



ANALISIS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN PADA J&T CABANG MEDAN

Neni Triastuti¹, Fahmi Sulaiman²

¹Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I, Medan

²Program Studi Manajemen Perusahaan, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan

e-mail: nenitriastuti1986@gmail.com fahmisulaiman1990@gmail.com

Abstrak

Pelayanan merupakan suatu kegiatan diperusahaan yang bersifat melayani untuk meningkatkan pelanggan agar merasa tetap nyaman dan dapat bekerja sama dengan perusahaan tersebut. Pelayanan didalam proses pengiriman barang yang paling penting diperhatikan adalah produk dan ketepatan waktu pengiriman, hal ini merupakan suatu usaha kualitas pelayanan agar konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sangat baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelayanan pengiriman pada J&T Cabang Medan, yang menggunakan indikator bukti fisik, Keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Jenis data yang digunakan ialah data primer dan sumber data yang digunakan memakai data internal dan eksternal. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian lapangan. Metode analisis data menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan hasil akumulasi data yang didapatkan bahwa para pelanggan lebih dominan dengan indikator empati karena pegawai menunjukkan perilaku memberikan banyak perhatian, bersikap sopan dan dapat menangani keluhan kepada pelanggannya dalam melakukan tugas saat pengiriman barang.

Kata kunci: Pelayanan, pengiriman, konsumen, jasa

Abstract

Service is an activity in the company that is serving to increase customers so that they feel comfortable and can work with the company. The service in the process of delivering goods is the most important thing to note is the product and timeliness of delivery, this is a service quality effort so that consumers will feel satisfied if the service provided is very good. The purpose of this study was to determine the delivery service at J&T Medan Branch, which uses indicators of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy. The type of data used is primary data and the data sources used are internal and external data. used is field research. The data analysis method uses quantitative methods. Based on the results of data accumulation, it was found that customers are more dominant with empathy indicators because employees show the behavior of giving a lot of attention, being polite and being able to handle complaints to their customers in carrying out tasks when delivering goods.

Keywords: Service, Delivery, Consumer. Services

I. PENDAHULUAN

Di zaman globalisasi ini, tidak dapat dihindari bahwa pengiriman barang sangat perlukan, baik itu individu maupun oleh perusahaan. Setiap perusahaan harus dapat mengirim barang ke daerah-daerah tertentu. Pelayanan sangat berperan disebuah perusahaan dikarenakan pelayanan berperan penting untuk sebuah perusahaan itu dikarenakan pelayanan suatu aktivitas di perusahaan untuk meningkatkan pelanggan agar merasa tetap nyaman dan dapat bekerja sama dengan perusahaan tersebut. Proses pengiriman barang (bahan baku, bahan setengah jadi maupun barang

jadi) yang tidak tepat waktu bisa menyebabkan barang terlambat sampai tujuan hal tersebut yang menyebabkan konsumen merasa kurang puas dalam pelayanan pengiriman paket.

Pelayanan dapat dikatakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima oleh konsumen dengan tahapan pelanggan yang diharapkan. Hal ini dikarenakan tuntutan masyarakat terhadap pelayanan semakin besar. Setelah melakukan pelayanan yang baik terhadap pelanggan, Pelayanan akan mampu menghadapi segala perubahan baik lingkungan internal dan eksternal karena telah melakukan pelayanan dalam

Pengiriman barang dengan baik dan bertanggung jawab. [1] Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis terletak pada lokasi yaitu peneliti sebelumnya melakukan penelitian di Rumah Makan Metro sedangkan penulis meneliti di J&T Cabang Medan. J&T Cabang Medan yang menyediakan jasa dengan banyak berbagai jenis produk, salah satunya ialah layanan paket pos. Selama penulis melihat dan memperhatikan proses pengiriman di tempat yang telah ditentukan. Oleh karena pentingnya pelayanan pelanggan dan karena banyak persaingan yang melalui peningkatan pelaksanaan dalam pelayanan [2]. Tujuan dari penulis dalam melakukan penelitian adalah untuk mengetahui Pelayanan Pengiriman pada J&T Cabang Medan.

Pelayanan dan Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan yang mencakup peran image pada persepsi kualitas jasa adalah dipandang sebagai model yang paling tepat. [3]

Pelayanan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung [4].

Pelayanan adalah aktivitas yang dapat dirasakan melalui hubungan antara penerima dan pemberi pelayanan yang menggunakan peralatan berupa organisasi atau lembaga perusahaan. [5]

Faktor yang menyebabkan buruknya Kualitas Layanan perusahaan harus mampu memahami dan mengantisipasi macam-macam faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas pelayanan, di antaranya sebagai berikut :

1. Produksi dan konsumen yang terjadi pada perusahaan

Salah satu karakteristik unik jasa/layanan yaitu jasa produksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. adapun kelemahan yang mungkin ada pada karyawan layanan dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi:

- a. Tidak terampil dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan
- b. Cara berpakaian karyawan kurang sopan dan kurang rapi

- c. Bau badan karyawan mengganggu kenyamanan pelanggan. seharusnya bau badan yang wangi agar pelanggan nyaman
- d. Karyawan membuat wajah cemberut atau pasang tampang “angker”
- e. Memberikan janji yang tidak pasti sehingga tidak mampu memenuhinya maka pelanggan merasa kesal.
- f. Karyawan tidak merespon keluhan para pelanggan

2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Lebih memperbanyak tenaga kerja dibandingkan upah atau gaji yang diberikan.

3. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama

Pelanggan yaitu individu unik dengan perasaan, dan emosi masing-masing. dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam.

Indikator dan Dimensi Pelayanan

Dimensi kualitas Jasa Layanan merupakan dimensi kualitas jasa dimana setiap jasa yang ditawarkan memiliki beberapa aspek yang dapat dipergunakan untuk mengetahui tingkat pelayanan. [6]

[7] Ada lima indikator pelayanan publik atau umum yaitu :

1. Bukti langsung (Tangibles)

Bukti langsung yang berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan seperti peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia (Gedung, gudang, dan sebagainya)

2. Keandalan (Reliability)

Berhubungan dengan kemampuan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.

3. Daya Tanggap (responsiveness)

Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera dan cepat



4. Jaminan (Assurance)
Berhubungan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (trust) dan keyakinan pelanggan (confidence).
5. Empati (empathy)
Bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Tujuan dan Standar Pelayanan

Salah satu tujuan pedoman standar Pelayanan sebagai untuk memberikan kepastian yang sudah dilakukan, meningkatkan kualitas yang dicapai dan kinerja pelayanan sesuai dengan kebutuhan pada masyarakat dan selaras dengan kemampuan penyelenggara sehingga dapat membuat masyarakat percaya [8]

II. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada metode penelitian kuantitatif eksplanatori. Dimana penulis hanya ingin mengetahui seberapa penilaian konsumen terhadap jasa pengiriman pada J&T Cabang Medan.

Tempat penelitian dilaksanakan di J&T Cabang Medan, Penelitian dilakukan pada tahun 2020.

Pengertian sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan demikian dalam penelitian ini semua yang di dalam populasi akan digunakan menjadi sampel, maka di dalam penelitian ini digunakan sampel jenuh. Penulis mengambil sampel dari keseluruhan dari populasi yaitu 20 responden

Data Primer yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan penulis secara langsung dari perusahaan melalui hasil kuesioner mengenai Analisis Pelayanan pada Pengiriman di J&T Cabang Medan.

Data Sekunder adalah informasi mengenai J&T Cabang Medan untuk bagian Pelayanan seperti indikator dalam penelitian yang diperoleh melalui buku-buku dan referensi lainnya.

Data Internal yang diperoleh pada tujuan penelitian, dimana data tersebut ialah data yang masih baku sehingga harus diolah nya kembali oleh penulis. Data dalam penelitian ini diperoleh dari J&T Cabang Medan yang berkaitan dengan Pelayanan pada pelanggan.

Data eksternal yang diperoleh dari berupa buku teks, jurnal, dan tesis yang mendukung penelitian ini.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Dengan penelitian ini, penulis memberikan kuesioner kepada pelanggan di J&T Cabang Medan. Teknik kuesioner dapat dilakukan secara langsung membagikan 2 lembar kertas yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada pelanggan J&T Cabang Medan. [9]

Metode yang digunakan penulis dalam menganalisis data dalam penelitian ini yaitu dengan metode deskriptif dan kuantitatif dengan menggunakan alat bantu *Microsoft Excel* dan mencari nilai rata-rata dalam mendiskripsikan data yang ada diperoleh melalui data kuesioner yang

dibagikan kepada pelanggan J&T Cabang Medan. Metode analisis data digunakan dengan mengukur skala pengukuran penulis menggunakan skala Likert.

Teknik Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini dengan mencari rata-rata dari hasil jawaban responden dengan memakai rumus yang diambil menurut **Sudaryono (2014:139)** Rumus yang digunakan untuk menghitung rata-rata adalah sebagai berikut: [10]

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan :

$\bar{X}$ = Mean (Rata-Rata)

$\sum X$ = Jumlah Nilai

N = Jumlah Individu

Selanjutnya untuk mengetahui nilai interval, penulis menggunakan rumus dengan rentang nilai sebagai berikut :
Rentang Nilai =

Nilai Maksimum – Nilai Minimum

Nilai Maksimum

$$\begin{aligned} &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,80 \end{aligned}$$

Tabel 1. Rentang Nilai

Interval	Kategori
4,21– 5	Sangat Tinggi
3,41 – 4,2	Tinggi
2,61 – 3,4	Cukup Tinggi
1,81 – 2,6	Rendah
1 - 1,80	Sangat Rendah

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variable peneliti. [11] Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable.

Tabel 2. Nilai Kategori Skala Pengukuran

Keterangan	SKOR
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sesudah data terkumpul, pengolahan data dilakukan dengan cara pemberian skor penilaian, dalam pemberian skor penilaian tiap jawaban terendah diberi skor 1 dan jawaban tertinggi diberi skor 5. Adapun jumlah responden yang diteliti sebanyak 20 orang dan keterangan untuk skor terendah dan skor tertinggi adalah sebagai berikut :

Tabel 3 Rasio Skor Penilaian

Perhitungan	Skor	Keterangan
1 x 20	20	Terendah
5 x 20	100	Tertinggi

Tabel 4. Kategori Presentase Skor Penilaian

Sangat Baik	86-100
Baik	76-85
Cukup Baik	56-75
Tidak Baik	45-55
Sangat Tidak Baik	Kurang dari 40%

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil kuesioner yang berhasil dihipun, maka berikut adalah tabel persentase skor aktual terhadap skor ideal tentang variabel pelayanan. Data yang penulis dapatkan didalam penelitian ini adalah berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang dituangkan dalam bentuk kuesioner yang berkaitan dengan pelayanan di J&T Cabang Medan yang berjumlah sampel 20 orang pelanggan dengan keterangan berdasarkan dari tanggapan responden (68,3%). Dimana pelanggan tersebut dominan yang sudah lama berlangganan dalam pengiriman barang pada perusahaan tersebut saat penulis memberi kuesioner. ada lima indikator pelayanan yaitu bukti langsung (tangibles), kehandalan (Reliability), daya tanggap

(responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy).

Berdasarkan hasil akumulasi data pernyataan yang di dapatkan dari pengumpulan kuesioner, dapat dilihat bahwa para pelanggan lebih dominan dengan indikator empati karena pegawai menunjukkan perilaku memberikan banyak perhatian dan bersikap sopan kepada pelanggannya dalam melakukan tugas saat pengiriman barang. Pelayanan ini selalu menggerakkan dan mengajak pelanggan agar melakukan pengiriman. Pelayanan yang sering digunakan oleh pegawai J&T Cabang Medan adalah Pelayanan indikator Empati.

Dan perbandingan hasil akumulasi data pada pernyataan yang didapat dari pengumpulan kuesioner, dapat dilihat bahwa pelayanan yang jarang diterapkan oleh pegawai J&T Cabang Medan adalah indikator bukti fisik karena pegawai tidak memperhatikan kondisi lingkungan dibandingkan memberikan perhatian dan bersikap sopan kepada pelanggan.

Tabel 5. Rata-Rata Berdasarkan Indikator

Indikator	Jumlah	Rata-rata	Kategori
Bukti langsung	385	3,85	Tinggi
Kehandalan	424	4,2	Tinggi
Daya Tanggap	402	4,0	Tinggi
Jaminan	418	4,2	Tinggi
Empati	421	4,3	Tinggi

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai Analisis Pelayanan Pengiriman pada J&T Cabang Medan, maka penulis dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian penulis tentang pelayanan pengiriman barang di J&T Cabang Medan bahwa bentuk pelayanan dibagian proses pengiriman, para

pelanggan lebih tertinggi memilih jawaban pelayanan yang bersifat rasa empati dengan rata-rata 4,3% yang berarti di dalam proses pengiriman ini para pegawai sudah memiliki kemampuan yang bisa mengambil rasa simpatik atau memberi perhatian para pelanggan agar para pelanggan selalu merasa puas dan nyaman jika melakukan transaksi pengiriman lewat kantor Pos Indonesia Medan. Indikator bukti fisik memiliki persentase terendah dengan nilai rata-rata 3,85% seperti kondisi lingkungan kurang bersih dan fasilitas di kantor belum lengkap. Indikator kehandalan dengan rata-rata 4,2% seperti pelayanan yang diberikan tidak berbelit-belit. Indikator daya tanggap dengan rata-rata 4,0% seperti pegawai dapat menangani keluhan pelanggan dengan baik. dan indikator jaminan dengan rata-rata 4,2% seperti pegawai mampu membuat pelanggan merasa aman dan percaya selama bertransaksi.

V. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis uraikan diatas, penulis memberikan saran yang tepat untuk dijadikan bahan masukan bagi perusahaan kepada pemimpin J&T Cabang Medan bagian pelayanan agar empati yang telah diterapkan dalam perusahaan dapat dipertahankan agar pelanggan merasa nyaman dan memiliki lingkungan kantor yang menyenangkan. Pelayanan bukti fisik sebaiknya J&T Cabang Medan memberikan dan menambah perlengkapan yang masih kurang di kantor seperti AC, dan lain-lain dan memberikan ruangan yang bersih agar pelanggan nyaman saat ingin memesan atau mengirim barang untuk dikirim ke daerah yang sudah ditentukan oleh pelanggan.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. HARDIYATI, "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PENGINAPAN (VILLA) AGROWISATA KEBUN TEH PAGILARAN," UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG,



- 2010.
- [2] E. Karla and F. Ekonomi, "Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada matahari department store kramat jati," vol. 9, no. 09, pp. 2–4, 2015.
- [3] J. E. Panjaitan and A. L. Yuliati, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JNE CABANG BANDUNG," *DeReMa J. Manaj.*, vol. 11, no. 2, pp. 265–289, 2016.
- [4] D. Hayati, P. L. Budiati, and ..., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Lg Elektronik Indonesia," ... - *Jurnal Ekon. dan ...*, vol. 13, no. 1, pp. 154–162, 2020, [Online]. Available: <https://journal.stienas-yypb.ac.id/index.php/jdeb/article/view/252>.
- [5] K. A. Pratama, "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA CABANG PONOROGO," UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS EKONOMI YOGYAKARTA, 2018.
- [6] R. Atmawati and M. Wahyuddin, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall," *J. Ekon. Manaj. Sumber Daya*, vol. 5, no. 1, pp. 54–61, 2004.
- [7] R. K. Hadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Unit Usaha Retail Kobantitar Mart," *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 4, no. 3, p. 317, 2021, doi: 10.32493/jpkpk.v4i3.10322.
- [8] S. Prawirohardjo, "Buku Panduan Praktis Pelayanan Kesehatan Maternal dan Neonatal," Jakarta: Yayasan Bina Pustaka, 2012.
- [9] J. Jufrizen, "Efek Mediasi Kepuasan Kerja Pada Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan," *J. Ilmiah Manaj. Dan Bisnis*, vol. 17, no. 01, pp. 34–53, 2017.
- [10] S. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung, 2017.
- [11] S. Siregar, "Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPP Versi 17," Jakarta: Kencana Persada Media Gr., 2014.