

## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN JASA KURIR SHOPEE DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN *POTENTIAL GAIN CUSTOMER VALUE* (PGCV)

Amalia Yahya<sup>1</sup>, Nur Hayati Rauf<sup>2</sup>, Taufik Nur<sup>3</sup>

<sup>123</sup> Program Studi Teknik Industri, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia

Email: [amaliayahya21@gmail.com](mailto:amaliayahya21@gmail.com)

### Abstrak

Kurir sangat berperan penting dalam Perusahaan jasa pengiriman barang, kehadiran kurir mempermudah suatu transaksi dan pengiriman barang yang dipesan secara online. Praktek yang terjadi dilapangan banyaknya kecurangan dan kesalahan yang dilakukan beberapa oknum kurir, sehingga membuat citra dari perusahaan jasa pengiriman barang tersebut menjadi tercoreng. Platform e-commerce seperti shopee yang menyediakan layanan belanja online di berbagai negara termasuk Indonesia. Pengguna dapat menjelajahi dan membeli berbagai produk dari berbagai kategori, mulai dari pakaian hingga elektronik, dengan mudah melalui aplikasi atau situs web Shopee. Dari hasil observasi dengan mewawancarai beberapa pelanggan shopee yang ada di kota Makassar terdapat beberapa keluhan diantaranya terjadi keterlambatan dalam pengantaran barang, kerusakan barang, kurir mengantarkan paket tidak sesuai sistem tracking. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa kurir Shopee. Metode yang digunakan yaitu metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain In Customer Value* (PGCV). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada 4 usulan perbaikan kinerja terhadap kurir untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, diantaranya: kurir menggunakan box paket, kurir mengantarkan paket sesuai dengan sistem tracking pada aplikasi, kurir memahami peta dan navigasi alamat pelanggan dengan baik, Tidak terjadi kelalaian dalam mengantarkan paket seperti melempar paket kedalam pagar.

### Sejarah Artikel

*Submitted: 26 Agustus 2024*

*Accepted: 29 Agustus 2024*

*Published: 5 September 2024*

### Kata Kunci

Jasa Pengiriman, *Importance Performance Analysis*, Usulan Perbaikan, Kualitas Pelayanan, *Potential Gain In Customer Value*

## PENDAHULUAN

Manusia dalam melakukan jual beli semakin hari semakin modern dari jual beli tatap muka hingga kini bertambah menjadi jual beli online, dalam jual beli online tidak lepas dari jasa pengiriman, dimana jasa pengiriman sangat berkesinambungan dalam jual beli online.

Pada era kemajuan teknologi, saat ini kebutuhan jasa pengiriman mengalami peningkatan yang sangat pesat. Jasa pengiriman menjadi kebutuhan konsumen yang menginginkan pengiriman barang yang cepat, mudah, aman, praktis dan memiliki wilayah jangkauan yang luas.

Pada sebuah perusahaan, kepuasan pelanggan menjadi sangat penting untuk memicu loyalitas pelanggan. Agar pelanggan tersebut setia dan puas dengan yang ditawarkan dan meningkatkan keuntungan perusahaan sehingga perusahaan selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Perusahaan memiliki program focus pada pelanggan berharap pelanggan akan merasa puas dan loyal terhadap Perusahaan.

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri

Regulasi yang berkaitan dengan shopee ini ada banyak namun yang paling berpengaruh dalam hal ini yaitu jasa pengantaran barang kurir shopee express dimana pelayanan terhadap pelanggan harus diperhatikan agar memberikan pelayanan yang terbaik. Adapun jumlah kurir shopee yang khusus pengantaran barang (Shopee Express) di Makassar itu sebanyak 689 kurir.

Perusahaan menyadari pentingnya pelayanan yang berkualitas untuk memberikan kepuasan pada pelanggannya, namun pada prakteknya pelayanan dan kinerja untuk menunjang

pelayanan yang berkualitas masih kurang baik. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan beberapa pelanggan shopee di kota Makassar untuk mengetahui keluhan apa saja yang sedang dihadapi pelanggan terhadap kualitas pelayanan di shopee ada banyak sekali keluhan akan tetapi keluhan yang paling banyak adalah mengenai sering terjadi keterlambatan dalam pengantaran barang, kerusakan barang, kurir mengantarkan paket tidak sesuai sistem tracking.

Berdasarkan penjelasan diatas maka yang menjadi permasalahan dalam pelayanan jasa kurir Shopee di Kota Makassar adalah keluhan pelanggan terkait keterlambatan dalam pengantaran barang, kerusakan barang, kurir mengantarkan paket tidak sesuai sistem tracking.

Upaya dalam meminimalisir permasalahan tersebut, maka diperlukan analisis tingkat kepuasan pelanggan dengan mengukur tingkat kualitas pelayanan jasa dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Potential Gain In Customer Value (PGCV) untuk mengetahui usulan perbaikan terhadap kinerja kurir Shopee.

Berdasarkan urgensi permasalahan yang dikemukakan bahwa pentingnya pelayanan yang berkualitas untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan sehingga tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada kurir Shopee, untuk mengetahui harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh kurir Shopee dan untuk mengetahui atribut apa saja yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan kualitas pelayanan pada kurir Shopee di Kota Makassar.

## METODE PENELITIAN

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kepentingan merupakan seberapa penting atribut pelayanan perusahaan bagi pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaan adalah kinerja yang dilakukan Perusahaan

Potential Gain in Customer Value (PGCV) adalah sebuah peralatan yang sering digunakan dalam metode analisa pemasaran. Indeks PGCV dapat menyediakan masukan kuantitatif untuk spektrum yang luas dari sebuah analisis strategis. Alat pengukur kepuasan pelanggan secara kuantitatif sangat dibutuhkan dalam rangka survey kepuasan pelanggan.

Untuk mengukur tingkat kepuasan digunakannya metode Importance Performance Analysis dikarenakan di antara berbagai model pengukuran kualitas pelayanan, Importance Performance Analysis merupakan metode yang paling banyak di gunakan. Sehingga dapat dengan mudah untuk menentukan variable-variabel mana yang harus ditingkatkan, untuk meningkatkan kualitas layanan dan lebih tepat untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan sehingga kurir Shopee dapat mengetahui keluhan apa yang dianggap penting dan berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa dan juga meningkatkan kualitas layanannya.

### A. Penentuan Jumlah Responden

Rumus Slovin menyediakan ukuran sampel (n) menggunakan ukuran populasi yang diketahui (N) dan margin yang diinginkan dari kesalahan (5% margin kesalahan atau 10%) (e). Nilai N dan e dimasukkan ke dalam rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots \dots \dots (1)$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

### B. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai Corrected Item-Total Correlation yang diperoleh dari output software SPSS 25 dengan nilai r tabel yang diperoleh dari tabel r uji statistik dengan nilai n = 400 taraf signifikansi sebesar 5% yaitu 0,098.

### C. Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik Cronbach's Alpha yang dilakukan dengan software SPSS versi 23 diperoleh Alpha sebesar 0,938 dan 0,949. Data dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,6 semua koefisien reliabilitas tersebut memiliki nilai lebih dari 0,6 maka dinyatakan kuesioner reliabel dan layak untuk digunakan.

### D. Importance Perfomance Analysis

Penentuan IPA dilakukan untuk menentukan skor yang harus diberikan oleh responden untuk setiap kriteria yang diajukan dalam kuisisioner. Hal ini dilakukan terhadap penilaian setiap responden. Yaitu dengan Langkah ini pada tabel berikut :

**Tabel 1 Hasil penilaian responden terhadap atribut kinerja kualitas pelayanan**

Kode	Atribut Pertanyaan	Skor	Kinerja Kualitas Pelayanan
X1	Kurir memakai atribut shopee sehingga mudah dikenali	61.51	Jarang
X2	Kurir menggunakan seragam yang rapi dan profesional	67.86	Sering
X3	Kurir menggunakan box paket pada motor	38.24	Sangat Jarang
X4	Kurir mengantarkan paket sesuai dengan sistem tracking pada aplikasi	42.11	Sangat Jarang
X5	Kurir memahami peta dan navigasi alamat pelanggan dengan baik	79.94	Sering
X6	Kurir memberikan respon yang cepat terhadap permintaan pelanggan Contohnya permintaan perubahan waktu pengantaran	43.18	Sangat Jarang
X7	Kurir siap membantu jika ada masalah dengan pengiriman	65.89	Sering
X8	Paket diterima dalam kondisi baik dan tidak rusak	61.77	Jarang
X9	Tidak terjadi kelalaian dalam mengantarkan paket seperti melempar paket kedalam pagar	67.95	Sering
X10	Dalam pengantaran paket tidak terjadi kesalahan yang menyebabkan kerugian pelanggan	51.04	Jarang
X11	Kurir memahami situasi dan kebutuhan pelanggan	65.20	Jarang
X12	Kurir memakai atribut shopee sehingga mudah dikenali	73.95	Sering
X13	Kurir menggunakan seragam yang rapi dan profesional	71.86	Sering

### E. Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi 4 yang dibatasi dengan 2 garis yang saling berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y), dimana pada titik X dinyatakan sebagai rata-rata tingkat kepuasan konsumen seluruh atribut dan untuk titik Y dinyatakan sebagai rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi konsumen.

<b>Kuadran I</b> <b>Prioritas Utama</b> <b>(Concentrate Here)</b> Nomor Atribut: 3, 4, 6, 10	<b>Kuadran II</b> <b>Pertahan Prestasi</b> <b>(Keep Up the Good Work)</b> Nomor Atribut: 5, 7, 8, 9, 11
<b>Kuadran III</b> <b>Prioritas Rendah</b> <b>(Low Priority)</b> Nomor Atribut: 1	<b>Kuadran IV</b> <b>Berlebihan</b> <b>(Possible Overkill)</b> Nomor Atribut: 2, 12, 13

### F. Potential Gain In Customer

Prioritas dalam meningkatkan kualitas pelayanan atas atribut-atribut yang diukur dilihat berdasarkan besarnya nilai indeks PGCV. Atribut dengan nilai indeks PGCV terbesar menjadi prioritas pertama dalam perbaikan dan seterusnya hingga atribut dengan nilai indeks PGCV terkecil

Langkah-langkah menghitung besarnya indeks PGCV adalah sebagai berikut (Dwiprahasto 2006):

1. Menghitung Achieved Customer Value (ACV)

$$ACV = I \times P \dots\dots\dots(2.4)$$

ACV: Nilai pencapaian pelanggan

I : Rata-rata nilai kepentingan

P : Rata-rata nilai kinerja

2. Menghitung nilai Ultimate Desired Customer Value (UDCV)

$$UDCV = I \times P_s \dots\dots\dots(2.5)$$

UDCV: Nilai akhir dari keinginan pelanggan

I : Rata-rata nilai kepentingan

P<sub>s</sub> : Nilai performa maksimal dalam skala likert

3. Indeks PGCV

$$PGCV = UDCV - ACV \dots\dots\dots(2.6)$$

Tabel 2 Prioritas Perbaikan Berdasarkan Perhitungan PGCV

No	Atribut	Rata-rata Tingkat Kinerja (X)	Rata-rata Tingkat Kepentingan (Y)	Nilai ACV (X.Y)	Nilai UDCV (Y.P Maks)	Indeks PGCV (UDCV-ACV)	Urutan ke
1.	Kurir memakai atribut shopee sehingga mudah dikenali	2.53	4.11	10.40	20.55	10.15	5

2.	Kurir menggunakan seragam yang rapi dan profesional	2.63	2.88	7.57	14.4	6.83	12
3.	Kurir menggunakan box paket pada motor	1.64	4.30	7.05	21.5	14.45	1
4.	Kurir mengantarkan paket sesuai dengan sistem tracking pada aplikasi	1.82	4.32	7.86	21.6	13,74	3
5.	Kurir memahami peta dan navigasi alamat pelanggan dengan baik	3.53	4.42	15,60	22.1	6.5	13
6.	Kurir memberikan respon yang cepat terhadap permintaan pelanggan Contohnya permintaan perubahan waktu pengantaran	1.90	4.41	8.37	22.5	14.13	2
7.	Kurir siap membantu jika ada masalah dengan pengiriman	2.85	4.33	12.34	21.65	9.31	8
8.	Paket diterima dalam kondisi baik dan tidak rusak	2.63	4.25	11.17	21.25	10.08	6
9.	Tidak terjadi kelalaian dalam mengantarkan paket seperti melempar paket kedalam pagar	2.99	4.40	13.15	22	8.85	9
10.	Dalam pengantaran paket tidak terjadi kesalahan yang menyebabkan kerugian pelanggan	2.25	4.41	9.92	22.05	12.13	4
11.	Kurir memahami situasi dan kebutuhan pelanggan	2.90	4.45	12.90	22.25	9.35	7
12.	Kurir memakai atribut shopee sehingga mudah dikenali	3.00	4.06	12.18	20.3	8.12	11

13.	Kurir menggunakan seragam yang rapi dan profesional	2.65	3.68	9.75	18.4	8.65	10
-----	---	------	------	------	------	------	----

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisa Hasil Uji Validitas

Berdasarkan hasil dari uji validitas yang telah dilakukan, dari 13 pernyataan factor kinerja dan kepentingan nilai r hitungunya lebih besar dari pada r tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuisioner ini dikatakan valid sehingga pengolahan dapat dilakukan ke Langkah berikutnya.

### 2. Analisa Hasil Uji Relibilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas untuk kinerja dan kepentingan diperoleh nilai cronbach's alpha sebesar 0.848 dan 0.916 dan karena keduanya lebih besar dari 0.6 maka dapat dikatakan reliabel atau berhubungan erat.

### 3. Analisa Nilai Kinerja dan Kepentingan Setiap Atribut

1) Nilai kinerja dan kepentingan setiap atribut dimensi Tangible (tampilan fisik) Dari hasil pegolahan data diketahui nilai kinerja dan kepentingan tiap atribut dimensi tangible ada 3 atribut. Atribut ke-1 yaitu "Kurir memakai atribut shopee sehingga mudah dikenali" mempunyai nilai kinerja 2.53 sedangkat nilai kepentingannya adalah 4.11. Besarnya nilai harapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan berharap untuk kurir shopee lebih sering memakai atribut shopee pada saat mengantarkan paket. Atribut ke-2 yaitu "Kurir menggunakan seragam yang rapi dan professional" mempunyai nilai kinerja 2.63 sedangkan nilai kepentingannya adalah 2.88. Besarnya nilai harapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan berharap untuk kurir shopee lebih memperhatikan lagi penampilannya pada saat bertemu dengan pelanggan agar terlihat lebih professional. Atribut ke-3 yaitu "Kurir menggunakan box paket pada motor" mempunyai nilai kinerja 1.64 sedangkan nilai kepentingannya adalah 4.30. Besarnya nilai harapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan berharap untuk kurir shopee memakai box pada saat mengantarkan paket agar mengurangi kerusakan dus paket yang bertumpuk.

### 2) Nilai kinerja dan kepentingan setiap atribut dimensi Rreliability (keandalan)

Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai kinerja dan harapan tiap atribut dimensi reliability ada 3 atribut. Atribut ke-4 yaitu "Kurir mengantarkan paket sesuai dengan sistem tracking pada aplikasi" mempunyai nilai kinerja 1.82 sedangkan nilai kepentingannya adalah 4.32. Besarnya nilai harapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan berharap untuk kurir shopee mengantaarkan paket sesuai dengan sistem tracking pada aplikasi agar tidak terjadi keterlambatan dalam pengantaran.

Atribut ke-5 yaitu "Komunikasi kurir yang lancar pada saat mengantarkan paket" mempunyai nilai kinerja 3.53 sedangkan nilai kepentingannya adalah 4.42. Besarnya nilai harapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan berharap untuk kurir shopee lebih memperhatikan lagi komunikasi dengan pelanggan sebelum mengantarkan paket.

Atribut ke-6 yaitu "Kurir memahami peta dan navigasi alamat pelanggan dengan baik" mempunyai nilai kinerja 1.90 sedangkan nilai kepentingannya adalah 4.41. Besarnya nilai harapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan berharap untuk kurir shopee meperhatikan dengan baik navigasi alamat pelanggan yang telah dicantumkan.

### 3) Nilai kinerja dan kepentingan setiap atribut dimensi Responsiveness (ketanggapan)

Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai kinerja dan harapan tiap atribut dimensi responsiveness ada 2 atribut. Atribut ke-7 yaitu "Kurir memberikan respon yang cepat terhadap permintaan pelanggan Contohnya permintaan perubahan waktu

pengantaran” mempunyai nilai kinerja 2.85 sedangkan nilai kepentingannya adalah 4.33. Besarnya nilai harapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan berharap untuk kurir shopee menanggapi dengan baik pelanggan yang memiliki urusan pribadi yang mengharuskan memita perubahan jam pengantaran,

Atribut ke-8 yaitu “Kurir siap membantu jika ada masalah dengan pengiriman” mempunyai nilai kinerja 2.63 sedangkan nilai kepentingannya adalah 4.25. Besarnya nilai harapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan berharap untuk kurir shopee membantu pelanggan jika mengalami masalah dengan paket contohnya membantu me retur barang yang dipesan tidak sesuai.

#### 4) Nilai kinerja dan kepentingan setiap atribut dimensi Assurance (jaminan)

Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai kinerja dan harapan tiap atribut dimensi assurance ada 3 atribut. Atribut ke-9 yaitu “Paket diterima dalam kondisi baik dan tidak rusak” mempunyai nilai kinerja 2.99 sedangkan nilai kepentingannya adalah 4.40. Besarnya nilai harapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan berharap untuk kurir shopee dalam mengantarkan paket lebih memperhatikan keamanan paket pelanggan contohnya dus paket penyok, dus paket yang basah akibat hujan dan sebagainya.

Atribut ke-10 yaitu “Tidak terjadi kelalaian dalam mengantarkan paket seperti melempar paket kedalam pagar” mempunyai nilai kinerja 2.25 sedangkan nilai kepentingannya adalah 4.41. Besarnya nilai harapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan berharap untuk kurir shopee pada saat mengantarkan paket tidak membuang paket kedalam pagar tanpa persetujuan/permintaan pelanggan.

Atribut ke-11 yaitu “Dalam pengantaran paket tidak terjadi kesalahan yang menyebabkan kerugian pelanggan” mempunyai nilai kinerja 2.90 sedangkan nilai kepentingannya adalah 4.45. Besarnya nilai harapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan berharap untuk kurir shopee pada saat mengantarkan paket tidak melakukan kesalahan yang dapat merugikan contohnya pelanggan kehilangan paket dikarenakan kurir menitip paket ke orang lain.

#### 5) Nilai kinerja dan kepentingan setiap atribut dimensi Emphathy (empati)

Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai kinerja dan harapan tiap atribut dimensi emphatthy ada 2 atribut. Atribut ke-12 yaitu “Sikap ramah dan sopan kurir terhadap pelanggan” mempunyai nilai kinerja 3.00 sedangkan nilai kepentingannya adalah 4.06. Besarnya nilai harapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan berharap untuk keramahan kurir shopee saat mengantarkan paket pelanggan.

Atribut ke-13 yaitu “Kurir memahami situasi dan kebutuhan pelanggan” mempunyai nilai kinerja 2.65 sedangkan nilai kepentingannya adalah 3.68. Besarnya nilai harapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan berharap untuk kurir shopee memahami situasi dan kebutuhan pelanggan contohnya pada saat COD tidak memiliki cash dan meminta untuk di transfer.

#### 4. Analisa Nilai Kinerja dan Nilai Kepentingan Setiap Dimensi

Nilai ekspektasi menunjukkan besarnya harapan dari pelanggan terhadap pelayanan yang diharapkan dilakukan oleh Karyawan. Kepuasan tercapai bila pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi ekspektasi konsumen. Sedangkan nilai kinerja menunjukkan penilaian dari Pelanggan terhadap performa pelayanan Karyawan yang mereka rasakan selama ini. Kepuasan akan tercapai apabila nilai kinerja sama atau lebih besar dari nilai ekspektasi.

Dari pengolahan data nilai kinerja dan harapan diperoleh kesimpulan awal bahwa dari keseluruhan dimensi ternyata tidak ada dimensi yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan atau konsumen karena semua berada di bawah tingkat ekpekstasi yang berarti secara umum kepuasan konsumen atau ‘.Karyawan belum tercapai sepenuhnya.

## 5. Analisa Metode Importance Performance Analysis

Melalui analisis importance performance analysis dengan menggunakan diagram kartesius dapat diketahui hubungan antara kepentingan dengan kinerja sebuah pelayanan kurir shopee yang menjadi tempat penelitian penulis. Atribut yang termasuk dalam kuadran I ini yaitu Atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan, sehingga perusahaan perlu melakukan perbaikan karyawannya. Atribut yang termasuk dalam kuadran I sebanyak 4 butir, diantaranya Kurir menggunakan box paket pada motor (X3), Kurir mengantarkan paket sesuai dengan system tracking pada aplikasi (X4), Kurir memahami peta dan navigasi alamat pelanggan dengan baik (X6) dan Tidak terjadi kelalaian dalam mengantarkan paket seperti melempar paket kedalam pagar (X10).

Yang berada di kuadrat II adalah Atribut yang termasuk dalam kuadran II ini merupakan Atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan dan kinerja pelayanannya sangat memuaskan sehingga perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanannya, yang berada dalam kuadran II yaitu Komunikasi kurir yang lancar pada saat mengantarkan paket (X5), Kurir memberikan respon yang cepat terhadap permintaan pelanggan contohnya permintaan perubahan waktu pengantaran (X7), Kurir siap membantu jika ada masalah dengan pengiriman (X8), Paket diterima dalam kondisi baik dan tidak rusak (X9) dan Tidak terjadi kelalaian dalam mengantarkan paket seperti melempar paket dalam pagar (X10).

Pada Kuadrat III yaitu daerah prioritas rendah, karena atribut yang terdapat pada kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pelayanannya kurang memuaskan, yang berada pada kuadran III yaitu Kurir memakai atribut shopee sehingga mudah dikenali (X1).

Atribut dalam kuadrat IV dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena terdapat faktor yang bagi pelanggan kurang penting, akan tetapi oleh pihak pengelola pelaksanaannya telah dijalankan dengan sangat baik. Selain itu, dikarenakan tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan tinggi, sehingga bukan menjadi prioritas yang perlu dibenahi, yang berada pada kuadran IV yaitu Kurir menggunakan seragam yang rapi dan profesional (X2), Sikap ramah dan sopan kurir terhadap pelanggan (X12) dan Kurir memahami situasi dan kebutuhan pelanggan (X11).

## 6. Analisa Metode Potential Gain in Customer Value (PGCV)

Hasil dari perhitungan Potential Gain in Customer Value (PGCV) digunakan untuk memberikan jalan bagi diagram kartesius dimana yang menjadi fokus perbaikan atribut-atribut yang terletak pada kuadran I adalah :

1. Atribut 3 (Kurir menggunakan box paket pada motor) menjadi prioritas pertama yang harus diperbaiki. Hal ini dibuktikan dengan nilai indeks PGCV yang paling besar yaitu sebesar 14.45.
2. Atribut 4 (Kurir mengantarkan paket sesuai dengan system tracking pada aplikasi) menjadi prioritas kedua yang harus diperbaiki. Hal ini dibuktikan dengan nilai indeks PGCV yaitu sebesar 13.74.
3. Atribut 6 (Kurir memahami peta dan navigasi alamat pelanggan dengan baik) menjadi prioritas ketiga yang harus diperbaiki. Hal ini dibuktikan dengan nilai indeks PGCV yaitu sebesar 14.13.
4. Atribut 10 (Tidak terjadi kelalaian dalam mengantarkan paket seperti melempar paket kedalam pagar) menjadi prioritas keempat yang harus diperbaiki. Hal ini dibuktikan dengan nilai indeks PGCV yaitu sebesar 12.13.

## KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Potential Gain in Customer Value (PGCV) terdapat empat atribut yang dijadikan prioritas untuk segera dilakukan perbaikan. Hal itu dapat dari nilai PGCV dengan urutan paling tinggi ke terendah. Atribut-atribut yang harus segera dilakukan perbaikan diantaranya adalah sebagai

berikut : (Atribut X3), Kurir menggunakan box paket pada motor. (Atribut X4), Kurir mengantarkan paket sesuai dengan sistem tracking pada aplikasi. (Atribut X6), Kurir memahami peta dan navigasi alamat pelanggan dengan baik. (Atribut X10), Tidak terjadi kelalaian dalam mengantarkan paket seperti melempar paket kedalam pagar.

## SARAN

Berdasarkan hasil Analisa dan pembahasan yang dilakukan, maka saran yang diajukan untuk Kuris Shopee adalah, sehubungan dengan diketahui kebanyakan responden belum puas terhadap tingkat kinerja dan tingkat kepentingan pelayanan kurir shopee, maka dapat disarankan melakukan perbaikan kualitas pelayanan secara bertahap dengan melihat usulan perbaikan dan urutan prioritas perbaikan.

## REFERENSI

- Ardiansyah, M. (2023). Dampak Perkembangan E-Commerce Terhadap Bisnis Ritel Tradisional: Peluang Dan Tantangan. *J-Mabisya*, 4(1), 1–8.
- Ipa, P. A., & Blueprint, D. A. N. S. (2022). No Title.
- Metode, M., Kano, E. D., Zainah, S., Hamzah, M. L., Rozanda, N. E., & Salisah, F. N. (2023). Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Shopee. *10(2)*, 316–328.
- Pemasela, Y. Y., Gerungan, A., & Lumintang, D. W. (2023). Kedudukan Hukum Kurir Jasa Pengiriman Barang Terhadap Konsumen Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang .... *Lex Privatum*, 12(1).
- Sabila, A. R., & Kusumaningrum, L. (2020). Analisis Kualitas Layanan E-commerce Shopee Dalam ( Sstudi kasus : pelanggan shopee di kota tangerang 2020 ) Abstrak Pendahuluan Metode Penelitian. *16(2)*, 72–80.
- Sutabri, T., Darma, U. B., Darma, U. B., Layanan, K., & Analysis, I. P. (n.d.). Analisis Kualitas Layanan Shopee menggunakan Pendekatan E- ServQual dan Potential Gain in Customer Value (PGCV) 1,2. 1095–1107.
- Umam, R. K., Hariastuti, N. P., Teknologi, I., & Tama, A. (n.d.). Analiasa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index ( CSI ) DAN Importance Perfomance Analysis ( IPA ). 339–344.
- Alifah, Ulfi Nur, Alan Prahutama, and Agus Rusgiyono. 2020. “Metode Servqual, Kuadran Ipa, Dan Indeks PgcV Untuk Menganalisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit X.” *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang* 8(2): 144.
- Andi Riyanto. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Kepuasan Pelanggan*: 19.
- Ansori. 2015. “Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Persepsi Kualitas Produk Roti Rammona Bakery Bandung.” *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 3(April): 49–58.
- Civilization, Industrial, TEMA 19, and E Domenico. 2021. “No Title.” : 6.
- Dwiprahasto, Iwan. 2006. “Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan Daftar Isi.” *The Indonesian Journal of Health Service Management* 09(06): 94–101.
- EH boyatzis, Richard; Mckee, Anni. 2019. “Journal E-Commerce.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 18–38.
- Fatonah, and Nur. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Asrama, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Asrama Menara 2 UNJ.” *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*: 8–30.
- Haryanto, Niko Dwi, Pepi Zulvia, and Budi Setiawan. 2021. “Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Kuadran Importance Performance Analysis (IPA) Dan Indeks Potential Gain Customer Value (PGCV) Pada Kantor Pos Purworejo 54100.” *Progress Conference* 4(1): 413–23.

- Ii, B A B. 2018. "931312417\_Bab2." 8(1): 35–36.
- Jony Wong, Wong. 2015. "Website (Www)." E-Commerce: 10–42. [https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/575/jbptunikompp-gdl-widyahardh-28737-9-unikom\\_w-i.pdf](https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/575/jbptunikompp-gdl-widyahardh-28737-9-unikom_w-i.pdf).
- Khotimah, Rani Nur. 2020. "Kajian Teori, Kepuasan Konsumen." Journal of Chemical Information and Modeling 53(9): 1689–99.
- Lumantoro, H. 2015. "Defenisi Kepuasan Pelanggan Menurut Kotler & Keller (201." BISMA (Bisnis dan Manajemen): 8–25. <http://e-journal.uajy.ac.id/8729/3/2EM19191.pdf>.
- Pratiwi, Ita Wahyu, and Dimas Hendrawan. 2018. "Implementasi Importance-Performance Analysis (IPA): Analisis Preferensi Konsumen Muda Mie Setan." Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis 6(2): 1–20.
- Purnomo, Wirdha, and Dyah Riandadari. 2015. "Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode IPA (Importance Performance Analysis) Di PT. Arina Parama Jaya Gresik." Jurnal Teknik Mesin 03(3): 54–63.
- William, and Purba Tiurniari. 2020. "Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam." Jurnal EMBA 8(1): 1987–96.
- Yulianti, Eva, and Tengku Umbara. 2020. "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis." Jurnal Teknoif 8(2): 78.