



Mendesain Layanan Jasa Ekspedisi Dalam Menekan Penyebaran Virus Covid -19 d Masa Pandemi Covid

Designing Expeditionary Services to Suppress the Spread of the Covid-19 Virus during the Covid Pandemic

¹Dina Rosdiana, ²Humiras Hardi Purba

¹Departemen Teknik Industri Universitas Al- Khairiyah (UNIVAL), Cilegon

²Departemen Teknik Industri, Universitas Mercu Buana, Jakarta

*E-mail: dinarosdiana.marhas@gmail.com

ABSTRAK

Virus Covid yang menggemparkan dunia di tahun 2019, hingga saat ini masih belum ditemui obatnya. Berbagai dampak terjadi di dunia baik dampak ekonomi, sosial dan berbagai dampak lainnya. Bahkan sampai saat ini ada berbagai Negara di dunia yang masih menerapkan *lockdown* di Negeranya karena penularan virus ini semakin parah. Indonesia merupakan salah satu Negara yang juga terdampak dari adanya virus Covid ini, bahkan di awal kemunculannya hingga terjadi pandemi Pemerintah Indonesia menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang mengakibatkan masyarakat hanya melakukan kegiatan dari dalam rumah saja. Dengan terbatasnya masyarakat melakukan kegiatan diluar rumah, membuat mereka melakukan berbagai kegiatan dari dalam rumah salah satunya adalah melakukan kegiatan konsumsinya dari dalam rumah yaitu melakukan pembelian atau penjualan secara *online*. Perubahan pola konsumsi masyarakat dari *offline* menjadi *online* menguntungkan berbagai industri, salah satu yang diuntungkan adalah industri jasa ekspedisi. Di masa Pandemi, tingkat permintaan mereka meningkat dibandingkan industri lainnya yang mengalami gulung tikar karena tidak kuat menghadapi dampak dari pandemi. Dengan meningkatnya permintaan saat awal terjadinya pandemi diikuti semakin meningkatnya interaksi antara pelanggan dengan kurir jasa ekspedisi yang merupakan salah satu cara penularan virus covid. Untuk menekan terjadi penularan virus covid dibutuhkan jasa layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan di masa pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk mendesain layanan jasa ekspedisi di masa pandemi untuk menekan penyebaran virus covid bagi pelanggan dan kurir. Dengan menggunakan metode QFD dihasilkan beberapa atribut baru layanan jasa ekspedisi yang hanya terjadi saat pandemi covid, dan belum pernah ada sebelumnya.

Kata kunci: Covid-19, Pandemi, Jasa ekspedisi, industri jasa, *Quality Function Deployment*

ABSTRACT

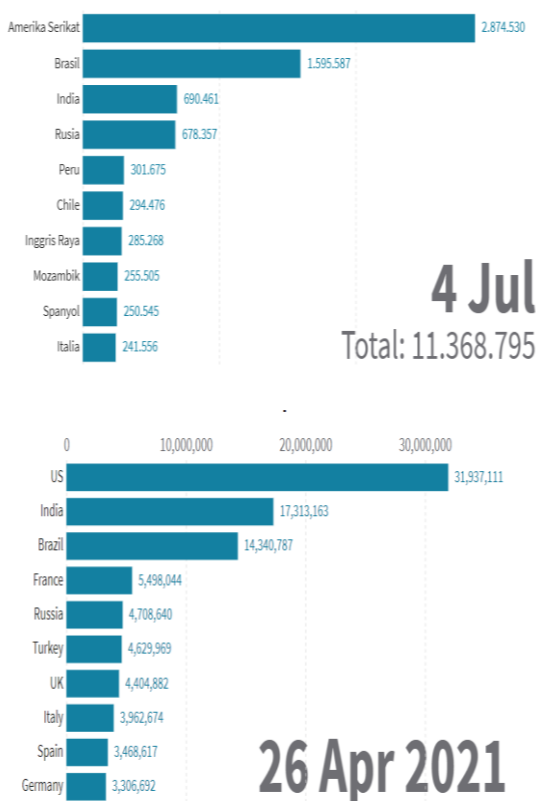
The Covid virus, which shocked the world in 2019, has yet to find a cure. Various impacts occur in the world, including economic, social, and various other impacts. Even today, various countries in the world are still implementing lockdowns in their countries because the transmission of the virus is getting worse. Indonesia is one of the countries that are also affected by the Covid virus, even at the beginning of its appearance until the pandemic occurred, the Indonesian Government implemented PSBB (Large-Scale Social Restrictions) which in people only carrying out activities from inside the home. With the limited number of people doing activities outside the home, making them carry out various activities from inside the house, one of which is carrying out consumption activities from inside the home, namely making purchases or sales online. The change in people's consumption patterns from offline to online has benefited various industries, one of which has benefited is the goods delivery service industry. During the Pandemic, their level of demand increased compared to other industries which had closed down because they were not strong enough to face the effects of the pandemic. With a request at the beginning of an event, there will always be interactions between customers and courier service delivery services which is one way of transmitting the Covid virus. To reduce the spread of the virus, services that are by customer needs during a pandemic are needed. This study aims to design a delivery service during a pandemic to spread the virus that causes it to spread to customers and couriers. By using the QFD method, several new attributes of freight forwarding services are generated that only occur during the Covid pandemic, and have never been there before.

Keywords: Covid-19, Pandemic, Courier services, Service industry, *Quality Function Deployment*

1. PENDAHULUAN

Tahun 2019 dunia dikagetkan dengan adanya kemunculan virus baru, yaitu virus Corona, atau lebih dikenal dengan Covid-19. Virus ini muncul pertama kali di Wuhan China dan dalam waktu singkat menyebar ke seluruh dunia (Wawan & Winanty, 2020).

Berikut ini adalah grafik perbandingan kasus Corona di awal kemunculan hingga saat ini, dimana dapat kita lihat kenaikannya sangat signifikan. Di awal kemunculannya pertanggal 4 Juli 2020, kasus mencapai 11.368.795 yang terkonfirmasi dan hingga saat ini pertanggal 26 April 2021, kasusnya mengalami kenaikan yang sangat tajam yaitu sebanyak 147.200.313 kasus hanya dalam waktu setahun.



Gambar 1. Grafik Perbandingan Kasus Covid di Dunia (Sumber: bbc.com)

Kemunculan virus ini memberi dampak begitu massif bagi dunia, baik di bidang ekonomi, sosial dan berbagai bidang lainnya. Menurut Sri Mulyani dampak dari terjadinya pandemi Covid ini salah satunya terjadi penurunan pada kinerja bisnis dan terjadi pemutusan hubungan kerja hingga ancaman kebangkrutan (Setiawan, 2020).

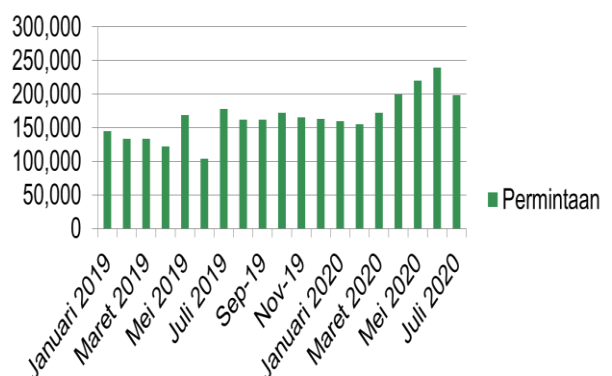
Kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang diterapkan oleh Pemerintah Indonesia karena terjadi pandemi Covid-19,

membuat sebagian masyarakat melakukan berbagai kegiatan dari rumah salah satunya melakukan aktivitas jual beli nya dari dalam rumah. Terjadi perubahan pola konsumsi masyarakat dari *offline* menjadi *online* (Fransisca, 2020).

Covid-19 ternyata juga memberi dampak positif bagi beberapa perusahaan, karena perusahaan-perusahaan ini sangat vital dan membantu ditengah pandemi Covid -19, perusahaan-perusahaan tersebut diantaranya adalah: (1) Perusahaan Alat Pelindung Diri (APD); (2) Perusahaan Farmasi; (3) Perusahaan Masker; (4) Perusahaan Makanan dan Minuman; (5) Jasa Logistik; (6) Jasa Telekomunikasi (Anindya, 2020).

Industri jasa ekspedisi adalah salah satu industri yang diuntungkan dengan adanya perubahan pola konsumsi tersebut, karena industri jasa ekspedisi memiliki andil yang cukup besar. Menurut Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos dan Logistik Indonesia (Asperindo), bisnis ekspedisi menjadi salah satu sektor yang diizinkan beroperasi saat pandemi Covid-19 meskipun adanya penerapan PSBB. Pengiriman barang mulai dari alat kesehatan sampai sembako masih menjadi primadona, saat PSBB dan awal Ramadhan tahun 2020 ini masyarakat banyak yang mengirimkan makanan dan alat kesehatan (Febrina, 2020).

Gambar 2 berikut adalah grafik permintaan industri jasa ekspedisi di awal pandemi Covid. Dapat kita lihat, kenaikan permintaan yang cukup signifikan di awal terjadinya Covid, yaitu di bulan Maret, April, Mei dan Juni 2020. Saat ini adalah awal kemunculan Covid di Indonesia, serta diberlakukannya PSBB oleh Pemerintah, yang membatasi kegiatan masyarakat diluar rumah.



Gambar 2. Grafik Permintaan Pelanggan Jasa Ekspedisi

Adanya kenaikan permintaan jasa ekspedisi, berbanding lurus dengan semakin meningkatnya interaksi antara pelanggan dengan kurir ekspedisi. Hal itu menjadi celah terjadinya penularan virus Covid. Pada penelitian ini bertujuan untuk mendesain layanan jasa ekspedisi guna menekan terjadinya penularan Covid antara kurir dan para pelanggan. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode IPA dan QFD.

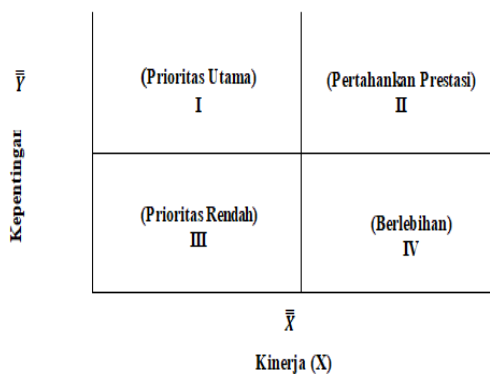
2. TINJAUAN PUSTAKA

INDUSTRI JASA

Jasa adalah unsur yang tidak berwujud yang merupakan sebuah sikap yang ditawarkan oleh orang yang satu kepada orang lain. Jasa suatu perusahaan bersifat untuk membantu agar pelanggan mendapat kemudahan dalam mencapai kepuasan yang diinginkan (Masram, 2014). Dimensi dari kualitas jasa menurut berdasarkan Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985,1988) (Schneider & White, 2004) , yaitu : *Realibility*, *Responsif*, *Jaminan/Asuransi*; *Empati*, dan *Tangible*.

METODE IPA

IPA (*Importance Performance Analysis*) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur *importance* (tingkat kepentingan) dan *performance* (kinerja) dari suatu produk berdasar dari sudut pandang konsumen (Novandari et al., 2011). IPA digunakan oleh para manajemen dalam mengevaluasi serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari keberhasilan suatu perusahaan (Chen & Lin, 2013).



Gambar 3. Diagram Kartesius IPA; Sumber : (Nasution, 2001)

Kuadran I: Prioritas utama perbaikan, dimana tingkat kepentingan tinggi tetapi kinerja rendah, sehingga pelanggan belum puas. Pada kuadran ini adalah hal yang menjadi prioritas utama perbaikan.

Kuadran II : Pertahankan prestasi, dimana tingkat kepentingan tinggi, serta kinerja perusahaan pun tinggi. Pada kuadran ini pelanggan merasa puas dengan layanan perusahaan, ini adalah atribut-atribut yang harus dipertahankan prestasinya karena sebagai kelebihan suatu perusahaan.

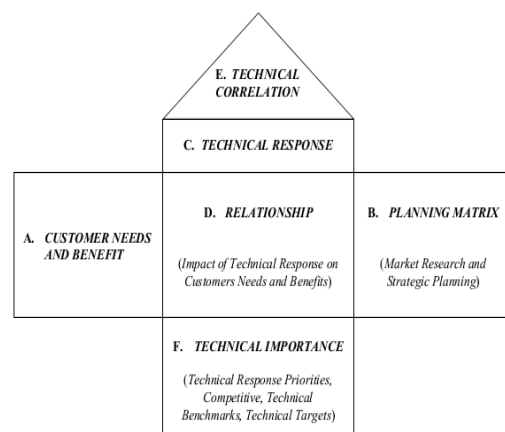
Kuadran III : Prioritas rendah, tingkat kepentingan rendah dan kinerja pun rendah. Dianggap tidak terlalu penting.

Kuadran IV : Tingkat kepentingan rendah, kinerja tinggi. Dianggap berlebihan atau *waste* lebih baik dihilangkan. (Phadermrod et al., 2019).

QFD (Quality Function Deployment)

QFD (*Quality Function Deployment*) QFD adalah sistem pengembangan produk yang dimulai dari mendesain, proses manufaktur sampai produk jadi ke tangan pelanggan, dimana fokus utama dari pengembangannya yaitu pengembangan produknya yaitu kebutuhan harapan konsumen (Imam Djati Widodo, 2003).

House Of Quality (HOQ) berguna untuk menerjemahkan *customer requirement*, riset pasar dan *benchmarking* data kedalam target teknis prioritas. Yang terdiri atas beberapa bagian, yaitu : *Customer Need and Benefits*; *Planning Matriks*; *Technical Response*; *Relationships*; *Technical Correlation*; dan *Technical Matriks* (Cohen, 1995).



Gambar 4. HOQ , sumber : (Cohen, 1995)

3.METODE PENELITIAN

Metode penelitian yaitu pendekatan kuantitatif, data diperoleh dari penyebaran kuesioner. Kuisisioner yang disebar sebanyak 127 sampel berdasar rumus Slovin.

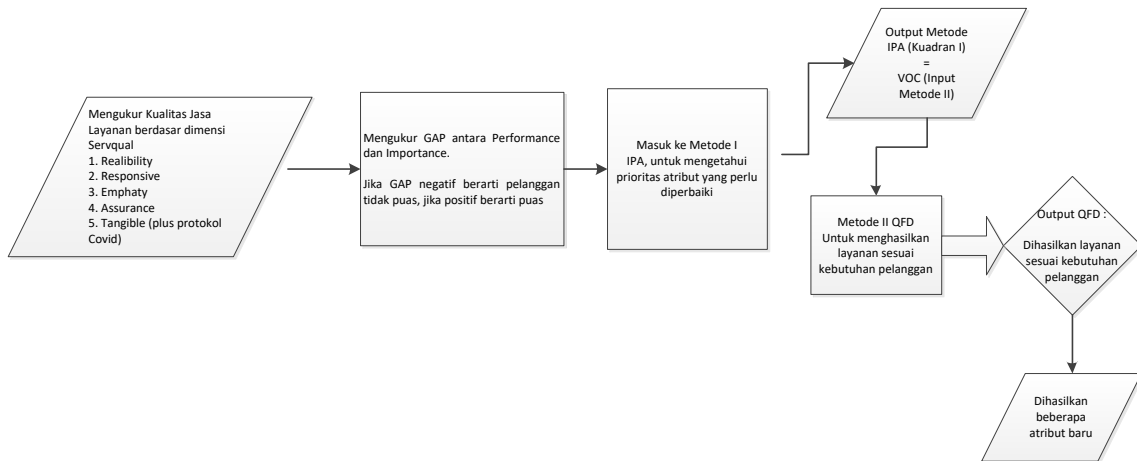
Berikut variabel data berdasar dimensi servqual:

Tabel 1. Variabel Data Berdasar Dimensi Servqual

Variabel	Atribut
Realibility (X)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian waktu pengiriman yang dijanjikan dengan kedatangan paket (X1). 2. Perusahaan memberikan layanan seperti yang dijanjikan (X2). 3. Pengiriman kiriman akan dilakukan pada upaya pertama (X3). 4. Perusahaan andal (dapat dipercaya) dalam melakukan pengiriman paket bernilai besar (X4). 5. Perusahaan mengirimkan barang untuk jarak jauh sesuai waktu yang diharapkan (X5). 6. Ketersediaan pelayanan jemput paket konsumen di tempat (X6). 7. Ketersediaan pelayanan pelacakan posisi barang dengan nomor resi yang benar (X7) 8. Keahlian karyawan dalam bekerja (X8)
Responsiveness (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan dengan cepat dan andal (Y1) 2. Karyawan di Call Center akan memberikan semua informasi yang diperlukan kepada pelanggan (Y2). 3. Pelanggan akan mendapatkan jawaban yang benar atas pertanyaan mereka (Y3) 4. Karyawan di perusahaan akan mau dan bisa membantu (Y4) 5. Karyawan selalu menindak lanjuti setiap gangguan dengan cepat, tepat, dan cermat (Y5).
Assurance (A)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perilaku karyawan/kurir menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan (A1). 2. Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi (A2). 3. Kemanan barang dari kerusakan yang dikirim saat sampai ke tangan konsumen (A3). 4. Kurir akan mengambil dan / atau mengirimkan kiriman pada waktu yang diharapkan (A4). 5. Adanya ganti rugi kerusakan atau hilang barang (A5). 6. Pengirim / penerima akan diinformasikan jika layanan tidak memungkinkan (A6).

Emphaty (E)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan akan menganggapi kebutuhan pelanggan (E1). 2. Karyawan di perusahaan akan menunjukkan pengertian (E2). 3. Jam kerja perusahaan akan sesuai dan dapat diterima oleh pelanggan(E3). 4. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan dengan ramah, dan sopan (E4). 5. Tersedia sarana untuk mendapatkan informasi dan menyampaikan kritik/saran (E5). 6. Memberikan perhatian secara individu kepada tiap pelanggan (E6). 7. Pelanggan akan merasa nyaman berhubungan dengan karyawan (E7)
Tangible (T)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan yang penampilan rapi (T1). 2. Fasilitas dan sarana memadai (T2). 3. Ruangan rapi dan nyaman (T3). 4. Kemasan kiriman yang dikirim akan bersih dan rapi (T4) 5. Biaya layanan dapat diterima (T5). 6. Ketersediaan brosur tentang spesifikasi layanan (T6)
Protokol Covid	<ol style="list-style-type: none"> 7. Kurir memakai masker saat mengantar barang (T7) 8. Paket disemprot cairan disinfektan (T8). 9. Dalam pelayanan menghindari antrian panjang (penerapan <u>social distancing</u>) (T9). 10. Menhediakan fasilitas cuci tangan/ handsanitizer(T10). 11. Melakukan pengecekan suhu badan bagi seluruh pekerja sebelum mulai bekerja dan konsumen (T11). 12. Melakukan pembersihan dan disinfeksi secara berkala di area kerja dan area public (T12). 13. Mewajibkan pekerja dan pengunjung menggunakan masker (T13). 14. Memasang media informasi untuk mengingatkan pekerja, pelaku usaha, pelanggan/konsumen dan pengunjung agar mengikuti ketentuan pembatasan jarak fisik dan mencuci tangan pakai sabun dengan air mengalir/handsanitizer serta kedisiplinan menggunakan masker (T14). 15. Menggunakan pembatas/partisi (misalnya flexy glass) di meja atau counter sebagai perlindungan tambahan untuk pekerja (kasir, customer service dan lain-lain) (T15)

Kuesioner dibuat berdasarkan



Gambar 5. Kerangka Pemikiran

Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan dimensi servqual (*Reliability; Responsive; Emphaty; Assurance; dan Tangible*) pada variabel *tangible* ditambahkan protokol Covid. Selanjutnya diukur nilai GAP antara ekspetasi dan persepsi. Selanjutnya ke metode pertama yaitu IPA, bertujuan mengetahui atribut yang menjadi prioritas perbaikan, ouput metode IPA yaitu kuadran I yang akan menjadi input dari metode selanjutnya QFD. Output IPA menjadi input pada metode QFD, yaitu sebagai VOC (*Voice Of Costumers*) ,dari metode QFD dihasilkan layanan yang bertujuan untuk melindungi pelanggan dan kurir jasa ekspedisi dari penyebaran virus covid.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Nilai GAP antara Persepsi dan Ekspetasi

Tabel 2. Nilai GAP Antara Persepsi dan Ekspetasi

Dimensi	Kode Atribut	Ekspetasi	Persepsi	GAP
Reliability	X1	4,67	4,01	-0,66
	X2	4,37	4	-0,37
	X3	4,3	4,06	-0,25
	X4	4,49	4,14	-0,35
	X5	4,46	4,02	-0,44
	X6	4,14	3,82	-0,32
	X7	4,67	4,17	-0,5
	X8	4,46	4,17	-0,5
	Reliability		4,45	4,05
Responsive	Y1	4,47	3,94	-0,53
	Y2	4,41	3,94	-0,47

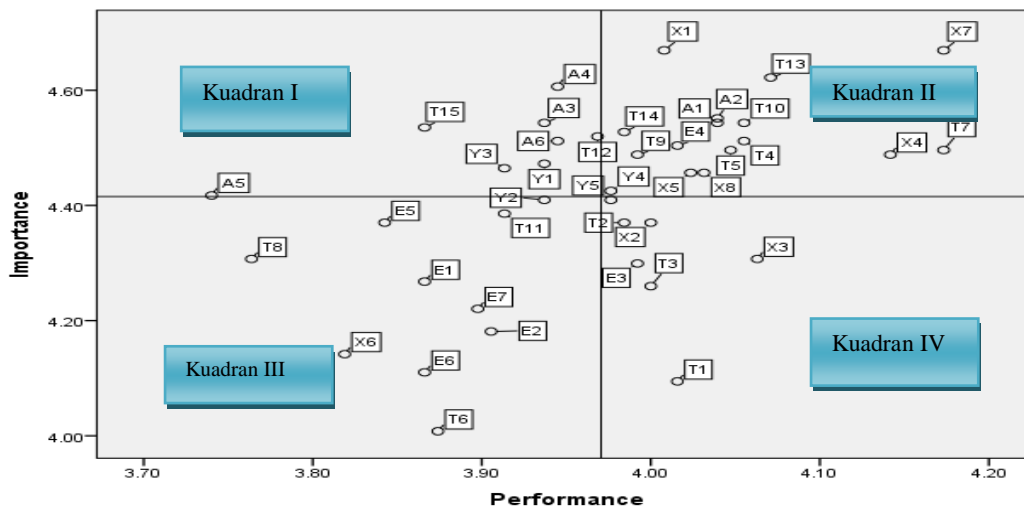
Tabel 2. Nilai GAP Antara Persepsi dan Ekspetasi (Lanjutan)

	Y3	4,46	3,91	-0,55
	Y4	4,43	3,98	-0,45
	Y5	4,41	3,98	-0,43
	Responsive	4,44	3,95	-0,49
Assurance	A1	4,54	4,04	-0,5
	A2	4,55	4,04	-0,51
	A3	4,54	3,94	-0,6
	A4	4,61	3,94	-0,67
	A5	4,42	3,74	-0,68
	A6	4,51	3,94	-0,57
	Assurance	4,53	3,94	-0,59
Emphaty	E1	4,27	3,87	-0,4
	E2	4,18	3,91	-0,27
	E3	4,3	3,99	-0,31
	E4	4,5	4,02	-0,48
	E5	4,37	3,84	-0,53
	E6	4,11	3,87	-0,24
	E7	4,22	3,9	-0,32
Emphaty	4,28	3,91	-0,36	
Tangible	T1	4,09	4,02	-0,07
	T2	4,37	3,98	-0,39
	T3	4,26	4	-0,26
	T4	4,51	4,06	-0,45
	T5	4,5	4,05	-0,45
	T6	4,01	3,87	-0,14
	T7	4,5	4,17	-0,33
	T8	4,31	3,76	-0,55
	T9	4,49	3,99	-0,5
	T10	4,54	4,06	-0,48
	T11	4,39	3,91	-0,48
	T12	4,52	3,97	-0,55
	T13	4,62	4,07	-0,55
	T14	4,53	3,98	-0,55
	T15	4,53	3,87	-0,67
	Tangible	4,41	3,98	-0,43

Berdasar Tabel 2 nilai GAP semuanya Meil negative, GAP negative menunjukkan konsumen belum puas dengan layanan yang diberikan oleh jasa ekspedisi tersebut dimasa pandemi covid. Lima atribut dengan nilai GAP nya terbesar yaitu: Adanya ganti rugi kerusakan atau hilang barang (A5) ; Menggunakan pembatas/partisi di meja atau counter sebagai perlindungan tambahan untuk karyawan (T15); Kedatangan paket sesuai degan waktu yang dijanjikan (A4); Kurir akan mengambil/mengirimkan kiriman pada waktu yang diharapkan (X1) ; Jaminan keamanan barang dari kerusakan saat dikirim hingga sampai ke tangan konsumen (A3).

METODE IPA

Metode pertama penelitian ini adalah metode IPA, berikut hasil dari metode IPA :



Gambar 6. Matriks IPA

Pada gambar 6, matriks IPA kuadran I adalah atribut-atribut yang mendapat prioritas perbaikan.

Karena pada kuadran tersebut tingkat kepentingannya tinggi tetapi kinerjanya rendah sehingga pelanggan belum puas. Ada delapan atribut pada kuadran ini, yaitu : A3,A4,A5,A6, Y1, Y3,T12,T15.

- ❖ A3 = Jaminan keamanan barang dari kerusakan saat dikirim sampai ke tangan konsumen.
- ❖ A4 = Kurir akan mengambil / mengirimkan kiriman pada waktu yang diharapkan.
- ❖ A5 = Adanya ganti rugi kerusakan atau hilang barang.
- ❖ A6= Pengirim / penerima akan diinformasikan jika layanan tidak memungkinkan.
- ❖ Y1= Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan dengan cepat dan andal.
- ❖ Y3 = Pelanggan mendapat jawaban yang benar atas segala pertanyaan.
- ❖ T12 = Melakukan pembersihan dan disinfektan secara berkala di area kerja dan area publik.
- ❖ T15 = Menggunakan pembatas/ partisi (misal *flexy glass*) di meja atau *counter*
- ❖ sebagai perlindungan tambahan untuk pekerja (kasir, *costumer service*, dan lain-lain).

pada kuadran I tersebut menjadi VOC (*Voice Of Costumers*) pada metode QFD.

D

Kedelapan atribut ini akan dilanjut ke metode selanjutnya, yaitu metode QFD, kedelapan atribut

METODE QFD (*Quality Function Deployment*)

Tabel 3. *Planning Matrix*

No	Pernyataan	Importance to Costumer	Costumer satisfaction Performance	Goal	Improvement Ratio	Sales Point	Raw Weight	Normalize d Raw Weight (%)
1	Jaminan kemanan barang dari kerusakan saat dikirim sampai ke tangan konsumen.	4,54	3,94	5	1,27	1,2	6,92	12.6 %
2	Kurir akan mengambil / mengirimkan kiriman pada waktu yang diharapkan.	4,61	3,94	5	1,27	1,5	8,78	15.99 %
3	Adanya ganti rugi kerusakan atau hilang barang.	4,42	3,74	5	1,34	1,2	7,11	12.95 %
4	Pengirim / penerima akan diinformasikan jika layanan tidak memungkinkan.	4,51	3,94	5	1,27	1,2	6,87	12.51 %
5	Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan dengan cepat dan andal.	4,47	3,94	5	1,27	1	5,68	10.34 %
6	Pelanggan mendapat jawaban yang benar atas segala pertanyaan.	4,46	3,91	5	1,28	1	5,71	10.4 %
7	Melakukan pembersihan dan disinfeksi secara berkala di area kerja dan area public	4,52	3,97	5	1,26	1,2	6,83	12.44 %
8	Menggunakan pembatas/ partisi (misal <i>flexy glass</i>) di meja atau <i>counter</i> sebagai perlindungan tambahan untuk pekerja (kasir, <i>costumer service</i> , dan lain-lain).	4,53	3,87	5	1,29	1,2	7,01	12.77%

Berikut hasil respon teknik dari VOC, dengan melakukan FGD dengan beberapa *expert* (ahli) dibidangnya. Dari delapan *voice of costumers* (VOC) dihasilkan 12 respon teknik , sebagai berikut :

Tabel 4. Respon Teknik

No	Respon Teknik
1	Layanan asuransi
2	Meningkatkan keamanan
3	Menyediakan <i>bubble wrap</i> untuk <i>packing</i>
4	Menyediakan <i>packing</i> kayu
5	Penambahan jumlah kurir
6	Pembagian kurir sesuai kelurahan dan sesuai banyaknya permintaan
7	Aktif di medsos untuk informasi pengiriman
8	Meningkatkan komunikasi dengan agen, salah satunya membentuk grup agen
9	Peningkatan layanan CS
10	Melakukan pelatihan karyawan
11	Menerapkan protokol kesehatan Covid -19 pada karyawan dan kurir
12	Memberi peraturan pada setiap agen agar menerapkan protokol kesehatan Covid-19

Tabel 5. Hubungan antara VOC dan Respon Teknik

<div style="text-align: center;"> Respon Teknik <i>Voice Of Costumer</i> </div>	Layanan asuransi	Meningkatkan keamanan	Menyediakan bubble wrap untuk packing	Menyediakan packing kayu	Penambahan jumlah kurir	Pembagian kurir sesuai banyaknya permintaan	Aktif di medsos untuk imfo pengiriman	Meningkatkan komunikasi dengan agen	Peningkatan layanan CS	Melakukan pelatihan karyawan	Penerapan protocol kesehatan bagi semua karyawan dan kurir	Membuat peraturan bagi semua agen agar menerapkan Protokol covid-19
Jaminan kemanan barang dari kerusakan saat dikirim sampai ke tangan konsumen.	●	●	●	●						▽		
Kurir akan mengambil / mengirimkan kiriman pada waktu yang diharapkan.		▽			●	●	○	▽		○		
Adanya ganti rugi kerusakan atau hilang barang.	●	●	○	○					○			
Pengirim / penerima akan diinformasikan jika layanan tidak memungkinkan.		▽					●	●	●			
Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan dengan cepat dan andal.					▽	▽	●	○	●	○		
Pelanggan mendapat jawaban yang benar atas segala pertanyaan.								○	●	●		
Melakukan pembersihan dan disinfektan secara berkala di area kerja dan area public		○									●	●
Menggunakan pembatas/ partisi (misal <i>flexy glass</i>) di meja atau <i>counter</i> sebagai perlindungan tambahan untuk pekerja (kasir, <i>costumer service</i> , dan lain-lain).		○									●	●

Tabel 5 diatas, menunjukkan hubungan antara respon teknik dan *voice of costumers*.

● = Menggambarkan hubungan yang kuat, memiliki nilai 9.

○ = Menggambarkan hubungan yang sedang, memiliki nilai 3.

▽ = Menggambarkan hubungan yang lemah, memiliki nilai 1.

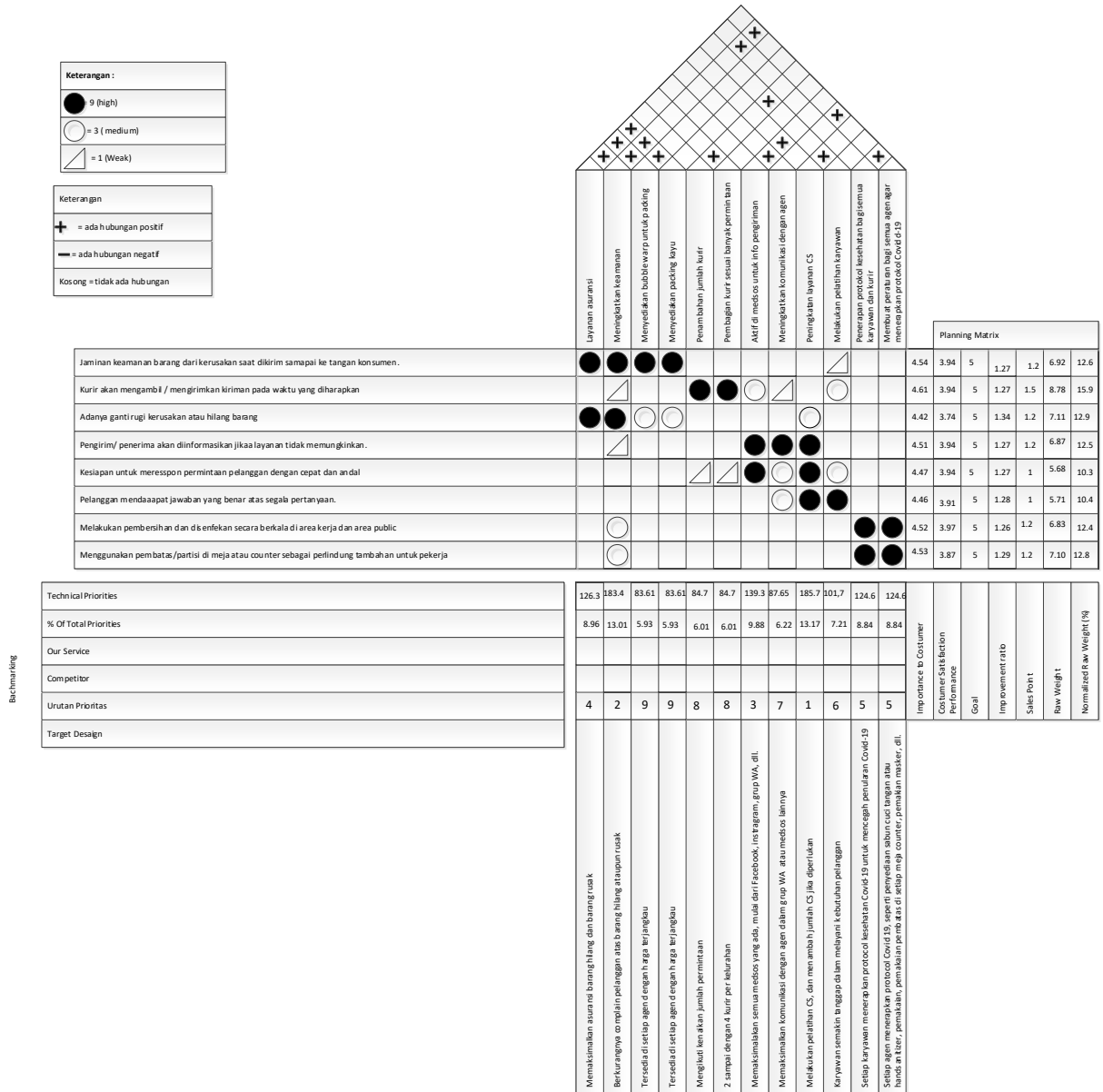
Tabel 6. Prioritas Respon Teknik

No	Respon Teknik	Technical Priorities	% Technical Priorities	Prioritas
1	Layanan asuransi	126,27	8,96 %	4
2	Meningkatkan keamanan	183,44	13,01%	2
3	Menyediakan <i>bubble wrap</i> untuk <i>packing</i>	83,61	5,93%	9
4	Menyediakan <i>packing</i> kayu	83,61	5,93%	9
5	Penambahan jumlah kurir	84,7	6,01 %	8
6	Pembagian kurir sesuai banyaknya permintaan	84,7	6,01 %	8
7	Aktif di medsos untuk info pengiriman	139,29	9,88 %	3
8	Meningkatkan komunikasi dengan agen	87,65	6,22 %	7
9	Peningkatan layanan CS	185,67	13,17 %	1
10	Melakukan pelatihan karyawan	101,69	7,21 %	6
11	Penerapan protokol kesehatan bagi semua karyawan dan kurir	124,56	8,84 %	5
12	Membuat peraturan bagi semua agen agar menerapkan protokol Covid-19	124,56	8,84 %	5

Berdasar tabel 6, berikut 5 prioritas utama perbaikan berdasar respon teknik ; Prioritas pertama perbaikan adalah “ Peningkatan layanan CS (*Costumer Service*)” yaitu dengan nilai *technical priorities* sebesar 13,17 %; Prioritas kedua yaitu “Meningkatkan keamanan” dengan nilai *technical priorities* sebesar 13,01%; Prioritas ketiga , yaitu : “Aktif di medsos untuk info pengiriman” dengan nilai *technical priorities* sebesar 9,88%; Prioritas ke empat, yaitu :“ Layanan asuransi” dengan nilai *technical priorities* sebesar 8,96%; Prioritas ke lima, yaitu :” Penerapan protokol kesehatan bagi semua karyawan dan kurir” dengan nilai *technical priorities* sebesar 8,84 % dan “Membuat peraturan bagi semua agen agar menerapkan protocol covid-19” dengan nilai *technical priorities* sebesar 8,84%

Dari kelima prioritas, prioritas pertama adalah “Peningkatan layanan CS”, hal ini dikarenakan ini adalah bisnis jasa dimana sesuatu yang dirasakan oleh pelanggan berupa kepuasan layanan, maka kesinggapan CS ternyata sangat penting bagi pelanggan berdasar penelitian ini, karena CS adalah salah satu bagian perusahaan yang bersinggungan langsung dengan pelanggan. Prioritas kedua

adalah tingkat keamanan, berdasarkan penelitian sebelumnya pun (Prentkovskis et al., 2018) kewanaman mejadi sesuatu hal yang di prioritaskan. Karena tingkat keamanan dalam bisnis jasa merupakan sesuatu yang dianggap penting bagi pelanggan. Berikut hasil *House Of Quality* (HOQ) dari QFD pada gambar 7.



Gambar 7. House Of Quality (HOQ)

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Berdasar penelitian sebelumnya, (Lukman, 2017) berdasar matriks IPA yang menjadi prioritas perbaikan yaitu pada kuadran I, diantaranya : Ruang rapi dan nyaman, sedangkan yang perlu dipertahankan pada Kuadran II, yaitu :Kesesuaian waktu pengiriman yang dijanjikan dengan kedatangan paket; Kesesuaian antara biaya pengiriman dengan kualitas pelayanan yang diterima; Ketersediaan pelayanan pelacakan posisi barang dengan nomor resi yang benar; Karyawan cekatan melayani pelanggan; Karyawan sigap jika ada pertanyaan / keluhan; Keamanan paket saat sampai ke tangan konsumen terjamin dari kerusakan; dan pelayanan dilakukan dengan ramah. Analisa QFD memberikan hasil bahwa prioritas

utama perbaikan adalah kerapian dan kenyamanan dari ruangan pelayanan. Penelitian pada salah satu perusahaan ekspedisi menggunakan metode Delphi, Fucom dan Servqual, hasil yang diperoleh dengan menggunakan metodologi Delphi-FUCOM-SERVQUAL umumnya pelanggan puas dengan kualitas layanan logistik dari perusahaan pos kilat, menurut pelanggan, dimensi keandalan adalah yang paling penting dari semua lima dimensi untuk pelanggan (Prentkovskis et al., 2018).

Hasil penelitian sebelumnya terhadap jasa ekspedisi JNE di Regional Semarang menunjukkan bahwa pelanggan secara keseluruhan cukup puas dengan kinerja layanan pengiriman ekspres JNE. Berdasar hasil perhitungan GAP, dimensi

assurance memiliki tingkat kepuasan yang rendah karena memiliki nilai GAP yang paling tinggi. Berdasarkan penerapan matriks IPA menunjukkan bahwa indikator dimensi keandalan yang harus dievaluasi untuk segera memperbaiki kinerjanya, karena kinerja yang diberikan tidak seperti yang diharapkan oleh pelanggan JNE (Rachman, 2012).

Dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini, dilakukan pada salah satu jasa ekspedisi di masa pandemi Covid-19 dengan menggunakan metode IPA dan QFD. Metode IPA digunakan untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang menjadi prioritas perbaikan yaitu kuadran I, kemudian dilanjutkan dengan metode QFD, dimana output dari IPA menjadi input pada metode ini, yaitu menjadi *voice of costumers* pada metode QFD yang bertujuan membuat layanan sesuai dengan keinginan pelanggan. Pada penelitian ini, ditemukan tujuh atribut baru dianggap penting saat Covid-19 bagi jasa ekspedisi yang hanya ditemukan saat terjadi pandemi Covid-19, diantaranya :

1. T12= Melakukan pembersihan dan disinfektan secara berkala di area kerja dan area publik;
2. T15=Menggunakan pembatas / partisi (misalnya *flexy glass*) di meja atau *counter* sebagai perlindungan tambahan untuk pekerja (kasir, *costumer service*, dll)
3. T7 =Kurir memakai masker saat mengirim barang.
4. T9=Dalam pelayanan menghindari antrian panjang (penerapan *social distencing*)
5. T10= Menyediakan fasilitas cuci tangan /handsanitizer
6. T13= Mewajibkan pekerja atau pengunjung menggunakan masker.
7. T14 =Memasang media informasi untuk mengingatkan pekerja , pelaku usaha, pelanggan/ konsumen dan pengunjung agar mengikuti ketentuan pembatasan jarak fisik dan mencuci tanga pakai sabun dengan air mengalir / handsanitizer serta kedisiplinan menggunakan masker.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, semua GAP antara tingkat *performance* dan *importance* adalah negatif, hal ini menunjukkan pelanggan jasa ekspedisi di Kota Serang saat pandemi Covid-19 belum puas dengan layanan yang diberikan perusahaan.

Dalam penelitian ini ditemukan tujuh atribut baru, yang muncul akibat dampak dari adanya pandemi Covid-19, ketujuh atribut baru tersebut penting untuk diterapkan oleh jasa layanan

ekspedisi di masa pandemi, hal ini bertujuan untuk melindungi pelanggan dan kurir dari penyebaran virus Covid.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindya, F. (2020). *Terdampak Corona, 6 Perusahaan Ini Justru Paling Untung di Tengah Pandemi*. Wartaekonomi.Co.Id.
- Chen, Y. C., & Lin, S. (2013). Applying importance-performance analysis for improving internal marketing of hospital management in Taiwan. *International Business Research*, 6(4), 45.
- Cohen. (1995). *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*. Addison Wisley Publishing.
- Febrina, S. (2020). *Bisnis Jasa Kurir Bertahan di Tengah Corona*. Finance.Detik.Com.
- Fransisca, G. (2020). *Begitu Pergeseran Perilaku Konsumen Baru Selama Pandemi Covid-19*. Ekonomi.Bisnis.Com.
- Imam Djati Widodo. (2003). *Perencanaan dan Pengembangan Produk (Product, Planning & Design)* (Cetakan pe). uipress.
- Lukman, A. (2017). *Analisis Kualitas Layanan dengan Metode Quality Function Deployment (QFD) pada J&T EXPRESS (Studi Kasus: J&T Express, Cabang Benowo-Surabaya)*. XVIII(1), 11–20.
- Masram, M. &. (2014). *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan* (Cetakan Pe). Zifatama Publisher.
- Nasution, M. N. (2001). *Manajemen Mutu Terpadu*. Penerbit ANDI.
- Novandari, W., Setyawati, S. M., & Wulandari, S. Z. (2011). Analisis kinerja Produk UKM Batik Banyumas dengan menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Potential Gain of Customer Value's (PGCV) index. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 18(2), 104–113.
- Phadermrod, B., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2019). Importance-Performance Analysis based SWOT analysis. *International Journal of Information Management*, 44, 194–203. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.009>
- Prentkovskis, O., Erceg, Ž., Stević, Ž., Tanackov, I., Vasiljević, M., & Gavranović, M. (2018). A new methodology for improving service quality measurement: Delphi-FUCOM-SERVQUAL model. *Symmetry*, 10(12). <https://doi.org/10.3390/sym10120757>
- Rachman, M. (2012). *Analisis Metode Servqual Pada Jasa Pengiriman Barang Ekspres* “

Yakin Esok Sampai ” (Studi Kasus Pada Pt Jne Semarang). 1, 1–12.

Schneider, B., & White, S. (2004). *Service Quality : New Directions in Theory and Practice* (R. Rust (ed.)). SAGE Publications.

Setiawan, K. (2020). Sektor Yang Paling Tertekan Akibat Corona Menurut Sri Mulyani. *Bisnis.Tempo.Com*.

Wawan, M., & Winanty, P. (2020). *Tata Kelola Penangan Covid Di Indonesia Kajian Awal*. Gadjah Mada University Press.