

MENGUKUR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. GLOBAL JET EXPRESS (J&T EXPRESS)

Yanti Heryanti

STIA YPPT Priatim Tasikmalaya

e-mail co Author: yanti_tsm@yahoo.co.id

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi semakin baik mempengaruhi terhadap perkembangan setiap usaha yang dijalankan, baik berupa usaha yang menghasilkan sebuah produk maupun jasa. Pada umumnya berkaitan dengan jasa pengiriman barang dilakukan oleh sebuah perusahaan, dimana saat ini perkembangannya cukup pesat karena masyarakat lebih mudah mengirimkan barang ke tujuannya dengan menggunakan jasa pengiriman barang. PT. Global Jet Express (J&T Express) merupakan perusahaan bergerak dibidang pengiriman logistik yang memiliki cabang di setiap daerah seluruh Indonesia, termasuk membuka Cabang yang berlokasi di Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas pelayanan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan jasa PT. Global Jet Express (J&T Express) Cabang Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Berdasarkan penelitian ini menunjukkan pelayanan yang berkualitas mempengaruhi terhadap kepuasan para pelanggan PT. Global Jet Express (J&T Express) Cabang Mangkubumi Kota Tasikmalaya, sehingga semakin baik pelayanan yang diberikan dengan mengedepankan kualitas layanannya, akan meningkatkan kepuasan para pelanggannya.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Perusahaan Jasa.

PENDAHULUAN

Perdagangan global yang terjadi pada saat ini merupakan kekuatan yang memicu pertumbuhan ekonomi regional dan global. Perdagangan internasional membawa banyak manfaat bagi negara dan bisnis untuk berbagi hasil dari kegiatan perdagangan dan memberikan setiap orang berbagai pilihan untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Bisnis pada saat ini telah mengandalkan transportasi internasional maupun regional untuk menghubungkan barang, orang, dan negara untuk memfasilitasi pertumbuhan bisnis dan kemakmuran bagi masyarakatnya. Perkembangan ekonomi mendorong semakin berkembangnya perusahaan baik dari sektor produksi barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga terjadinya arus distribusi barang dari produsen hingga dapat sampai kepada konsumen.

Mengukur kualitas layanan industri pengiriman barang bukanlah tugas yang mudah, hal tersebut dikarenakan adanya heterogenitas, intangibility dan inseparability. Perceived QoS merupakan gambaran interaksi antara pelanggan dan

penyedia layanan, sehingga kita bisa mendapatkan persyaratan QoS langsung dari pengirim dengan survei kuantitatif dan kualitatif. Di sisi lain, dengan meninjau literatur dan publikasi praktis, sehingga dapat menemukan penelitian tentang persyaratan kualitas layanan dari industri terkait pengiriman, logistik, atau pengiriman barang (Sheng Teng Huang, 2019).

Marry (1985) mengungkapkan kualitas atribut layanan industri pelayaran kapal seperti waktu transit, kecepatan keberangkatan, reputasi operator untuk keandalan, frekuensi keberangkatan, dan keberangkatan kapal berikutnya. Lu YZ Dinwoodie (2002) secara empiris mendalami perkembangan jaringan internasional freight forwarder regional. Kolaborasi antara perusahaan ekspedisi yang bersaing dapat menciptakan kondisi yang menguntungkan dan berbagi jaringan satu sama lain. Lai KH, Cheng (2004) secara empiris mempelajari industri angkutan barang dalam hal profil demografis, kapasitas untuk menyediakan berbagai jenis layanan logistik, kinerja layanan dan prospek yang dirasakannya, dengan menjelaskan banyak pengirim barang memiliki kapasitas besar untuk menyediakan jasa pengiriman barang dan logistik tradisional, tetapi tampaknya tidak memiliki kapasitas untuk menyediakan layanan bernilai tambah lainnya.

Perusahaan jasa pengiriman logistik atau barang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa non produk atau barang, sehingga lebih mengedepankan pelayanan. Supranto (2006) memberikan pengertian tentang jasa/pelayanan dengan menyatakan bahwa: "Jasa/pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, seta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut". Selanjutnya menurut Kotler (Mukarom dan Wijaya *Laksana*, 2018), menyatakan: "Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun".

Setiap pelayanan yang diberikan kepada penerima layanan tentu harus dapat memenuhi ekspektasi atau sesuai dengan yang diharapkan, yaitu berhubungan dengan kepuasan. Setelah mendapatkan kepuasan sesuai dengan ekspektasinya, penerima layanan akan menggunakannya kembali. Menurut Goetsch & Davis (Hardiyansyah, 2018) menyatakan: "Kualitas pelayanan yakni situasi dinamis yang berkaitan pada jasa, produk, lingkungan, orang juga prosedur yang melebihi harapan atau memenuhi harapan". Kepuasan merupakan tolok ukur bagi keberhasilan sebuah perusahaan, baik berupa barang maupun jasa, karena jika kurang memuaskan akan berdampak terhadap perkembangan perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan Zeithaml (Hardiyansyah, 2018) dapat diukur melalui 1) Tangibel (berwujud), diantaranya, peralatan, fasilitas fisik, komunikasi, juga personal; 2) Reliability (kehandalan), terdiri atas keahlian bagian pelayanan ketika akan mewujudkan pelayanan yang disepakati secara tepat; 3) responsiveness (ketanggapan), kemauan dalam untuk menolong konsumen, bertanggungjawab dengan pelayanan yang telah diberikan; 4) Assurance (jaminan) terdiri dari kesopanan juga pengetahuan karyawan juga keahliannya dalam memberi keyakinan

juga kepercayaan, dan 5) Empathy (empati), dimana perusahaan memberikepedulian dan perhatian individual kepada perlanggannya.

Istilah kepuasan menurut Kotler & Keller (Tjiptono, 2014) menyatakan: “Kepuasan pelanggan ialah tingkatan rasa yang muncul dari seseorang sesudah melakukan perbandingan dari hasil kinerja, yang dia nikmati dari hasil perbandingan dengan apa yang diharapkan”. Selanjutnya Kotler (Tjiptono, Fandy & Chandra, 2016) mengidentifikasi empat metode untuk menilai kepuasan pelanggan :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Tiap organisasi akan memfokuskan pelanggan (customer-oriented)) harus memberi keleluasan juga terusan yang nyaman serta gampang kepada pelanggannya untuk memberi kritikan, opini, saran, juga keluhannya. Alat yang dpergunakan dapat berbentuk kotak saran yang disimpan di daerah yang strategis (gampang dicapai ataupun kerap dilalui pelanggan), kartu komentar (dapat diisi langsung ataupun dikirimkan melalui pos ke perusahaan), gratis saluran telepon, situs dan sebagainya. melalui metode ini menghasilkan gagasan baru yang bisa dijadikan masukan yang berharga bagi perusahaan, maka memungkinkan untuk beraksi dengan cepat serta tanggap untuk melewati masalah yang muncul. Menurut karakteristiknya, teknik ini bersifat pasif, oleh sebab itu perusahaan menanti ide pelanggan untuk memberi keluhan ataupun opini. Maka, susah untuk memperoleh gambaran lengkap tentang kepuasan ataupun ketidakpuasan pelanggan lewat metode ini saja. Pelanggan yang tidak puas tidak semuanya akan memberi keluhannya. Mungkin saja mereka tidak akan beli produk ataupun memerlukan jasa perusahaan bahkan mereka dapat alih pemasok. Sebagian penelitian membuktikan bahwa 25% dari semua pembelian konsumen dicirikan oleh ketidakpuasan, dengan begitu kurang dari 5% pelanggan yang merasa kurang puas bersedia untuk mengeluh, umumnya mereka segera beralih pemasok. Mencoba memperoleh saran yang baik dari pelanggan dengan metode ini terbilang susah. Apalagi bila perusahaan enggan memberikan umpan balik juga dukungan yang cukup untuk mereka yang telah bekerja keras 'berpikir' (sumbangkan ide) pada perusahaan. Perlu juga diingatkan bahwa kotak keluhan maupun saran yang kosong tidak serta merta dapat diartikan bahwa seluruh pelanggan sudah terpuaskan.

2. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Diantaranya ada teknik agar memperoleh hasil tentang kepuasan pelanggan ialah mempekerjakan sebagian orang ghost shoppes agar bertindak ataupun bersandiwara menjadi pelanggan potensial dari produk juga kompetitor perusahaan. Mereka dimintai untuk interaksi bersama staf penyedia layanan juga mempergunakan jasa maupun produk perusahaan. Sesuai pengalaman mereka, mereka lalu dimintai untuk mengatakan penemuan mereka mengenai kelemahan juga kekuatan produk perusahaan serta kompetitor. Umumnya pelanggan dimintai untuk memahami juga mengukur dengan cermat teknik perusahaan juga pesaing menanggapi permintaan pelanggan tertentu, membalas pertanyaan pelanggan, juga mengurus keluhan apa pun. Jika mungkin, sebaiknya manager

perusahaan turun langsung ke pelanggan ghosp untuk mengenal secara langsung bagaimanapun karyawan memperlakukan juga beinteraksi dengan pelanggannya. Bahkan, mungkin karyawan tidak mengetahui bahwa atasannya sedang melaksanakan penilaian ataupun penelitian. Jika karyawan mengetahui dirinya diberikan penilaian, maka sikapnya akan sangat 'manis' juga hasil penilaiannya cenderung bias.

3. *Lost Customer Analysis*

Sebisanya perusahaan harus menelpon pelanggan yang sudah berganti pemasok maupun berhenti membeli untuk menanyakan mengapa perihal iniberlangsungi agar mereka membuat kebijakan perbaikan lebih lanjut. Tidak hanya exit interview yang dibutuhkan, tapi pantauan tingkat customer loss juga perlu, ketikatingkatan tingkat customer loss menentukan kekalahan perusahaan untuk memberi rasa puas pelanggan. Namun, kesusahan pelaksanaan teknik ini ialah dalam mengonrak mantan pelanggan juga mencatatcutomer yang sanggup memberi arahan serta mengevaluasi kemampuan perusahaan. Beberapa dari mantan pelanggan ini brangkali tidak lagi melihat kegunaan ataupun tertarik dalam memberi masukan kepada perusahaan.

4. *Survei Kepuasan Pelanggan*

Bagian banyak riset keupasan pelanggan dilaksanakan dengan melakukan cara peninjauan, adapun peninjauan melaui,telpon,e-mail, pos, websites, ataupun interview secara langsung. Dengan melakukan peninjaua, perusahaan dapat menghasilkan jawaban dan balesan yang tepat dari para pelanggan dan memberikan tanggapan yang bagus unuk perusahaan karena telah memberi perhatian kepada pelanggan.

Salah satu perusahaan dibidang jaswa pengiriman yaitu J&T Express yang sudah bisa menjangkau semua daerah di negara Indonesia Satu diantra ciri kesuksesan pada CEO Oppo Indonesia Jet Lee,saat ini mempunyai 2.000 cabang di seluruh negara indonesia , juga lebih dari 11.000 kurir(spinter), 900 mobil di seluruh indonesia. Perkembangan secara pesat ini merupakanakibat kesuksesan mantan CEO Oppo Indonesia yakni founder J&T Express Jet Lee.Perusahaan J&T Express Cabang Mangkubumi ini buka setiap hari di mulai hari Senin sampai dengan hari d Minggu waktu operasional yaitupukul 08.00 – 22.00 wib. J&t Express Cabang Mangkubumi memiliki ruang tunggu yang nyaman dan memiliki area parkir yang sangat luas.

METODE

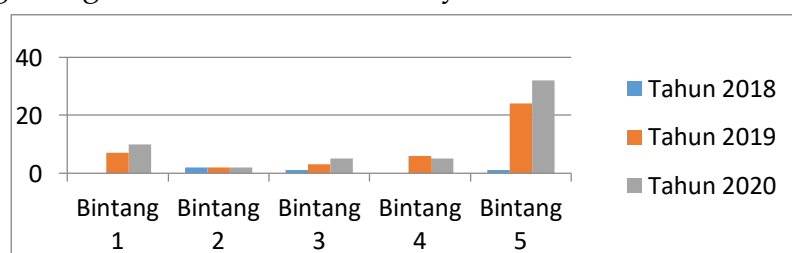
Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode asosiatif yang bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Global Jet Express (J&T Express) Cabang Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Populasi penelitian ini sebanyak 620 orang pelanggan yang telah melaksanakan kirim barang selama 1 bulan (Bulan Desember Tahun 2020) di Perseroan Terbatas (PT) Global Jet Express (J&T) di Cabang Mangkubumi Tasikmalaya.

Teknik Sampling yang dipergunakan di penelitian ini yakni Samplingg Aksidental. Dalam penelitiannya memepergunakan metode kumpulan data yakni alat ukur berupa kuesioner dengan skala pengukurannya yaitu Skala Likert. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear yang bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna PT. Global Jet Express (J&T Express) Cabang Mangkubumi Kota Tasikmalaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan ekonomi dapat menumbuhkan berbagai pertumbuhan perusahaan, baik pada perusahaan penghasil barang maupun jasa. Setiap perusahaan baik produk maupun jasa selalu memiliki persaingan dengan produk sejenis, sehingga setiap perusahaan harus memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan perusahaan lainnya yang sejenis. Strategi yang dimiliki oleh setiap perusahaan akan berbeda-beda untuk memenangkan pasar yang sama, termasuk pada jenis usaha dibidang jasa pengiriman logistik. Telah banyak berdiri perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman logistik untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan pengiriman barang untuk sampai ke tujuan dengan menggunakan perusahaan yang ada.

Salah satu perusahaan yang terus berkembang dalam bidang jasa pengiriman logistik atau barang yaitu perusahaan J&T Express, dimana salah satunya membuka Cabang di Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya untuk memberikan pelayanan yang prima kepada para pelanggan melalui dengan cara memberikan respon dengan cepat, tepat, para karyawan pun memberikan senyuman, salam, dan sapaan. Tidak hanya itu para karyawan yang sangat ramah juga sopan, para pelanggan disediakan kotak dan saran juga website resmi untuk menyampaikan keluhan .Berikut adalah hasil dari survei melaui ulasan dari para pelanggan J&T Express Cabang Mangkubumi Kota Tasikmalaya:



Gambar 1. Ulasan J&T Express Cabang Mangkubumi Tasikmalaya
Sumber : Data di olah peneliti

Dari hasil diagram tersebut terlihat peningkatan setiap tahunnya, terutama dengan adanya ulasan bintang 5 yang terus meningkat setiap tahunnya. Bintang 5 dalam ulasan tersebut memberikan gambaran atau arti perusahaan J&T Express Cabang Mangkubumi telah sepenuh hati memberi Kualitas Pelayanan yang baik bagi pelanggan dengan bentuk pelayanan. Dan dari penjelasan itu terlihat apakah kualitas pelayanan dari perusahaan J&T Express Cabang Mangkubumi dapat memberi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari gambaran di atas dapat

memberikan gambaran tentang pelanggan di J&T Expresss Cabang Mangkubumi menunjukan presentase yang baik sebagai berikut :

1. Pada tahun 2018 presentase bintang 1 (ulasan tidak puas) yaitu 50%, bintang 3 (ulasan cukup puas) yaitu 25%, dan bintang 5(ulasan sangat puas) yaitu 25%.
2. Pada tahun 2019 presentase bintang 1 (ulasan tidak puas) yaitu 17%, bintang 2 (ulasan kurang puas) yaitu 5%, bintang 3 (ulasan cukup puas) yaitu 7%, bintang 4 (ulasan puas) 14% dan bintang 5(ulasan sangat puas) yaitu 57%.
3. Pada tahun 2020 presentase bintang 1 (ulasan tidak puas) yaitu 18%, bintang 2 (ulasan kurang puas) yaitu 5%, bintang 3 (ulasan cukup puas) yaitu 9%, bintang 4 (ulasan puas) 9% dan bintang 5 (ulasan sangat puas) yaitu 59%.

Ulasan para pelanggan yang baik (memberikan ulasan bintang 5 yang semakin tahun semakin tinggi setiap tahunnya) pada grafik tersebut diduga karena kualitas pelayanan yang baik yaitu sebagai berikut :

- Memberikan pelayanan prima kepada pelanggan melalui dengan cara memberikan respon dengan cepat, tepat, sesuai dengan SOP, para karyawan pun memberikan senyuman, salam dan sapaan.
- Memiliki tempat ruang tunggu yang nyaman dan disediakan kotak saran/keluhan .
- Karyawan berpakaian dengan lengkap dan rapi (memakai seragam J&T dan disertai nametag).
- Keterampilan karyawan dalam mempergunakan alat bantu seperti (mobil/motor) untuk mengantarkan paket pelanggan dengan baik dan cepat.
- Pelanggan disediakan website resmi untuk menyampaikan keluhan atau saran maupun di wawancara secara langsung.

Selanjutnya untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang oleh J&T Express Cabang Mangkubumi Kota Tasikmalaya, dilakukan pengolahan data melalui statistik dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi .

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 ^a	.483	.477	1.427
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Berdasarkan hasil pengolahan data, sebagaimana tabel di atas menunjukan bahwa besar hubungan (koefisien korelasi) antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan diperoleh sebesar 0.695 atau sebesar 69,5%. Selanjutnya nilai determinasi atau nilai prediktor diperoleh angka sebesar 0.483 atau sebesar 48,3%, yang artinya bahwa sebesar 48,3% kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Cabang Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Selanjutnya dilihat dari Berdasarkan hasil uji T dengan perbandingan $t_{hitung} 8.853 > t_{tabel}$ yaitu 1.662 dan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan

berpengaruh terhadap kepuasan kepada pelanggan J&T Express Cabang Mangkubumi Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dari beberapa aspek. Sarana dan prasarana, kecepatan layanan, tanggungjawab, ketepatan waktu harga yang bersaing dapat memberikan kepuasan kepada pengguna layanan yang diberikan oleh J&T Express Cabang Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan berdampak terhadap kepuasan pengguna layanan, sehingga setiap pegawai yang terlibat dalam jasa pengiriman perusahaan tersebut fokus kepada bagaimana memberikan pelayanan yang berkualitas kepada setiap pengguna layanannya agar perusahaan dapat terus berjalan dan berkembang dengan baik. Hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel berwujud, daya tanggap, jaminan dan empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Rizky, dkk, 2016).

KESIMPULAN

Perkembangan jasa pengiriman yang berkembang pesat saat ini telah menjadi persaingan tersendiri dengan berbagai fasilitas layanan yang ditawarkan. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Cabang Mangkubumi Kota Tasikmalaya, sehingga semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pengguna layanannya akan semakin baik kepuasan yang diharapkan oleh pengguna layanan yang diberikan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hardiyansyah. (2018). Kualitas Pelayanan Publik. Penerbit Gava Media.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. UNITOMO PRESS.
- Lai KH, Cheng TCE (2004) A study of the freight forwarding industry in Hong Kong. International Journal of Logistics Research and Applications: A Leading Journal of Supply Chain Management 7(2):71–84
- Lu YZ, Dinwoodie J (2002) Comparative perspectives of international freight forwarder services in China. Transportation Journal 42(2):17–27
- Mary R. Brooks. (1985). An alternative theoretical approach to the evaluation of liner shipping Part II. Choice criteria. Maritime Policy & Management: The flagship journal of international shipping and port research 12(2):145–15503088838500000050
- Mukarom Zaenal dan Wijaya *Laksana*. 2018. Manajemen Pelayanan Publik. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sheng Teng Huang (2019). Service quality evaluation of international freight forwarders: an empirical research in East Asia. <https://jshippingandtrade.springeropen.com/articles/10.1186/s41072-019-0053-6>

- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. ALFABETA, cv.
- Sujarweni, V. W. (2019a). METODOLOGI PENELITIAN BISNIS & EKONOMI. PUSTAKABARUPRESS.
- Supranto. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Rineka. Cipta.
- Rizqy Rien, Moh Mukeri Warso, Azis Fathoni (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen PT. Graha Service Indonesia Cabang Semarang).
<http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/497>
- Tjiptono, Fandy & Chandra, G. (2016). Service, Quality dan Satisfaction. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. CV. Andi Offset.