

Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan PT POS Cabang Sadang Serang

Retno Indriartiningtias

Jurusan Teknik Industri Universitas Trunojoyo Madura
Jalan Raya Telang PO. BOX 2 Kamal, Bangkalan, Madura
Email : retnoTMIITB@gmail.com

ABSTRACT

Postal service is one of business that always needed by economic growth. Postal service has a lot of customers such as students, businessman, educations area, bank area, etc. Because of that reason, the competitiveness of postal service business is very high. Each of postal service has to increase their service to get their customers. These study looks service quality and customer satisfaction in the postal service in sadang serang, Bandung. The quality of services is grouped as Reliability, Assurance, Tangible, Empathy and Responsiveness. Total respondents are 101, 30 respondents for pre-test and 71 respondents for main test. The result of the study, all of indicators have negative gaps.

Key words : postal service, service quality, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Industri jasa pos (*postal service*, di dalamnya termasuk kurir, *express delivery* dan logistik) merupakan salah satu bisnis yang tidak akan pernah kehilangan pemain, bahkan terus bertumbuh seiring dengan pertumbuhan ekonomi. Bisnis jasa pengiriman yang dilakukan oleh para pemain di industri jasa pos memang sangat protektif karena cakupannya sangat luas, tidak terbatas oleh komoditas tertentu saja. Demikian juga konsumennya, mulai dari konsumen ritel seperti pelajar dan ibu rumah tangga sampai konsumen besar seperti lembaga pendidikan, perbankan, agribisnis, asuransi, telekomunikasi bahkan perusahaan pertambangan. Menurut catatan Universal Postal Union (UPU, Organisasi Pos Dunia) pada tahun 2003 angka pertumbuhan volume surat tahun 1995 sampai 2000 di Asia Pasifik rata-rata sebesar 1,4% sedangkan pertumbuhan antara tahun 2000 sampai tahun 2005 diperkirakan 4,1% (Yunani, 2004).

PT Pos adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam kegiatan pelayanan lalu lintas informasi, uang dan barang dalam kehidupan masyarakat di Indonesia. Berbagai layanan yang disediakan oleh Pt pos yaitu :

- a. Lalu Lintas Informasi (Surat Pos)
- b. Lalu Lintas Barang
- c. Jasa yang termasuk dalam kategori lalu lintas uang antara lain wesel pos, giro pos dan cek pos wisata, dan keagenan

Dari seluruh layanan yang dimiliki oleh PT Pos terdapat jasa substitusi. Lalu lintas informasi (surat pos) yang merupakan porsi terbesar dari pendapatan yang diperoleh oleh PT Pos, dapat digantikan oleh layanan jasa substitusi lain yaitu telepon, fax dan e-mail. Lalu lintas uang memiliki substitusi yang tampak lebih disukai saat ini yaitu transfer dan pengambilan uang melalui loket di bank atau melalui fasilitas ATM yang bisa diambil kapan saja. Namun demikian, lalu lintas barang

(jasa paket) merupakan jasa PT Pos yang tidak ada substitusinya, karena barang yang dikirimkan oleh seseorang berupa fisik dan barang tersebut harus berpindah dari satu tempat ke tempat lain yang dituju. Oleh karena itu, jasa paket merupakan jasa yang penting bagi PT Pos dan pengelolaan jasa ini harus menjadi perhatian khusus bagi pengambilan keputusan di PT pos.

Agar pelanggan loyal terhadap jasa paket PT Pos, maka diperlukan suatu studi untuk mengetahui tingkat kualitas jasa paket dengan jalan mengukur kepuasan pelanggan, kemudian membuat suatu usulan perbaikan sehingga pelanggan menjadi lebih puas.

METODE PENELITIAN

Identifikasi Masalah dan Tujuan Penelitian

Pada bagian ini dijelaskan mengenai identifikasi masalah dan tujuan penelitian.

Studi Literatur

Studi literatur diperlukan sebagai landasan ilmiah dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini studi literatur yang dilakukan antara studi literatur tentang kualitas jasa, studi literatur tentang strategi operasional, studi literatur tentang *Service Quality Improvement*

Perancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner yang dirancang mengenai ekspektasi dan persepsi pelanggan. Pertanyaan yang diajukan berkenaan dengan indikator/indikator mutu pelayanan jasa paket yang dikembangkan oleh Zeithamal, Parasuraman dan Berry (1990) yaitu RATER. Dari beberapa penelitian, tesis maupun penelitian tidak ditemukan dimensi kualitas jasa yang khusus untuk mutu pelayanan jasa paket.

Pengukuran jawaban dari responden tentang kualitas jasa ini digunakan skala 5 poin dengan skala likert. Pada kuesioner tentang persepsi pelanggan, angka 1 menunjukkan pelanggan sangat tidak setuju dengan indikator tersebut, angka 5 berarti pelanggan sangat setuju dengan indikator tersebut. Sedangkan pada kuesioner ekspektasi pelanggan, angka 1 berarti indikator tersebut sangat tidak penting bagi pelanggan, angka 5 berarti indikator tersebut sangat penting bagi pelanggan.

Verifikasi Kuesioner pada 5 Responden

Agar kuesioner yang disebar baik dan mudah dimengerti oleh responden, maka diperlukan verifikasi. Seharusnya verifikasi dilakukan kepada pimpinan PT Pos namun keterbatasan waktu penelitian maka verifikasi kuesioner dilakukan kepada beberapa responden yang sama dengan responden inti. Jika ada indikator yang masih kurang atau harus dihilangkan maka kuesioner akan ditambah atau dikurangi, namun jika ada kata-kata yang membingungkan maka indikator akan disempurnakan kata-katanya.

Pre-Test

Sebelum digunakan pada penelitian yang sebenarnya, kuesioner ini akan dicobakan terlebih dahulu kepada 30 responden yang memiliki karakteristik sama dengan karakteristik responden penelitian. Yang dimaksud dengan pre-test disini adalah pengambilan data awal.

Penentuan Validitas dan Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesio-

ner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Penentuan Ukuran Sampel

Dalam suatu penelitian yang menggunakan metode survey tidaklah perlu meneliti semua individu dalam populasi, karena di samping memakan biaya yang sangat besar juga membutuhkan waktu yang lama. Oleh karena itu pada penelitian ini dilakukan sampling.

Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan pada pelanggan PT Pos cabang X. Metode pengambilan sampel adalah random. Kuesioner mengenai data awal, persepsi dan ekspektasi dapat dilihat pada lampiran.

Pengukuran Persepsi dan Ekspektasi

Pengukuran persepsi dan ekspektasi pelanggan dilakukan dengan menghitung rata-rata dari setiap indikator dan dimensi mutu pelayanan jasa mengenai persepsi dan ekspektasi pelanggan.

Pengukuran Gap dan Persentasenya

Perbedaan antara persepsi dan ekspektasi merupakan gap, dimana nilai positif berarti pelanggan merasa puas, sedangkan nilai negatif berarti pelanggan merasa kurang puas. Dalam penelitian ini menggunakan skala maksimum 5 dan skala minimum 1, sehingga gap maksimum adalah 4 (5 dikurang 1). Hasil absolut gap dibagi 4 merupakan persentase gap terhadap gap maksimum.

Two Dimensional Diagram

Data mengenai ekspektasi pelanggan dan kepuasan pelanggan setiap indikator mutu pelayanan diplotkan pada *two dimensional diagram*. Indikator yang berada pada kuadran II merupakan indikator kunci.

Analisis Gap dan Two Dimensional Diagram

Gap merupakan selisih antara persepsi dan ekspektasi pelanggan, jika gap positif berarti pelanggan merasa puas terhadap indikator tersebut dan jika gap negatif berarti pelanggan merasa kurang puas terhadap indikator tersebut. Pada bagian ini dijelaskan mengenai sebab-sebab terjadinya gap tersebut.

Indikator kunci merupakan indikator yang harus segera ditingkatkan kinerjanya oleh PT. Pos X karena indikator ini cenderung sangat penting bagi pelanggan dan tingkat ketidakpuasan pelanggan tinggi. Dengan melihat kondisi internal perusahaan dan eksternal perusahaan lain, dilakukan analisis terhadap atribut kunci.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan Besarnya Ukuran Sampel

Jumlah sampel penelitian sangat menentukan kesahihan suatu penelitian. Berikut ini adalah rumus ukuran sampel menurut Cohen dan Cohen (1983), yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimum suatu penelitian :

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up)^2} \dots\dots\dots 1$$

$$Up' = \frac{1}{2} \ln \frac{1+f}{1-f} \dots\dots\dots 2$$

Dimana :

- n = jumlah sampel
- α = error jenis I, yaitu error karena menolak hipotesis yang seharusnya diterima
- β = error jenis II, yaitu error karena menerima hipotesis yang seharusnya ditolak
- ρ = estimasi parameter terkecil = koefisien korelasi

Pada penelitian ini digunakan koefisien korelasi (ρ) sebesar 0,3, error jenis I (α) dan error jenis II (β) sebesar 0,1. Dengan

memasukkan variabel-variabel tersebut pada rumus 4.1 dan 4.2, maka didapatkan $n = 71$ atau dengan kata lain jumlah data minimum yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 71 data.

Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur, semakin tepat pula

alat ukur tersebut menuju sasarannya. Menurut Cohen (1988), menggunakan validitas konstruk dapat dipandang sebagai konsep yang menyatukan semua bukti adanya validitas untuk semua tipe validitas, termasuk validitas isi dan *criterion-related validity*. Pada penelitian ini, jenis validitas yang digunakan adalah *construct validity* dengan cara membuktikan homogenitas alat ukur. Perhitungan validitas dengan SPSS 15 didapat pada Tabel 1.

Tabel 1. Validitas Ekspektasi dan Persepsi

Dimensi	Sub-Dimensi	Correlation Ekspektasi	Kategori	Correlation Persepsi	Kategori
Reliability	Tepat waktu	0,678	Valid	0,618	Valid
	Tepat sasaran	0,621	Valid	0,606	Valid
	Jam operasi	0,689	Valid	0,769	Valid
Assurance	Keramahan	0,629	Valid	0,625	Valid
	Kejujuran	0,619	Valid	0,595	Valid
		0,645	Valid	0,618	Valid
	Keterampilan	0,602	Valid	0,637	Valid
	Mudah dilacak	0,712	Valid	0,684	Valid
Garansi	0,61	Valid	0,602	Valid	
Tangibles	Fasilitas	0,602	Valid	0,663	Valid
	Peralatan	0,651	Valid	0,751	Valid
	Penampilan Pegawai	0,619	Valid	0,693	Valid
Empathy	Kemudahan informasi	0,687	Valid	0,663	Valid
	Kemampuan menjelaskan	0,669	Valid	0,751	Valid
	Lokasi	0,672	Valid	0,693	Valid
	Mudah dihubungi	0,643	Valid	0,663	Valid
Responsiveness	Kecepatan	0,649	Valid	0,735	Valid
		0,749	Valid	0,635	Valid

Dari Tabel 3.1 diperoleh nilai validitas pada bagian *Corrected Item-Total Correlation* untuk setiap variabel. Dari tabel distribusi t diperoleh r untuk ekspektasi $(0,05;28) = 0,361$. Dari Tabel 3.1 diperoleh hasil semua variabel memiliki nilai diatas nilai ta-

bel. Maka kuesioner ekspektasi dianggap sudah **valid**. Dari tabel distribusi t diperoleh r untuk persepsi $(0,05;28) = 0,361$. Dari Tabel 3.1 diperoleh hasil semua variabel memiliki nilai diatas nilai tabel. Maka kuesioner persepsi dianggap sudah **valid**.

Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau le-

bih. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel). Perhitungan alpha cronbach (α) dengan SPSS 15 didapat pada Tabel 3.2.

Tabel 2. Reliabilitas Ekspektasi

Dimensi	Cronbach alpha Ekspektasi	Kategori	Cronbach alpha Persepsi	Kategori
<i>Reliability</i>	0,642	Reliabel	0,611	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,71	Reliabel	0,66	Reliabel
<i>Tangible</i>	0,631	Reliabel	0,697	Reliabel
<i>Empathy</i>	0,708	Reliabel	0,7	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,798	Reliabel	0,868	Reliabel

Dari Tabel 2 diperoleh nilai reliabilitas (Cronbach's Alpha) lebih besar dari 0,6. Menurut teori jika Cronbach's Alpha \geq 0,6 maka terima H_0 data ekspektasi dan persepsi sudah **reliabel**.

Gap

Dari 30 responden dihitung nilai rata-rata dari setiap indikator kualitas jasa mengenai ekspektasi dan persepsi pelanggan. Dimana positif berarti pelanggan puas, sedangkan nilai negatif berarti pelanggan kurang puas. Dalam penelitian ini digunakan skala maksimum 5 dan skala minimum 1, sehingga gap maksimum adalah 4 (5 dikurangi 1). Hasil lengkap gap dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai Gap PT POS

No	Indikator (Faktor Mutu Pelayanan)	Ekspektasi	Persepsi	Gap
1	Tarif pengiriman PT Pos murah	4,63	4,13	-0,50
2	PT Pos menyampaikan paket tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan	4,03	3,90	-0,13
3	PT Pos menyampaikan paket sesuai dengan alamat yang dituju	4,73	4,10	-0,63
4	PT Pos melayani sesuai dengan jam operasi kantor yang dijanjikan	4,77	3,70	-1,07
5	Petugas bersikap tidak ramah dan tidak hormat dalam memberikan pelayanannya	4,87	3,90	-0,97
6	PT Pos melakukan perhitungan tarif dengan tepat	4,60	3,57	-1,03
7	Petugas tidak mengambil isi paket	4,70	3,90	-0,80
8	Petugas tidak terampil dalam melayani pelanggan	4,77	3,83	-0,93
9	PT Pos bisa melacak keberadaan paket (sampai dimanakah paket itu berada, dan kapan sampainya), jika suatu saat terjadi keterlambatan	4,70	3,80	-0,90
10	PT Pos memberikan garansi/jamian yang sebanding berupa asuransi, jika barang Anda rusak/hilang	4,57	4,07	-0,50

11	PT Pos memiliki ruang tunggu yang mencukupi	4,70	3,77	-0,93
12	TP Pos menyediakan peralatan (seperti timbangan) dengan kondisi yang tidak baik	4,73	3,83	-0,90
13	Penampilan petugas rapi dan menarik	4,43	3,90	-0,53
14	PT Pos memberikan informasi mengenai pelayanan paket dengan jelas (seperti iklan di radio, TV, surat kabar)	4,00	3,50	-0,50
15	Petugas memberikan pelayanan dan penjelasan dengan jelas	4,33	4,00	-0,33
16	Lokasi kantor pelayanan paket sulit dicapai	4,33	3,93	-0,40
17	Anda bisa menghubungi loket pelayanan paket dengan mudah, baik melalui telepon atau internet	4,73	3,50	-1,23
18	Petugas berusaha memberikan pelayan dengan lamban	4,47	3,33	-1,13
19	Petugas memberi respon dengan cepat terhadap keluhan pelanggan	4,77	3,70	-1,07

Dari Tabel 3 dapat dilihat semua indikator bernilai negatif. Hal ini memperlihatkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT Pos masih kurang memenuhi ekspektasi pelanggan.

Tabel 4. Nilai Gap Dimensi PT POS

Dimensi	Ekspektasi	Persepsi	Gap
<i>Cheaper</i>	4,63	4,13	-0,50
<i>Reliability</i>	4,51	3,90	-0,61
<i>Assurance</i>	4,70	3,84	-0,86
<i>Tangibles</i>	4,62	3,83	-0,79
<i>Empathy</i>	4,35	3,73	-0,62
<i>Responsiveness</i>	4,62	3,52	-1,10

Dari Tabel 4 dapat dilihat semua dimensi bernilai negatif. Hal ini memperlihatkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT pos X masih kurang memenuhi ekspektasi pelanggan.

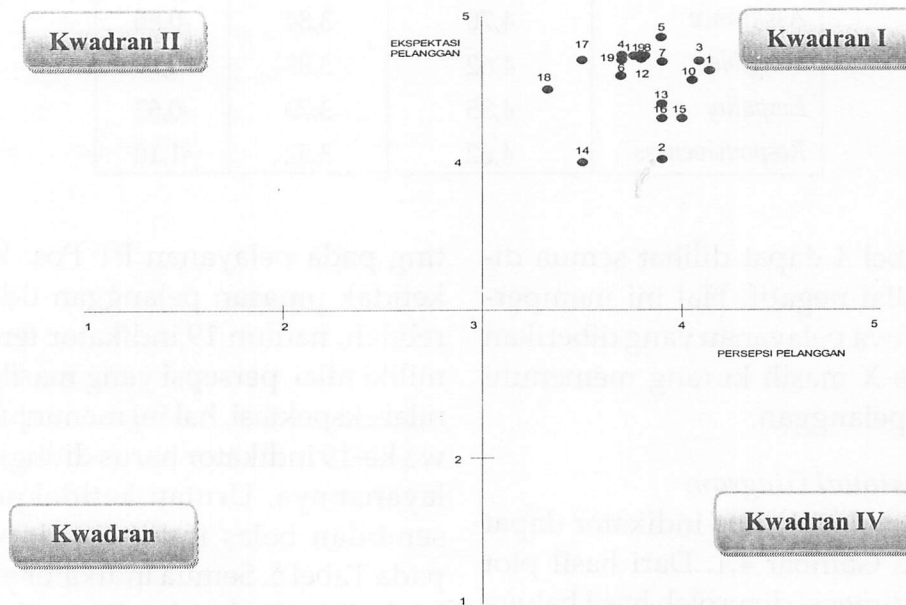
Two Dimensional Diagram

Hasil plot dari semua indikator dapat dilihat pada Gambar 4.1. Dari hasil plot Grafik dua dimensi diperoleh hasil bahwa semua indikator masuk kuadran 1 yang menunjukkan bahwa konsumen merasa kurang puas terhadap semua atribut pen-

ting pada pelayanan PT Pos. Walaupun ketidakpuasan pelanggan tidak terlalu rebdah, namun 19 indikator tersebut memiliki nilai persepsi yang masih dibawah nilai ekspektasi, hal ini menunjukkan bahwa ke-19 indikator harus ditingkatkan pelayanannya. Urutan ketidakpuasan kesembilan belas indikator dapat dilihat pada Tabel 5. Semua indikator yang harus lebih ditingkatkan kualitas pelayanannya karena memiliki nilai gap negatif yang artinya persepsi pelanggan masih jauh dari ekspektasi pelanggan.

Tabel 5. Nilai Gap Setelah diurutkan PT POS

No	Ekspektasi	Persepsi	Gap
17	4,73	3,50	-1,23
18	4,47	3,33	-1,13
4	4,77	3,70	-1,07
19	4,77	3,70	-1,07
6	4,60	3,57	-1,03
5	4,87	3,90	-0,97
11	4,70	3,77	-0,93
8	4,77	3,83	-0,93
9	4,70	3,80	-0,90
12	4,73	3,83	-0,90
7	4,70	3,90	-0,80
3	4,73	4,10	-0,63
13	4,43	3,90	-0,53
1	4,63	4,13	-0,50
10	4,57	4,07	-0,50
14	4,00	3,50	-0,50
16	4,33	3,93	-0,40
15	4,33	4,00	-0,33
2	4,03	3,90	-0,13



Gambar 2. Two Dimensional Diagram tiap Indikator

Masing-masing indikator dapat dijelaskan sebagai berikut :

- ▶ Anda bisa menghubungi loket pelayanan paket dengan mudah, baik melalui telepon atau internet.

Adanya pihak pesaing memberikan kemudahan untuk dihubungi baik melalui telepon ataupun internet seperti DHL menyebabkan harapan pelanggan terhadap atribut ini tinggi. Lebih dari itu, pihak DHL juga menjemput barang yang akan dikirim pelanggan melalui telepon maupun internet. Di kota-kota besar, semua kantor cabang Pt pos X sudah dilengkapi dengan telepon, fax dan internet akan tetapi belum diberdayakan penggunaannya bagi pelanggan paket, menyebabkan pelanggan merasa belum mudah untuk mneghubungi Pt pos X.

- ▶ Petugas memberikan pelayanan dengan lamban

Pada jam-jam tertentu pelanggan yang datang ke loket pelayanan Pt pos X sangat banyak, hal ini menyebabkan antrian yang cukup panjang, selain itu adanya petugas pihak pesaing yang berusaha memberikan pelayanan dengan cepat dan adanya filosofi pribadi pelanggan bahwasanya petugas harus memberikan pelayanan dengna cepat menyebabkan gap indikator ini tinggi.

- ▶ PT Pos melayani sesuai dengan jam operasi kantor yang dijanjikan

Performansi perusahaan terhadap atribut ini masih rendah karena harapan masyarakat masih tinggi. Jam operasi PT Pos X cabang Sadang Serang seringkali terlambat, bahkan beberapa pelanggan kembali dengan tangan kosong karena PT Pos X cabang Sadang Serang belum buka setelah ditunggu cukup lama.

- ▶ Petugas memberi respon dengan cepat terhadap keluhan pelanggan

Kecepatan dalam menangani keluhan pelanggan merupakan salah satu indikator kualitas jasa suatu perusahaan. PT Pos X masih kurang cepat dalam menanggapi keluhan, hal ini disebabkan karena pada jam-jam tertentu terjadi antrian yang cukup panjang dan petugas yaang bertugas masih kurang, sehingga masalah keluhan kurang diperhatikan.

- ▶ PT Pos melakukan perhitungan tarif dengan tepat

Filosofi individu pelanggan yang menginginkan perhitungan harus tepat, menyebabkan harapan pelanggan terhadap atribut cukup tinggi. Jika perhitungan tarif tidak tepat dan pelanggan mengetahuinya, hal ini bisa menyebabkan kekecewaan yang mendalam pada pelanggan dan hasil akhirnya pelanggan bisa berpindah pada pengelola jasa yang lain.

- ▶ Petugas bersikap tidak ramah dan tidak hormat dalam memberikan pelayanannya

Pada dasarnya semua orang ingin dihormati, karena itu palanggan sangat menginginkan agar petugas bersikap ramah dan hormat pada pelanggan.

- ▶ PT Pos memiliki ruang tunggu yang mencukupi

Pengiriman paket adalah suatu proses yang tidak membutuhkan waktu lama, sehingga menurut pelanggan PT Pos telah memiliki ruang tunggu yang cukup walaupun ada beberapa pelangga yang harus antri dengna cara duduk.

- ▶ Petugas tidak terampil dalam melayani pelanggan

Karena adanya petuga pesaing yang lebih terampil dalam melayani pelanggan, menyebabkan harapan pelanggan terhadap atribut ini tinggi.
- ▶ PT Pos bisa melacak keberadaan paket (sampai dimanakah paket itu berada, dan kapan sampainya), jika suatu saat terjadi keterlambatan

Adanya keinginan dari pelanggan agar ia bisa memantau nasib kirimannya membuat harapan pelanggan menjadi tinggi, selain itu ada juga janji-janji dari pihak manajemen bahwasannya sekarang di PT Pos X sudah bisa dilakukan sistem jejak lacak dan juga adanya pihak pesaing yang sudah menerapkan sistem tersebut menyebabkan harapan pelanggan cukup besar.
- ▶ PT Pos menyediakan peralatan (seperti timbangan) dengan kondisi yang tidak baik

Selain karena adanya pihak pesaing yang menyediakan peralatan yang bagus, filosofi pribadi pelanggan yang menginginkan pihak perusahaan menyediakan peralatan yang bagus, menyebabkan harapan pelanggan terhadap indikator ini tinggi.
- ▶ Penampilan petugas rapi dan menarik

Secara keseluruhan gap yang terjadi pada indikator ini tidak terlalu kecil karena undikator ini tidak sangat penting bagi pelanggan. Performansi dari atribut ini juga tidak terlalu jelek.
- ▶ Tarif pengiriman PT Pos murah

Tarif atau harga adalah faktor yang sangat penting bagi pelanggan. Menurut pelanggan tari PT Pos X sudah sesuai dengan harapan mereka, namun mereka menginginkan tarif yang lebih jelas perhitungannya.
- ▶ PT Pos memberikan garansi/jaminan yang sebanding berupa asuransi, jika barang Anda rusak/hilang

Adanya janji-janji dari pihak perusahaan mengenai asuransi dan juga adanya pihak pesaing yang memberikan asuransi yang besar menyebabkan harapan pelanggan besar.
- ▶ PT Pos memberikan informasi mengenai pelayanan paket dengan jelas (seperti iklan di radio, TV, surat kabar)

PT Pos X adalah jasa pelayanan pengiriman pertama yang ada di Indonesia, sehingga secara umum masyarakat telah mengenalnya. Sehingga informasi mengenai keberadaannya tidak terlalu penting. Namun informasi mengenai fasilitas yang disediakan penting bagi masyarakat, PT Pos X telah melakukannya dengan cukup baik.
- ▶ Lokasi kantor pelayanan paket sulit dicapai

Kemudahan mencapai tempat untuk memperoleh pelayanan adalah faktor yang cukup penting bagi pelanggan, dalam hal ini PT Pos X telah memenuhinya dengan memiliki cabang pada hampir semua kecamatan yang ada di Indonesia.
- ▶ Petugas memberikan pelayanan dan penjelasan dengan jelas

Tidak adanya penjelasan mengenai tarif, jenis-jenis layanan, asuransi dan fasilitas tambahan menyebabkan pelanggan kurang jelas terhadap layanan PT Pos X.
- ▶ PT Pos menyampaikan paket tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan

Adanya janji-janji dari pihak perusahaan bahwa pekat yang dikirim akan datang sesuai dengan standard waktu yang telah ditentukan, menye-

babkan harapan pelanggan besar. Pengiriman paket pos ke kota-kota besar di Indonesia bisa dilakukan dengan cepat, akan tetapi untuk kota-kota kecil apalagi pelosok PT Pos X masih kesulitan, ada juga alasan ekonomis yaitu dimana jika benda pos terkumpul banyak baru dilakukan pemberangkatan.

KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dari 19 indikator pelayanan yang ditanyakan kepada pelanggan, seluruhnya merupakan atribut yang penting bagi pelanggan.
- b. Secara umum kualitas jasa yang dihasilkan oleh PT Pos X masih kurang memuaskan pelanggan.
- c. Dari 19 indikator pelayanan terdapat 6 indikator dengan nilai paling negatif antara lain indikator Anda bisa menghubungi loket pelayanan paket dengan mudah, baik melalui telepon atau internet, Petugas berusaha memberikan pelayanan dengan lamban, PT Pos melayani sesuai dengan jam operasi kantor yang dijanjikan, Petugas memberi respon dengan cepat terhadap keluhan pelanggan, PT Pos melakukan perhitungan tarif dengan tepat, Petugas bersikap tidak ramah dan tidak hormat dalam memberikan pelayanannya.
- d. Usulan perbaikan yang harus dilakukan oleh PT Pos X yaitu :

► Fisik

- ☞ Standarisasi waktu pengiriman paket pos
- ☞ Penerapan sistem jejak lacak untuk semua wilayah di Indonesia
- ☞ Menerapkan sistem pengukuran kinerja perusahaan yang berisi sanksi dan reward
- ☞ Menambah jumlah pegawai pada cabang yang ramai
- ☞ Memberikan fasilitas penjemputan untuk barang yang akan dikirim dengan tarif tambahan yang proporsional dengan jarak pengambilan barang.

► Non Fisik

- ☞ Pemberian informasi mengenai tarif dengan jelas.
- ☞ Mengoptimalkan fasilitas fax, telepon dan internet yang telah ada.
- ☞ Mempermudah pelanggan yang meminta asuransi dan petugas harus pro aktif dalam memberikan asuransi kepada pelanggan, jika bukti pelanggan cukup
- ☞ Penanaman pada diri pegawai tentang pentingnya penghayatan pegawai terhadap nilai-nilai budaya utama perusahaan yaitu bertanggung jawab terhadap pihak-pihak yang berkepentingan dan menjunjung tinggi semangat kerjasama kelompok.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, R. R., *Pengukuran Kepuasan Pelanggan di Apotek Koperasi Pegawai RSHS*, Magister Manajemen Bisnis & Administrasi, ITB, 1998.
- Cohen, J. & Cohen, P., *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the behavioral Science*, Lawrwnce Erlbaum Assciates, California, 1983.
- Cohen, R. J., Montaque, P., Nathanson, L. S. & Swerdik, M. E., *Psychological Testing : An Intoduction to Test and Measurement*, Mayfield, California, 1988.
- Kolarik, *Creating Quality Concepts, Systems, Strategies, and Tools*, McGraw-Hill Int., Singapore, 1995.
- Singarimbun M. & Effendi S., *Metode Penelitian Survai*, LP3ES, Jakarta, 1987.
- Hill, N., *Handbook of Customer satisfaction Measurement*, Gower, Vermont, 1996.
- Kotler, P., *Manajemen Pemasaran : Analisi, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Erlangga, Jakarta, 1993.
- Nasir, K., *Pengukuran Kualitas Jasa pada Perusahaan Teknologi Informasi*, Magister Manajemen & Administrasi, ITB, 1998.
- Whitheley, R. C., *The Customer Driven Company*, The Forum Corporation, 1991.
- Zeithamal, V. A., Parasuraman, A. & Berry, L. L., *Delivering Quality Balancing Customer Perception and Expectations*, 1990.