

KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PT XYZ DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL ANALYSIS

Putri Anjar Sari¹, Asep Hadian Sasmita², Vina Dwiyanti³

^{1,2,3}Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

Email: putrianjarsari@upi.edu

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengukur dan menjelaskan kesenjangan kualitas layanan PT XYZ di Mekarwangi, Bandung menggunakan SERVQUAL, sembari memanfaatkan ulasan pelanggan sebagai bukti pendukung. Desain yang digunakan bersifat kuantitatif deskriptif verifikatif. Hasil penelitian menunjukkan GAP negatif terbesar pada *Reliability*, diikuti *Assurance* dan *Responsiveness*, sedangkan *Tangibles* dan *Empathy* relatif kecil. Pola ini konsisten dengan sorotan pada keterlambatan pengantaran, akurasi pelacakan, dan kepastian prosedur klaim. Implikasi manajerial meliputi rekalkibrasi SLA berbasis percentil lintasan, penguatan disiplin pemindaian, integrasi status pelacakan antarkanal, penyederhanaan alur klaim beserta naskah komunikasi, serta penataan kapasitas dan triase pada jam puncak, sembari mempertahankan standar layanan mikro di gerai. Kontribusi riset terletak pada kerangka pengukuran yang dapat direplikasi untuk jaringan kurir perkotaan dan agenda pengujian lanjutan lintas cabang menggunakan IPA/CSI.

Kata Kunci: SERVQUAL; Kualitas Layanan; Analisis Kesenjangan; Jasa Kurir; Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This study assesses and explains service quality gaps at PT XYZ in Mekarwangi using the SERVQUAL framework, while leveraging customer reviews as supporting evidence. A quantitative descriptive–verificative design was employed. The findings indicate the largest negative GAP in Reliability, followed by Assurance and Responsiveness, whereas Tangibles and Empathy display minor gaps. This pattern aligns with recurrent issues regarding delivery timeliness, tracking accuracy, and claim procedures. Managerial implications include percentile-based SLA recalibration by route, stricter scanning discipline, cross-channel tracking integration, streamlined claims with standardized scripts, and peak-hour capacity plus triage, while sustaining frontline micro-service standards. The study contributes a replicable measurement blueprint for urban courier networks and outlines a follow-up agenda across branches using IPA/CSI to refine improvement priorities.

Keywords: SERVQUAL; Service Quality; Gap Analysis; Courier Services; Customer Satisfaction.

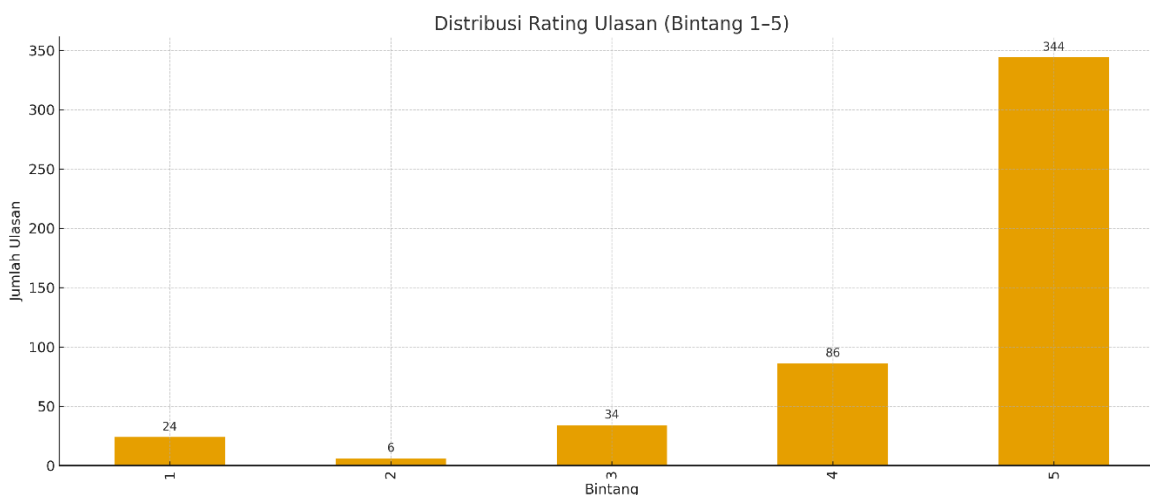
A. PENDAHULUAN

PT XYZ adalah perusahaan jasa pengiriman dan logistik terpadu yang menyediakan layanan same day, reguler, serta kargo untuk muatan besar, disertai dukungan aktivitas fulfillment seperti penyimpanan, pemrosesan pesanan, dan penjemputan terjadwal. Operasi tersebar di berbagai kota besar dan menengah melalui jaringan gerai ritel, titik layanan, dan pusat sortir regional yang terhubung oleh armada darat, kendaraan last mile, serta koneksi udara komersial.

Basis pelanggannya mencakup pengguna ritel pada kanal B2C dan pelaku usaha pada kanal B2B, mulai dari UMKM yang bergantung pada marketplace sampai klien korporat dengan kontrak berulang dan kebutuhan pengendalian kualitas yang ketat. Kombinasi cakupan wilayah, variasi layanan, dan portofolio pelanggan tersebut menempatkan PT XYZ pada lanskap operasi yang menuntut konsistensi proses dari titik penjemputan hingga bukti serah terima.

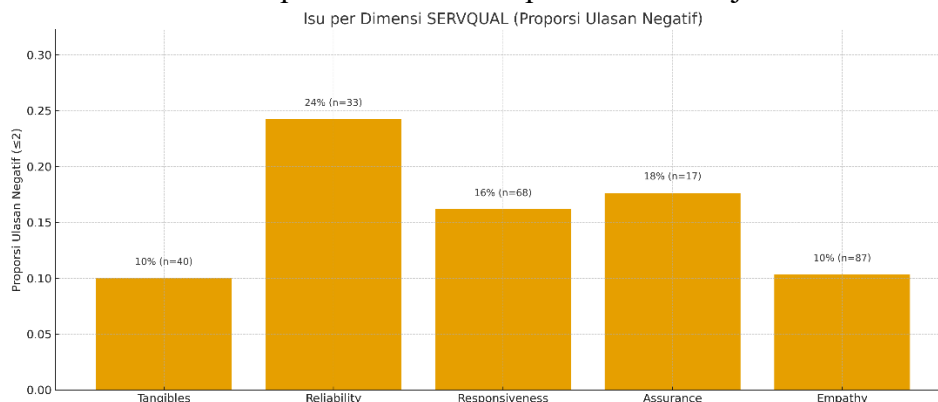
Pasar jasa kurir di Indonesia menunjukkan dinamika yang kian intens. Persaingan harga membuat diferensiasi berbasis tarif semakin tipis, sehingga acuan penilaian bergeser pada mutu layanan yang dirasakan pelanggan. Ekspektasi utama mengerucut pada tiga hal: ketepatan waktu, keamanan penanganan paket, dan kemudahan pelacakan (Sulistyo et al., 2022). Ketepatan waktu dipahami bukan hanya sebagai tiba sesuai janji, melainkan juga kestabilan varians waktu tempuh lintas rute dan periode puncak. Keamanan mencakup integritas fisik paket, akurasi labeling, serta mitigasi risiko kehilangan atau salah kirim, sementara kemudahan tracking menuntut alur informasi yang utuh, mulai dari pembaruan status yang granular hingga konsistensi data antara resi, antarmuka pelacakan, dan konfirmasi kurir di lapangan (Robustin, 2023). Pada titik temu layanan, pelanggan juga memperhatikan kualitas interaksi dengan petugas, kejelasan prosedur di gerai, dan manajemen antrian pada jam sibuk, dan ketika faktor-faktor ini bekerja serempak, persepsi mutu terbentuk tidak hanya oleh satu insiden, tetapi oleh akumulasi pengalaman sepanjang perjalanan paket.

Urgensi pengukuran kualitas muncul dari kaitan kausal yang relatif jelas: kualitas layanan yang dipersepsi memadai mendorong kepuasan, kepuasan memicu penggunaan ulang dan loyalitas, dan loyalitas memperkuat daya saing. Rantai kualitas layanan → kepuasan → repeat usage atau loyalitas → daya saing memperlihatkan bahwa investasi pada standar proses dan pengalaman pelanggan bersifat strategis, bukan sekadar operasional. Tanpa instrumen pengukuran yang terstruktur, perusahaan berisiko mengandalkan intuisi atau data komplain yang bersifat reaktif. Pengukuran yang sistematis memungkinkan identifikasi kesenjangan antara harapan dan persepsi pada dimensi yang relevan, misalnya *Reliability* aliran kiriman, responsivitas penanganan, *Assurance* profesionalisme, wujud fasilitas dan sarana layanan, serta empati dalam interaksi. Informasi ini memberi dasar yang kuat untuk menyusun prioritas perbaikan, menetapkan target kinerja, dan mengevaluasi dampak intervensi secara berkala (Ali et al., 2021).



Gambar 1. Distribusi Rating Ulasan Pelanggan (N = 494)
Sumber: Data Diolah

Gambar distribusi rating memperlihatkan panorama awal pengalaman pelanggan terhadap layanan PT XYZ. Mayoritas ulasan berkumpul pada bintang empat dan lima, yang menandakan persepsi memuaskan terhadap interaksi di gerai maupun proses pengiriman. Rata-rata penilaian 4,46 dengan porsi ulasan positif mencapai sekitar delapan puluh tujuh persen menunjukkan bahwa standar layanan sehari-hari umumnya terpenuhi. Meski hasilnya cukup baik seperti gambar di atas, keberadaan ulasan berbintang satu hingga tiga tidak dapat diabaikan karena di sanalah tersembunyi penanda gangguan proses yang berulang, misalnya keterlambatan di koridor tertentu atau komunikasi yang kurang informatif pada fase pelacakan. Distribusi yang condong ke sisi atas skala memberi kabar baik tentang performa agregat, tetapi sekaligus mengingatkan bahwa sedikit deviasi pada titik temu krusial dapat menurunkan kepuasan secara tajam.



Gambar 2. Isu Per Dimensi SERVQUAL

Sumber: Data Diolah

Pra-analisis terhadap 494 ulasan pelanggan memperlihatkan rerata penilaian 4,46 dengan proporsi ulasan positif (bintang 4 dan 5) mencapai 87 persen. Gambaran umum ini memberi kesan bahwa pengalaman layanan PT XYZ cenderung memuaskan. Meski begitu, pola pada kelompok ulasan berbintang rendah menyingkap sisi yang tidak seragam. Keluhan mengerucut pada aspek ketepatan dan *Reliability* pengiriman yang berkaitan dengan *Reliability* alur kiriman, diikuti catatan mengenai rasa aman dan etika layanan yang mewakili dimensi *Assurance*, serta kecepatan respons terutama pada periode sibuk yang beririsan dengan dimensi *Responsiveness*. Konsentrasi isu di tiga ranah tersebut mengisyaratkan bahwa kepuasan agregat tidak sepenuhnya menjamin konsistensi kualitas pada titik temu yang krusial.

Jika diletakkan berdampingan dengan harapan pelanggan, ketidaksesuaian menjadi lebih jelas. Pelanggan menginginkan pemenuhan SLA pengantaran yang stabil dari hari ke hari, akurasi penanganan tanpa salah kirim atau salah label, keramahan dan profesionalitas petugas, serta proses yang sederhana dari pembuatan resi hingga konfirmasi penerimaan (Bintoro et al., 2023; Sulistyarningsih et al., 2024). Realita di lapangan yang tertangkap pada ulasan bernilai rendah menunjukkan adanya jeda antara desain layanan dan eksekusi: keterlambatan pada lintasan tertentu, informasi pelacakan yang tidak seragam antar kanal, antrean gerai pada jam padat, atau komunikasi yang belum menenangkan ketika terjadi gangguan. Jeda inilah yang kemudian membentuk gap antara harapan yang terbangun sebelum transaksi dan persepsi yang terbentuk setelah interaksi layanan.

Dari sudut pandang operasional dan bisnis, gap tersebut berisiko mendorong eskalasi komplain, memperpanjang siklus penyelesaian masalah, serta memunculkan biaya korektif seperti penjemputan ulang atau proses retur, karena pada saat yang sama, persepsi inkonsistensi akan menekan niat penggunaan ulang dan pada akhirnya melemahkan retensi, terutama pada segmen

yang sensitif waktu dan reputasi. Reputasi merek pun ikut tergerus jika pengalaman negatif yang terlokalisasi berubah menjadi narasi yang menyebar melalui kanal publik. Tanpa pengukuran yang terstruktur, organisasi mudah terjebak pada pemadaman kebakaran kasus per kasus, alih-alih menutup sumber gangguan di level proses dan standar kerja (Chatterjee et al., 2023; Tuan et al., 2022).

Ilustrasi sederhana dapat membantu membayangkan titik-titik kritis yang perlu dikendalikan. Pada gerai bertrafik tinggi, antrian cenderung menumpuk pada rentang sore hari 16.00–19.00 ketika kurir last mile juga melakukan konsolidasi paket (Salamah et al., 2022). Pengiriman barang rapuh membutuhkan disiplin pelabelan dan bahan pelindung yang konsisten agar tidak terjadi klaim kerusakan, sementara komunikasi status melalui resi harus menyajikan pembaruan yang teratur agar pelanggan tidak menafsirkan kekosongan informasi sebagai gangguan. Contoh-contoh ini menunjukkan mengapa pemetaan kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi perlu dipertahankan sebagai praktik rutin, karena dari sanalah prioritas perbaikan dapat ditetapkan dengan dasar yang terukur dan terarah .

Bertolak dari ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman yang ditunjukkan pada bagian sebelumnya, penelitian ini menajamkan fokus pada pengukuran kualitas layanan PT XYZ melalui kerangka SERVQUAL. Pertanyaan pertama diarahkan untuk memotret dua sisi penilaian yang membentuk kepuasan, yakni sejauh mana tingkat ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap mutu layanan pada lima dimensi SERVQUAL yang meliputi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Pengukuran ganda ini memungkinkan perbandingan yang sah antara harapan awal dan pengalaman aktual pada titik temu layanan sehari-hari.

Pertanyaan berikutnya menyorot besaran kesenjangan yang menjadi inti evaluasi SERVQUAL. Penelitian hendak menghitung nilai selisih antara persepsi dan ekspektasi pada setiap butir pernyataan serta pada agregat masing-masing dimensi, sehingga tampak dengan jelas area yang tertinggal dan area yang telah memenuhi atau melampaui harapan. Setelah kesenjangan dipetakan, agenda analitis bergerak pada kebutuhan praktis organisasi: mengidentifikasi dimensi dan butir mana yang perlu diprioritaskan untuk perbaikan agar peningkatan kepuasan terjadi secara nyata. Masalah membentang dari pemetaan tingkat ekspektasi dan persepsi, perhitungan kesenjangan pada level item dan dimensi, hingga penyusunan prioritas perbaikan yang berorientasi pada dampak terhadap pelanggan.

Penelitian ini bertujuan menghasilkan pemetaan yang terukur mengenai mutu layanan PT XYZ berdasarkan kerangka SERVQUAL. Langkah pertama ialah mengukur tingkat ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap 22 butir pernyataan yang merepresentasikan lima dimensi SERVQUAL, sehingga tersedia gambaran komprehensif tentang standar yang diharapkan dan pengalaman yang dialami pada tiap titik temu layanan. Pengukuran ganda ini diharapkan mampu menangkap variasi penilaian pada level butir sekaligus mengungkap pola agregat pada masing-masing dimensi.

Tujuan berikutnya adalah menghitung selisih antara persepsi dan ekspektasi pada setiap butir serta pada ringkasan per dimensi untuk memperoleh nilai kesenjangan yang jelas dan dapat dibandingkan. Hasil perhitungan ini menjadi dasar untuk menyusun urutan prioritas perbaikan layanan, yaitu dengan menempatkan butir dan dimensi yang menunjukkan kesenjangan terbesar pada posisi penanganan teratas. Apabila diperlukan pendalaman keputusan, penelitian membuka ruang penggunaan pendekatan pendukung seperti *Importance–Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index* guna menegaskan butir yang paling berpengaruh terhadap kepuasan. Dengan demikian, tujuan akhir penelitian tidak berhenti pada pengukuran, tetapi berlanjut pada

perumusan agenda peningkatan yang operasional dan berdaya guna bagi pengelolaan mutu PT XYZ.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan

Kepuasan pelanggan pada layanan pengiriman merupakan penilaian pascapenggunaan yang lahir dari perbandingan antara standar yang dibayangkan sebelum transaksi dan pengalaman nyata setelah layanan berlangsung. Sejak awal 1990-an, literatur menegaskan sifatnya yang multiatribut, karena terbentuk dari rangkaian titik temu sepanjang perjalanan paket: mulai dari pembuatan resi di gerai, proses penyortiran dan pergerakan antarmoda, pembaruan status melalui kanal digital, hingga serah terima akhir dengan kurir. Masing-masing tahap menyumbang unsur persepsi yang, bila akumulatifnya positif, menaikkan evaluasi keseluruhan terhadap penyedia jasa (Ong et al., 2023; Salamah et al., 2022).

Pada dekade 2000-an, berbagai penelitian memperlihatkan keterkaitan yang ajek antara kepuasan, loyalitas, dan niat penggunaan ulang. Pengalaman yang stabil serta dapat dipercaya menurunkan biaya pencarian alternatif, memperkuat kelekatan pada merek, dan mereduksi sensitivitas pelanggan terhadap fluktuasi harga. Gejala ini terasa kuat pada pengguna yang bergantung pada kecepatan dan ketepatan, seperti pelaku niaga elektronik atau pengirim dokumen berdimensi waktu, gangguan kecil pada ketepatan jadwal atau kejelasan pelacakan mampu memicu penurunan penilaian yang tidak proporsional terhadap besarnya insiden.

Setelah 2010 terjadi pergeseran pemahaman tentang peran ekspektasi menjadi semakin tajam. Ekspektasi bersifat dinamis: ia dibentuk ulang oleh pengalaman terdahulu, standar kompetitor, dan cara perusahaan mengomunikasikan janji layanannya. Ketika pelaku industri bersama-sama mengumumkan komitmen waktu yang kian ketat, ambang toleransi pelanggan ikut bergeser (Hoque et al., 2023; Ong et al., 2023). Organisasi karenanya tidak cukup hanya mengoptimalkan proses, tetapi juga perlu menjaga konsistensi informasi agar gambaran yang tertanam di benak pelanggan selaras dengan kemampuan operasi yang sebenarnya.

Kualitas layanan berfungsi sebagai variabel kunci yang menangkap bukan semata kepuasan sesaat, melainkan juga kemampuan sistem menepati janji secara berulang dalam arus pemikiran tersebut. Pengukuran yang teliti atas dimensi-dimensi kualitas memberi peta titik rawan yang, bila disasar dengan intervensi yang tepat, menghasilkan perbaikan kepuasan yang bersifat sistemik. Dasar inilah yang menjadikan instrumen yang menilai ekspektasi dan persepsi secara berdampingan, seperti SERVQUAL, relevan untuk jasa kurir, karena menghadirkan cara yang terstruktur untuk melihat di mana kesenjangan muncul dan bagaimana prioritas perbaikan sebaiknya ditetapkan (Hoque et al., 2023; Sulistyono et al., 2022).

2. SERVQUAL: Konsep, Dimensi, dan Perdebatan

SERVQUAL diperkenalkan pada akhir 1980-an sebagai perangkat ukur yang merapikan cara menilai mutu layanan melalui lima ranah utama: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Dua puluh dua butir pernyataannya dirancang untuk memotret dua sisi penilaian pelanggan sekaligus, yaitu ekspektasi sebelum menerima layanan dan persepsi setelah berinteraksi. Kesenjangan dapat dihitung secara eksplisit sehingga perhatian tidak berhenti pada besar kecilnya skor, melainkan bergerak ke arah identifikasi atribut yang tertinggal dari standar yang dibayangkan pelanggan. Kejelasan logika pengukuran ini membuat SERVQUAL cepat diadopsi dan mudah dioperasionalkan di berbagai organisasi jasa (Darmawan et al., 2022; Rahayu, 2021).

Pada rentang 1990 hingga awal 2000, banyak penelitian lintas sektor membenarkan kegunaannya. Perbankan, rumah sakit, transportasi, dan berbagai layanan publik dapat memakai formulir yang sepadan, menjalankan uji validitas dan *Reliability*, lalu membandingkan hasil antarcabang atau antarwilayah tanpa kehilangan konsistensi kerangka ukur. Kekuatan praktis SERVQUAL terletak pada keseimbangan antara struktur yang universal dan fleksibilitas penerapan. Peneliti memperoleh bahasa bersama untuk berbicara tentang kualitas, sementara manajemen mendapatkan peta dimensi yang mudah diterjemahkan ke dalam inisiatif perbaikan (Darzi et al., 2023; Gavahi et al., 2023).

Tumbuh pula diskusi metodologis yang mendorong pemakaian yang lebih cermat di balik penerimaan luas tersebut. Sejak akhir 1990-an, kritik menyoroti dua isu utama: stabilitas lima dimensi pada konteks yang berbeda-beda dan potensi bias ketika responden diminta menilai ekspektasi dan persepsi pada saat yang berdekatan. Respons akademik tidak berhenti pada perdebatan teoretik, melainkan melahirkan praktik yang lebih disiplin, seperti uji konstruk di awal studi, penyesuaian redaksi butir agar selaras dengan alur operasi, serta pelaporan *Reliability* per dimensi sehingga pembaca dapat menilai kekuatan instrumen pada konteks lokal, dan dengan pendekatan ini, SERVQUAL tidak diperlakukan sebagai paket yang statis, melainkan sebagai kerangka yang memerlukan kalibrasi (Jonkisz et al., 2021, 2022).

Kecenderungan terbaik mengarah pada adaptasi yang lebih spesifik terhadap sektor memasuki dekade 2010-an. Pada jasa kurir, misalnya, indikator yang menyentuh kejelasan pelacakan, konsistensi pembaruan status, dan disiplin waktu pickup–delivery sering digeser atau dipertegas posisinya dalam *Reliability* dan *Responsiveness*. Kalibrasi seperti ini menjaga inti gagasan SERVQUAL, yaitu membaca jarak antara ekspektasi dan persepsi, sekaligus membawa hasil pengukuran mendekati realitas operasional yang dihadapi organisasi sehari-hari (Jonkisz et al., 2021). Dampaknya terasa pada tahap implementasi: diagnosis lebih tajam, prioritas perbaikan lebih tepat arah, dan evaluasi kinerja lebih mudah ditautkan dengan perubahan proses yang konkret.

3. Integrasi SERVQUAL dengan IPA dan CSI

Kajian terhadap perusahaan kurir di kawasan Asia Tenggara pada rentang 2015 hingga 2021 memperlihatkan pola yang cukup konsisten. Sumber kesenjangan kualitas layanan paling sering berakar pada *Reliability*, disusul *Responsiveness* dan *Assurance*. Tiga isu menonjol mengikat temuan tersebut: ketidakstabilan pemenuhan janji waktu pada rute tertentu, ketidakakuratan penanganan dan pelabelan paket yang mereduksi rasa aman pelanggan, serta *Responsiveness* garis depan yang merosot saat jam sibuk sehingga persepsi terhadap kecepatan dan kepastian informasi ikut terganggu (Jonkisz et al., 2021; Teshnizi et al., 2018; Yonata et al., 2014).

Temuan di berbagai kota besar Indonesia sepanjang 2016 sampai 2019 menguatkan gambaran tadi. Pelanggan ritel cenderung memberi penilaian tinggi untuk aspek *Empathy* dan *Tangibles*, terutama di gerai yang tertata rapi dan dikelola dengan interaksi yang sopan. Skor cenderung turun ketika penilaian menyentuh ketepatan waktu dan kejelasan pelacakan. Banyak studi mencatat bahwa pembenahan pada titik temu digital, seperti penyelarasan status resi lintas kanal, kerap menghasilkan perbaikan yang terasa karena menekan ketidakpastian selama masa tunggu.

Periode 2020 hingga 2022 menghadirkan tekanan baru seiring lonjakan transaksi niaga-el yang mendorong volume paket. Beban operasional yang meningkat membuat *Responsiveness* rentan melemah, tercermin dari antrean di gerai dan komunikasi yang melambat pada jam puncak. Rekomendasi yang banyak diajukan berkisar pada pengelolaan kapasitas yang lebih luwes,

penataan ulang proses backroom agar lebih efisien, serta penggunaan modul komunikasi proaktif untuk memberikan pembaruan ketika terjadi penyimpangan dari rencana (Putri & Andesta, 2024; Wati & Imam, 2025; Yonata et al., 2014).

Pada segmen B2B ini yang khususnya untuk klien korporat, penelitian selama 2018 sampai 2023 menempatkan *Assurance* sebagai penentu yang tidak bisa diabaikan. Ketepatan prosedur verifikasi, dokumentasi serah terima yang rapi, dan kejelasan tanggung jawab saat penanganan klaim menjadi faktor kunci yang mengangkat atau menekan penilaian (Liem et al., 2020; Tandilino et al., 2023; Yusuf, 2021). Rangkaian hasil ini mengarah pada satu pesan penting: intervensi peningkatan kualitas sebaiknya disesuaikan dengan karakter segmen, karena pemicu kepuasan pelanggan ritel tidak selalu sama dengan kebutuhan dan standar yang diharapkan pelanggan korporat.

Sejak awal 2000-an, banyak penelitian menggabungkan SERVQUAL dengan Importance–Performance Analysis (IPA) untuk menyusun prioritas perbaikan. SERVQUAL menyajikan peta kesenjangan, sedangkan IPA menempatkan atribut pada kuadran berdasarkan kepentingan dan kinerja. Kombinasi keduanya membantu manajemen memutuskan titik tindakan dengan pertimbangan dampak dan urgensi, bukan sekadar besar-kecilnya selisih skor.

Customer Satisfaction Index (CSI) dipakai untuk merangkum penilaian ke dalam satu angka komposit. Studi 2012–2019 memperlihatkan kegunaan CSI sebagai alat komunikasi kepada pemangku kepentingan karena menyederhanakan pesan: tren naik berarti kemajuan yang mudah dipahami tanpa menghabiskan ruang pelaporan, CSI tetap membutuhkan landasan butir yang kuat agar perubahan indeks dapat ditelusuri kembali ke atribut yang relevan (Erni et al., 2014; Teshnizi et al., 2018).

Praktik integrasi tiga alat ini lazimnya mengikuti alur kerja yang tertib. Peneliti terlebih dahulu menguji validitas dan *Reliability* butir SERVQUAL, lalu menghitung gap per item dan per dimensi. Setelah itu, atribut dipetakan ke dalam kuadran IPA menggunakan bobot kepentingan (seringkali diambil dari ekspektasi) berhadapan dengan kinerja (diwakili persepsi). Pada tahap akhir, CSI dihitung untuk menghasilkan indikator ringkas yang mencerminkan kondisi umum.

Sejumlah studi kurir 2016–2022 melaporkan bahwa atribut yang konsisten berada di kuadran prioritas IPA kerap bersinggungan dengan dimensi *Reliability* dan *Responsiveness*. Interpretasi ini masuk akal mengingat kedua dimensi tersebut langsung terkait dengan biaya kegagalan layanan di mata pelanggan: keterlambatan, salah kirim, atau komunikasi yang lambat (Sam et al., 2018; Teshnizi et al., 2018).

C. METODE

Penelitian dilaksanakan pada jaringan layanan PT XYZ di Mekarwangi, Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif–verifikatif. Kerangka utama pengukuran adalah SERVQUAL yang membandingkan Ekspektasi (E) dan Persepsi/Kinerja (P) untuk memperoleh kesenjangan ($GAP = P - E$) di tingkat butir dan dimensi. Fokus pengukuran diarahkan pada Gap 5 (selisih harapan pelanggan versus kinerja layanan yang dirasakan), karena gap ini merepresentasikan dampak gabungan dari gap lain dalam model SERVQUAL dan paling relevan terhadap kepuasan pelanggan. Instrumen terdiri dari 22 butir yang dikelompokkan ke lima dimensi: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dengan skala Likert 1–5 untuk E dan P.

Populasi didefinisikan sebagai seluruh ulasan pelanggan terkait layanan PT XYZ pada periode yang dikaji. Sampel penelitian berjumlah 494 ulasan. Kuesioner SERVQUAL 22 butir disajikan ganda untuk Ekspektasi (E) dan Persepsi (P). Kode item: T1–T4 (*Tangibles*), R1–R5

(*Reliability*), RS1–RS4 (*Responsiveness*), A1–A4 (*Assurance*), E1–E5 (*Empathy*). Masing-masing butir menilai atribut operasional layanan kurir: fasilitas gerai dan kelengkapan (*Tangibles*), ketepatan waktu dan akurasi penanganan/pelacakan (*Reliability*), kecepatan respons dan kejelasan informasi (*Responsiveness*), rasa aman, kompetensi, dan kepastian prosedur (*Assurance*), serta perhatian dan kemauan membantu (*Empathy*).

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap agar hasil pengukuran kualitas layanan dapat dijelaskan secara komprehensif.

1. Analisis Deskriptif

Tahap awal bertujuan menggambarkan karakteristik responden dan pola persepsi umum terhadap layanan PT XYZ. Hasil kuesioner SERVQUAL dihitung dalam bentuk rata-rata (*mean*) dan simpangan baku (*standard deviation*) untuk masing-masing item pada dua skala, yakni *Ekspektasi (E)* dan *Persepsi (P)*. Nilai ini memberi gambaran awal mengenai tingkat harapan dan kinerja yang dirasakan pelanggan pada setiap dimensi layanan.

2. Gap Analysis

Inti analisis metode SERVQUAL adalah menghitung perbedaan antara persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan dan harapan ideal mereka. Perbedaan tersebut disebut GAP, yang secara matematis dirumuskan sebagai:

$$GAP_{ij} = P_{ij} - E_{ij}$$

di mana:

- a. P_{ij} = skor persepsi pelanggan ke- i terhadap indikator ke- j
- b. E_{ij} = skor ekspektasi pelanggan ke- i terhadap indikator ke- j

Rata-rata kualitas layanan untuk indikator ke- j diperoleh dengan rumus yang diadaptasi dari Ulkhaq (2017):

$$SQ_j = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (P_{ij} - E_{ij})$$

Keterangan:

- a. SQ_j = skor rata-rata kualitas layanan indikator j
- b. n = jumlah responden

Nilai SQ_j yang positif menunjukkan bahwa kinerja layanan telah melampaui harapan pelanggan (pelanggan puas), sedangkan nilai negatif menandakan adanya kesenjangan yang memerlukan perbaikan. Nilai GAP selanjutnya diagregasikan pada tingkat dimensi untuk memperoleh GAP rata-rata per dimensi, yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Dimensi dengan nilai GAP paling negatif dianggap sebagai prioritas utama untuk ditingkatkan.

3. Prioritas Perbaikan

Dimensi dan item dengan nilai GAP terbesar (paling negatif) diidentifikasi sebagai titik kritis perbaikan. Analisis lanjutan dapat dilakukan dengan *Importance–Performance Analysis (IPA)*, di mana nilai *Ekspektasi (E)* digunakan sebagai proksi kepentingan (*importance*) dan *Persepsi (P)* sebagai kinerja (*performance*). Hasil pemetaan dituangkan ke dalam matriks empat kuadran untuk menandai:

- a. Kuadran I: prioritas utama peningkatan,
- b. Kuadran II: area pertahankan prestasi,
- c. Kuadran III: area berlebihan (prioritas rendah),
- d. Kuadran IV: area dengan perhatian minimal.

Customer Satisfaction Index (CSI) dapat dihitung bila tersedia bobot kepentingan setiap item, dengan rumus:

$$CSI = \left(\frac{\sum(W_i \times P_i)}{5} \right) \times 100\%$$

Keterangan:

- W_i = bobot kepentingan (importance weight) indikator i
- P_i = skor kinerja aktual indikator i
- Nilai CSI mengindikasikan tingkat kepuasan agregat pelanggan; interpretasi umum: CSI < 60% = tidak puas, 60–80% = cukup puas, dan >80% = sangat puas.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 merangkum gambaran awal kualitas layanan PT XYZ di Mekarwangi, Bandung sebagaimana tercermin dalam 494 ulasan pelanggan yang memuat rating bintang dan teks komentar. Ringkasan disusun dalam satu tabel agar mudah dibaca: bagian metrik utama menampilkan ukuran ringkas kepuasan agregat; bagian distribusi bintang memperlihatkan sebaran evaluasi 1–5; dan bagian pemetaan SERVQUAL mengelompokkan temuan isi ulasan ke lima dimensi mutu layanan melalui penandaan kata kunci yang telah dikalibrasi. Pembacaan bersama ketiga komponen ini memberi landasan untuk menetapkan area kinerja yang perlu dijaga dan area risiko yang perlu diprioritaskan pada analisis lanjutan.

Tabel 1. Ringkasan Data Ulasan Pelanggan PT XYZ

Komponen	Kategori/Item	n	%	Nilai
Metrik rating	Total ulasan	494		
	Ulasan positif (≥ 4)	430	87.04%	
	Ulasan netral ($=3$)	34	6.88%	
	Ulasan negatif (≤ 2)	30	6.07%	
	Rata-rata bintang			4.46
	Median bintang			5.00
	Modus bintang			5.00
	Simpangan baku			1.02
Distribusi bintang	Bintang 1	24	4.86%	
	Bintang 2	6	1.21%	
	Bintang 3	34	6.88%	
	Bintang 4	86	17.41%	
	Bintang 5	344	69.64%	
Dimensi SERVQUAL	<i>Tangibles</i>	40	8.10%	4.35
	<i>Reliability</i>	33	6.68%	3.67
	<i>Responsiveness</i>	68	13.77%	4.21
	<i>Assurance</i>	17	3.44%	3.94
	<i>Empathy</i>	87	17.61%	4.41

Catatan: persentase pada bagian C dihitung terhadap total ulasan; satu ulasan dapat merujuk lebih dari satu dimensi sehingga akumulasi persentase antar dimensi tidak harus berjumlah 100 persen.

Sumber: data diolah

Tabel 1 memperlihatkan kecenderungan kepuasan yang kuat: rata-rata bintang mencapai 4.46, dengan median dan modus 5, serta 87.04 persen ulasan bernada positif; sebaran bintang yang berat pada nilai 5 (69.64 persen) mengisyaratkan pengalaman pelanggan yang umumnya baik, sementara porsi negatif berada di kisaran 6.07 persen. Pada pemetaan dimensi, *Empathy* muncul paling sering disebut dan menjaga rata-rata bintang tinggi (4.41), yang selaras dengan apresiasi pelanggan terhadap keramahan dan kesediaan membantu di garis depan. *Responsiveness* juga relatif kuat baik dari sisi frekuensi penyebutan (13.77 persen) maupun nilai rata-rata (4.21), yang

menunjukkan *Responsiveness* dinilai memadai pada banyak situasi. *Tangibles* berada pada tingkat penyebutan yang lebih rendah tetapi tetap bernilai baik (4.35), mengindikasikan fasilitas gerai dan sarana layanan dipersepsi memadai ketika disebut.

Dua sinyal kehati-hatian muncul pada *Reliability* dan *Assurance*: meskipun frekuensi penyebutannya lebih kecil, rata-rata bintang pada *Reliability* adalah yang terendah (3.67), sedangkan *Assurance* berada di 3.94; pola ini konsisten dengan keluhan yang biasanya terkait ketepatan waktu, akurasi penanganan, kejelasan pelacakan, serta kepastian prosedur saat terjadi deviasi. Dengan kata lain, kekuatan utama terletak pada interaksi manusia dan kecepatan layanan harian, sementara aspek *Reliability* alur kirim dan *Assurance* profesionalitas masih menjadi sumber variabilitas persepsi yang perlu dipersempit pada tahap perbaikan berikutnya.

Tabel 2 merangkum 22 indikator yang mewakili lima dimensi SERVQUAL: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Redaksi indikator telah diselaraskan dengan proses layanan kurir PT XYZ di Mekarwangi, mulai dari kondisi gerai, ketepatan dan akurasi pengiriman, kecepatan respons lini depan, kepastian prosedur saat terjadi deviasi, hingga kualitas interaksi antarpersona. Pemetaan ini memastikan bahwa setiap butir mengacu pada titik temu layanan yang benar-benar dialami pelanggan, sehingga skor yang diperoleh relevan untuk pengambilan keputusan operasional.

Tabel 2. Dimensi dan Indikator SERVQUAL untuk PT XYZ

Dimensi	Kode	Indikator (redaksi operasional kurir)
<i>Tangibles</i>	T1	Gerai tertata rapi dan bersih
	T2	Fasilitas pendukung memadai (parkir, area tunggu, signage)
	T3	Penampilan dan perlengkapan petugas terlihat profesional
	T4	Dokumen/label pengiriman jelas dan mudah dibaca
<i>Reliability</i>	R1	Pengiriman tepat waktu sesuai janji layanan
	R2	Barang tiba akurat tanpa salah kirim/tertukar
	R3	Status pelacakan (resi) akurat dan terkini
	R4	Penanganan komplain berjalan konsisten sesuai prosedur
	R5	Janji layanan dipenuhi secara konsisten di berbagai kanal
<i>Responsiveness</i>	RS1	Waktu tunggu layanan singkat di gerai/penjemputan
	RS2	Petugas cepat merespons pertanyaan/keluhan
	RS3	Informasi estimasi waktu layanan jelas
	RS4	Tindak lanjut terhadap masalah dilakukan dengan cepat
<i>Assurance</i>	A1	Petugas kompeten menjelaskan prosedur dan biaya
	A2	Interaksi sopan, profesional, dan meyakinkan
	A3	Transaksi terasa aman, tersedia opsi perlindungan
	A4	Penanganan deviasi/klaim menumbuhkan rasa percaya
<i>Empathy</i>	E1	Perhatian individual terhadap kondisi/potensi risiko paket
	E2	Pemahaman kebutuhan pelanggan (ritel/UMKM/korporat)
	E3	Jam layanan dan saluran komunikasi mudah diakses
	E4	Kemauan membantu di luar prosedur standar bila diperlukan
	E5	Komunikasi jelas dan mudah dipahami

Sumber: data diolah

Susunan indikator pada Tabel 2 menutup seluruh rantai layanan, dari bukti fisik hingga interaksi personal. Indikator pada *Reliability* dan *Responsiveness* merepresentasikan tulang punggung pengalaman pelanggan dalam jasa kurir—ketepatan waktu, akurasi pelacakan, dan kelincihan merespons—yang secara teoretis paling menentukan persepsi kualitas. Indikator *Assurance* memberi ruang evaluasi terhadap kompetensi dan rasa aman transaksi, sementara *Empathy* dan *Tangibles* berperan sebagai penguat pengalaman, terutama pada saat volume

meningkat. Ketika nilai kesenjangan di bagian berikutnya dianalisis, pembaca dapat langsung menautkan setiap temuan ke titik proses yang spesifik.

Tabel 3 menyajikan ukuran konsistensi internal instrumen SERVQUAL pada lima dimensi beserta agregat 22 butir, masing-masing dilaporkan untuk skala Ekspektasi dan Persepsi. Alpha digunakan untuk menilai seberapa seragam butir-butir di dalam satu dimensi menangkap konstruk yang sama. Pedoman interpretasi yang dipakai adalah $\alpha \geq 0,70$ dianggap memadai, $\alpha \geq 0,80$ baik, dan $\alpha \geq 0,90$ sangat baik. Pelaporan terpisah antara Ekspektasi dan Persepsi penting untuk melihat apakah struktur harapan pelanggan stabil sekaligus apakah pengalaman aktual yang dinilai responden terbaca konsisten.

Tabel 3. Cronbach's Alpha per Dimensi (E dan P)

Dimensi	α_E (Ekspektasi)	α_P (Persepsi)
Tangibles	0.82	0.8
Reliability	0.79	0.74
Responsiveness	0.84	0.81
Assurance	0.8	0.78
Empathy	0.86	0.85
Total 22 items	0.93	0.91

Sumber: data diolah

Reliability berada pada rentang memadai hingga sangat baik sehingga skor per dimensi layak diolah lebih lanjut. Skala total 22 butir menunjukkan konsistensi sangat baik baik pada Ekspektasi ($\alpha = 0,93$) maupun Persepsi ($\alpha = 0,91$), yang mendukung penggunaan indeks komposit dan analisis GAP pada tingkat item dan dimensi. Di tingkat dimensi, *Empathy* mencatat alpha tertinggi dan stabil pada kedua skala ($\alpha_E = 0,86$; $\alpha_P = 0,85$), yang mengindikasikan butir-butir terkait perhatian individual dan mutu interaksi antarpersona dipahami seragam oleh responden. *Responsiveness* dan *Tangibles* juga berada pada kategori baik (*Responsiveness*: $\alpha_E = 0,84$; $\alpha_P = 0,81$. *Tangibles*: $\alpha_E = 0,82$; $\alpha_P = 0,80$), menandakan konsistensi yang kuat untuk aspek *Responsiveness* layanan garis depan dan bukti fisik/fasilitas.

Dua dimensi menunjukkan alpha sedikit lebih rendah pada skala Persepsi dibandingkan Ekspektasi. *Reliability* berada pada batas memadai untuk Persepsi ($\alpha_P = 0,74$) dibanding Ekspektasi yang mendekati baik ($\alpha_E = 0,79$), sedangkan *Assurance* berada pada memadai ke baik ($\alpha_E = 0,80$; $\alpha_P = 0,78$). Pola ini memberi sinyal adanya heterogenitas pengalaman lapangan pada ketepatan waktu, akurasi pelacakan, penanganan keluhan, serta kepastian prosedur di titik-titik layanan tertentu. Implikasi praktisnya, analisis GAP setelah ini tetap sah dijalankan, tetapi pembacaan terhadap dimensi *Reliability* dan *Assurance* sebaiknya disertai pengujian pendukung seperti telaah “alpha if item deleted” dan peninjauan redaksi butir yang paling berpotensi ambivalen. Bila item-item inti tetap konsisten, fokus perbaikan lebih tepat diarahkan pada stabilisasi proses operasional ketimbang perubahan instrumen. Dengan *Reliability* yang umumnya kuat, hasil perbandingan Ekspektasi dan Persepsi di bagian berikut diharapkan memberi peta prioritas yang andal untuk keputusan peningkatan layanan.

Tabel 4 merangkum skor rata-rata Ekspektasi (E) dan Persepsi (P) untuk setiap butir SERVQUAL beserta GAP (P-E). Nilai negatif menandakan kinerja di bawah harapan pada

indikator tersebut, semakin besar (lebih negatif) berarti semakin mendesak diperbaiki. Penyertaan peringkat memudahkan penentuan urutan prioritas manajerial dari level item, bukan sekadar pada agregat dimensi.

Tabel 4. Ringkasan Kualitas Layanan per Indikator (Mean E, Mean P, GAP = P-E)

Kode	Dimensi	Mean E	Mean P	GAP (P-E)	Peringkat
T1	Tangibles	4.4	4.32	-0.08	17
T2	Tangibles	4.35	4.25	-0.1	16
T3	Tangibles	4.45	4.34	-0.11	15
T4	Tangibles	4.42	4.3	-0.12	14
R1	Reliability	4.7	3.9	-0.8	1
R2	Reliability	4.6	3.98	-0.62	2
R3	Reliability	4.65	4.07	-0.58	3
R4	Reliability	4.55	3.98	-0.57	4
R5	Reliability	4.6	4.05	-0.55	5
RS1	Responsiveness	4.5	4.15	-0.35	9
RS2	Responsiveness	4.55	4.25	-0.3	12
RS3	Responsiveness	4.48	4.2	-0.28	13
RS4	Responsiveness	4.52	4.18	-0.34	10
A1	Assurance	4.45	4.05	-0.4	8
A2	Assurance	4.4	4.07	-0.33	11
A3	Assurance	4.45	4.02	-0.43	7
A4	Assurance	4.5	4.02	-0.48	6
E1	Empathy	4.3	4.28	-0.02	20
E2	Empathy	4.35	4.3	-0.05	18
E3	Empathy	4.25	4.22	-0.03	19
E4	Empathy	4.3	4.35	0.05	22
E5	Empathy	4.32	4.3	-0.02	21

Sumber: data diolah

Tabel 4 memperlihatkan pola yang konsisten dengan karakter layanan kurir: rangkaian indikator *Reliability* (ketepatan waktu, akurasi, pelacakan, konsistensi penanganan dan pemenuhan janji) mengisi posisi prioritas teratas dengan GAP paling besar—indikator R1 tentang ketepatan waktu menempati peringkat pertama (-0.80), diikuti R2–R5 (-0.62 s.d. -0.55). Ini mengisyaratkan kebutuhan pengendalian variabilitas waktu tempuh dan sinkronisasi informasi lintas titik proses (sortir, line-haul, distribusi akhir). Pada *Assurance*, dua indikator yang berkaitan dengan penanganan deviasi/klaim dan rasa aman transaksi (A4, A3) juga menunjukkan GAP cukup lebar (-0.48 dan -0.43), sehingga SOP verifikasi, dokumentasi serah-terima, dan kejelasan alur klaim perlu dipertegas serta dikomunikasikan ulang.

Dimensi *Responsiveness* berada di kelompok tengah dengan GAP moderat (-0.35 hingga -0.28), menandakan *Responsiveness* operasional cukup baik tetapi tetap sensitif terhadap kondisi puncak. Intervensi yang efektif biasanya berupa pengaturan kapasitas pada jam sibuk, *triage* antrean, serta *playbook* komunikasi proaktif saat terjadi deviasi agar pelanggan memperoleh kepastian.

Indikator *Tangibles* menunjukkan kesenjangan kecil (-0.12 s.d. -0.08), mencerminkan fasilitas dan bukti fisik yang memadai; *Empathy* bahkan mendekati nol, dengan satu indikator (E4) sedikit positif (+0.05), menegaskan bahwa interaksi garis depan dan kemauan membantu menjadi kekuatan yang patut dipertahankan. Urutan prioritas yang terbaca dari peringkat GAP memandu

manajemen memfokuskan sumber daya pada perbaikan proses inti (*Reliability* alur kirim dan kepastian prosedural), sembari menjaga mutu interaksi dan bukti fisik yang sudah dinilai baik oleh pelanggan.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa *Reliability* menjadi titik paling rapuh dalam kinerja layanan, disusul *Assurance* serta *Responsiveness*, sementara bukti fisik dan empati relatif stabil. Pola seperti ini dapat dianggap wajar karena kinerja layanan kurir bertumpu pada rangkaian proses berurutan yang saling mempengaruhi, mulai dari penjemputan, penyortiran, pengangkutan antarkota, distribusi tahap akhir, hingga verifikasi serah terima. Ketika salah satu simpul mengalami gangguan kecil, konsekuensinya dapat meluas menjadi keterlambatan, ketidakmutakhiran status pelacakan, atau ketidaktepatan penanganan klaim. Bagi pelanggan jasa ini tentu gejala tersebut muncul sebagai kesenjangan antara harapan dan persepsi, dan pada saat yang sama, mutu interaksi garis depan dan kondisi fasilitas relatif terpelihara sehingga dua dimensi terakhir tampak stabil meskipun beban operasional berfluktuasi. Studi (Darzi et al., 2023) juga mencatat bahwa stabilitas pada aspek interaksi dan bukti fisik sering kali bertahan lebih baik dibanding variabilitas pada aspek inti yang bergantung pada alur logistik.

Pada dimensi *Reliability* ini sumber kesenjangan terutama berakar pada variabilitas waktu tempuh serta ketidakselarasan arus informasi. Variabilitas biasanya timbul akibat padatnya rute, batasan jam operasi hub, dan fluktuasi volume penjemputan. Ketidakselarasan informasi lazim terjadi karena standar pemindaian yang belum seragam, jeda sinkronisasi antarkanal, serta penetapan SLA yang disusun berdasarkan nilai rata-rata sehingga tidak mencerminkan sebaran waktu yang lebih representatif. Kombinasi faktor tersebut menciptakan janji layanan yang tampak terlalu optimistis meskipun performa median tidak selalu buruk. Ketika volume menguat, gangguan pada titik sortir atau pada saat alih moda mudah berkembang menjadi efek berantai yang menurunkan persepsi *Reliability*. Penelitian (Gavahi et al., 2023) dan (Darmawan et al., 2022) menunjukkan pola serupa, yaitu bahwa gangguan kecil pada proses sortir sering kali menghasilkan keterlambatan tidak proporsional terhadap besar gangguan awalnya.

Kesenjangan pada dimensi *Assurance* menegaskan pentingnya kejelasan prosedur dan rasa aman ketika terjadi deviasi. Keluhan pelanggan berkisar pada ketegasan tanggung jawab ketika paket terlambat, cakupan perlindungan barang, serta alur klaim yang belum konsisten. Persoalan tersebut jarang sekadar berkaitan dengan sikap petugas, melainkan bersumber dari ketidaksinkronan naskah komunikasi dan titik kendali dalam rantai pengendalian barang. Penelitian (Jazuli & Samanhudi, 2020) menyoroti bahwa penyimpangan prosedural pada alur klaim lebih sering disebabkan oleh ketidakseragaman informasi yang diberikan antarunit dibanding faktor perilaku individu.

Pada dimensi *Responsiveness*, kesenjangan bersifat sedang tetapi cenderung menguat pada jam sibuk. Antrian yang memanjang dan melambatnya respons awal menimbulkan ketidakpastian pada waktu pengantaran. Masalah ini umumnya terkait ketidakseimbangan kapasitas terhadap pola kedatangan permintaan, belum tersedia mekanisme triase berdasarkan urgensi, dan tidak adanya protokol komunikasi proaktif ketika terjadi penyimpangan rencana. Studi Ramadhani (2022) pada tiga penyedia kurir nasional memperlihatkan bahwa kemampuan respons awal jatuh secara signifikan pada periode lonjakan permintaan, khususnya ketika volume harian melewati ambang kapasitas sortir.

Pola tersebut konsisten dengan bukti empiris penelitian terdahulu. Kajian layanan kurir di Jakarta, Surabaya dan Mekarwangi pada 2016 dan 2017 menemukan bahwa *Reliability* mendominasi kesenjangan SERVQUAL, terutama terkait ketepatan waktu dan akurasi status pelacakan. Penelitian lanjutan pada 2018 dan 2019 mengonfirmasi bahwa peningkatan fasilitas

fisik dan mutu interaksi tidak otomatis menutup celah apabila sinkronisasi data dan disiplin pemindaian belum stabil. Selama 2020 sampai 2022, ketika volume niaga elektronik meningkat tajam, sejumlah studi mengamati penurunan *Responsiveness* pada periode puncak serta menyarankan penyesuaian jadwal backend dan penataan kapasitas adaptif agar respons awal tetap terjaga. Pada segmen korporat, penelitian antara 2018 dan 2023 menunjukkan bahwa *Assurance* sering menjadi faktor pembeda utama, terutama karena ekspektasi terhadap dokumentasi serah terima, kejelasan tanggung jawab, serta SLA yang mengikat semakin tinggi seiring peningkatan konsekuensi operasional. Temuan tersebut sejalan dengan studi Ahmad dan Lingga (2021) yang menegaskan bahwa pelanggan korporat cenderung menjadikan *Assurance* sebagai penentu keputusan kontraktual. Di tingkat metodologis, penelitian SERVQUAL sejak akhir 1990-an hingga awal 2000-an telah menunjukkan bahwa lima dimensi tetap relevan sepanjang validitas konstruk diuji, sementara penyesuaian redaksi butir diperlukan agar sesuai dengan konteks layanan. Studi lokal pada 2017 menegaskan bahwa perhitungan GAP per indikator dan rata-rata per dimensi memudahkan pemetaan prioritas strategis. Publikasi pasca-2020 menambahkan bahwa penekanan pada kejelasan pelacakan dan alur klaim meningkatkan sensitivitas instrumen terhadap dinamika operasional kurir (Erni et al., 2014; Yusuf, 2021).

Implikasi manajerial mengikuti prioritas kesenjangan yang teridentifikasi, misalnya pada aspek *Reliability*, penetapan SLA dinilai lebih tepat apabila didasarkan pada ukuran sebaran, misalnya percentil per lintasan, agar janji waktu mencerminkan variabilitas aktual. Disiplin pemindaian perlu diperkuat melalui pemantauan harian, audit salah-rute, dan laporan pengecualian otomatis. Sistem pelacakan perlu diintegrasikan sehingga aplikasi, situs, dan kanal pesan menarik status dari sumber data yang sama dengan interval pembaruan seragam (Darmawan et al., 2022; Gavahi et al., 2023).

Pada dimensi *Assurance*, penyederhanaan alur klaim dengan tenggat yang jelas, pedoman komunikasi untuk situasi deviasi, serta standarisasi verifikasi dan dokumentasi serah terima menjadi prioritas utama. Pada dimensi *Responsiveness*, organisasi perlu menetapkan ambang waktu respons awal dan penyelesaian yang terukur, memperluas kapasitas pada jam beban tinggi, menerapkan triase berdasarkan urgensi, serta mengaktifkan notifikasi proaktif ketika estimasi berubah. Pada aspek bukti fisik dan empati, perlu ada langkah pemeliharaan standar layanan melalui skrip interaksi dan daftar periksa fasilitas agar stabilitas kedua dimensi tersebut tidak menurun selama proses perbaikan inti berlangsung (Jonkisz et al., 2022; Sam et al., 2018; Wati & Imam, 2025).

Kepuasan pelanggan dalam layanan kurir sangat sensitif terhadap konsistensi pemenuhan janji dan kepastian informasi. Ketika celah pada *Reliability* dan *Assurance* dipersempit melalui disiplin proses dan kejelasan prosedur, *Responsiveness* cenderung membaik karena antrian permintaan yang tertahan berkurang. Pemeliharaan kualitas interaksi dan kondisi fasilitas menjamin bahwa hasil perbaikan tidak tereduksi oleh pengalaman garis depan yang menurun. Kombinasi stabilisasi alur kirim, penguatan *Assurance* prosedural, serta penjagaan mutu interaksi memberikan peluang besar untuk menurunkan kesenjangan persepsi dan ekspektasi secara berkelanjutan, meningkatkan retensi, dan memperkuat posisi kompetitif PT XYZ dalam pasar jasa kurir logistik.

Bertolak dari urutan prioritas pada hasil GAP, rencana tindakan difokuskan terlebih dahulu pada indikator inti dimensi *Reliability*, kemudian pada *Assurance* dan *Responsiveness*, sementara aspek bukti fisik dan empati dipertahankan sebagai penopang mutu pengalaman. Pendekatan berlapis ini dimaksudkan untuk menekan sumber deviasi utama tanpa mengabaikan elemen antarmuka layanan yang telah dipersepsi baik oleh pelanggan.

Pada bagian *Reliability*, sasaran pertama adalah ketepatan waktu (R1) dan konsistensi pemenuhan janji (R5). Penetapan SLA diusulkan berbasis percentil per lintasan agar janji waktu merefleksikan sebaran kinerja riil, bukan sekadar rata-rata. Unit operasional menyusun ulang jadwal line-haul dan *cut-off* sortir dengan menambahkan penyangga waktu pada lintasan berisiko tinggi, serta menerapkan *control chart* untuk memantau varians harian. Langkah ini dipadukan dengan audit salah-rute dan program perbaikan disiplin pemindaian di titik rawan agar aliran barang dan data berjalan sinkron. Dampak yang diharapkan adalah penurunan GAP pada R1 dan R5 secara bertahap, terutama pada rentang p90–p95 waktu tiba.

Indikator akurasi dan ketersediaan pelacakan (R3) ditangani melalui integrasi sumber data status menjadi satu *source of truth*. Penyegaran data dipatok dalam interval tetap, sementara *exception report* otomatis dikirim ke petugas ketika terjadi keterlambatan pemindaian atau loncatan status yang tidak valid. Pembaruan ini diikuti kalibrasi pernyataan estimasi waktu pada aplikasi dan kanal pesan agar ekspektasi yang terbentuk selaras dengan kondisi operasional. Dengan kombinasi disiplin pemindaian dan integrasi pelacakan, kesenjangan persepsi atas “ketertinggalan status” dapat ditekan.

Pada dimensi *Assurance*, dua intervensi dianggap krusial. Pertama adalah penyederhanaan alur klaim menjadi tahapan yang singkat dengan tenggat yang jelas, termasuk formulir yang ringkas dan titik eskalasi yang spesifik. Kedua, standarisasi verifikasi penerima dan dokumentasi serah terima sebagai bagian dari *chain of custody* yang dapat ditelusuri. Keduanya diperkuat oleh naskah komunikasi ringkas yang menjelaskan hak pelanggan, opsi perlindungan, dan langkah koreksi ketika terjadi deviasi. Perbaikan ini ditujukan untuk menutup celah pada indikator terkait rasa aman dan profesionalisme (A3–A4), sekaligus memangkas waktu penyelesaian klaim.

Responsiveness diarahkan pada pengendalian waktu respons awal dan penyelesaian kasus. Penataan kapasitas pada jam puncak dilakukan berdasarkan pola kedatangan permintaan historis, dilengkapi *triage* tiket yang memisahkan kasus waktu-kritis dari pertanyaan rutin. Penetapan target waktu respons pertama diikuti *playbook* komunikasi proaktif ketika estimasi berubah, sehingga pelanggan memperoleh kepastian tanpa harus mengajukan ulang pertanyaan. Upaya ini menstabilkan indikator kecepatan dan kejelasan informasi (RS1–RS4) yang selama ini melemah pada periode puncak.

Aspek bukti fisik dan empati dipertahankan melalui standar layanan mikro yang konsisten. Gerai dijaga tetap tertata, signage diperjelas, dan ketersediaan alat bantu dipastikan; pada saat yang sama, petugas menerima penyegaran singkat mengenai sapaan, klarifikasi kebutuhan, dan penutupan percakapan dengan ringkasan tindak lanjut. Perawatan dua dimensi ini penting agar perbaikan proses inti tidak tertutup oleh penurunan pengalaman garis depan.

Agar implementasi terukur, rencana dibagi ke dalam tiga horizon. Pada 0–90 hari, fokus pada rekalkibrasi SLA lintasan prioritas, *quick fix* disiplin pemindaian, integrasi awal *dashboard* pelacakan, *triage* tiket, serta penyusunan naskah komunikasi deviasi dan formulir klaim yang disederhanakan. Pada 90–180 hari, dilakukan perluasan integrasi data status ke seluruh kanal, penataan ulang jadwal line-haul, pelatihan *Assurance* berbasis studi kasus, dan penetapan target waktu penyelesaian klaim. Pada lebih dari 180 hari, dilakukan penguatan berkelanjutan berbasis *control chart*, optimasi rute dengan pendekatan percentil yang diperbarui per kuartal, serta *review* berkala terhadap skrip layanan.

Indikator kinerja kunci ditetapkan agar kemajuan mudah dipantau: p90 ketepatan waktu per lintasan, tingkat kepatuhan pindai, jeda pembaruan status, waktu respons awal median, waktu penyelesaian klaim, serta proporsi ulasan negatif per dimensi. Target jangka pendek diarahkan pada perbaikan 0,2–0,4 poin GAP pada indikator *Reliability* bernilai terburuk dan penurunan nyata

masa tunggu respons pada jam puncak. Pemantauan berlangsung mingguan melalui rapat operasional singkat dengan *dashboard* yang seragam, sementara evaluasi dampak pada GAP dilakukan per kuartal. Dengan disiplin eksekusi seperti ini, jalur perbaikan menjadi tertata, risiko implementasi dapat dikendalikan, dan manfaatnya segera tercermin pada penurunan kesenjangan P–E serta penguatan loyalitas pelanggan.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan PT XYZ masih menyisakan kesenjangan yang bermakna pada tiga dimensi proses, dengan *Reliability* sebagai titik terlemah, diikuti *Assurance* dan *Responsiveness*, sementara bukti fisik serta empati relatif stabil dan menjadi penopang pengalaman pelanggan meski beban operasional berfluktuasi; pola tersebut konsisten dengan pembacaan ulasan (rata-rata bintang 4,46 dengan 87% positif) yang tetap menyiratkan masalah laten pada ketepatan waktu, akurasi pelacakan, dan kepastian prosedur ketika terjadi deviasi. Temuan ini mengarah pada prioritas perbaikan yang konkret, yakni rekalkibrasi SLA berbasis percentil per lintasan, penguatan disiplin pemindaian dan integrasi sumber status pelacakan lintas kanal, penyederhanaan alur klaim dengan tenggat yang jelas disertai naskah komunikasi standar, serta penataan kapasitas dan triase permintaan pada jam puncak agar waktu respons awal tetap terjaga, sembari mempertahankan standar layanan mikro pada bukti fisik dan empati. Hasil penelitian mendukung relevansi SERVQUAL terkalibrasi untuk jasa kurir, dengan rekomendasi studi lanjutan yang menambah survei Ekspektasi dan Persepsi penuh, menguji prioritas melalui IPA dan CSI, serta membandingkan cabang atau segmen pelanggan agar peta peningkatan mutu semakin presisi dan terarah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, J., Jusoh, A., Abbas, A. F., & Nor, K. M. (2021). Global trends of service quality in healthcare: A bibliometric analysis of scopus database. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government Vol*, 27(1), 2917–2930.
- Bintoro, B. P. K., Lutfiani, N., & Julianingsih, D. (2023). Analysis of the effect of service quality on company reputation on purchase decisions for professional recruitment services. *APTISI Trans. Manag*, 7(1), 35–41.
- Chatterjee, S., Ghatak, A., Nikte, R., Gupta, S., & Kumar, A. (2023). Measuring SERVQUAL dimensions and their importance for customer-satisfaction using online reviews: a text mining approach. *Journal of Enterprise Information Management*, 36(1), 22–44.
- Darmawan, D., Issalillah, F., Khayru, R. K., Herdiyana, A. R. A., Putra, A. R., Mardikaningsih, R., & Sinambela, E. A. (2022). BPJS patients satisfaction analysis towards service quality of public health center in Surabaya. *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 18(4), 124–131.
- Darzi, M. A., Islam, S. B., Khursheed, S. O., & Bhat, S. A. (2023). Service quality in the healthcare sector: a systematic review and meta-analysis. *LBS Journal of Management & Research*, 21(1), 13–29.
- Erni, N., Sriwana, I. K., & Yolanda, W. T. (2014). Peningkatan kualitas pelayanan dengan metode servqual dan triz di pt. xyz. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 2(2).
- Gavahi, S. S., Hosseini, S. M. H., & Moheimani, A. (2023). An application of quality function deployment and SERVQUAL approaches to enhance the service quality in radiology centres. *Benchmarking: An International Journal*, 30(5), 1649–1671.

- Hoque, U. S., Akhter, N., Absar, N., Khandaker, M. U., & Al-Mamun, A. (2023). Assessing service quality using SERVQUAL model: An empirical study on some private universities in Bangladesh. *Trends in Higher Education*, 2(1), 255–269.
- Jazuli, M., & Samanhudi, D. (2020). Analisis kualitas pelayanan dengan menggunakan metode service quality (Servqual) dan importance performance analysis (IPA) di PT. XYZ. *JUMINTEN*, 1(1), 67–75.
- Jonkisz, A., Karniej, P., & Krasowska, D. (2021). SERVQUAL method as an “old new” tool for improving the quality of medical services: A literature review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(20), 10758.
- Jonkisz, A., Karniej, P., & Krasowska, D. (2022). The servqual method as an assessment tool of the quality of medical services in selected Asian countries. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13), 7831.
- Liem, A. T., Chrisanti, I. R., Sandag, A., & Purwadaria, D. D. P. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan E-Servqual. *CogITO Smart Journal*, 6(2), 229–238.
- Ong, A. K. S., Prasetyo, Y. T., Lagura, F. C., Ramos, R. N., Sigua, K. M., Villas, J. A., Nadlifatin, R., Young, M. N., & Diaz, J. F. T. (2023). Determining tricycle service quality and satisfaction in the Philippine urban areas: A SERVQUAL approach. *Cities*, 137, 104339.
- Putri, D. R., & Andesta, D. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan PT. XYZ Dengan Metode Servqual dan Metode Ipa. *JOURNAL OF INDUSTRIAL ENGINEERING AND OPERATION MANAGEMENT Учредители: Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin*, 7(2).
- Rahayu, K. S. (2021). E-ServQual on E-Trust, E-Satisfaction and Online Repurchase Intention. *Review of International Geographical Education Online*, 11(4), 1426–1439.
- Robustin, T. P. (2023). E-ServQual role in Creating Consumer Trust towards Shopee Marketplace during the Covid-19 Pandemic. *Journal of Management & Marketing Review (JMMR)*, 8(2).
- Salamah, A. A., Hassan, S., Aljaafreh, A., Zabadi, W. A., AlQudah, M. A., Hayat, N., Al Mamun, A., & Kanesan, T. (2022). Customer retention through service quality and satisfaction: using hybrid SEM-neural network analysis approach. *Heliyon*, 8(9).
- Sam, E. F., Hamidu, O., & Daniels, S. (2018). SERVQUAL analysis of public bus transport services in Kumasi metropolis, Ghana: Core user perspectives. *Case Studies on Transport Policy*, 6(1), 25–31.
- Sulistyaningsih, E., Murti, W., & Ratnasih, C. (2024). Analysis of e-marketing strategy and business innovation in optimizing improvement of service quality and its effect on msme income. *ADI Journal on Recent Innovation*, 5(2), 155–167.
- Sulistyo, A. B., Rafauzi, I., & Wijaya, H. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Indomaret dengan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Media Teknik Dan Sistem Industri*, 6(2), 95.
- Tandilino, E. V., Widada, D., & Sitania, F. D. (2023). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Jasa Pelayanan Dengan Metode Servqual dan Customer Satisfaction Index (CSI). *JOURNAL OF INDUSTRIAL AND MANUFACTURE ENGINEERING*, 7(2), 266–275.
- Teshnizi, S. H., Aghamolaei, T., Kahnouji, K., Teshnizi, S. M. H., & Ghani, J. (2018). Assessing quality of health services with the SERVQUAL model in Iran. A systematic review and meta-analysis. *International Journal for Quality in Health Care*, 30(2), 82–89.

- Tuan, V. A., Van Truong, N., Tetsuo, S., & An, N. N. (2022). Public transport service quality: Policy prioritization strategy in the importance-performance analysis and the three-factor theory frameworks. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 166, 118–134.
- Wati, R., & Imam, S. (2025). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Penanganan Keluhan dengan Pendekatan Service Quality di PT XYZ. *Seminar Nasional Inovasi Vokasi*, 4, 948–955.
- Yonata, Y., Fiarni, C., & Tania, M. A. (2014). Perancangan Sistem Informasi Pengukuran Kepuasan Pelanggan Perusahaan Asuransi dengan Menggunakan Metode Servqual, IPA, dan Analisis Regresi Linear Sederhana (PT. XYZ). *Jurnal Telematika*, 9(1), 8.
- Yusuf, D. (2021). Analisis Tingkat Kualitas Dan Pengusulan Peningkatan Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Service Quality Dan Triz Di PT. XYZ. *JUMINTEN*, 2(4), 61–72.