

ISSN: 2086-8561

TOPICS IN
THIS VOLUME

- Warehousing
Layout Performance Analysis
- Traveling Salesman Problem
- Demand Forecasting
- Comparative
Cost and Benefit
Analysis
- Service Quality
- Queuing Theory
in Freight Forwarding

Jurnal Logistik Bisnis

VOLUME 11 NO 2

NOVEMBER 2021

Analisis Perbaikan Tata Letak Penyimpanan Mortar Berdasarkan Shared Storage Policy Dengan Algoritma Greedy Di Gudang PT Beton Elemen Persada
Enia, Nona Vicaya Octami Tanjung

Genetic Algorithm Untuk Memperbaiki Rute Travelling Salesman Problem Yang Dihasilkan Dari Nearest Neighbour
Elira Sanggala, Tjuti Tarlih Dimyati, Yogi Yognawana

Penerapan Model Silver Meal Heuristik Untuk Optimalisasi Persediaan Beras Di Bulog Sub Divre Ciamis
Made Irma Dwiputranti, Nufida Ulfa Gandara

Analisis Komparatif Biaya Angkutan Milik Sendiri Dengan Sewa di PT Pos Logistik Indonesia
Tamsidana Hilman, Rizma Abdillah

Analisis Perbaikan Kualitas Pada PT Pos Indonesia KPRK Cilarong dengan Menggunakan Metode Servqual Gap
Gayuh Minanglati, Panji Furqan Nurpudih

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Gudang HLC PT MTI Cabang
Dani Leonidas Sumarna, Indri Lazria Ramadhani

Analisis Kegagalan Pencapaian SWP Kantor Pos Lumajang 67300 dengan 7-Tools Dan FMEA
Eduard Sondakh, Saktia Wahyuningtyas

Analisis Pengendalian Kualitas Produk Fiber Optic Cable Dengan Menggunakan Metode Failure Mode And Effect Analysis (FMEA) Dan Fault Tree Analysis (FTA) Di PT Industri Telekomunikasi Indonesia
Achmad Andriyanto, Amelia Ramadhani

Optimasi Jumlah Key Account Management Menggunakan Model Antrian Di Pt Sejahtera International Logistics Freight Forwarding
Agus Purnomo

Pentingnya Perilaku Organisasi dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital
Panca Winda, Mansur, Chadi Marsid

Analisis Ramalan Permintaan Produk Roti Industri Tiara Rizki Metode Naive dan Metode Double Exponential Smoothing
Dorfiat Gusdan, Lita Fatimah

Politeknik Pos Indonesia

J. Logistik Bisnis Vol. 11 No. 2 Hal. 1-91 Bandung, Nov. 2021 ISSN: 2086-8561



ANALISIS PERBAIKAN KUALITAS PADA PT POS INDONESIA KPRK CIKARANG DENGAN MENGGUNAKAN METODE SSERVQUAL GAP

Gayuh Minang Lati¹⁾, Panji Furqon Nurqaidah²⁾

¹D3 Administrasi Logistik, Politeknik Pos Indonesia

gayuh@poltekpos.ac.id

²D3 Administrasi Logistik, Politeknik Pos Indonesia

panjifurqon1@gmail.com

Abstrak

Dalam upaya bersaing dengan perusahaan ekspedisi lainnya, PT Pos Indonesia KPRK Cikarang dihadapkan dengan tantangan dimana layanan jasa pengiriman berkembang dengan pesat dan pelanggan dihadapkan dengan pilihan yang semakin luas. Persaingan tersebut tidak dapat dihindari sehingga peningkatan kualitas agar menjadi semakin penting agar dapat bersaing dengan perusahaan serupa. Melalui pendekatan metode Service Quality Gap, kualitas pelayanan dapat diukur dan dianalisis guna meningkatkan kualitas layanan sehingga PT Pos Indonesia KPRK Cikarang melalui nilai gap atau kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen terhadap layanan yang diberikan. Kuisisioner digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui persepsi dan harapan konsumen sebagai pengguna terhadap mutu dari service perusahaan. Peneliti mengambil sampel sebanyak 30 responden dan merancang standar kualitas pelayanan menggunakan metode Servqual. Hasil dari penelitian ini adalah ada 19 indikator yang dijadikan dasar penyusunan standar kualitas pelayanan dengan mengutamakan dimensi reliability (reliabilitas) karena suara responden menunjukkan daya tanggap paling berpengaruh, ditemukannya gap sebesar -1,067. Poin gap terbesar tersebut merupakan pernyataan mengenai kesesuaian antara biaya pengiriman dengan layanan antar yang diberikan. Poin tersebut dapat menjadi prioritas untuk dievaluasi oleh perusahaan yaitu bagaimana perusahaan dapat meningkatkan pelayanan agar sesuai dengan ekspektasi pelanggan berdasarkan harga yang pelanggan anggap pantas.

Kata Kunci: Layanan, *Service Quality Gap*, Reliabilitas

1. PENDAHULUAN

Industri logistik semakin meningkat terutama dengan makin berkembangnya *e-commerce* dimana menurut data Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia rata-rata pengiriman nasional pada semester awal 2021 tumbuh hingga 30% dari periode sebelumnya [1]. Peningkatan jumlah jasa *e-commerce* dan permintaannya yang semakin pesat membawa tantangan yang besar bagi industri pengiriman pada PT Pos Indonesia KPRK Cikarang sebagai salah satu cabang dari PT Pos Indonesia. Sebagai perusahaan yang menawarkan jasa pengiriman, kualitas layanan menjadi hal utama dan harus terus ditingkatkan untuk mencegah ketidakpuasan konsumen. Ketidakpuasan konsumen akan mengakibatkan kemungkinan negatif seperti adanya komplain,

ketidaknyamanan pengguna jasa pengiriman, hingga berakibat pada terputusnya loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Lebih dari itu, ketidakpuasan konsumen yang dikemukakan dapat memberi citra negatif bagi calon konsumen lainnya. Sehingga evaluasi terhadap kualitas layanan perlu terus dilakukan.

Evaluasi terhadap produk/jasa yang ditawarkan melalui peningkatan kualitas layanan perlu dilakukan sebagai upaya perbaikan dan menetapkan strategi yang perlu dilakukan oleh perusahaan. Kualitas layanan menurut Wyckof merupakan level keunggulan yang diharapkan juga pengendalian keunggulan tersebut untuk agar memenuhi keinginan [2]. Sumber lain menyebutkan kualitas pelayanan merupakan sikap dari hasil perbandingan antara ekspektasi mutu jasa konsumen dengan

kinerja dari perusahaan yang dirasakan oleh konsumen [3]. Dalam penelitian ini level atau tingkat pelayanan yang ingin di evaluasi dapat dilihat melalui gap atau perbedaan antara Harapan (*Expectation*) dan Kinerja (*Performance*). Kualitas layanan terbukti secara signifikan berpengaruh pada kepuasan pelanggan di berbagai perusahaan jasa. Misalnya pada industri jasa restaurant [10], pada *business center* [11] hingga beberapa variabel yang berpengaruh pada jasa transportasi online [12]. Sehingga penelitian mengenai bagaimana kepuasan pelanggan terhadap layanan PT Pos Indonesia KPRK (kantor pemeriksaan) Cikarang layak untuk dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor penting yang perlu ditingkatkan.

Penelitian mengenai kualitas layanan melalui Servqual Method pada PT Pos Indonesia KPRK (kantor pemeriksaan) Cikarang sebagai salah satu kantor cabang perusahaan yang bertugas dilakukan khususnya untuk daerah yang dilayaninya yaitu daerah Kabupaten Bekasi dan sekitarnya. Dengan metode Servqual, diharapkan akan diketahui prioritas layanan mana yang perlu ditingkatkan oleh PT Pos Indonesia KPRK melalui data harapan dan persepsi pelanggan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di PT Pos Indonesia KPRK Cikarang, Jalan Kawasan Industri Mm 2100, Cibuntu, Cikarang Barat, Gandamekar, Kec. Cikarang Barat., Bekasi, Jawa Barat 17530 selama 1 bulan. Metode yang digunakan untuk mengetahui prioritas layanan yang perlu ditingkatkan menggunakan Metode Servqual (Service Quality) Gap. Servqual merupakan penerapan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas atau mutu layanan dari atribut masing-masing dimensi, dengan begitu akan didapatkan nilai kesenjangan atau gap yaitu selisih antara persepsi konsumen dari layanan yang diterimanya dengan harapan terhadap yang diinginkan [4].

Penilaian pada penelitian ini mengacu pada 5 (lima) prinsip dimensi menurut Fitzsimmons sebagai ukuran atau indikatornya yaitu: (1) Reliabilitas/*Reliability* merupakan keandalan untuk memberikan jenis pelayanan yang benar dan tepat kepada pelanggan; (2) Responsif merupakan kesadaran untuk bertindak secara cepat dalam membantu pelanggan dengan tepat waktu; (3) Jaminan/*Assurance* merupakan kesopanan-santunan dalam memberikan pelayanan melalui penghargaan terhadap pelanggan; (4) Empati yaitu secara khusus memberi perhatian dan memberikan pendekatan atau perlindungan terhadap perasaan pelanggan; dan (5) Nyata/*Tangible* merupakan hal yang nyata atau tampak seperti fasilitas fisik, perlengkapan, dan penampilan pegawai [5].

Metode Servqual sendiri telah diaplikasikan pada berbagai jenis kegiatan pelayanan atau jasa dalam scope

yang luas. Misalnya pada kualitas pelayanan bengkel AHASS [7] yang menghasilkan 60% dari total indikator pelayanan masih memiliki nilai *gap* negatif pada aspek strategis lokasi gedung bengkel. Penelitian lain menguji penilaian terhadap kualitas pelayanan sekolah di SMPN 3 Rancaekek juga menunjukkan 12 dari 32 atribut memiliki nilai Servqual yang negatif [8]. Penerapan lainnya pada jasa telekomunikasi Indihome dengan 22 indikator menunjukkan keseluruhan aspek memiliki nilai negatif sehingga perlu melakukan perbaikan yang cukup intensif [9]. Dari berbagai bidang layanan jasa diatas, menunjukkan bahwa Servqual masih menjadi salah satu metode yang sangat aplikatif digunakan pada berbagai macam bidang jasa. Berbagai bidang jasa juga masih banyak mengalami kendala dilihat dari hasil pelayanan yang masih banyak berada jauh dibawah ekspektasi pelanggan. Dengan begitu, pada penelitian ini, metode Servqual akan diaplikasikan pada pelayanan jasa pengiriman pada PT Pos Indonesia KPRK Cikarang untuk mengetahui apakah hasilnya juga menunjukkan adanya banyak gap atau ketidaksesuaian antara kualitas pelayanan dengan ekspektasi pelanggan sehingga dapat menjadi bahan evaluasi perusahaan untuk meningkatkan kualitas jasa dan pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Pada penelitian ini, kuisioner disebarkan kepada 30 orang responden secara acak melalui proses uji Reliability, Validity dan penilaian mereka terhadap layanan yang diterima, juga penilaian terhadap apa yang mereka inginkan. Dari 30 responden terdapat 8 orang berusia antara 15-24 tahun dengan presentase 27%, untuk responden dengan umur 25-35 tahun sebanyak 18 orang dengan presentase 60%, dan sebanyak 4 responden dengan kategori umur diatas 35 tahun dengan presentase 45%. Dari 30 responden menunjukan bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 14 orang dengan presentase 47%, dan jumlah responden perempuan sebanyak 16 dengan presentase 53%.

Penelitian dimulai dengan studi awal, kemudian menyiapkan daftar pernyataan, kemudian melakukan analisis validasi dari pernyataan menggunakan tools IBM SPSS Statistics 25, tujuannya untuk menentukan pernyataan valid/tidaknya pernyataan dalam kuisioner untuk digunakan, data dari persepsi responden. Setelah itu konsumen diminta mengisi penilaian persepsi pada setiap butir pernyataan yang telah didapat dari responden agar dapat digunakan untuk perhitungan *Servqual Score* (GAP). Langkah selanjutnya melakukan penilaian dan menghitung rata-rata harapan pada setiap butir pernyataan yang telah didapat dari responden agar dapat digunakan untuk perhitungan *Servqual Score* (GAP). Hasil dari rata-rata penilaian harapan dan persepsi dihitung selisihnya

kemudian diurutkan dari yang terbesar hingga terkecil. Analisa lainnya dilakukan dengan menggunakan diagram kartesius agar didapatkan butir mana saja yang masuk dalam 4 kuadran/dimensi: dimana faktor tersebut menjadi prioritas utama, atau prioritas rendah, atau perlu dipertahankan prestasinya, atau justru berlebihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Uji Validitas Data

Pengujian validitas data menggunakan r_{tabel} dengan degree of freedom ($df=n-2$), dan jumlah sampel adalah 30 dengan alfa 0,05 maka nilai r_{tabel} nya sebesar

0,3610. Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka pernyataan dikatakan valid. Hasil Uji Validitas data ditunjukkan pada Tabel 3.1. Tabel menunjukkan seluruh indikator/ Pernyataan valid dan dapat digunakan untuk melakukan uji selanjutnya

3.2. Uji Reliabilitas Data

Untuk mengetahui hasil kuisioner dapat diandalkan atau konsisten dari waktu ke waktu dengan menguji reliabilitas. Berdasarkan pengelompokan reliabilitas maka hasil perhitungan reliabilitas pada kuisioner harapan mendapatkan Cronbach alpha sebesar 0,568 artinya pada kuisioner harapan sudah cukup reliabel

Tabel 3. 1. Hasil Uji Validitas Data

kode	Atribut Kualitas Pelayanan	r hitung persepsi	r tabel	ket
<i>tang-1</i>	pintu gerbang memadai untuk keluar masuk kendaraan	0.407	0.361	<i>valid</i>
<i>tang-2</i>	tempat parkir yang memadai	0.495	0.361	<i>valid</i>
<i>tang-3</i>	ruang tunggu yang nyaman	0.405	0.361	<i>valid</i>
<i>reab-1</i>	kesediaan variasi jenis kecepatan pengiriman (pos express, dan lain-lain)	0.41	0.361	<i>valid</i>
<i>reab-2</i>	kesesuaian antara waktu pengiriman paket yang dijanjikan dengan kedatangan ke tangan konsumen	0.621	0.361	<i>valid</i>
<i>reab-3</i>	kesesuaian antara biaya pengiriman dengan kualitas pelayanan yang diterima	0.407	0.361	<i>valid</i>
<i>reab-4</i>	harga pengiriman surat/paket yang bersaing dan wajar	0.576	0.361	<i>valid</i>
<i>reab-5</i>	keakuratan penimbangan paket yang akan dikirim dan jarak pengiriman sesuai dengan biaya yang telah di perhitungkan	0.422	0.361	<i>valid</i>
<i>res-1</i>	karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen (petugas pengangkutan, dan lain-lain)	0.488	0.361	<i>valid</i>
<i>res-2</i>	kemampuan karyawan dalam mengatasi keluhan dan komplain konsumen	0.58	0.361	<i>valid</i>
<i>res-3</i>	karyawan responsif terhadap permintaan konsumen	0.414	0.361	<i>valid</i>
<i>res-4</i>	kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan tentang produk	0.512	0.361	<i>valid</i>
<i>ass-1</i>	keamanan paket saat sampai ketangan konsumen terjamin dari kerusakan	0.408	0.361	<i>valid</i>
<i>ass-2</i>	keamanan paket saat sampai ketangan konsumen terjamin dari kehilangan	0.405	0.361	<i>valid</i>
<i>ass-3</i>	adanya pemberian ganti rugi pada saat barang terjadi kerusakan atau kehilangan yang terjadi sesuai dengan prosedur	0.727	0.361	<i>valid</i>
<i>ass-4</i>	kesesuaian harga pengiriman barang dengan berat serta jarak yang telah disepakati	0.496	0.361	<i>valid</i>
<i>emp-1</i>	tersedianya tempat kritik dan saran	0.695	0.361	<i>valid</i>
<i>emp-2</i>	kesediaan karyawan untuk memberitahu keterlambatan pengiriman	0.628	0.361	<i>valid</i>
<i>emp-3</i>	kesediaan karyawan untuk menanggapi pertanyaan	0.696	0.361	<i>valid</i>

3.3. Rata-Rata Presepsi Pelanggan

Untuk mengetahui nilai rata-rata presepsi digunakan rumus:

$$\bar{P} = \sum P_i / n$$

Dimana:

\bar{P} = rata-rata presepsi pada pernyataan

$\sum P_i$ = jumlah total presepsi dari tiap pernyataan

n = jumlah total responden.

Tabel 3.2. Rata-rata Nilai Persepsi Terhadap Layanan

kode	Atribut Kualitas Pelayanan	rata-rata persepsi
<i>tang-1</i>	pintu gerbang memadai untuk keluar masuk kendaraan	3.767
<i>tang-2</i>	tempat parkir yang memadai	3.633
<i>tang-3</i>	ruang tunggu yang nyaman	3.333
<i>reab-1</i>	kesediaan variasi jenis kecepatan pengiriman (pos express, dan lain-lain)	3.300
<i>reab-2</i>	kesesuaian antara waktu pengiriman paket yang dijanjikan dengan kedatangan ke tangan konsumen	3.467
<i>reab-3</i>	kesesuaian antara biaya pengiriman dengan kualitas pelayanan yang diterima	3.233
<i>reab-4</i>	harga pengiriman surat/paket yang bersaing dan wajar	3.433
<i>reab-5</i>	keakuratan penimbangan paket yang akan dikirim dan jarak pengiriman sesuai dengan biaya yang telah di perhitungkan	3.200
<i>res-1</i>	karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen (petugas pengangkutan, dan lain-lain)	3.667
<i>res-2</i>	kemampuan karyawan dalam mengatasi keluhan dan komplain konsumen	3.133
<i>res-3</i>	karyawan responsif terhadap permintaan konsumen	3.567
<i>res-4</i>	kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan tentang produk	3.933
<i>ass-1</i>	keamanan paket saat sampai ketangan konsumen terjamin dari kerusakan	3.533
<i>ass-2</i>	keamanan paket saat sampai ketangan konsumen terjamin dari kehilangan	3.567
<i>ass-3</i>	adanya pemberian ganti rugi pada saat barang terjadi kerusakan atau kehilangan yang terjadi sesuai dengan prosedur	3.600
<i>ass-4</i>	kesesuaian harga pengiriman barang dengan berat serta jarak yang telah disepakati	3.267
<i>emp-1</i>	tersedianya tempat kritik dan saran	3.300
<i>emp-2</i>	kesediaan karyawan untuk memberitahu keterlambatan pengiriman	3.333
<i>emp-3</i>	kesediaan karyawan untuk menanggapi pertanyaan	3.500

Tabel 3.4. Rata-Rata Harapan Terhadap Layanan

kode	Atribut Kualitas Pelayanan	rata-rata ekspektasi
<i>tang-1</i>	pintu gerbang memadai untuk keluar masuk kendaraan	3.967
<i>tang-2</i>	tempat parkir yang memadai	3.933
<i>tang-3</i>	ruang tunggu yang nyaman	4.000
<i>reab-1</i>	kesediaan variasi jenis kecepatan pengiriman (pos express, dan lain-lain)	4.100
<i>reab-2</i>	kesesuaian antara waktu pengiriman paket yang dijanjikan dengan kedatangan ke tangan konsumen	4.133
<i>reab-3</i>	kesesuaian antara biaya pengiriman dengan kualitas pelayanan yang diterima	4.300
<i>reab-4</i>	harga pengiriman surat/paket yang bersaing dan wajar	3.900
<i>reab-5</i>	keakuratan penimbangan paket yang akan dikirim dan jarak pengiriman sesuai dengan biaya yang telah di perhitungkan	3.733
<i>res-1</i>	karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen (petugas pengangkutan, dan lain-lain)	3.767
<i>res-2</i>	kemampuan karyawan dalam mengatasi keluhan dan komplain konsumen	3.767
<i>res-3</i>	karyawan responsif terhadap permintaan konsumen	3.967
<i>res-4</i>	kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan tentang produk	4.233
<i>ass-1</i>	keamanan paket saat sampai ketangan konsumen terjamin dari kerusakan	3.933
<i>ass-2</i>	keamanan paket saat sampai ketangan konsumen terjamin dari kehilangan	4.333
<i>ass-3</i>	adanya pemberian ganti rugi pada saat barang terjadi kerusakan atau kehilangan yang terjadi sesuai dengan prosedur	4.000
<i>ass-4</i>	kesesuaian harga pengiriman barang dengan berat serta jarak yang telah disepakati	3.800
<i>emp-1</i>	tersedianya tempat kritik dan saran	3.967
<i>emp-2</i>	kesediaan karyawan untuk memberitahu keterlambatan pengiriman	3.800
<i>emp-3</i>	kesediaan karyawan untuk menanggapi pertanyaan	3.800

3.4. Perhitungan Rata-Rata Harapan

Untuk mengetahui nilai rata-rata harapan digunakan rumus:

$$E^- = \sum E_i / n$$

Dimana:

E^- = rata-rata harapan pada pernyataan

$\sum E_i$ = jumlah total harapan dari tiap pernyataan

n = jumlah total responden

3.5. Perhitungan *Servqual Score* (GAP)

Perhitungan Skor *Servqual* menurut Zeithalm dapat dihitung dengan melihat selisih antara skor persepsi dengan skor harapan [6]

$$S = P^- - E^-$$

Dimana:

S = *Servqual Score* pada pernyataan

P^- = rata-rata persepsi pada pernyataan

E^- = rata-rata ekspektasi pada pernyataan

Hasil perhitungan gap dapat dilihat pada tabel 3.5.

Berdasarkan perhitungan *servqual* terdapat 19 atribut memiliki nilai *servqual* negatif dimana artinya atribut tersebut belum memenuhi harapan pelanggan.

3.6. Urutan Kepentingan

Untuk memudahkan dalam memilih prioritas mana saja yang akan ditangani terlebih dahulu maka dibuatlah table 4.4. dimana dalam table tersebut mengurutkan dari nilai kesenjangan tertinggi hingga nilai kesenjangan terendah. Hasil urutan kepentingan *Servqual*

dapat dilihat pada Tabel 3.6. Tabel menunjukkan pernyataan reab-3 (pernyataan Reliabilitas 3) menempati peringkat pertama karena mendapati *Servqual Score* -1,067. Reliabilitas 3 menyatakan kesesuaian antara biaya

pengiriman dengan kualitas pelayanan yang diterima. Sehingga faktor tersebut akan menjadi indikator utama kualitas layanan yang perlu ditingkatkan.

Tabel 3.5. Hasil *Servqual Score*

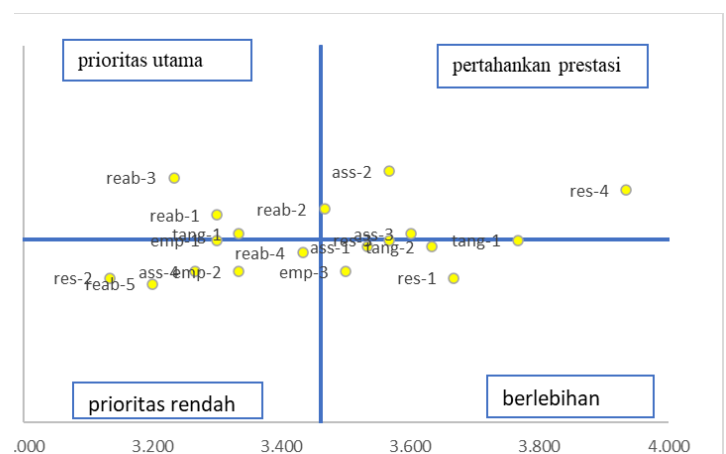
kode	Atribut Kualitas Pelayanan	rata-rata persepsi	rata-rata ekspektasi	servqual score
<i>tang-1</i>	pintu gerbang memadai untuk keluar masuk kendaraan	3.767	3.967	-0.200
<i>tang-2</i>	tempat parkir yang memadai	3.633	3.933	-0.300
<i>tang-3</i>	ruang tunggu yang nyaman	3.333	4.000	-0.667
<i>reab-1</i>	kesediaan variasi jenis kecepatan pengiriman (pos express, dan lain-lain)	3.300	4.100	-0.800
<i>reab-2</i>	kesesuaian antara waktu pengiriman paket yang dijanjikan dengan kedatangan ke tangan konsumen	3.467	4.133	-0.667
<i>reab-3</i>	kesesuaian antara biaya pengiriman dengan kualitas pelayanan yang diterima	3.233	4.300	-1.067
<i>reab-4</i>	harga pengiriman surat/paket yang bersaing dan wajar	3.433	3.900	-0.467
<i>reab-5</i>	keakuratan penimbangan paket yang akan dikirim dan jarak pengiriman sesuai dengan biaya yang telah di perhitungkan	3.200	3.733	-0.533
<i>res-1</i>	karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen (petugas pengangkutan, dan lain-lain)	3.667	3.767	-0.100
<i>res-2</i>	kemampuan karyawan dalam mengatasi keluhan dan komplain konsumen	3.133	3.767	-0.633
<i>res-3</i>	karyawan responsif terhadap permintaan konsumen	3.567	3.967	-0.400
<i>res-4</i>	kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan tentang produk	3.933	4.233	-0.300
<i>ass-1</i>	keamanan paket saat sampai ketangan konsumen terjamin dari kerusakan	3.533	3.933	-0.400
<i>ass-2</i>	keamanan paket saat sampai ketangan konsumen terjamin dari kehilangan	3.567	4.333	-0.767
<i>ass-3</i>	adanya pemberian ganti rugi pada saat barang terjadi kerusakan atau kehilangan yang terjadi sesuai dengan prosedur	3.600	4.000	-0.400
<i>ass-4</i>	kesesuaian harga pengiriman barang dengan berat serta jarak yang telah disepakati	3.267	3.800	-0.533
<i>emp-1</i>	tersedianya tempat kritik dan saran	3.300	3.967	-0.667
<i>emp-2</i>	kesediaan karyawan untuk memberitahu keterlambatan pengiriman	3.333	3.800	-0.467
<i>emp-3</i>	kesediaan karyawan untuk menanggapi pertanyaan	3.500	3.800	-0.300
	total	65.767	75.433	-9.667
	rata-rata	3.461	3.970	-0.509

Tabel 3.6. Urutan Kepentingan Dari *Servqual Score*

kode	Atribut Kualitas Pelayanan	rata-rata persepsi	rata-rata ekspektasi	servqual score
reab-3	kesesuaian antara biaya pengiriman dengan kualitas pelayanan yang diterima	3.233	4.300	-1.067
reab-1	kesediaan variasi jenis kecepatan pengiriman (pos express, dan lain-lain)	3.300	4.100	-0.800
ass-2	keamanan paket saat sampai ketangan konsumen terjamin dari kehilangan	3.567	4.333	-0.767
reab-2	kesesuaian antara waktu pengiriman paket yang dijanjikan dengan kedatangan ke tangan konsumen	3.467	4.133	-0.667
tang-3	ruang tunggu yang nyaman	3.333	4.000	-0.667
emp-1	tersedianya tempat kritik dan saran	3.300	3.967	-0.667
res-2	kemampuan karyawan dalam mengatasi keluhan dan komplain konsumen	3.133	3.767	-0.633
reab-5	keakuratan penimbangan paket yang akan dikirim dan jarak pengiriman sesuai dengan biaya yang telah di perhitungkan	3.200	3.733	-0.533
ass-4	kesesuaian harga pengiriman barang dengan berat serta jarak yang telah disepakati	3.267	3.800	-0.533
reab-4	harga pengiriman surat/paket yang bersaing dan wajar	3.433	3.900	-0.467
emp-2	kesediaan karyawan untuk memberitahu keterlambatan pengiriman	3.333	3.800	-0.467
res-3	karyawan responsif terhadap permintaan konsumen	3.567	3.967	-0.400
ass-1	keamanan paket saat sampai ketangan konsumen terjamin dari kerusakan	3.533	3.933	-0.400
ass-3	adanya pemberian ganti rugi pada saat barang terjadi kerusakan atau kehilangan yang terjadi sesuai dengan prosedur	3.600	4.000	-0.400
res-4	kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan tentang produk	3.933	4.233	-0.300
tang-2	tempat parkir yang memadai	3.633	3.933	-0.300
emp-3	kesediaan karyawan untuk menanggapi pertanyaan	3.500	3.800	-0.300
tang-1	pintu gerbang memadai untuk keluar masuk kendaraan	3.767	3.967	-0.200
res-1	karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen (petugas pengangkutan, dan lain-lain)	3.667	3.767	-0.100

3.7. Pengelompokan Butir Dimensi

Untuk menggambarkan nilai rata-rata harapan dan rata-rata persepsi pelanggan dengan menggunakan diagram kartesius pada gambar 3.7. Diagram Kartesius. Nilai Y didapat dari nilai rata-rata harapan dan nilai X didapat dari nilai rata-rata persepsi.



Gambar 3.7. Diagram Kartesius Pengelompokan Butir Dimensi

Berdasarkan gambar 3.7. diagram kartesius diketahui bahwa atribut reab-3, reab-1, dan tang-1 berada pada prioritas utama artinya layanan tersebut memiliki rata-rata tingkat harapan yang tinggi dan juga rata-rata persepsi yang rendah maka pada kelompok ini perusahaan sangat perlu meningkatkan kualitas layanan pada atribut tersebut.

Kemudian untuk atribut reab-5, res-2, ass-4, emp-2, emp-1, dan reab-4 berada pada kelompok prioritas rendah artinya layanan tersebut memiliki rata-rata tingkat harapan yang rendah dan juga rata-rata persepsi yang rendah maka pada kelompok ini perusahaan perlu sedikit meningkatkan kualitas layanan pada atribut tersebut.

Untuk atribut reab-2, ass-2, res-3, ass-3, res-4, tang-1 berada pada kelompok pertahankan prestasi sedangkan atribut emp-3, ass-1, tang-2, res-1, dan tang-1 berada pada kelompok berlebihan.

Berdasarkan 4 dimensi diatas, prioritas utama menjadi layanan yang harus ditingkatkan terlebih dahulu karena bagian tersebut dapat berakibat fatal dan berpotensi mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Selanjutnya untuk prioritas rendah perlu untuk sedikit ditingkatkan agar menjadi lebih baik lagi hingga pelanggan merasa nyaman. Bagian terakhir pada diagram kartesius meskipun masih menunjukkan nilai yang aman, namun hasil gap masih menunjukkan nilai minus sehingga atribut ini juga tidak dapat diabaikan. Meskipun menjadi prioritas akhir, setelah prioritas utama dibenahi, atribut-atribut ini juga masih sangat perlu untuk di evaluasi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan perancangan standar kualitas pelayanan menggunakan metode Sservqual Gap dengan menemukan nilai *gap* dan dikategorikan atribut kelima dimensi Servqual (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*) yang peneliti gunakan didapatkan usulan rancangan standar kualitas pelayanan sebanyak 19 atribut sebagai indikator dengan hasil sebagai berikut:

1. Urutan atribut yang memerlukan perbaikan kualitas layanan dapat dilihat di urutan kepentingan dimulai dari yang terbesar di reab-3 dimana atribut tersebut masuk kedalam dimensi *reliability* dengan pernyataan kesesuaian antara biaya pengiriman dengan kualitas pelayanan yang diterima. Dengan nilai tersebut, keandalan akan menjadi atribut utama yang akan diperbaiki. Perusahaan dapat melakukan upaya dengan pilihan meningkatkan layanan yang diberikan agar sesuai dengan harga layanan antar yang diberikan atau mengurangi biaya pengiriman

agar sesuai dengan kualitas yang diberikan. Penulis mengutamakan poin pertama yaitu peningkatan kualitas layanan yang dapat dicapai melalui penanganan (*handling*) yang baik yang dapat dipertegas melalui pengawasan dan evaluasi terhadap SOP penanganan barang yang diantar.

2. Hasil pada diagram kartesius menunjukkan 4 macam keterikatan dalam pengelompokan dimensi servqual dimana persepsi dan harapan konsumen menentukan bagian keterikatan untuk setiap butir pernyataan. Prioritas utama: reab-3, reab-1, tang-1
Prioritas utama berdasarkan hasil diagram kartesius adalah reliability 3: kesesuaian dengan harga layanan antar yang diberikan atau mengurangi biaya pengiriman agar sesuai dengan kualitas yang diberikan; Reliability 1: kesediaan variasi jenis kecepatan pengiriman; dan Tangibility 1: pintu gerbang yang memadai untuk keluar masuk kendaraan
3. Hasil dari diagram kartesius menunjukkan 3 kelompok lain yang tidak masuk ke dalam prioritas utama, tetapi perlu ditekankan bahwa seluruh indikator menunjukkan nilai negatif sehingga walaupun tidak menjadi kelompok utama namun perlu dilakukan pembenahan secepatnya paling tidak hingga perbaikan pada kelompok utama selesai dilakukan.

Hasil kesimpulan diatas dapat menjadi masukan kepada perusahaan mengenai atribut utama yang perlu diperbaiki, namun begitu perlu dilakukan analisis lebih mendalam mengenai bagaimana layanan perlu ditingkatkan agar sesuai dengan harga yang dibayarkan oleh pelanggan.

5. REFERENSI

- [1] Ridwan Nanda Mulyana. 2021. Industri Kontan. Diakses 11 November 2021. <https://industri.kontan.co.id/news/jasa-logistik-ekspres-tumbuh-hingga-30-pada-semester-i-2021?page=1>
- [2] Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- [3] Usmara. 2008. Strategi Baru Manajemen Pemasaran. Amara Book.
- [4] Wahid Nashihuddin. 2012. Servqual; Metode Tepat Meningkatkan Kualitas Layanan Perpustakaan. UPT Perpustakaan dan Undip Press
- [5] Agus, S. (2011). Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Alfabeta.
- [6] Zeithaml, Valarie A., Leonard L. Berry, and A. Parasuraman. 1985. Problem and Strategis in

- Services in Strategis in Services Marketing. Journal of Marketing, April. pp.35-48.
- [7] Achmad Ariyanto, Renilaili, Ch. Desi Kusmindari. 2019. Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis. Bina Darma Conference on Engineering Science 134-141.
 - [8] Rodiah, Indri Indrawati. 2019. Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Di Smp Negeri 3 Rancaekek. ReTIMS Vol 1, No. 1 Februari 2019 page 62-68.
 - [9] M. Mujiya Ulkhaq, Monalisa Putri Br. Barus. 2017. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan SERVQUAL: Studi Kasus Layanan IndiHome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Regional 1 Sumatera. Jurnal Sistem dan Manajemen Industri Vol 1 No 2 Desember 2017, 61-67
 - [10] Ni Made Arie Sulistyawati, Ni Ketut Seminar. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, 2015 : 2318-2332.
 - [11] Fahtira Virdha Noor. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Herba Penawar Alwahida Indonesia. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu.
 - [12] Tri Ulfa Wardani. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek.. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.