. Dimana nilai tertinggi terdapat pada atribut urutan 17 yaitu “Karyawan melayani pelanggan yang datang dengan ramah dan sopan” dengan nilai *Defuzzyfikasi* sebesar 9,80. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tersebut sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan diharapkan oleh pelanggan. Oleh karena itu atribut tersebut perlu menjadi prioritas utama bagi perusahaan untuk memaksimalkan pelayanannya. Sementara itu, harapan pelanggan paling rendah terdapat pada atribut urutan 13 yaitu “Adanya pemberian ganti rugi pada setiap kerusakan barang yang dikirim ataupun kehilangan yang terjadi sesuai dengan prosedur” dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 8,94. Hal ini berarti atribut tersebut tidak terlalu penting bagi pelanggan.

#### Perhitungan Nilai *Fuzzyfikasi* Persepsi Pelanggan

Tabel 3. Hasil Rekapitulasi Data Kuesioner Persepsi Pelanggan

Atribut	Persepsi					Total Responden	Total Skor	Rata-Rata
	1	2	3	4	5			
<i>Tangibles</i>								
1	2	2	14	35	47	100	423	4,23
2	0	2	13	33	52	100	435	4,35
3	1	4	15	41	39	100	413	4,13
4	1	1	16	46	36	100	415	4,15
5	0	1	10	35	54	100	442	4,42
<b>Rata-Rata</b>								<b>4,26</b>
<i>Reliability</i>								
6	1	5	18	42	34	100	403	4,03
7	1	1	12	33	53	100	436	4,36
8	1	6	22	32	39	100	402	4,02
<b>Rata-Rata</b>								<b>4,14</b>
<i>Responsiveness</i>								
9	1	5	23	40	31	100	395	3,95
10	0	4	33	37	26	100	385	3,85
11	1	8	26	41	24	100	379	3,79
12	2	8	26	38	26	100	378	3,78
<b>Rata-Rata</b>								<b>3,84</b>
<i>Assurance</i>								
13	4	5	29	35	27	100	376	3,76
14	0	5	22	42	31	100	399	3,99
15	1	6	25	38	30	100	390	3,90
16	0	1	11	29	59	100	446	4,46
<b>Rata-Rata</b>								<b>4,03</b>
<i>Empathy</i>								
17	0	4	20	40	36	100	408	4,08
18	0	8	12	43	37	100	409	4,09
19	1	4	20	34	41	100	410	4,10

<b>20</b>	0	2	13	40	45	100	428	4,28
<b>21</b>	0	3	19	41	37	100	412	4,12
<b>22</b>	0	2	12	37	49	100	433	4,33
<b>Rata-Rata</b>								<b>4,17</b>

**Tabel 4. Nilai Defuzzyfikasi Persepsi Pelanggan**

Atribut	TFN			Defuzzyfikasi	Rank
	A	b	c		
<b>1</b>	7.46	8.96	10.46	8.88	7
<b>2</b>	7.70	9.20	10.70	9.12	4
<b>3</b>	7.26	8.76	10.26	8.67	9
<b>4</b>	7.30	8.80	10.30	8.71	8
<b>5</b>	7.84	9.34	10.84	9.26	2
<b>6</b>	7.06	8.56	10.06	8.47	14
<b>7</b>	7.72	9.22	10.72	9.14	3
<b>8</b>	7.04	8.54	10.04	8.45	15
<b>9</b>	6.90	8.40	9.90	8.31	17
<b>10</b>	6.70	8.20	9.70	8.11	19
<b>11</b>	6.58	8.08	9.58	7.99	20
<b>12</b>	6.56	8.06	9.56	7.97	21
<b>13</b>	6.52	8.02	9.52	7.93	22
<b>14</b>	6.98	8.48	9.98	8.39	16
<b>15</b>	6.80	8.30	9.80	8.21	18
<b>16</b>	7.92	9.42	10.92	9.34	1
<b>17</b>	7.16	8.66	10.16	8.57	13
<b>18</b>	7.18	8.68	10.18	8.59	12
<b>19</b>	7.20	8.70	10.20	8.61	11
<b>20</b>	7.56	9.06	10.56	8.98	6
<b>21</b>	7.24	8.74	10.24	8.65	10
<b>22</b>	7.66	9.16	10.66	9.08	5

(Sumber: Olah Data Menggunakan Microsoft Excell 2018)

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa pengolahan data Persepsi pelanggan dengan menggunakan *Microsoft Excel*, dapat diketahui bahwa nilai persepsi tertinggi terhadap kualitas pelayanan pada Kantor Pos Pusat Kota Padang terhadap pelanggan adalah terdapat pada atribut urutan nomor 16 yaitu “Karyawan Kantor Pos Pusat Kota Padang memiliki pengetahuan untuk menjawab setiap pertanyaan pelanggan“ dengan nilai *Defuzzyfikasi* sebesar 9,34. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diterima pelanggan yang paling memuaskan terdapat pada atribut “Karyawan Kantor Pos Pusat Kota Padang memiliki pengetahuan untuk menjawab setiap pertanyaan pelanggan“. Sementara itu tingkat persepsi pelanggan yang paling rendah terdapat pada atribut urutan nomor 13 yaitu “Adanya pemberian ganti rugi pada setiap kerusakan barang yang dikirim ataupun kehilangan yang terjadi sesuai dengan prosedur” dengan nilai *Defuzzyfikasi* sebesar nilai 7,93. Nilai ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diterima pelanggan pada atribut tersebut tidak memuaskan.

### Perhitungan Nilai *Servqual* Per Kriteria

Hasil perhitungan nilai *servqual* (gap) per kriteria dari selisih tingkat persepsi dan harapan menunjukkan sejauh mana pihak Kantor Pos Pusat Kota Padang telah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan. Peran gap per kriteria akan memberikan tingkat kepentingan seberapa jauh peran kriteria tersebut dalam memberikan tingkat kualitas pelayanannya. Hasil perhitungan gap antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap tingkat kualitas pelayanan kantor pos pusat kota padang dapat dilihat pada Tabel 5 berikut:

**Tabel 5. Nilai *Servqual* Per Kriteria Persepsi dan Harapan**

Atribut	Defuzzyfikasi		Gap	Rank
	Persepsi	Harapan		
1	8.88	9.04	-0.16	17
2	9.12	9.78	-0.67	15
3	8.67	9.60	-0.93	12
4	8.71	9.56	-0.85	13
5	9.26	9.20	0.06	20
6	8.47	9.68	-1.21	5
7	9.14	9.10	0.04	19
8	8.45	8.98	-0.53	16
9	8.31	9.46	-1.15	6
10	8.11	9.40	-1.29	2
11	7.99	9.26	-1.27	3
12	7.97	9.54	-1.58	1
13	7.93	8.94	-1.01	9
14	8.39	9.36	-0.97	11
15	8.21	9.28	-1.07	7
16	9.34	9.16	0.18	22
17	8.57	9.80	-1.23	4
18	8.59	9.38	-0.79	14
19	8.61	9.66	-1.05	8
20	8.98	8.96	0.02	18
21	8.65	9.64	-0.99	10
22	9.08	9.00	0.08	21

(Sumber: Olah Data Menggunakan Microsoft Excell 2018)

Berdasarkan Tabel 5 hasil perhitungan nilai *servqual* (gap) per kriteria, dari 22 kriteria hanya diperoleh 17 kriteria bernilai negatif yang perlu menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan. Sementara itu diperoleh 5 kriteria yang bernilai gap positif dan sudah memenuhi kepuasan pelanggan. Dimana atribut pada urutan 12 yaitu “Petugas loket memberikan pelayanan dengan sigap dan cekatan” merupakan atribut yang mempunyai nilai gap paling besar. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tersebut menjadi prioritas utama yang perlu untuk diperbaiki oleh kantor pos pusat Kota Padang.

### Perhitungan Nilai *Servqual* Keseluruhan

Hasil perhitungan nilai gap secara keseluruhan dari selisih tingkat persepsi dan harapan menunjukkan sejauh mana pihak Kantor Pos Pusat Kota Padang telah memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggannya. Hasil pengukuran gap secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini:

*Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Fuzzy-Servqual Pada Kantor Pos Pusat Kota Padang*

**Tabel 6. Hasil Perhitungan *Servqual* (Gap) Secara Keseluruhan**

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap	Rank
1	<i>Tangibles</i>	8,93	9,44	-0,51	5
2	<i>Reliability</i>	8,69	9,25	-0,57	4
3	<i>Responsiveness</i>	8,09	9,42	-1,32	1
4	<i>Assurance</i>	8,47	9,18	-0,72	2
5	<i>Empathy</i>	8,75	9,41	-0,66	3
	<b>Rata-rata</b>	<b>8,58</b>	<b>9,34</b>	<b>-0,75</b>	

(Sumber: Olah Data Menggunakan Microsoft Excell 2018)

Berdasarkan Tabel 6. hasil perhitungan gap secara keseluruhan menunjukkan bahwa nilai gap negatif yaitu sebesar -0,75 yang berarti bahwa apa yang diharapkan pelanggan belum sesuai dengan apa yang dirasakan.

## PEMBAHASAN

### Perhitungan Hasil *Servqual* Per Atribut untuk Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Pelayanan Kantor Pos Pusat Kota Padang.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa sebagian besar atribut yang diujikan mempunyai nilai gap negatif. Dari 22 atribut yang diuji hanya terdapat 5 atribut yang memiliki nilai positif dan mampu memenuhi kepuasan pelanggan. Sementara itu, 17 atribut lainnya mempunyai nilai gap negatif. Untuk pengukuran gap keseluruhan menghasilkan nilai sebesar -0,75, hal ini berarti bahwa harapan pelanggan terhadap pelayanan Kantor Pos Pusat Kota Padang lebih tinggi dari pada persepsi atau jasa yang telah mereka terima selama ini. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Kantor Pos Pusat Kota Padang masih rendah dan masih adanya kesenjangan yang terjadi antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan.

### Perhitungan Atribut Layanan Yang Perlu Diperbaiki Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan nilai *servqual* (gap) per atribut diketahui sebagian besar atribut yaitu 17 dari 22 atribut bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi yang sebenarnya belum sesuai dengan keinginan pelanggan atau belum memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal (Bojanic dan Rosen, 2014 dalam Nindya, 2014). Oleh karena itu, Kantor Pos Pusat Kota Padang harus bisa memperhatikan kualitas pelayanan yang memiliki nilai negatif dan perlu dilakukan perbaikan untuk beberapa kriteria yang masih bernilai negatif serta belum sesuai dengan harapan pelanggan.

### Perhitungan Nilai *Servqual* Per Dimensi Antara Persepsi Dan Harapan Pelanggan

1. *Tangibles*, Pada penelitian ini dimensi memiliki nilai gap sebesar -0,51. Hal ini menunjukkan bahwa pada dimensi *tangibles* terdapat pelayanan yang berupa fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang ada di kantor pos pusat kota padang yang tidak memuaskan pelanggan.
2. *Reliability* Pada dimensi *reliability* terdapat nilai gap sebesar -0,57 dan merupakan gap dengan urutan keempat yang paling rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pada dimensi tersebut terdapat kualitas pelayanan yang tidak memuaskan pelanggan.
3. *Responsiveness*, Pada penelitian ini dimensi *responsiveness* memiliki nilai gap terbesar yaitu -1,32. Hal ini berarti atribut pada dimensi *responsiveness* mempunyai tingkat kepuasan yang sangat rendah dan menjadi prioritas untuk segera diperbaiki untuk mencapai kepuasan pelanggan.
4. *Assurance*, Pada penelitian ini dimensi *assurance* mempunyai nilai gap yaitu sebesar -0,72.
5. *Empathy*, Pada penelitian ini dimensi *empathy* mempunyai nilai gap urutan ketiga paling rendah yaitu sebesar -0,66.

Dari lima dimensi *servqual* tersebut, dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut yang terdapat dalam dimensi *responsiveness* perlu lebih diprioritaskan untuk dilakukan peningkatan dan perbaikan kualitas pelayanan sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai dengan baik.

*Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Fuzzy-Servqual Pada Kantor Pos Pusat Kota Padang*



## SIMPULAN

Tingkat kepuasan pelanggan Kantor Pos Pusat Kota Padang Masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengolahan data menggunakan *Microsoft Excel* dapat menjelaskan bahwa sebagian besar atribut yang diujikan dalam kuesioner mempunyai nilai gap yang negatif. Dari 22 atribut kualitas pelayanan yang diuji hanya ada 5 atribut yang mempunyai nilai gap positif. Sementara itu 17 atribut tersebut bernilai negatif dan perlu dilakukan perbaikan pada atribut yang bernilai negatif. Pada perhitungan akhir menghasilkan gap secara keseluruhan bernilai negatif sebesar -0,75, dan dimensi yang memiliki gap paling besar terdapat pada dimensi responsiveness dengan nilai -1,32. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada Kantor Pos Pusat Kota Padang masih rendah dan kepuasan pelanggan belum tercapai dengan baik.

## SARAN

Bagi Kantor Pos Pusat Kota Padang sebaiknya melakukan perbaikan terhadap atribut-atribut yang mempunyai nilai gap negatif yang berada pada rank 1-17 Karena atribut tersebut yang paling lemah dalam kualitas pelayanannya. Atribut yang paling utama yang perlu diperbaiki adalah atribut urutan 13 yaitu “Adanya pemberian ganti rugi pada setiap kerusakan barang yang dikirim ataupun kehilangan yang terjadi sesuai dengan prosedur“. Karena pelanggan mempunyai nilai harapan yang paling besar pada atribut tersebut untuk dapat terpenuhi. Perbaikan ini dilakukan untuk memberikan kualitas pelayanan jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan sehingga pelanggan menjadi puas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aranningrum, W. (2013). Peningkatan Kualitas Pelayanan Pegawai Dengan Menggunakan Integrasi Metode Importance Performance Analysis ( IPA ) -Quality Function Deployment ( QFD ). *Jurnal Administrasi Publik*, 1, 275–282.
- Djunaidi, M. (2005). Penentuan Jumlah Produksi Dengan Aplikasi Metode FUZZY-MAMDANI. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 4(2), 95–104.
- Fajriyah, N. N., Effendi, U., & Santoso, I. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode Fuzzy Servqual pada Restoran X di Kota Malang. *Jurnal TIP UB*, 1–10.
- Harto, B., Jurusan, D., Informasi, S., Tinggi, S., Informatika, M., & Komputer, D. (2015). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Fuzzy Servqual Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Di Bengkel Resmi BAJAJ Padang). *Jurnal TEKNOIF*, 3(Vol.3 No.1), 20–30.
- Jay Heizer, & Barry, R. (2009). *operations management* (sembilan). jakarta: salemba empat.
- Kartika, N. F., & Suprayogi. (2017). Implementasi Fuzzy -Service Quality Terhadap Tingkat Kepuasan Layanan Mahasiswa. *Sisfotenika*, 7(1), 38–49. Retrieved from <http://www.sisfotenika.stmikpontianak.ac.id/index.php/ST/article/view/File/132/126>
- Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2009). *manajemen pemasaran* (ketiga). jakarta: erlangga.
- Mustofa, M., Handoyo, & Ernawati, D. (2014). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode Service Quality ( SERVQUAL ) FUZZY DI PT . POS INDONESIA SIDOARJO. *Jurnal Teknik Industri*, 1–14.
- Purnama, N. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global* (pertama). Ekonisia.
- Sholikhah, H., Iriananda, S. W., Studi, P., Informatika, T., Teknik, F., & Malang, U. W. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Travel Menggunakan Metode Fuzzy Service Quality. *Jurnal of Information Technology and Computer Science*, 2(2), 69–74.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business* (4th ed.). jakarta: salemba empat.
- Tjiptono, F., & chandra, gregorius. (2005). *service, quality & satisfaction* (3rd ed.). yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. yogyakarta: ANDI.