



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Universitas Muhammadiyah Pontianak



Analisis Kepuasan Konsumen Pada Waserda Angkasa Pura Kubu Raya

¹ Muslimin Muslimin, Helman Fachri, Devi Yasmin

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Pontianak, Indonesia

INFO ARTIKEL

Kata kunci:

Kepuasan, Waserda,
Angkasa Pura

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen pada Waserda Angkasa Pura Kubu Raya. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini yang menjadi populasi semua konsumen yang pernah membeli produk di Waserda Angkasa Pura. Jumlah sampel yang diteliti adalah sebanyak 100 responden yang membeli produk di Waserda Angkasa Pura. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode pengumpulan sampel secara sengaja (purposive sampling) artinya penarikan sampel berdasarkan pertimbangan mengingat adanya keterbatasan dana, waktu dan tenaga.

Hasil dari analisis diagram kartesius yang telah penulis lakukan pada Waserda Angkasa Pura Kubu Raya indikator kepuasan konsumen dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata kepuasan konsumen yaitu sebesar 4,30. Adapun nilai rata-rata dari kepentingan konsumen yaitu sebesar 4,42. Dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak puas, karena nilai rata-rata kepuasan berada di bawah nilai rata-rata kepentingan. Adapun Hal ini merupakan yang dianggap penting dan pelaksanaannya belum dianggap baik sehingga belum/ kurang memuaskan berada pada kuadran A yaitu meliputi Proses perhitungan di kasir dihitung dengan cepat, Pelayanan dilakukan dengan cepat, Karyawan dapat menjelaskan posisi barang yang dicari oleh para konsumen.

1. Pendahuluan

Pada saat ini bisnis retail tidak lagi dikelola secara tradisional, melainkan dengan cara modern sehingga menjadi bisnis yang inovatif, dinamis dan kompetitif. Persaingan yang ketat pada bisnis retail tidak terlepas semakin menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan baik yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional dengan berbagai skala dan segmen yang menjadi target. Persaingan tersebut memacu para pebisnis di bidang retail untuk senantiasa menjadi retail pilihan pelanggan dan mempertahankan pelanggannya.

Retail adalah usaha yang menjual produk atau dagangan kebutuhan rumah tangga, termasuk produk kebutuhan sehari-hari yang menggunakan sistem swalayan (konsumen mengambil barang atau produk itu sendiri tanpa ada pramuniaga yang melayani). Produk merupakan pengetahuan dasar yang harus diketahui oleh seseorang yang bekerja atau mempelajari di bidang bisnis retail. Dengan pengetahuan produk yang baik akan dapat mengembangkan bisnis retail dan dapat melayani target pasar yang telah ditentukan, dalam hal pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pada prinsipnya setiap perusahaan tatkala menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya konsumen merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Demikianlah sebagaimana yang disampaikan oleh banyak pakar ekonomi yang memberikan definisi mengenai kepuasan konsumen.

Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pada hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya konsumen merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Salah satu yang melakukan bisnis retail adalah Koperasi Karyawan Angkasa Pura Waserda. Koperasi Karyawan Angkasa Pura beralamat di jalan Adisucipto KM.17 Komplek Bandara Supadio Pontianak Kecamatan Sungai Raya Kabupaten Kubu Raya. Koperasi Karyawan Angkasa Pura didirikan pada Tahun 1983 dengan akte pendirian Nomor 1064.a/BH/X dan diadakan perubahan berdasarkan Akta Perubahan Anggaran Dasar yang dibuat oleh Esti Utami Dewi, SH Notaris di Kabupaten Kubu Raya Nomor 12 tertanggal 1 Juni 2010, telah memiliki Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga yang telah disahkan oleh RAT dan dituangkan dalam pasal-pasal yang cukup jelas sesuai dengan Undang-Undang No.25 tahun 1992 tentang perkoperasian. Salah satu unit usaha yang dikelola oleh Koperasi Karyawan Angkasa Pura yaitu unit Waserda Angkasa Pura. Waserda Angkasa Pura menjual berbagai kebutuhan rumah tangga, termasuk produk kebutuhan sehari-hari. Jumlah karyawan Waserda Angkasa Pura sebanyak 8 (delapan) orang yang terdiri dari 2 kasir, 4 sales dan 2 supervisor.

Pada Tabel 1.1 dapat diketahui harga barang menurut jenis yang dijual pada Waserda Angkasa Pura sebagai berikut:.

Tabel 1.1
Waserda Angkasa Pura
Daftar Produk Dan Harga
Tahun 2016

No	Nama Produk	Harga (Rp)
1	Anti Nyamuk (Autan, Baygon, Vape)	600 – 39.000
2	ATK (Buku Tulis, Penggaris, Penghapus, Pensil)	300 – 30.000
3	Es Krim (Magnum, Connelo, Conetto)	3.500 – 50.000
4	Barang Kelontong (Ember, Baskom)	2.500 – 230.000
4	Makanan Instan (Indomie, Queker, Bubur Bayi, Snack)	2.000 – 62.000
6	Masakan Dapur (Kecap, Gula, Terigu, Bumbu Sajiku)	500 – 310.000
7	Minuman (Indomilk, Sosro, Coca-Cola, Pocari)	1.000 – 97.000
8	Minyak Goreng (Filma, Bimoli)	12.000 – 67.000
9	Obat-Obatan (Paracetamol, Paramex, Bodrex)	250 – 46.000
10	Permen (Kopiko, Relaxa, Kiss, Mentos)	1.000 – 10.000
11	Rokok (Sampoerna, L.A, Gudang Garam)	8.000 – 21.000
12	Sabun Pembersih/Pengharum (Lifebuoy, Lux, Dettol)	1.000 – 36.500
13	Shampo/Kosmetik (Sunsilk, Clear, Dove, Ponds)	1.500 – 66.000
14	Susu (Susu Sachet Dan Susu Kaleng Enak, Dancow)	1.300 – 102.000

Pada Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terdapat berbagai macam produk kebutuhan rumah tangga, termasuk produk kebutuhan sehari-hari yang dijual oleh Waserda Angkasa Pura. Harapan bagi setiap orang yang membuka usaha adalah meningkatkan volume penjualan produknya sebanyak mungkin.

Pada Tabel 1.2 berikut ini dapat diketahui volume penjualan pada Waserda Angkasa Pura:

Tabel 1.2
Waserda Angkasa Pura
Volume Penjualan
Tahun 2013-2015

Tahun	Volume Penjualan (Rp)	Persentase (%)
2013	2.327.387.160	-
2014	2.807.642.768	20,63
2015	3.208.192.710	14,27

Sumber : Waserda Angkasa Pura Tahun 2016

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa volume penjualan Waserda Angkasa Pura cenderung mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Pada Tahun 2014 volume penjualan Waserda mengalami kenaikan sebesar Rp.480.255.608,00 sebesar 20,63% jika dibandingkan dengan Tahun 2013. Sedangkan pada Tahun 2015 volume penjualan Waserda mengalami kenaikan sebesar Rp.400.549.942,00 atau sebesar 14,27% jika dibandingkan dengan Tahun 2014.

Kenaikan volume penjualan yang semakin pesat dari tahun ke tahun tidak diimbangi dengan tingkat pelayanan untuk konsumen, banyak konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan seperti: lambatnya proses perhitungan di kasir dan lamanya merespon keluhan konsumen secara langsung, sehingga konsumen merasa kurang nyaman dengan pelayanan tersebut.

Karena terjadinya hal di atas dan melihat masih kurangnya tingkat pelayanan, maka penulis terdorong untuk mengambil judul : “Analisis Kepuasan Konsumen Pada Waserda Angkasa Pura Kubu Raya”.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut M. Hariwijaya M. Djaelani (2004: 39) penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk meneliti dan menentukan informasi sebanyak-banyaknya dari suatu fenomena. Sedangkan menurut Sugiyono (2004 : 11): ” Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain.”

Teknik Pengumpulan Data Teknik pengumpulan data terdiri dari data primer dan data sekunder, Menurut Umi Narimawati (2008:98): “Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama”. Data ini tidak tersedia dalam bentuk kompilasi ataupun dalam bentuk file. Adapun data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut: Pertama observasi, menurut Sutrisno Hadi, dalam Sugiyono (2012:145): “Observasi merupakan suatu proses yang tidak asing, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis”. Dua di antaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi diartikan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Keunggulan metode ini adalah banyak gejala yang hanya dapat diselidiki dengan observasi, hasilnya lebih akurat dan sulit dibantah, banyak objek yang hanya bersedia diambil datanya hanya dengan observasi, misalnya terlalu sibuk dan kurang waktu untuk diwawancarai atau mengisi kuesioner, kejadian yang serempak dapat diamati dan dicatat serempak pula dengan memperbanyak observer, dan banyak kejadian yang dipandang kecil yang tidak dapat ditangkap oleh alat pengumpul data yang lain, yang ternyata sangat menentukan hasil penelitian.

Penulis mengadakan observasi yaitu dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian, yaitu konsumen yang membeli produk di Waserda Angkasa Pura guna memperoleh gambaran tentang kegiatan perusahaan. Kedua Wawancara Menurut Esterberg (2008:410): ”Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab.” Di sini penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak perusahaan dan konsumen yang pernah membeli produk di Waserda Angkasa Pura untuk memperoleh informasi atau data yang berhubungan dengan masalah yang dibahas. Ketiga kuesioner menurut Sugiyono (2008:199):” Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.” Responden di sini yaitu konsumen yang pernah membeli produk di Waserda Angkasa Pura.

Menurut Sugiyono (2005 : 62): “Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen”. Data ini diperoleh dengan menggunakan buku-buku dan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian.

Populasi menurut Sugiyono (2011:80) adalah: ”Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli produk di Waserda Angkasa Pura.

Menurut Sugiyono (2010:215): “Sampel adalah sebagian dari populasi itu”. Tujuan dari pengambilan sampel ini adalah untuk memperoleh keterangan mengenai objeknya hanya dengan mengamati sebagian dari populasi, jadi sampel merupakan bagian dari populasi. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang konsumen dari seluruh konsumen yang membeli produk di Waserda Angkasa Pura. Adapun alat analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah secara kuantitatif, Uji Instrumen, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Diagram Kartesius

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis diagram kartesius yang telah penulis lakukan pada Waserda Angkasa Pura Kubu Raya indikator kepuasan konsumen dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata kepuasan konsumen yaitu sebesar $\bar{x} = 4,30$. Adapun nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan konsumen mengenai kepentingan terhadap kualitas pelayanan yaitu sebesar $Y = 4,42$. Dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak puas, karena nilai rata-rata kepuasan berada di bawah nilai rata-rata kepentingan. Adapun analisis diagram kartesius dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan responden sehingga mengecewakan/tidak puas. Kuadran A yaitu meliputi Proses perhitungan di kasir dihitung dengan cepat, Pelayanan dilakukan dengan cepat, Karyawan dapat menjelaskan posisi barang yang dicari oleh para konsumen. Hal ini dianggap penting dan pelaksanaannya belum dianggap baik sehingga belum/kurang memuaskan.

Kuadran B menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Unsur ini dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Kuadran B meliputi: Karyawan bertingkah laku sopan dalam melayani konsumen, Karyawan berbicara dengan cara menyenangkan dalam melayani konsumen, Pelayanan yang diberikan Waserda Angkasa Pura sesuai dengan yang dijanjikan seperti belanja puas dengan harga pas, Para karyawan memahami kebutuhan konsumen, Keramahan karyawan Waserda kepada semua konsumen, Menangani respon permintaan dari para konsumen dengan

cepat. Faktor ini berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen, dan pelaksanaannya oleh Waserda Angkasa Pura sudah dianggap baik dan wajib dipertahankan.

Kuadran C menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja tapi dianggap kurang memuaskan. Kuadran C meliputi: Karyawan Waserda Angkasa Pura merespon keluhan konsumen dengan cepat dan langsung, Penampilan karyawan yang rapi dan berpakaian seragam, faktor ini dianggap kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan dan sangat memuaskan.

Kuadran D menunjukkan faktor yang kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan. Kuadran D meliputi: Karyawan Waserda Angkasa Pura memberikan kesan pertama yang baik sejak pertama kali anda datang, Ketersediaan peralatan membawa barang belanja ke kasir, Ketersediaan produk sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen, Kemudahan mencari barang yang dibutuhkan, Ketersediaan tempat parkir bagi para konsumen, Kebersihan lingkungan, Karyawan membantu konsumen mencari barang yang dibutuhkan, tetapi pelaksanaannya berlebihan. Faktor ini dianggap kurang penting tapi sangat memuaskan.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan diagram kartesius, menunjukkan bahwa bahwa dimensi Reliability dan Responsiveness berada pada Kuadran C yang merupakan faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja tapi dianggap kurang memuaskan. Sedangkan dimensi Assurance dan Emphaty berada pada Kuadran B yang merupakan faktor yang dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Dimensi Tangible berada pada Kuadran D yang merupakan faktor yang kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan. Faktor ini dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman dan Heri Supomo. 2012. Analisa Kepuasan Pelanggan pada Pekerjaan Reparasi Kapal dengan Metode Quality Function Deployment (QFD).Jurnal Teknik ITS. Vol. 1 No. (1) 297-302.
- Danang Sunyoto. 2014. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran CAPS (Center Of Academek Publishing Service, Yogyakarta
- Husein Umar. 2003, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Hariwijaya, M dan Bisri M. Djaelani. 2004. Teknik Menulis Skripsi dan Thesis. Zenith Publisher, Yogyakarta.
- Imam Ghozali, 2006, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss, Cetakan IV, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler Dan Armstrong. 2008, Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid 1. Edisi Kedua Belas Jilid 1 Cetakan ke tiga , PT Indek Jakarta.
- Kotler dan Armstrong, 2001, Dasar-Dasar Manajemen, Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler dan Keller, 2009, Manajemen Pemasaran,Edisi Ke 12, Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip, 2002, Marketing Management: The Melenium, Edition Jilid 1, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Lane, Kevin. 2008. Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi. R. Hamdani, 2009, Manajemen Pemasaran Jasa, Selamba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Hamdan, 2009, Manajemen Pemasaran Jasa, Selamba Empat, Jakarta.
- Lovelock dan wright, 2005, Manajemen Pemasaran Jasa, PT Indeks, Kelompok Gramedia, Jakarta.
- M. Hariwijaya M. Djaelani, 2004, Tehnik Menulis dan Tesis, Hanggar Kreaton, Yogyakarta.
- Siregar Sofyan. 2013, Statistik Parametrik, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2007, Metode Administrasi Dan Metode R dan D CV Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D.Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Pendidikan, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono,2010, Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Kualitatif dan R dan D,Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, 2011, Metode Penelitian Bisnis, Lembaga Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D. Cetakan ke-17. Alfabeta, Bandung.

Supranto, 2011, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Cetakan Ke Empat, Rineke Cipta, Jakarta.

Supranto, J. 2011. Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan, Cetakan Keempat. Rineke Cipta, Jakarta.

Tjiptono, 2014, Pemasaran Jasa, Prinsip Penerapan Dan Penelitian, Andi, Yogyakarta.

Tjiptono Fandy. 2012. Manajemen Jasa, Edisi Pertama. Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, 2006, Manajemen Jasa, Edisi Ke Empat, Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga, Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, 2012, Service Management: Mewujudkan Layanan Prima, Andi, Yogyakarta.

Umi Narimawati, 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi. Unikom, Bandung.