



ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA PENYEDIAAN *CONTACT CENTER* PADA PT ABC

Imam Yunianto¹, Muhamad Malik Mutoffar², Dyah Kiki Widyaningrum³

^{1,3}Teknik Informatika, Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi

²Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Teknologi Bandung

imam@ibm.ac.id¹, malik@sttbandung.ac.id², dyah.kikiw@gmail.com³

ABSTRAK

Dalam mengetahui dan mengukur tingkat penerimaan yang baik oleh pelanggan pada penyediaan jasa layanan *contact center* oleh PT. ABC dan seberapa jauh keterkaitan antara penyediaan jasa layanan *contact center* terhadap kepentingan pelanggan. Utamanya untuk mengetahui seberapa sukses jasa yang disediakan dan untuk membuat citra positif bagi perusahaan. Dengan pelayanan yang memuaskan maka akan menjadi salah satu faktor pendorong pelanggan berkeinginan untuk menggunakan jasa kembali. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan yang diimplementasikan menggunakan metode *customer satisfaction index* (CSI) dalam menghasilkan index kepuasan pelanggan pada penyediaan jasa layanan *contact center*. Sampel yang diambil dengan menyebarkan kuesioner dikategorikan dalam tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indeks tingkat kepuasan pelanggan mencapai 83% berdasarkan kriteria tingkat kepuasan maka angka tersebut menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.

Kata Kunci: kepuasan pelanggan, *customer satisfaction index* (CSI), pusat informasi

ABSTRACT

In knowing and measuring the level of good acceptance by respondents in the provision of contact center services by PT. ABC and how far the relationship between the provision of contact center services to the interests of customers. Mainly to find out how successful the services provided and to create a positive image for the company. With satisfactory service, it will be one of the factors that encourage customers to want to use the service again. This study uses a questionnaire to measure the level of customer satisfaction which is implemented using the customer satisfaction index (CSI) method in producing a customer satisfaction index in the provision of contact center services. Samples taken by distributing questionnaires were categorized in terms of importance and customer satisfaction. The results showed that the customer satisfaction index reached 83% based on the criteria for the level of satisfaction, so this number indicates that the customer is very satisfied.

Keywords: customer satisfaction, customer satisfaction index (csi), information center



PENDAHULUAN

Pusat Informasi merupakan kantor informasi terpusat digunakan dengan tujuan mengirimkan dan menerima beberapa permintaan (Henny, 2011,40). Pusat informasi ini dioperasikan oleh perusahaan jasa contact center sebagai layanan untuk mendukung perusahaan yang menyediakan produk dan layanan dapat dilakukan. produk. Selain melayani panggilan masuk, contact center juga menyediakan layanan panggilan keluar yang digunakan untuk proses pemasaran dan penagihan jarak jauh. PT. ABC merupakan perusahaan yang menyediakan layanan jasa Contact Center untuk kegiatan pemasaran atau penambahan kualitas hubungan mitra PT. ABC dengan customernya. Jasa Konten yang di-khususkan pada layanan data sesuai kebutuhan pelanggan. Sistem pelayanan contact center dengan mempekerjakan beberapa *Agent Contact Center*.

Berikut ini beberapa tugas seorang *Agent Contact Center* : (1) *agent* / operator, menerima telepon (*Inbound*) atau melakukan panggilan telepon keluar (*outbound*) untuk memberikan pelayanan informasi pada customer. *Agent Contact Center* berada pada sebuah ruangan yang didepannya terdapat masing – masing sebuah komputer dan perangkat telepon yang terkoneksi dengan layanan jaringan telekomunikasi dalam memanggil maupun menerima panggilan telepon dan terhubung dengan *database* perusahaan pelanggan untuk mencari data yang dibutuhkan; (2) *supervisor agent*, bertugas melakukan crosscek masukan data dari *agent* dan mengevaluasi kinerja para *agent call center* secara harian.

Menjalankan *contact center* yang bagus dapat menjadi salah satu cara yang berbeda dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan sehingga dapat mempengaruhi dan kembali menggunakan jasa tersebut. Perusahaan yang menyediakan jasa layanan berarti menawarkan produk dalam bentuk kepercayaan. Empat macam kategori *call center* (Indrajit, 2006:30) yaitu : (1) *cost center*, jenis jasa ini menekankan pada layanan pasca jual yang bagus, seperti jasa antar barang, garansi, jasa perbaikan selama garansi yang semuanya ditanggung oleh perusahaan. Perusahaan yang menawarkan *after sales service* tersebut adalah *cost*, pelanggan tidak dibebankan biaya untuk mendapatkan garansi tersebut; (2) *profit center* (jenis yang sifatnya profit), tipe ini bersifat pada profit, karena setiap pemanggilan telepon dikenakan biaya. Biaya dikenakan jika pemanggilan telepon yang sediakan perusahaan; (3) jenis *call center* sebagai investasi, karena persaingan yang semakin ketat, perusahaan ingin menawarkan lebih banyak layanan berbeda dari para kompetitor lainnya. maka dibangun sebuah *call center* yang tidak sedikit, dimana pelanggan hanya dapat berkomunikasi melalui pembayaran pulsa seperti biasa; dan (4) jenis *call center* sebagai *service center*, jenis *call center* ini mempunyai tujuan menambah pelayanan kepada para pelanggan dengan harapan pelanggan puas bahkan menjadi loyal.

PT. ABC sebagai salah satu penyedia jasa layanan call center sangat penting selalu menjaga dan mengupayakan kualitas kinerja untuk kepuasan pelanggan yang diukur dengan persepsi serta tingkat kepentingan *user*.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah (1) bagaimana mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada penyediaan jasa layanan contact center oleh PT. ABC?; dan (2) seberapa jauh keterkaitan antara penyediaan jasa layanan contact center terhadap kepentingan pelanggan?



Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah (1) untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada penyediaan jasa layanan contact center oleh PT. ABC; dan (2) untuk mengetahui seberapa jauh keterkaitan antara penyediaan jasa layanan contact center terhadap kepentingan pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Perusahaan yang sangat peduli dan memperhatikan kepuasan pelanggan selalu terus berinovasi dalam memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengakses perusahaan. Saluran akses bagi pelanggan semakin yakin bahwa komunikasi dengan perusahaan dapat mempermudah seperti halnya sebatas jangkauan tangan, telepon rumah, telepon genggam serta hanya sekadar menjalankan website untuk internet dan email (Agung, 2006: 37).

Seiring dengan berkembangnya ketersediaan tautan komunikasi, perkembangan saluran akses pelanggan semakin memuaskan. Philip Kotler (1997:36) telah menyatakan “kepuasan merupakan umpan balik berupa rasa senang atau kecewa seseorang akibat perbedaan antara persepsinya terhadap keefektifan produk (hasil) dan harapannya”.

Tabel 1. Korelasi antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	
	Rendah	Tinggi
Rendah	<i>Failures</i> Tidak loyal dan puas	<i>Forced Loyalty</i> kurang atau tidak puas, tetapi sangat “terikat” untuk program promosi loyalitas perusahaan
Tinggi	<i>Defector</i> sangat puas/puas tetapi tidak loyal	<i>Successes</i> sangat puas, puas, loyalitas, bahkan memberikan word-of-mouth positif.

Sumber: Tabel indeks kepuasan konsumen (Jurnal analisa kepuasan pelanggan - Zera N. Imawan1 & Bun Sucento²)

Dari Tabel 1 Korelasi antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan diatas maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan loyalitas dan kepuasan digambarkan sebagai berikut: (1) jika level kepuasan serta loyalitas pelanggan rendah, akan terjadi kegagalan di mana pelanggan merasakan tidakpuas, mengakibatkan pelanggan menjadi tidak loyal kepada perusahaan dan peluang untuk beralih pada perusahaan kompetitor lainnya.; (2) jika level kepuasan para pelanggan tidak mencukupi, tetapi loyalitas pelanggan tidak berkurang, terjadi loyalitas paksa, di mana pelanggan tidak puas, tetapi terikat pada loyalitas perusahaan; (3) jika level kepuasan para pelanggan tinggi, tetapi loyalitas para pelanggan rendah, maka akan terjadi cacat seperti pelanggan puas tetapi pelanggan masih memiliki pilihan untuk membeli produk dari perusahaan lain; dan (4) tingkat yang diharapkan adalah kepuasan dan loyalitas pelanggan yang tinggi, kesuksesan (sukses) akan datang dan pelanggan akan dapat merekomendasikan kepada pengguna lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Berdasarkan referensi yang diambil dari Arikunto (2013), definisi dari penelitian deskriptif merupakan penelitian yang mempunyai maksud tujuan untuk menggambarkan informasi tentang keadaan suatu gejala, keadaan gejala berdasarkan fakta pada saat melakukan penelitiannya. Bahkan selain dari itu, penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan harapan informasi yang diperoleh dapat diterapkan pada populasi yang diteliti (Sugiyono, 2009). Dengan demikian, penelitian deskriptif kuantitatif merupakan kegiatan yang dapat mengumpulkan informasi komprehensif tentang keadaan suatu peristiwa atau variabel apa adanya.



Penelitian ini dilakukan melalui proses pengumpulan data (metode survei) atau biasa disebut dengan kuisisioner (questionnaire). Metode survei adalah serangkaian pertanyaan ditulis tentang suatu masalah, dengan ruang untuk jawaban setiap bidang pertanyaan dan analisisnya diimplementasikan dengan metode Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP).

Indeks kepuasan pelanggan (IKP) merupakan indeks penentuan level kepuasan pelanggan secara keseluruhan menggunakan pendekatan yang memperhitungkan pentingnya beberapa atribut yang dapat diukur dari suatu produk atau jasa (Bhote). IKP jelas berkontribusi pada level kepuasan pelanggan, sehingga unit dapat menjadikan bahan evaluasi secara rutin untuk memperbaiki kekurangan dan dapat meningkatkan layanan pelanggan.

Tabel 2. Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP)

Atribut	Kepentingan (I)	Kepuasan (P)	Skor (S)
	Skala 1 - 5	Skala 1 – 5	(S) = (I) x (P)
.....			
Skor Total	Total (I) = (Y)		Total (S) = (T)

Sumber: Tabel Perhitungan keseluruhan CSI menurut Bhote (1996)

Perhitungan umum indeks kepuasan pelanggan menurut referensi dari Bhote (1996) disajikan pada Tabel 2 Indeks Kepuasan Pelanggan. Nilai *average* pada kolom yang diinginkan (I) ditambahkan sehingga Y, hasil I serta P yang terdapat pada pada kolom hasil (S) ditambahkan untuk menghasilkan T. CSI diperoleh dengan menghitung $(T/5 a .) \times 100\%$.

Nilai 5 (lima) dalam 5Y nilai maksimum dari skala pengukuran. Perhitungan CSI menggunakan persamaan:

$$CSI = T/5Y \times 100\%$$

Keterangan:

- T = Nilai Total Dari CSI
- 5 = Nilai MaksimumSkala Pengukuran
- Y = Nilai Total DariKolom Harapan

Tabel 3. Penjelasan Level Kepuasan

No	Nilai IKP (%)	Keterangan (IKP)
1	81% s.d 100%	SangatPuas
2	66% s.d 80.99%	Puas
3	51% s.d 65.99%	CukupPuas
4	35% s.d 50.99%	KurangPuas
5	0% s.d 34.99%	TidakPuas

Sumber : Tabel indeks kepuasan konsumen pengguna jasa *contact center*

Nilai tertinggi IKP 100%. Nilai IKP 50% atau nilai IKP dibawan dari 50% menunjukkan pelayanan yang buruk. Nilai IKP lebih dari 80% menunjukkan pengguna puas atau sangat puas dengan kinerja pelayanan.



PEMBAHASAN

Dalam menerapkan metode IKP, akan dibuat isian pertanyaan yang konsumen lengkapi yang memberikan informasi berupa tingkat kepuasan yang dicapai. Ada beberapa langkah untuk mengisi kuesioner, yaitu:

Importance (Menentukan Sekala Kepentingan)

Sebagai petunjuk bagi pelanggan dalam mengevaluasi pentingnya kualitas layanan pada skala Likert dengan rentang nilai 1-5 ditunjukkan seperti terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Sekala Likert untuk Tingkat Kepentingan

Bobot	Keterangan
1	SangatTidakPenting (STP)
2	TidakPenting (TP)
3	CukupPenting (CP)
4	Penting (P)
5	SangatPenting (SP)

Sumber: Tabel indeks kepuasan pelanggan pengguna jasa *contact center*

a. Menentukan Sekala Tingkat Kepuasan (Performance)

Sebagai petunjuk untuk para pelanggan dalam menentukan tingkat kualitas layanan dengan nilai skala likert 1-5. Dari Tabel 5.

Tabel 5. Sekala Linkert Tingkat Kepuasan

Bobot	Keterangan
1	Sangat TidakPuas (STP)
2	TidakPuas (TP)
3	CukupPuas (CP)
4	Puas(P)
5	SangatPuas (SP)

Sumber : Tabel indeks kepuasan pelanggan pengguna jasa *Pelayanan Informasi*

b. Menentukan Indikator Pertanyaan

Mengukur faktor kualitas layanan menggunakan suatu model WEBQUAL yang terdiri dari 3 (tiga) indikator yaitu kegunaan, informasi, kualitas, kualitas interaksi dan kualitas komunikasi, ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Tabel Indikator Pertanyaan

No	Indikator	Kode
1	Petugas <i>Pelayanan Informasi</i> memberi solusi sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan cepat ?	A1
2	Petugas <i>pelayanan informasi</i> melayani dengan sikap ramah ?	A2
3	Petugas <i>Pelayaan Informasi</i> melayani dengan sikap sopan santun ?	A3
4	Petugas <i>Pelayanan Informasi</i> memiliki kemampuan untuk mendengar keluhan dengan baik ?	A4
5	Petugas <i>Pelayanan Informasi</i> dapat memberikan informasi yang tepat terhadap kebutuhan customer ?	A5
6	<i>Pelayanan</i> sudah sesuai dengan yang diharapkan ?	A6

Sumber: Data primer diolah



Jumlah sampling yang digunakan dalam menyebarkan kuesioner sebagai berikut :

Tabel 7. Tabel Kepentingan (I)

	a	B	c	d	e	f	g	h	i	j	TOTAL	AVERAGE
A1	4	3	5	3	4	3	3	3	4	3	35	3.50
A2	3	2	4	4	4	4	4	4	5	4	38	3.80
A3	5	3	3	3	4	4	5	5	3	5	38	3.80
A4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	36	3.60
A5	4	5	2	3	4	5	4	4	5	4	40	4.00
A6	4	4	5	3	5	2	5	5	1	3	37	4.70

Tabel 8. Tabel Kepentingan (P)

	a	B	c	d	e	f	g	h	i	j	TOTAL	AVERAGE
A1	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	42	4.20
A2	4	3	4	4	5	5	5	3	5	3	41	4.10
A3	4	3	5	3	4	4	5	5	4	4	41	4.10
A4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	40	4.00
A5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	43	4.30
A6	5	4	5	3	4	4	4	5	4	3	42	4.20

Tabel 9. Tabel Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP)

KODE	(I)	(P)	(I x P)
A1	3.50	4.20	14.70
A2	3.80	4.10	15.58
A3	3.80	4.10	15.58
A4	3.60	4.00	14.40
A5	4.00	4.30	17.20
A6	3.70	4.20	15.54
	22.40		93.00

$$IKP = \frac{T}{5Y} \times 100\% = \frac{93.00}{5(22.40)} \times 100\%$$

$$IKP = 83\%$$

Hasil akhir didapat 83%, merujuk dari table 10, hasilnya pelanggan Sangat Puas

Tabel 10. Kriteria Tingkat Kepuasan

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81% s.d 100%	Sangat Puas
2	66% s.d 80.99%	Puas
3	51% s.d 65.99%	Cukup Puas
4	35% s.d 50.99%	Kurang Puas
5	0% s.d 34.99%	Tidak Puas

Sumber: Tabel indeks kepuasan konsumen pengguna jasa *contact center*



PENUTUP

Simpulan

Dari hasil analisis pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan jasa penyediaan *contact center* pada PT ABC berdasarkan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* diperoleh kesimpulan: (1) penelitian mendapatkan hasil bahwa Indeks tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan persepsi mencapai angka 83% berdasarkan kriteria tingkat kepuasan maka angka tersebut menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas; dan (2) kuesioner untuk kepuasan pelanggan dalam mengimplemetasikan model CSI, PT ABC mengetahui index terhadap kepuasan pelanggannya dalam penyediaan jasa layanan *contact center*, sehingga perusahaan mendapatkan rujukan untuk evaluasi sebagai pengembangan layanan menjadi lebih baik.

Saran

Setelah dilakukan penelitian, maka hal-hal yang dapat ditambahkan dan untuk penelitian berikutnya supaya lebih baik yaitu (1) mengembangkan layanan *contact center* via web dalam bentuk *live chat*; (2) sebaiknya *agent* mendapatkan pelatihan lanjutan mengenai pengetahuan produk dan penguasaan informasi layanan; dan (3) untuk penelitian selanjutnya ada baiknya agar menganalisis pengaruh motivasi terhadap kinerja *agent contact center*.

REFERENSI

- Agung, Y. (2006). Pendekatan yang paling Cespleng adalah lewat Experiential Marketing. *Majalah Marketing*, No. 06/ V / Februari/2006, hlm. 28.
- Arikunto, S. (2003). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bhote, K.R. (1996). *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty: The Key to Great Profitability*. New York: AMA Membership Publications Division, American Management Association.
- Indrajit, R., E. (2006). Harus Bisa Beyond Expectation. *Majalah Marketing*, NO.02/VI/Februari/2006, hlm.30.
- Kotler, P. (1997) *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 9th Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Sugiyono, (2009). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Widodo, S., M., & Sutopo, J. (2018). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui pola kepuasan pelanggan pada e-commerce model business to customer. *Jurnal Informatika UPGRIS*, 4(1), 48-45.
- Imawan, Z. N., & Sucento, B. (2009). Analisa Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Jasa Pada Pemegang Kartu Kredit Everyday Bank Mandiri Di Jakarta. *Journal Of Business Strategy And Execution*, 1(2), 387 - 400.