

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

---

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM MENGGUNAKAN JASA  
PENGIRIMAN BARANG PADA PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR  
(JNE) PEKANBARU**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Penyusunan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Administrasi Bisnis  
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Islam Riau



**MELINDA ZA1  
NPM: 157210420**

**JURUSAN ADMINISTRASI  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
PEKANBARU  
2019**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya kepada kita semua untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Kualitas Pelayanan dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru**” dan diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.

Penulis menyadari usulan penelitian ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu semua kritikan dan saran akan diterima dengan besar hati. Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dorongan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Rektor Universitas Islam Riau Bapak Prof. DR. H. Syafrinaldi, SH., MCL yang telah memberikan kesempatan menimba ilmu kepada penulis di Universitas Islam Riau.
2. Bapak DR. H. Moris Adidi Yogia, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang menyediakan fasilitas dan menyediakan kesempatan pada penulis dalam menuntut ilmu pada lembaga pendidikan yang beliau pimpin.

3. Bapak La Ode Syarfan, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis beserta jajaran Dosen pada jurusan Ilmu Administrasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
4. Bapak Arief Rifa'i, Sos., M.Si selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
5. Bapak La Ode Syarfan, SE., M.Si selaku pembimbing II yang telah memberi bimbingan, petunjuk dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
6. Bapak, Ibu Dosen dan Karyawan serta Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan dan motivasi untuk mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini serta perpustakaan univesitas islam riau yang telah memberikan informasi, referensi bagi penulis.
7. Kepada Pimpinan dan Karyawan PT. JNE Jl. Sisingamagaraja Kota Pekanbaru yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan mengambil data serta informai yang dibutuhkan.
8. Terimakasih kepada Bapak dan Ibu, Adik-adik, da Keluarga yang telah mendukung, memberikan doa, memotivasi dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan studi pada Universitas Islam Riau.

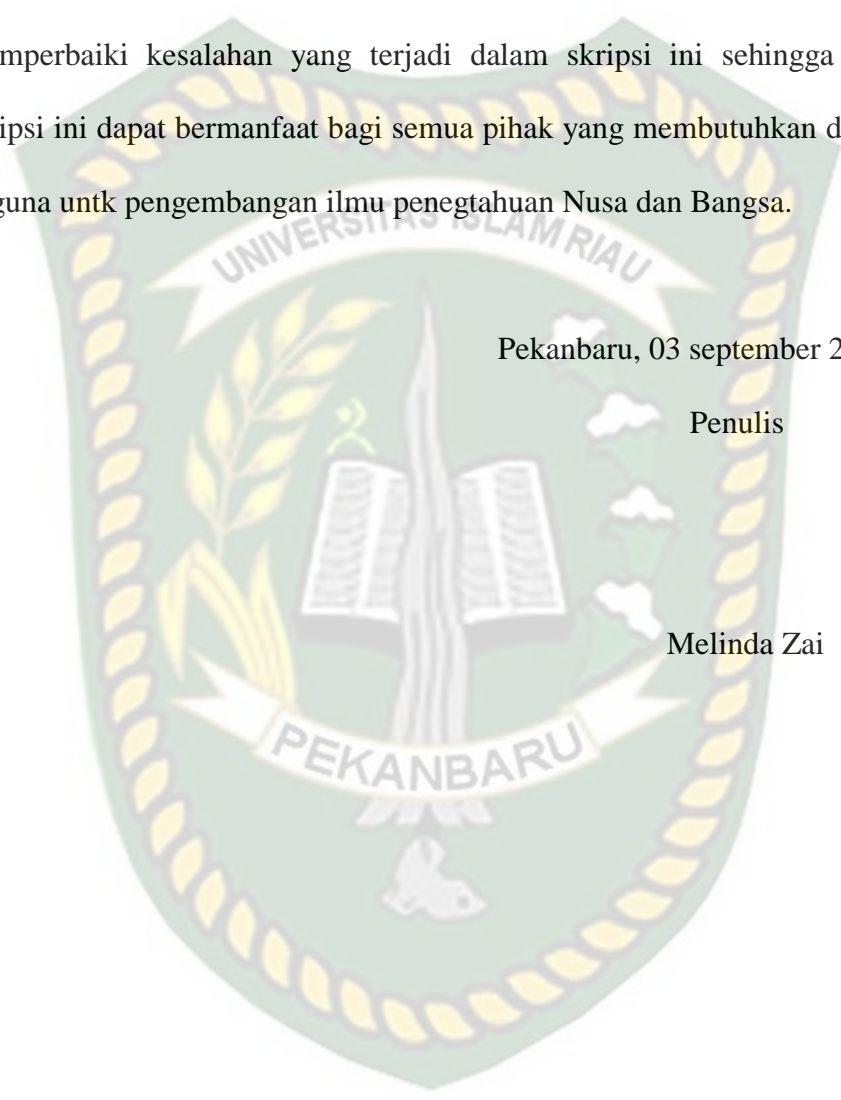
9. Terimakasih untuk teman-teman seperjuangan jurusan administrasi bisnis angkatan 2015 yang selalu bersma selama proses perkuliahan dan memberikan dukungan serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mengharapkan saran dan kritik untuk menyempurnakan dan memperbaiki kesalahan yang terjadi dalam skripsi ini sehingga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan semoga berguna untk pengembangan ilmu penegtahuan Nusa dan Bangsa.

Pekanbaru, 03 september 2019

Penulis

Melinda Zai



## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN UJIAN KONFEREHENSIF .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	15
C. Tujuan Penelitian & Kegunaan Peneliti .....	15
<b>BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR</b>	
A. Studi Kepustakaan .....	17
1. Konsep Administrasi .....	17
2. Konsep Organisasi .....	20
3. Konsep Manajemen .....	25
4. Manajemen Pemasaran Jasa .....	27

5. Pemasaran Jasa .....	27
6. Kualitas Pelayanan Jasa .....	30
a. Perspektif Kualitas Jasa .....	31
b. Karakteristik Kualitas Jasa .....	33
c. Klasifikasi Kualitas Jasa .....	34
d. Dimensi Kualitas .....	35
e. Model Kualitas Jasa .....	37
f. Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa .....	38
g. Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa .....	40
7. Kepuasan Konsumen .....	41
B. Kerangka Pikir .....	48
C. Konsep Operasional .....	51
D. Operasional Variabel .....	54
E. Teknik Pengukuran .....	55
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Tipe Penelitian .....	60
B. Lokasi Penelitian .....	61
C. Populasi dan Sampel .....	61
D. Teknik Penarikan Sampel .....	63
E. Jenis dan Sumber Data .....	63
F. Teknik Pengumpulan Data .....	64
G. Teknik Analisis Data .....	65
<b>BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Singkat Perusahaan .....	67
B. Fungsi Organisasi Organisasi .....	68
C. Struktur Organisasi .....	69
D. Jenis Layanan Jasa .....	72
E. Sistem Informasi JNE .....	74
F. Visi dan Misi Perusahaan .....	75

G. Prosedur dan Persyaratan Pengiriman .....	76
H. Metode Pembayaran JNE .....	80

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

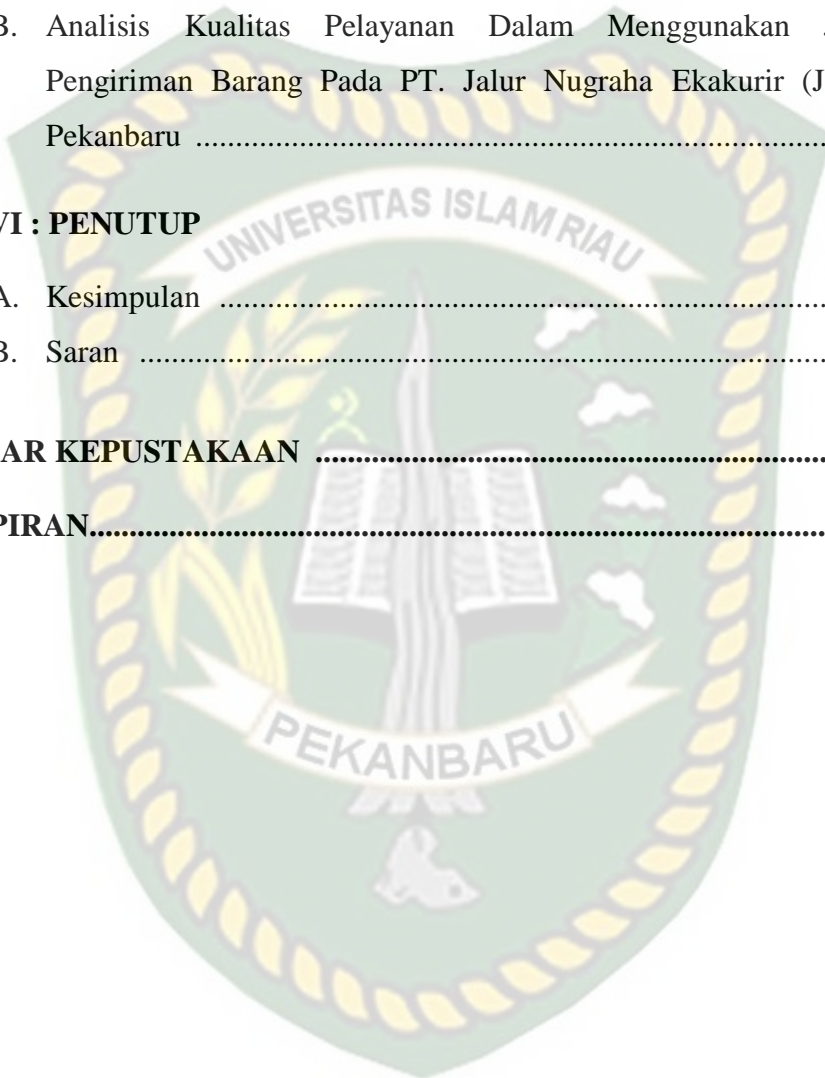
A. Identitas Responden .....	82
B. Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru .....	85

**BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	104
B. Saran .....	105

<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>107</b>
---------------------------------	------------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>110</b>
----------------------	------------



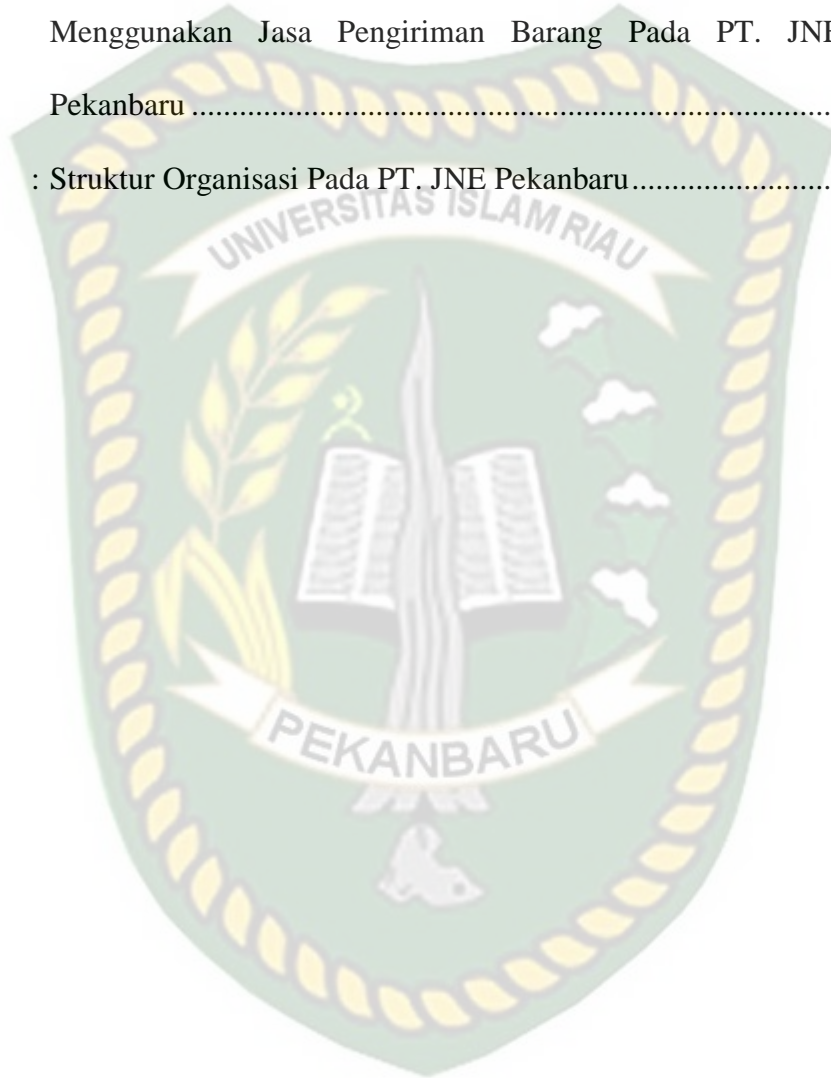
## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
I. 1 : Daftar Top Brand Awards .....	6
I. 2 : Data Agen PT. JNE Berdasarkan Pembagian Lokasi yang Terangkum di Pekanbaru.....	7
I. 3 : Jenis Layanan Jasa Pengiriman Paket yang Disediakan Oleh Perusahaan PT. JNE Pekanbaru.....	9
I. 4 : Keluhan yang Disampaikan Oleh Konsumen .....	10
I. 5 : Data Keluhan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman Barang PT. JNE Pekanbaru Tahun 2018 .....	11
I. 6 : Perbedaan Tarif/Harga Jasa Pengiriman Barang Antar Perusahaan .....	12
I. 7 : Data Jumlah Pengiriman Barang Pada PT.JNE Pekanbaru .....	13
II. 1 : Operasional Variabel Tentang Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jsa Pengiriman Barang Pada PT. JNE Pekanbaru .....	54
II. 2 : Pengukuran Skala Likert .....	56
III. 1 : Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian .....	63
V. 1 : Deskripsi Responden Berdasarkan Umur .....	85
V. 2 : Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	85
V.3 : Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	86
V.4 : Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	87

V.5 : Tanggapan Responden Untuk Indikator Bukti Fisik Pada PT. JNE Pekanbaru .....	89
V.6 : Tanggapan Responden Untuk Indikator Keandalan Pada PT. JNE Pekanbaru .....	92
V.7 : Tanggapan Responden Untuk Indikator Daya Tanggap Pada PT. JNE Pekanbaru .....	94
V.8 : Tanggapan Responden Untuk Indikator Jamianan Pada PT. JNE Pekanbaru .....	97
V.9 : Tanggapan Responden Untuk Indikator Empati Pada PT. JNE Pekanbaru .....	100
V.10 : Rekapitulasi Kesulurahan Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru .....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
II.1 : Kerangka Pikir Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. JNE Pekanbaru .....	51
II.2 : Struktur Organisasi Pada PT. JNE Pekanbaru.....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Wawancara Penelitian.....	110
Lampiran II Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran III Dokumentasi Penelitian.....	121



## SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian Konferehensif yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melinda Zai  
NPM : 157210420  
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)  
Judul Skripsi : "Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT.Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru"

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian Konferehensif ini beserta seluruh dokumen yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa, naskah Ujian Konferehensif ini adalah benar hasil karya saya sendiri (tidak karya plagiat) yang saya tulis sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa, keseluruhan pesyarat administratif, akademik dan keuangan yang melekat kepadanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas dan Universitas.
3. Bahwa, apabila kemudian hari ditemukan secara syah bahwa ternyata butir dan butir 2 di atas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan ujian konferehensif yang telah saya ikut serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara Republik Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 28 Juli 2019  
Pelaku Pernyataan



Melinda Zai

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM MENGGUNAKAN JASA  
PENGIRIMAN BARANG PADA PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)  
PEKANBARU**

**ABSTRAK**

**MELINDA ZAI**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru. Penelitian ini menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif yang menggambarkan objek yang diteliti dengan cara mengumpulkan data, menganalisis sehingga diperoleh hasil sesuai penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling insidental. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang pada tahun 2018 sebanyak 41 orang konsumen. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Sementara teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada PT. JNE Pekanbaru ditentukan oleh lima indikator yaitu: bukti fisik. Keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dapat dikatakan baik dengan hasil rekapitulasi 39% dan berada pada kategorikan baik.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan

**ANALYSIS OF SERVICE QUALITY IN USING FREIGHT FORWARDING SERVICES  
IN PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR PEKANBARU**

**ABSTRACT**

**MELINDA ZAI**

*This research was conducted to determine the quality of service in using freight forwarding service at PT. JNE Pekanbaru. This study explains that service quality variables are variables that affect customer satisfaction. The type of research that the author uses is descriptive which describes the object under study by collecting data, analyzing so that results are obtained according to the research using quantitative methods. The sampling technique used is incidental sampling population and sample in the study are consumers who use freight forwarding services 2018 as many as 41 consumers. Data collection is done by interview, questionnaires and documentation. The data analysis used is descriptive analysis techniques. From the results of the study indicate that service quality at PT. JNE Pekanbaru is determined by five indicators namely: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy can be said to be good with a recapitulation of 30% and is in the good category.*

**Keywords:** *Service Quality*

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini persaingan dalam dunia bisnis sudah semakin tajam dan luas, para pemasar dituntut tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga kualitas pelayanan untuk bisa tampil sebagai pemenang dalam persaingan. Dimana produk-produk sejenis sudah semakin tipis perbedaannya dalam hal kualitas, maka yang menjadi kunci utama untuk menjadi pemenang dalam persaingan tersebut adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada para pelanggan.

Pada saat ini proses pengiriman barang sering sekali dilakukan oleh masyarakat luas dan prosesnya berlangsung cepat. Bila sebelumnya masyarakat melakukan transaksi jual beli secara konvensional. Tingginya frekuensi pengiriman barang tersebut salah satunya disebabkan oleh maraknya jual beli *online*. Hal inilah yang merangsang pasar jasa pengiriman barang tumbuh pesat. Pada zaman dulu masyarakat hanya mengenal pengiriman barang melalui PT. Pos Indonesia sebagai perusahaan jasa pengiriman. Namun, kini persaingan semakin besar karena banyaknya pendatang baru untuk memberikan inovasi.

Menurut Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) no 6 tahun 1984 tentang penyelenggara jasa titipan “menimbang bahwa sifat umum dari penyelenggara Jasa Titipan (*Ekspress Delivery Service*) adalah memperhatikan pengoperasian pelayanan yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan perusahaan yang bergerak di dalam jasa pengiriman

barang ini digunakan untuk menunjang kelancaran pendistribusian arus barang dan jasa dalam mendukung kompetisi yang sehat, menjaga konsistensi peraturan penyelenggaraan jasa titipan (*Ekspress Delivery Service*) dan melindungi kepentingan pengguna jasa.

Dari beberapa perusahaan jasa yang dikenal oleh masyarakat. JNE merupakan salah satu penyedia jasa pengiriman barang yang cukup terkenal dan sering digunakan masyarakat dalam transaksi pengiriman barang. Dalam perusahaan khususnya dibidang pengiriman paket harus menempatkan orientasi pada kepercayaan konsumen sehingga membuat konsumen memberikan kepercayaan kepada perusahaan dalam pengiriman paket atau barang tersebut.

Dalam hal ini kualitas berhubungan erat dengan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan pelanggan sama halnya dengan memberikan kepercayaan kepada konsumen yang dimana perusahaan harus bisa meyakinkan konsumen bahwa perusahaan JNE akan memberikan tanggung jawab atas barang yang akan dikirim ke alamat yang dituju sampai ke konsumen. Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*).

Keberhasilan perusahaan dapat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit dicapai karena keberagaman keinginan setiap konsumen berbeda. Oleh karena itu, kualitas

menjadi penting dalam memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen sehingga biasa membuat pelanggan menjadi loyal. Ketatnya persaingan pada usaha bisnis pengiriman barang ini mampu bersaing dengan perusahaan lain, agar lebih efektif dan efisien dalam menjalankan bisnis jasa mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Kepercayaan merupakan keyakinan bahwa bahwa penyedia jasa dapat menjalin hubungan kerjasama dalam jangka panjang dengan pelanggan serta kemauan atau keyakinan mitra perusahaan kepada konsumen untuk memberikan hal positif, mendapatkan kepercayaan dari konsumen sangatlah mudah dengan cara menjanjikan dan memberikan pelayanan yang baik akan memenuhi harapan konsumen. Pentingnya membangun kepercayaan konsumen berarti mampu meyakinkan bahwa konsumen percaya dalam menggunakan jasa pengiriman Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).

Menurut Parasuraman (dalam Etta Mamang Sangadji 2002;100) kualitas jasa sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Selanjutnya menurut Fandy Tjiptono (dalam Etta Mamang Sangadji 2005;100) menjelaskan bahwa apabila jasa yang diterima atau yang disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal .

Jasa pengiriman merupakan salah satu bidang jasa yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Jasa pengiriman sangat membantu mengirimkan barang kepada orang lain dalam waktu yang singkat dan tidak terlalu membutuhkan waktu yang lama, maupun jarak dekat atau jauh yang pasti

perusahaan akan mengirimkan barang tersebut sampai ke tempat tujuan. JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Nama resmi adalah Tiki Jalur Nugraha Ekakurir, nama tersebut diambil dari bahasa Sanskerta yang berarti “Jalur Nugraha Ekakurir” dan kini menjadi salah satu perusahaan kurir yang terbesar di Indonesia.

JNE adalah perusahaan kurir dan logistik terbesar yang didukung secara ONLINE yang tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman *Express*. Layanan Regular mencapai kota dan kabupaten tujuan di seluruh Indonesia. Produk layanan kami sangat bervariasi namun YES (Yakin Esok Sampai) yang disertai laporan penyampaian secara otomatis melalui layanan SMS adalah merupakan produk andalan JNE saat ini. Walaupun layanan JNE berpengaruh terhadap faktor lain seperti cuaca dan layanan penerbangan, namun dengan adanya jaminan uang kembali merupakan komitmen JNE untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan menjadi konsumen tetap serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama. Bisnis jasa pengiriman barang ini merupakan salah satu peluang bisnis yang menguntungkan sehingga perusahaan JNE banyak membuka cabang atau Agen di setiap daerah bahkan di desa dan perkampungan pengiriman barang melalui JNE sudah dibuka. Semakin maraknya bisnis online di Indonesia saat ini

membuat perusahaan pengiriman barang jne tersebut mampu bersaing dan berkompetensi dalam memberikan pelayanan jasa yang baik dan kepercayaan kepada konsumen untuk mampu meyakinkan bahwa perusahaan JNE dapat memenuhi kebutuhan dan harapan yang diinginkan konsumen.

Saat ini jasa pengiriman barang berkembang sangat pesat. Perkembangan ini ditandai dari munculnya sejumlah perusahaan yang terus bertambah dalam beberapa tahun belakangan ini yang bergerak dalam bidang yang sama yaitu industri jasa pengiriman. Peningkatan tersebut terjadi atas aktifitas pengiriman seiring dengan berkembangnya dunia usaha dan juga pesatnya perkembangan bisnis dengan menggunakan media internet yang sangat terkait dengan jasa pengiriman. Adanya permintaan pasar atas pengiriman barang menjadi latar belakang semakin banyaknya pelaku usaha berkiprah dalam industri pengiriman.

Arus bisnis di era teknologi informasi memungkinkan distribusi produk dari kota besar memasarkan ke kota kecil dan begitu juga sebaliknya,. Pentingnya kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen juga berlaku pada industri jasa pengiriman. Perkembangan teknologi informasi mendorong terjadinya perubahan perilaku manusia serba instant. Salah satunya berbelanja melalui jaringan *e-business* yang cenderung meningkat, bertumbuh dengan pesat bisnis online memicu tumbuhnya perusahaan logistik seperti: JNE, TIKI, J&T, FedEx, DHL dan Pos Indonesia.

**Tabel I.1: Top Brand Awards**

Merek	2015		2016		2017		2018	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
<b>JNE</b>	43,5%	TOP	47,6%	TOP	49,4%	TOP	45,0%	TOP
<b>TIKI</b>	36,2%	TOP	35,7%	TOP	34,7%	TOP	13,6%	TOP
<b>POS INDO</b>	6,7%		9,6%		8,4%		11,6%	
<b>DHL</b>	2,1%		1,3%		1,3%		3,5%	

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com), 2018

Dari tabel di atas dapat dilihat dari tahun 2015 sampai 2018 terdapat dua perusahaan yang menjadi *top brand* yaitu JNE dan TIKI. Namun, pengukuran Top Brand Index (TBI) Presentase dari JNE pada tahun 2015 sebesar 43,5%, TIKI sebesar 36,2% masih lebih besar presentase JNE sampai tahun 2018 hingga saat ini. Semakin ketatnya persaingan jasa pengiriman yang lain tidak mendapatkan top brand seperti Pos Indonesia dan DHL. Pos Indonesia yaitu jasa pengiriman yang sudah ada sejak lama dan dikelola oleh perusahaan BUMN dan sekarang jarang sekali konsumen menggunakannya karena estimasi 5-10 hari pengiriman barang pada pos indonesia masih dalam waktu yang cukup lama sehingga membuat konsumen merasa kurang puas dengan pengiriman barang yang lama. Jadi, jasa pengiriman barang yang masih sering digunakan yaitu JNE dan TIKI tetapi JNE masih lebih unggul dibandingkan dengan TIKI.

**Tabel I.2: Data Agen PT. JNE Berdasarkan Pembagian Lokasi Yang Terangkum Pekanbaru**

Agen	Alamat	Kontak	Telepon	Hp
1	Jl.IR.Juanda No.136	Ita	0761-33102	085363876296
	Senapelan-Pekanbaru	Lina	076144881919	
2	Jl.Riau Komplek Harapan	Bahtiar		
	Indah No,10, Tampan-PKU			081371112078
4		Diana	0761-588242	08127558385
	Jl.Paus Ruko No.2	Bahtiar		
5	Jl.Kh.Nasution No.101	Dento	0761-679913	081365557599
	Simpang Tiga-Pekanbaru			
8	Jl.Sakuntala No.25	Khaidir	0761-7871214	081365651776
	Harapan Raya	Dina	0761-8303086	081365797763
16	JL. Amilin/Semangka No.3	Azhan	0761-42602	0761-7713077
22	JL.Pepaya No.72 F	Ipong		081378184558
	Sukajadi-Pekanbaru			
27	Jl.Kaharuddin Nasution	Hirwan	0761-679223	085837362316
	No.235 A			
28	Jl.Ring Road No.105	Rika	0761-7653332	
29	Jl.Ketapang No.18	Ayu	0761-7686700	081537580000
30	Jl.Jendral Sudirman No.247	Agus		08157602144
	Kantor Koperasi Pajak	Dewi	0761-400096	088526556443
31	Jl. Nenas No.27	Ridha	0761-35379	
	PT.Ridbanggun Bersaurindo	Imel	0761-33706	
32	Bonanza Warnet	Nina		081997761922
	Jl.Melur No.17 Panam		0761-7645951	
33	CV.Adijaya Media Pustaka	Sofyan		08127670603
	Jl.Taman Sari No.36	Syaifu		085278890659
34	Toko New Starnet	Toni	0761-857040	
	Jl.Riau No.14 A	Budi		
35	Butik Safiya	Ilham		085274941524
	Jl.SM.AminNo105	Siswita	0761-587662	

1	2	3	4	5
37	Jl.Pemuda o.44 E	Roberto		085265600778
38	Toko Global	Sin Na	0761-572051	081364501191
39	UD.Sentosa	Ari		085271705247
	Jl.HR.Subrantas No.119	Hendra	0761-860131	0811608732
40	Jl. Sepakat Perum Kulim	Rahmat		08127648853
	No AA9			
41	CV.Mahkota Tuan Negeri	Julfitri	0761-7628761	081371292881
	Jl.Kutilang Sakti Blok A No.14	Rina		081371003366
42	Jl.Riau Ujung No.267	Heni	0761-21314	081933200880
	Toko Cipta Makmur Disel	Suharto no		08127579755
TX		Ria	0761-7002109	
	Jl. Sudirman No.324		0761-35199	
Dota Ponsel		Herman to		
	Jl. Kartini Sari No.2			
Muhibba h	Jl.Kartini	Irfan		081371178817
		Rizal	0761-869691	
Cikpuan	Jl.Sudirman No.124	Along		081365624624
Megarasa	Jl.Sudirman No.397	Deni	0761-7772891	
				082172656522
Lancing Kuning				
	Jl.SudirmanNo.7E	Mardi		085265673239
TK.Berdi kari	Jl.Nangka No.217	Atong	0761-45485	
	Mall Pekanbaru It.2 blok 3 No.12	Jonny		
Tk. Ridho	Jl.Jend Sudirman No.123	Stepen	0761-850055	087893330999
Po.Inhil Jaya	Jl.K.H Ahmad Dahlan	Merry	0761-32132	
		Djowo		081637146
Mas Travel		Widya	0761-35496	
Toko HL		Helen		081275657777
	Jl.Jendral	Lihui		085263376999

1	2	3	4	5
Era Sentosa	Jl. Riau No.69 E	Wiwi		081277444967
Bintang Inarah Muli	Jl.Ronggo Warsito No.17	Nilam	0761-7736300	08127577587
PT.Taruko Jaya Brsm	Jl.Bukit Barisan Kop.Ruko Buana No.5	Ashari Yati	0761-47101	081371024168 081365407200

Sumber: PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru, 2018.

Tabel di atas menunjukkan bahwa PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru banyak mempunyai bawahan sub-sub agen yang terangkum di Kota Pekanbaru. Diharapkan bagian dari sub-sub agen ini bisa memberikan pelayanan dan mempermudah konsumen untuk melakukan pengiriman barang sesuai lokasi yang terdekat dengan daerahnya.

**Tabel I.3: Jenis Layanan Jasa Pengiriman Paket yang disediakan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru**

No	Jenis Layanan	Harga per KG Ke Jakarta	Estimasi	Penjelasan Layanan
1	OKE (Ongkos Kirim Ekonomis)	Rp13.000	4-7 Hari	Layanan pengiriman paket tarif biaya relatif ekonomis
2	REG (Regular)	Rp 23.000	2-3 Hari	Jenis pengiriman paket ini lebih cepat dan biaya lebih mahal dari layanan OKE
3	YES (Yakin Esok Sampai)	Rp 26.000	1 Hari	Layanan pengiriman paket ini membutuhkan waktu 1 hari setelah dikirim
4	SS (Spesial Service)	Rp 250.000	24Jam	Layanan pengiriman paket ini menjanjikan waktu estimasi pengiriman sampai tujuan pada hari yang sama saat pengiriman.

Sumber: Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru, 2018.

Berdasarkan tabel di atas, ada beberapa jenis layanan service yang ditawarkan oleh pihak PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru mulai dari harga yang ekonomis sampai dengan yang cukup mahal dan disesuaikan juga dengan waktu pengiriman yang diinginkan konsumen. Tentu saja waktu yang diinginkan agar barang sampai dalam waktu satu hari biaya yang digunakan cukup mahal. JNE menyediakan jenis layanan dan tarif biaya yang bisa terjangkau oleh konsumen sesuai waktu yang diinginkan konsumen.

**Tabel I.4: Keluhan Yang Disampaikan Konsumen Pada Pihak JNE**

No	Keluhan	Penyebab
1	Keterlambatan dalam pengiriman	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuaca</li> <li>2. Data tujuan atau alamat yang diberikan tidak jelas</li> <li>3. Kurangnya konfirmasi antara kurir dengan customer JNE</li> </ol>
2	Paket dalam keadaan kurang baik	Kesalahan petugas dalam sortir barang
3	Paket tidak sampai	Konsumen yang menerima paket tidak ada pada lokasi tujuan

*Sumber: Data Olahan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru, 2018*

Pada tabel I.4 diatas dijelaskan tentang keluhan-keluhan dari konsumen. Keluhan yang terjadi dapat menjadi sumber masalah bagi perusahaan JNE, banyaknya konsumen yang mengeluh pada pengiriman barang yang tidak sesuai dengan janji yang diberikan perusahaan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan sedikit menghindari keluhan dari konsumen, oleh sebab itu perusahaan harus memberikan pelayanan yang maksimal untuk memenuhi harapan pelanggan. Konsumen mengharapkan mutu pelayanan yang baik dan memuaskan.

Perusahaan harus memperhatikan mutu dari jasa (*service quality*) dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaannya, dalam hal ini tentu berupaya untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

**Tabel I.5: Data Keluhan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru Tahun 2018**

Bulan	Jenis Keluhan			Jumlah
	Barang Hilang	Barang Rusak	Barang Gagal	
Januari	6	4	2	12
Februari	14	15	5	34
Maret	8	12	6	26
April	4	9	-11	24
Mei	10	13	10	33
Juni	16	17	4	37
Juli	20	13	14	47
Agustus	5	5	12	22
September	12	11	8	31
Oktober	8	5	5	18
November	2	7	3	12
Desember	16	11	1	28
<b>Total</b>	121	122	81	324

Sumber: Data Olahan Penelitian JNE Pekanbaru, 2018

Dari tabel I.5 di atas dijelaskan mengenai jumlah keluhan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang yang disampaikan oleh konsumen kepada customer service JNE. Keluhan yang paling banyak dirasakan oleh konsumen adalah barang yang hilang karena lokasi tujuan yang diberikan tidak jelas dan pada saat barang di antar ke tempat tujuan orang yang menerima barang tidak ada sehingga kurir yang mengantar barang menipkan barang atau membawanya kembali ke gudang JNE. Sedangkan keluhan konsumen yang dirasakan adalah barang dalam keadaan tidak baik (rusak) ketika karyawan mensortir barang terlalu terburu-buru yang bisak mengakibatkan barang dalam kondisi tidak baik ataupun tidak sesuai pada waktu pengiriman pada awal. Selanjutnya mengenai barang

gagal pengiriman barang yang tidak sesuai estimasi atau standar waktu yang telah disepakati oleh perusahaan yaitu sebesar,

**Tabel I.6: Perbedaan Tarif/Harga Jasa Pengiriman Barang Antar Perusahaan**

No	Jasa Pengirim	Jenis Layanan	Kota Asal	Kota Tujuan	Harga	Estimasi
1	JNE	OKE	Pekanbaru	Padang	Rp. 18.000	2-3
2	TIKI	REG	Pekanbaru	Padang	Rp. 25.000	3-4
3	J&T	EZ	Pekanbaru	Padang	Rp. 21.000	2-3
4	Pos Indonesia	EXPRESS NEXT BARANG	Pekanbaru	Padang	Rp. 25.000	2-4

Sumber: *Data Olahan Peneliti, 2019*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tarif/harga setiap perusahaan sangat berbeda, pengiriman barang dari kota Pekanbaru ke Kota Padang menggunakan jasa pengiriman JNE lebih relatif murah dari pada jasa pengiriman yang lain yang sedikit harga lebih mahal sesuai dengan jenis layanan yang digunakan standar untuk estimasi 2-3 hari. Maka dapat disimpulkan bahwa jasa pengiriman JNE lebih unggul dari pada jasa pengirim yang lainnya, keunggulannya dapat dilihat dari segi harga yang murah dan dapat dijangkau oleh semua kalangan menengah kebawah.

**Tabel I.7: Data Jumlah Pengiriman Barang Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru Tahun 2018**

Bulan	Jenis Layanan				Jumlah Transaksi
	OKE	YES	REG	SS	
Januari	3	9	24	2	38
Februari	2	17	30	4	53
Maret	5	20	40	5	70
April	3	22	38	1	64
Mei	4	30	33	3	70
Juni	3	35	23	-	61
Juli	4	43	27	2	76
Agustus	5	20	18	3	46
September	3	29	32	4	68
Oktober	10	15	52	-	77
November	4	25	30	5	64
Desember	2	19	35	3	59
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>284</b>	<b>382</b>	<b>32</b>	<b>746</b>

Sumber: Data Olahan Penelitian JNE Pekanbaru, 2018.

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jenis layanan yang banyak digunakan oleh konsumen di perusahaan Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru adalah layanan Reguler, karena layanan reguler yang merupakan layanan yang estimasi pengiriman 2-3 hari termaksud cepat dan biaya pengirimannya tidak terlalu mahal sehingga membuat konsumen lebih banyak menggunakan layanan reguler dari pada layanan lain. Selain layanan reguler ada juga layanan yang ekonomis yaitu layanan OKE (Ongkos Kirim Ekonomis) adalah layanan pengiriman yang ditawarkan oleh JNE dengan biaya ekonomis. Estimasi pengiriman layanan OKE ini sampai pada tujuan dalam waktu 5-7 hari. Selain itu, ada juga layanan YES (Yakin Esok Sampai) yaitu layanan pengiriman paket dalam waktu estimasi 1 hari berbeda dengan layanan Reguler dan layanan OKE.

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa orang konsumen yang ada di PT.Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru, didapati fenomena seperti:

Menurut pra survey adanya beberapa keluhan yang disampaikan konsumen tentang pelayanan jasa dari pihak perusahaan JNE seperti:

1. Parkir yang kurang luas karena banyak kendaraan yang parkir ditepi jalan.
2. Banyak barang yang sampai ke konsumen dalam keadaan kurang tidak baik.
3. Keterlambatan pengiriman disebabkan karena data tujuan yang diberikan konsumen kurang jelas, cuaca buruk, dan kurangnya konfirmasi antara customer JNE dengan pelanggan, sehingga barang tidak sampai ke konsumen.
4. Kurangnya kepercayaan dan ketidakpuas konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada perusahaan JNE karena banyak keluhan-keluhan yang dirasakan oleh konsumen.
5. Kurangnya kesigapan karyawan perusahaan JNE dalam menangani keluhan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk meneliti dari fenomena-fenomena yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis mengangkat judul penelitian yaitu **“Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah: “Bagaimanakah Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru”.

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui, menjelaskan, menganalisis Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru”.

### **2. Manfaat Penelitian**

Setelah penelitian ini dilaksanakan dan mendapat suatu gambaran yang ada sesuai dengan data lapangan, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, antara lain :

- a Kegunaan Teoritis, sebagai pengembangan teoritis tentang konsep-konsep tentang kualitas pelayanan dengan kenyataan empiris yang ada dilapangan guna mendapatkan gambaran penelitian yang penulis lakukan.
- b Kegunaan Praktis, sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dan perkembangan perusahaan masa yang akan datang dan Sebagai sumbangan pemikiran untuk kemajuan perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir.

- c Kegunaan Akademis, Sebagai wadah untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh semasa perkuliahan dan hasil penelitian ini diharapkan menambah kepustakaan serta referensi untuk penelitian selanjutnya.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## BAB II STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

### A. Studi Kepustakaan

#### 1. Administrasi

Konsep administrasi yang diidentifikasi dengan berbagai bentuk keterangan tertulis, dalam studi administrasi diartikan sebagai rangkaian pekerjaan ketatausahaan atau kesekretarian yang terkait dengan surat menyurat (*korespondensi*) dan pengelolaan keterangan tertulis lainnya. Administrasi merupakan salah satu cabang ilmu sosial yang mencakup keseluruhan proses aktivitas kerja sama sejumlah manusia agar dapat mencapai tujuan yang telah disepakati bersama. Istilah Administrasi berasal dari negara Eropa Barat melalui periode penjajahan Belanda di Indonesia. Eropa Barat memperoleh istilah administrasi ini dari bangsa Romawi. Administrasi berasal dari kata *ad-ministrare* yang artinya pertolongan, pemberian jasa, pelayanan jasa dan pengaturan. Dalam pengertian umum administrasi berarti pemberian bantuan, pelaksanaan, pemimpin, dan pemerintah. Administrasi dalam arti luas mencakup keseluruhan proses aktivitas kerja sama sejumlah manusia di dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang telah disepakati.

Administrasi bisnis adalah bagian dari ilmu-ilmu sosial yang mempelajari proses kerja sama antara dua orang atau lebih dalam upaya mencapai tujuan bersama. Administrasi bisnis merupakan ilmu yang berfokus pada perilaku manusia. Administrasi mempunyai objek, subjek, dan metode. Objek dari ilmu administrasi adalah orang-orang dan perilakunya, subjek yang dipelajari adalah

bentuk-bentuk atau bagian-bagian serta mekanisme kerja sama, sedangkan metode adalah cara atau pemikiran yang dikembangkan untuk menciptakan tujuan dari kerjasama. Administrasi bisnis merupakan kegiatan organisasi-organisasi niaga dalam usahanya mencapai tujuan yaitu mencari keuntungan dan dalam kegiatannya tidak mempertimbangkan kepentingan rakyat tetapi memperhitungkan kepentingan individu atau kelompok. Menurut Herbert (Sugandhi Dann 1991;9) administrasi sebagai kegiatan-kegiatan kelompok yang bekerjasama mencapai tujuan-tujuan bersama. Ilmu administrasi merupakan hasil pemikiran dan penalaran manusia yang disusun berdasarkan dengan rasionallitas dan sistematika yang mengungkapkan kejelasan tentang objek formal yaitu pemikiran untuk menciptakan suatu keteraturan dari berbagai aksi dan kreasi yang dilakoni oleh manusia (Makmur 2007;5)

Administrasi dalam arti sempit berasal dari kata *administratie* (bahasa belanda) yaitu meliputi kegiatan catat-mencatat, surat-menyurat, pembukuan ringan, ketik-mengetik, agenda yang bersifat teknis ketatausahaan. Administrasi dalam arti luas, Menurut The Lieng Gie (1980;1) mengatakan administrasi secara luas adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam suatu kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Sufian Hamim (2005;8) administrasi diartikan sebagai kegiatan suatu kelompok yang saling bekerjasama terdiri dari orang atau lebih yang terdapat dalam semua usaha kelompok, Negara, Swasta, Sipil, Militer, Usaha Besar ataupun Kecil dalam mencapai tujuan bersama.

Siagian (2003;2) mengatakan bahwa administrasi adalah proses kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan pada rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah diterapkan sebelumnya, definisi tersebut memberikan beberapa hal yaitu:

1. Administrasi adalah sebagai seni adalah suatu proses yang diketahui hanya permulaannya sedangkan akhirnya tidak diketahui.
2. Administrasi mempunyai unsur tertentu yaitu adanya dua manusia atau lebih, adanya tujuan yang hendak dicapai, adanya tugas yang harus dilaksanakan, adanya peralatan dan perlengkapan untuk melaksanakan tugas-tugas itu kedalam golongan peralatan dan perlengkapan termasuk pula pada waktu, tempat, peralatan materi, serta sarana lainnya.
3. Administrasi sebagai proses kerjasama bukan merupakan hal yang baru karena ia telah timbul bersama-sama dengan timbulnya peradaban manusia.

Dari beberapa pengertian para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa administrasi adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh dua atau lebih orang untuk melakukan kegiatan kerjasama secara efektif dan efisien yang dilakukan oleh satu atau lebih orang dalam mencapai tujuan bersama yang telah disepakati.

Pembagian Ilmu Administrasi : Menurut Sutopo (1999;5) perkembangan administrasi yang pada mulanya bergerak di dalam dunia industri dan perusahaan, kemudian menjalar ke pemerintahan atau negara sehingga kita mengenal adanya business administration dan general administration atau public administration. Di samping itu juga berkembang administrasi privat (*private administration*), yaitu:

### 1. Administrasi Niaga

Administrasi ini adalah administrasi yang bergerak dalam organisasi atau lembaga niaga atau bisnis yang berorientasi pada laba (*provit*).

### 2. Administrasi Publik

Menurut Nutt dan Bakoff (1992;225) dalam bukunya yang berjudul Organisasi dan Administrasi. Istilah Publik berasal dari bahasa latin ‘of people’(yang berkenaan dengan masyarakat). Sasaran organisasi publik ditunjukkan kepada masyarakat umum yang bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat tanpa membedakan status dan kedudukannya..

### 3. Administrasi Privat

Administrasi ini bersifat sosial dan tidak berorientasi pada laba (*nirlaba*), misalnya: yayasan, organisasi kemasyarakatan.

## 2. Organisasi

Manusia adalah makhluk yang dinamis, ketidakterbatasan kebutuhan manusia dan keterbatasan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhannya telah menghadapkan manusia untuk hidup berorganisasi. Organisasi berasal dari bahasa Yunani yaitu “Orgonon” dan istilah Latin “Organum” yang berarti alat, bagian, anggota, atau badan. Organisasi adalah sarana atau alat mencapai tujuan. Oleh karena itu dikatakan organisasi adalah wadah atau wahana, kegiatan orang-orang bekerja sama untuk mencapai tujuan. Organisasi dalam arti luas bertitik tolak dari pendekatan multi aspek dan dimensi yang melekat dengan aktivitas organisasi itu. Pendekatan melatar belakangi beragam redaksionis definisi organisasi yang telah

ditulis. Organisasi tersebut ada yang berukuran besar dan kecil, milik swasta dan pemerintah, bertujuan untuk mencari laba/nonprofit

Organisasi adalah suatu unit sosial yang terdiri dari dua orang atau lebih, dikoordinasi secara sadar, dan berfungsi dalam suatu dasar yang relatif terus-menerus untuk mencapai satu atau serangkaian tujuan Robbins dan Judge (2007;7)

Menurut Sondang P.Siagian (2003;6) organisasi adalah setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja sama serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan yang terdapat seorang atau beberapa orang yang disebut atasan dan seorang atau sekelompok orang yang disebut bawahan. Dari definisi tersebut menunjukkan bahwa organisasi dapat ditinjau dari dua segi pandang, yaitu:

1. Organisasi sebagai wadah dimana kegiatan-kegiatan administrasi dijalankan
2. Organisasi sebagai rangkaian hirarki dan interaksi antara orang-orang dalam suatu ikatan formal

Menurut Ralp Currier (Sutarto 1983;22) organisasi merupakan suatu kelompok-kelompok yang sedang bekerja ke arah tujuan bersama di bawah kepemimpinan.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa organisasi adalah wadah untuk membentuk sistem organisasi merupakan struktur pembagian kerja antara individu dan kelompok orang-orang yang bekerja untuk mencapai tujuan bersama.

Menurut Zulkifli (2005;55) Organisasi sebagai locus studinya dispesifikan menjadi dua bidang kajian utama, yaitu:

1. Organisasi bertujuan memberikan pelayanan kepada publik tanpa mengharapkan keuntungan. Jenis organisasi yang termasuk kelompok ini dikonsepsikan sebagai organisasi publik. Locus studi ilmu administrasi terhadap organisasi publik ini pada awalnya terfokus kepada negara. Kelompok kerjasama orang-orang yang dibentuk dengan tujuan utamanya adalah untuk melindungi dan mensejahterakan warga negara atau bangsanya. Pada perkembangan berikutnya locus studi ini berkembang mencakup berbagai jenis organisasi nirlaba tidak mengejar keuntungan materi yaitu seperti yayasan sosial, LSM.
2. Organisasi yang memberikan pelayanan kepada publik tertentu dengan menargetkan sejumlah keuntungan dalam materi dengan batas-batas yang terukur. Jenis organisasi tersebut termasuk kepada kelompok organisasi bisnis yang terpopuler saat ini.

Menurut Feriyanto Andri dan Shyta Endang Triana ada beberapa ciri-ciri organisasi antara lain, sebagai berikut:

- a. Adanya suatu kelompok orang yang dapat dikenal.
- b. Adanya kegiatan yang berbeda tetapi satu sama lain saling terkait.
- c. Tiap-tiap anggota menyumbangkan kemampuannya.
- d. Adanya koordinasi dan wewenangan.
- e. Adanya suatu tujuan.

Menurut Feriyanto Andri dan Shyta Endang Triana ada beberapa bentuk struktur organisasi, diantaranya:

#### 1. Organisasi Garis

Organisasi garis adalah suatu bentuk organisasi yang di dalamnya merupakan garis wewenang yang saling berhubungan langsung secara vertikal antara pimpinan dan bawahan. Pada organisasi ini garis bersama dari kekuasaan dan tanggung jawab yang bercabang pada setiap tingkat pimpinan mulai dari tingkat yang teratas sampai tingkat yang terbawah. Dalam organisasi ini seseorang atau bawahan hanya bertanggung jawab kepada satu orang atasan saja.

#### 2. Organisasi Garis dan Staf

Organisasi garis dan staf merupakan kombinasi dari organisasi lini, asas komando dipertahankan tetapi kelancaran tugas pemimpin dibantu oleh para staf di mana staf berperan memberi masukan, bantuan pikiran, saran-saran dan data informasi yang dibutuhkan.

#### 3. Organisasi Fungsional

Organisasi fungsional adalah suatu organisasi di mana wewenang dari pimpinan tertinggi dilimpahkan kepada kepala bagian yang mempunyai jabatan fungsional untuk dikerjakan kepada para pelaksana yang mempunyai keahlian khusus.

#### 4. Organisasi Panitia

Organisasi panitia/komite adalah organisasi yang masing-masing anggota mempunyai wewenang yang sama dan pimpinannya kolektif, organisasi komite lebih mengutamakan pimpinan artinya, dalam organisasi ini terdapat pimpinan,

komite juga bersifat formal dan informal. jadi, organisasi dalam bentuk panitia ini adalah organisasi di mana para pelaksanaan dibentuk dalam kelompok-kelompok yang bersifat panitia.

Suatu organisasi menetapkan tugas pekerjaan yang dibagi, dikelompokkan dan dikordinasi secara formal. Menurut Robbins (2002;132) ada beberapa unsur dalam merancang struktur organisasi, yaitu:

1. Spesialisasi Kerja

Yaitu suatu tingkat dimana tugas dalam organisasi dibagi-bagi mejadi pekerjaan-pekerjaan yang terpisah

2. Depaternalisasi

Yaitu dasar yang dipakai untuk mengelompokkan sejumlah pekerjaan

3. Rantai Komando

Yaitu garis tidak putus dari wewenang yang terentang dari puncak organisasi eselon terbawah dan memperjelas siapa pelapor kepada siapa.

4. Rantai Kendali

Yaitu jumlah bawahan yang dapat diarahkan secara efisiensi dan efektif oleh seorang manajer.

5. Sentralisasi dan Desentralisasi

Sentralisasi yaitu sampai tingkat mana pengambilan keputusan dipusatkan pada suatu titik tunggal dalam organisasi. Sedangkan Desentralisasi yaitu keleluasan keputusan diahlikan kebawah ke karyawan tingkat lebih rendah.

## 6. Formalisasi

Yaitu suatu tingkat yang terhadapnya pekerjaan-pekerjaan dalam organisasi itu dilakukan.

## 3. Manajemen

Manajemen berasal dari kata kerja “to manage” yang artinya mengurus, mengatur, melaksanakan dan mengelola. Istilah manajemen (management) telah diartikan oleh berbagai pihak dengan perspektif yang berbeda, misalnya pengelolaan, pembinaan, pengurusan, ketatalaksanaan, kepemimpinan, pemimpin, ketatapengurusan, administrasi, dan sebagainya. Manajemen merupakan disiplin ilmu yang bertugas mencari kebenaran dalam predikat dimensi teoritis dan metodologi yang harus diuji dan dibuktikan berdasarkan fakta atau data secara objektif kebenarannya. Oleh karena itu, manajemen sebagai ilmu penting untuk dikembangkan agar diperoleh kebenaran ilmu. Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan Stoner, Freeman & Gilbert (1996;2).

Menurut George Terry (2006;17) fungsi-fungsi manajemen sebagai berikut:

1. *Planning*, ialah menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan bersama.
2. *Organizing*, mencakup membagi-bagi komponen yang dibutuhkan untuk mencapai ke dalam kelompok, membagi tugas kepada manajer untuk mengadakan pengelompokkan.

3. *Actuating*, mencakup kegiatan yang dilakukan seorang manajer untuk mewakili dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh perencanaan dan pengorganisasian untuk mencapai tujuan organisasi.
4. *Directing*, merupakan pengarahan yang diberikan kepada bawahan sehingga mereka menjadi pegawai yang berpengetahuan.
5. *Controlling*, mencakup lanjutan tugas untuk melihat apa kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan sesuai rencana
6. *Cordinating*, merupakan sinkronisasi yang teratur dari usaha individu yang berhubungan dengan jumlah, waktu dan tujuan.

Menurut George R. Terry dan Leslie (Karyato 2016;2) Manajemen merupakan suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan keorganisasional atau maksud nyata. Menurut Melayu S.P. Hasibuan (Karyato 2016;3) manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya yang lain secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Sondang P. Siagian (2003;5) manajemen dapat didefinisikan dari dua sudut pandang yaitu sebagai proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka penerapan tujuan dan kemampuan atau keterampilan orang yang menduduki jabatan manajerial untuk memperoleh sesuatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain. Selanjutnya, Menurut Manullang (2012;5) manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

Dari definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen adalah seni sebagai ilmu pengetahuan untuk mengkoordinasi dan mengarahkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh orang lain yang dilakukan oleh seorang manajer guna mencapai tujuan organisasi agar lebih efektif dan efisien.

#### **4. Manajemen Pemasaran Jasa**

Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan dan mengkoordinasikan) serta mengawasi kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Menurut Sule dan Saefullah (2008;14) manajemen pemasaran adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa yang sesungguhnya dibutuhkan oleh konsumen, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan. Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi. Kotler dan Keller (Imakrisna Nanda dan Susilo Hary 2012;3)

#### **5. Pemasaran Jasa**

Industri jasa saat ini merupakan merupakan sektor ekonomi yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan bisnis maupun pasar yang sangat pesat. Pemasaran jasa merupakan salah satu upaya untuk menjembatani antar produsen jasa dengan pengguna jasa. menurut Loverlock dan Wirtz (Doni Juni Priansa 2017;36) menyatakan bahwa pemasaran jasa adalah bagian dari sistem

jasa keseluruhan dimana perusahaan tersebut memiliki sebuah kontak dengan konsumennya, mulai dari periklanan hingga penagihan, hal ini mencakup kontak yang dilakukan pada saat penyerahan jasa. Menurut Basu Swastha (2000;170) Konsep pemasaran sebagai faktor yang paling penting dalam mencapai keberhasilan tersebut kita harus mengetahui adanya cara dan filsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Lupiyoadi Rambat (2006;31) pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif. Pemasaran adalah proses sosial dan managerial dimana perorangan dan kelompok mendapatkan kebutuhan mereka dengan menciptakan penawaran produk yang bernilai masing-masing Philip Kotler (2009;4).

Bauran Pemasaran jasa merupakan pengembangan bauran pemasaran jasa, Zeithmal dan Bitner (Doni Juni Priansa 2017;37) menyatakan bairan pemasaran jasa terdiri dari:

1. Produk

Merupakan kombinasi dari barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasarnya. Tujuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar.

2. Tempat

Merupakan perencanaan dan pelaksanaan program penyaluran produk melalui saluran distribusi yang tepat, waktu yang tepat.

### 3. Promosi

Merupakan salah satu usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan produk yang ditawarkan. Kegiatan promosi ditujukan untuk memberikan informasi, membujuk serta memperingati konsumen akan jasa yang ditawarkan.

### 4. Harga

Merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga barang merupakan sejumlah uang yang dibayarkan sebagai imbalan atas apa yang telah diperoleh konsumen.

### 5. Orang

Merupakan orang yang memberikan persepsi kepada konsumen lain tentang kualitas jasa yang pernah dipakai atau dibelinya dari perusahaan penyedia jasa.

### 6. Proses

Adalah bagaimana nilai jasa tersebut disampaikan kepada konsumennya. Konsumen dapat menilai jasa yang diberikan dalam proses penyampaian jasa dilaksanakan secara tepat, cepat, rapi tidak terdapat kesalahan, konsumen akan merasa puas dan mempunyai penilaian yang baik terhadap perusahaan.

### 7. Bukti Fisik

Merupakan suatu hal yang secara nyata turut memiliki kepuasan untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Dapat membantu menciptakan suasana yang mendukung terjadinya pembelian jasa.

## 6. Kualitas Pelayanan Jasa

*Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Menurut Kotler (Etta Mamang dan Sopiah 2013;99) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Bonar (2002;4) kualitas sebagai sesuatu yang diputuskan pelanggan yang didasarkan atas pengalaman nyata pelanggan terhadap produk atau jasa yang kemudian diukur berdasarkan persyaratan pelanggan tersebut

Menurut Lupiyoadi (2006;181) kualitas pelayanan yaitu modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Menurut Suwithi (Anwar Prabu Mangkunegara 2002;84) kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan. Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Sebagai salah satu bentuk produk, jasa juga bisa didefinisikan secara berbeda-beda.

Menurut Kotler (Lupiyoadi 2013;7) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain

yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Menurut Yazid (Etta Mamang dan Sopiah 2013;93) jasa adalah aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) yang tidak berwujud yang berkaitan dengannya dan melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Menurut Valarie A dan Mary J Bitner (Lupiyoadi 2013;7) jasa merupakan semua aktivitas yang dihasilkan tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

Menurut Valarie A. Zeithaml dan Marry J Bitner (Alma 2004;243) jasa adalah suatu kegiatan ekonomi outputnya bukan produk, dan dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah seperti: kenikmatan, hiburan dan lainnya yang bersifat tidak berwujud.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa jasa adalah suatu tindakan dan aktivitas yang ditawarkan oleh orang lain kepada konsumen dan dikonsumsi dalam waktu bersamaan serta bersifat *intangible* (tidak berwujud) guna memenuhi kebutuhan konsumen

#### **a. Perspektif Kualitas Jasa**

Menurut Garvin (Etta Mamang dan Sopiah 2004;99) menyatakan lima macam perspektif kualitas jasa bisa diartikan secara beraneka ragam oleh orang

yang berbeda dalam situasi yang berlainan. Adapun lima persepektif kualitas tersebut yaitu:

1. Pendekatan transedental

Dalam pendekatan ini, kualitas dipandang sebagai keunggulan bawaan, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalisasikan.

2. Pendekatan berbasis produk

Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.

3. Pendekatan berbasis pengguna

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya sehingga produk yang paling memuaskan seseorang.

4. Pendekatan berbasis manufaktur

Pendekatan ini bersifat pasokan dan secara khusus memperhatikan praktik perekayasaan dan kemanufakturan serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau persyaratan.

5. Pendekatan berbasis nilai

Persepektif kualitas ini bersifat relatif sehingga produk yang paling bernilai adalah barang dan jasa.

## b. Karakteristik Kualitas Jasa

Pelayanan jasa memiliki sejumlah katakarakteristik yang membedakan dengan aspek-aspek lainnya. Terkait dengan hal tersebut, Fandy Tjiptono (2014;28) mengemukakan ada empat karakteristik pelayanan, yaitu:

### 1. *Intagibility* (Tidak Berwujud)

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material atau benda maka jasa merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*) atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki (*non-ownership*). Walaupun jasa hanya dapat berkaitan dan didukung dengan produk fisik (contoh: sepeda motor, bis, kapal, dan pesawat dalam jasa transportasi. Jasa bersifat *intagibility* artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Konsep *intagibility* ini sendiri memiliki pengertian: (1) sesuatu yang tidak dapat disentuh; dan (2) sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, dirumuskan atau dipahami secara rohaniah.

### 2. *Variability* (Bervariasi)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi. Menurut Bovee, Houston & Thill (1995), terdapat tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa: (1) kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa; (2) moral/motivasi karyawan dalam melayani pelanggan; (3) beban kerja perusahaan.

### 3. *Inseparability* (Tidak terpisahkan)

*Inseparability* berarti bahwa hasil (*outcome*) jasa dipengaruhi oleh interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan yang merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. dalam hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa merupakan unsur penting.

### 4. *Perishability* (Tidak tahan lama)

*Perishability* merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang diwaktu datang dijual kembali atau dikembalikan kepada produsen jasa dimana ia membeli jasa.

### c. **Klasifikasi Kualitas Jasa**

Jasa diklasifikasikan berdasarkan beraneka ragam kriteria. Menurut Lovelock (Fandi Tjipotono 2014;36) jasa dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

#### 1. Segmen Pasar

Berdasarkan segemen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa yang ditunjukkan pada konsumen akhir (misalnya: taksi, asuransi jiwa, jasa tabungan dan pendidikan) dan jasa bagi konsumen organisasioal (misalnya: biro periklanan, jasa akutansi dan perpajakan).

#### 2. Tingkat Keberwujudan

Tingkat keberwujudan berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen.

#### 3. Keterampilan Penyedia Jasa

Berdasarkan tingkat keterampilan penyedia jasa, terdapat dua pokok jasa yaitu: jasa profesional (seperti konsultan hukum, konsultan perpajakan, dan

pelayanan) dan jasa nonprofesional (seperti jasa sopir, jasa pengiriman barang, dan penjaga malam)

#### 4. Tujuan Organisasi Jasa

Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dapat diklasifikasikan menjadi jasa komersial atau jasa laba misalnya penerbangan, bank, penyewaan mobil, perpustakaan umum, museum dan lainnya.

#### 5. Regulasi

Dari aspek regulasi, jasa dapat dibagi menjadi jasa teregulasi misalnya jasa pialang, angkutan umum, dan perbankan, dan jasa nonregulasi misalnya jasa makelar, jasa boga dan asrama.

#### 6. Tingkat Intensitas Karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan yang dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu: jasa berbasis peralatan dan jasa berbasis manusia (misalnya terampil, pekerja profesional)

#### 7. Tingkat Kontak Penyedia Jasa dan Pelanggan

#### **d. Dimensi Kualitas Jasa**

Kualitas jasa mempunyai beberapa dimensi, menurut Parasuraman (Fandy Tjiptono 2014:282) ada lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

##### 1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti langsung meliputi penampakan dari fasilitas, gedung, peralatan, dan penampilan dari karyawan perusahaan. Sebuah perusahaan yang mempunyai fasilitas lengkap serta gedung yang memadai akan mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang

diberikan perusahaan tersebut. Konsumen selalu mencoba untuk menilai suatu pelayanan atau services jasa sebelum mereka membelinya.

## 2. Keandalan (*Reliability*)

Kendalan menunjukkan seberapa jauh penyedia jasa sanggup memberikan pelayanan atau jasa sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan tepat. *Reability* bukan hanya penting untuk masalah-masalah yang sangat besar, tetapi seringkali jasa yang kecil merupakan hal yang penting untuk konsumen dalam memberikan evaluasi apakah suatu jasa berkualitas tinggi atau rendah, akibat dari pelayanan yang kurang baik akan berdampak buruk bagi perusahaan.

## 3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap menunjukkan kemauan dan komitmen dari penyedia jasa untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa pada waktu yang tepat. *Respomsiveness* bukan hanya menyangkut dari cepatnya suatu pelayanan yang diberikan, tetapi kemauan dari peneydia jasa atau karyawan dalam membantu konsumen.

## 4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan meliputi: kompetensi, *courtesy*, *credibility* dan *security*. Kompetensi yaitu keahlian dan pengetahuan dari para karyawan dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen, *Courtesy* yaitu etika, sopan santun dan keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan, *Credibility* yaitu reputasi perusahaan dan *Security* yaitu memberikan pengamanan pada perusahaan dan konsumen.

## 5. Empati (Emphaty)

Empati yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.

### e. Model Kualitas Jasa

Parasuraman (Etta Mamang dan Sopiah 2002;101), mengidentifikasi lima gap yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

1. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen, yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta banyaknya tingkatan manajemen.
2. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain, karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standardisasi tugas, dan tidak adanya penyusunan tujuan.
3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor berikut:
  - a. Ambiguitas pesan, yaitu seberapa lama pegawai dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer dan tetap bisa memuaskan pelanggan

- b Konflik pesan, yaitu seberapa lama pegawai meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak
  - c Kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakannya
  - d Kesesuaian teknologi yang digunakan pegawai
  - e Sistem pengendalian dari atasan, yaitu tidak memadainya sistem penilaian dan sistem imbalan
  - f Kontrol yang dirasakan yaitu seberapa lama pegawai merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan
  - g Kerja tim yaitu seberapa lama pegawai dan manajemen merumuskan tujuan untuk memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.
4. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Ekspektasi pelanggan atas kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan mengenai komunikasi pemasaran.
  5. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan yaitu adanya perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan diharapkan oleh pelanggan.

**f. Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa**

Menurut Wolkins dalam Scheuing dan Christopher (1993;203) Untuk menciptakan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan jasa guna memperbaiki kualitas perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama bagi perusahaan, yaitu:

### 1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas, tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.

### 2. Pendidikan

Semua karyawan perusahaan mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional wajib mendapatkan pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam mendapatkan tersebut antara lain konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

### 3. Perencanaan Strategik

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

### 4. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran-sasaran kualitas.

## 5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan maupun stakeholder lainnya (seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat sekitar dan dll)

## 6. Total Human Reward

Reward dan recognition merupakan aspek dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui.

### **g. Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa**

Menurut Fandy Tjiptono (1996;88) dalam meningkatkan kualitas jasa tidaklah semudah itu, banyak faktor yang dipertimbangkan akan berdampak buruk dalam peningkatan kualitas jasa. Diantaranya berbagai faktor yang perlu diperhatikan yaitu:

#### 1. Mengidentifikasi Determinan Utama Kualitas Jasa

Setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggannya. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan utama kualitas jasa dari sudut pandang pelanggan. Oleh karena itu, langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan riset untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting bagi pasar sasaran. Langkah selanjutnya adalah pasar sasaran perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut.

## 2. Mengelola Harapan Pelanggan

Tidak jarang perusahaan berusaha melebih-lebihkan pesan komunikasinya kepada pelanggan dengan maksud agar mereka terpikat. Semakin banyak janji yang diberikan maka semakin besar pula harapan pelanggan oleh perusahaan.

## 3. Mengelola Bukti Kualitas Jasa

Pengelolaan bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan sebelum dan sesudah jasa diberikan. Oleh karena itu, jasa merupakan pelayanan yang diberikan perusahaan dan dapat dirasakan langsung oleh pelanggan, maka pelanggan cenderung memperhatikan faktor-faktor tangibles yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

## 4. Mendidik Konsumen Tentang Jasa

Membantu pelanggan dalam memahami suatu jasa merupakan upaya yang sangat positif dalam penyampaian kualitas jasa. Pelanggan yang terdidik dapat mengambil keputusan secara baik.

## 5. Mengembangkan Sistem Informasi Kualitas Jasa

Sistem informasi kualitas jasa merupakan suatu sistem yang digunakan macam pendekatan riset secara sistematis untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi kualitas jasa yang mendukung pengambilan keputusan.

## 7. Kepuasan Konsumen

Kata “kepuasan atau *satisfaction*” berasal dari bahasa latin “*satis*” artinya cukup baik, memadai dan “*facio*” artinya melakukan dan membuat. Secara

sederhana kepuasan pelanggan diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Namun ditinjau dari perspektif perilaku konsumen istilah kepuasan pelanggan lantas menjadi sesuatu yang kompleks

Westbrook dan Reilly (Fandi Tjiptono 2014:353) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja) serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi atau keyakinan terhadap objek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai individual.

Kotler (Etta Mamang dan Sopiah 2013;183) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Menurut Mowen (Fandi Tjiptono 2014:354) mengatakan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluatif purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik.

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang berasal dari perbandingan anatar kesannya terhadap kinerja produk yang riil/aktual dengan kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan aktual.

Dapat disimpulkan dari definisi di atas bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi yang dilakukan atau dirasakan oleh pelanggan. Perasaan senang maupun kecewa seseorang terhadap suatu produk akan muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja (hasil) dengan harapan-harapan.

#### **a. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (Fandi Tjiptono 2014;369) ada empat metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

##### 1. Sistem Keluhan dan saran

Setiap organisasi berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis.

##### 2. Ghos Shopping

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan jasa dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibandingkan para pesaing. Selain itu, para *ghost shoppers* juga dapat mengobservasikan cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan melayani permintaan dan keluhan pelanggan.

### 3. Lost Customer Analysis

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Hanya saja kesulitan menerapkan metode ini adalah pada mengidentifikasi dan mengontak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

### 4. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka. .

#### **b. Pengembangan Kepuasan Konsumen**

Dari perspektif manajerial mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan adalah hal sangat kritis. Oleh karena itu, para manajer harus memandang program-program yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai investasi. Tingkat kepuasan/ketidakpuasan ini akan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas ekuitas pertukaran oleh atribusi mereka terhadap kinerja produk. Kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. Isu utama dalam penilaian kinerja produk

adalah dimensi apa yang digunakan konsumen untuk melakukan evaluasinya. Ada tujuh dimensi dasar dari kualitas adalah:

1. Kinerja, tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan, sejauh mana produk atau jasa digunakan dengan benar, jumlah atribut yang ditawarkan, kemampuan pegawai untuk menagani masalah dengan baik, kualitas informasi yang diberikan kepada pelanggan
2. Interaksi Pegawai, keramahan, sikap hormat, dan empati yang ditunjukkan oleh masyarakat pemberi jasa atau barang, kredibilitas menyeluruh para pegawai, termasuk kepercayaan konsumen kepada pegawai dan persepsi mereka tentang keahlian pegawai.
3. Reliabilitas, konsisten kinerja barang, jasa dan toko
4. Daya tahan, rentang kehidupan produk dan kekuatan umum
5. Estetika, penampilan fisik barang, daya tarik penyajian jasa, kesenangan atmosfer dimana di mana jasa atau produk diterima
6. Ketepatan waktu dan kenyamanan, seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat informasi diberikan, dan kenyamanan pembelian jasa
7. Kesadaran akan merek, dampak positif atau negatif tambahan atas yang tampak yang mengenal merek atau nama toko atas evaluasi konsumen.

### c. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Irawan (Doni Juni Priansa 2017;2080) dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain:

1. Produk, pelanggan puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik
2. Harga, untuk pelanggan yang sensitive biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi
3. Promosi, memberikan informasi produk dan jasa perusahaan kepada konsumen, seperti; iklan, dan memberikan diskon.
4. Suasana, merupakan faktor pendukung apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri
5. Fasilitas, merupakan bagian atribut perusahaan yang berupa perantara yang mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen.
6. Service Quality, kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.

### d. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2012;153) *“product and service quality, customer satisfaction, and company profitability are intimately connected. Higher levels of quality result in higher levels of customer satisfaction, which support*

*higher prices and lower costs*” yang artinya produk dan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan berhubungan erat. Semakin tinggi hasil kepuasan menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan lebih tinggi, dimana membantu tingginya harga dan pengurangan pengeluaran.

Menurut Zeithaml dan Bitner (Fandi Tjiptono (2014;294) ada empat faktor utama yang sering kali menjadi penyebab dalam timbulnya masalah komunikasi dalam bidang jasa. Oleh sebab itu, ia merekomendasi empat strategi utama komunikasi pemasaran jasa yang salah satunya adalah dengan meningkatkan edukasi pelanggan. Bentuk dari edukasi pelanggan yang dibutuhkan antara lain: menyiapkan pelanggan untuk proses jasa, mengkonfirmasi kinerja dengan standart dan ekspektasi setelah penjualan dan mendidik pelanggan agar menghindari periode permintaan puncak. Melalui edukasi ini diharapkan pelanggan dapat mampu memahami pelayanan yang diberikan dan menghindari kemungkinan kekecewaan di kemudian hari yang disebabkan oleh melonjaknya ekspektasi pelanggan yang berdampak negatif.

Pasuraman dan Hoffman Bateson (Fandi Tjiptono 2014;295) bahwa akademisi dan peneliti yang sepakat bahwa kepuasan konsumen merupakan ukuran spesifik untuk setiap transaksi, situasi dan interaksi yang bersifat jangka pendek sedangkan kualitas jasa merupakan sikap yang dibentuk dari evaluasi keseluruhan terhadap kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut Cronin dan Tayo (Fandy Tjiptono 2014;295) salah satu kemungkinan hubungan yang banyak disepakati adalah bahwa kepuasan membantu konsumen dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa. Hoffman

dan Bateson dikutip oleh Fandy menuliskan dasar pemikirannya tentang hubungan kualitas jasa dan kepuasan konsumen antara lain:

1. Bila konsumen tidak memiliki pengalaman sebelumnya dengan suatu perusahaan maka persepsinya terhadap kualitas jasa perusahaan tersebut akan didasarkan pada ekspetasinya.
2. Interaksi berikutnya dengan perusahaan tersebut akan menyebabkan konsumen memasuki proses konfirmasi dan revisi persepsinya terhadap kualitas jasa
3. Setiap interaksi tambahan dengan perusahaan itu akan memperkuat atau sebaliknya malah mengubah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa
4. Persepsi kualitas jasa yang telah direvisi memodifikasi minat beli konsumen terhadap pembelian dimasa datang.

#### **B. Kerangka Pikir**

Menurut Umar Sekaran (Sugiyono 2011;60) mendefinisikan bahwa “kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting. Jadi kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan”. Kerangka berpikir yang baik menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis dijelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.

Menurut Swithi (Anwar Prabu Mangkunegara 2002;84) kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan. Adapun indikator-indikator dari kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah:

a Bukti fisik

Bukti langsung meliputi penampakan dari fasilitas, gedung, peralatan, dan penampilan dari karyawan perusahaan. Sebuah perusahaan yang mempunyai fasilitas lengkap serta gedung yang memadai akan mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut. Konsumen selalu mencoba untuk menilai suatu pelayanan atau services jasa sebelum mereka membelinya.

b Keandalan

Keandalan menunjukkan seberapa jauh penyedia jasa sanggup memberikan pelayanan atau jasa sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan tepat. *Reability* bukan hanya penting untuk masalah-masalah yang sangat besar, tetapi seringkali jasa yang kecil merupakan hal yang penting untuk konsumen dalam memberikan evaluasi apakah suatu jasa berkualitas tinggi atau rendah, akibat dari pelayanan yang kurang baik akan berdampak buruk bagi perusahaan.

c Daya Tanggap

Daya tanggap menunjukkan kemauan dan komitmen dari penyedia jasa untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa pada waktu yang tepat. *Respomsiveness* bukan hanya menyangkut dari cepatnya suatu pelayanan

yang diberikan, tetapi kemauan dari penyedia jasa atau karyawan dalam membantu konsumen.

d Asuransi

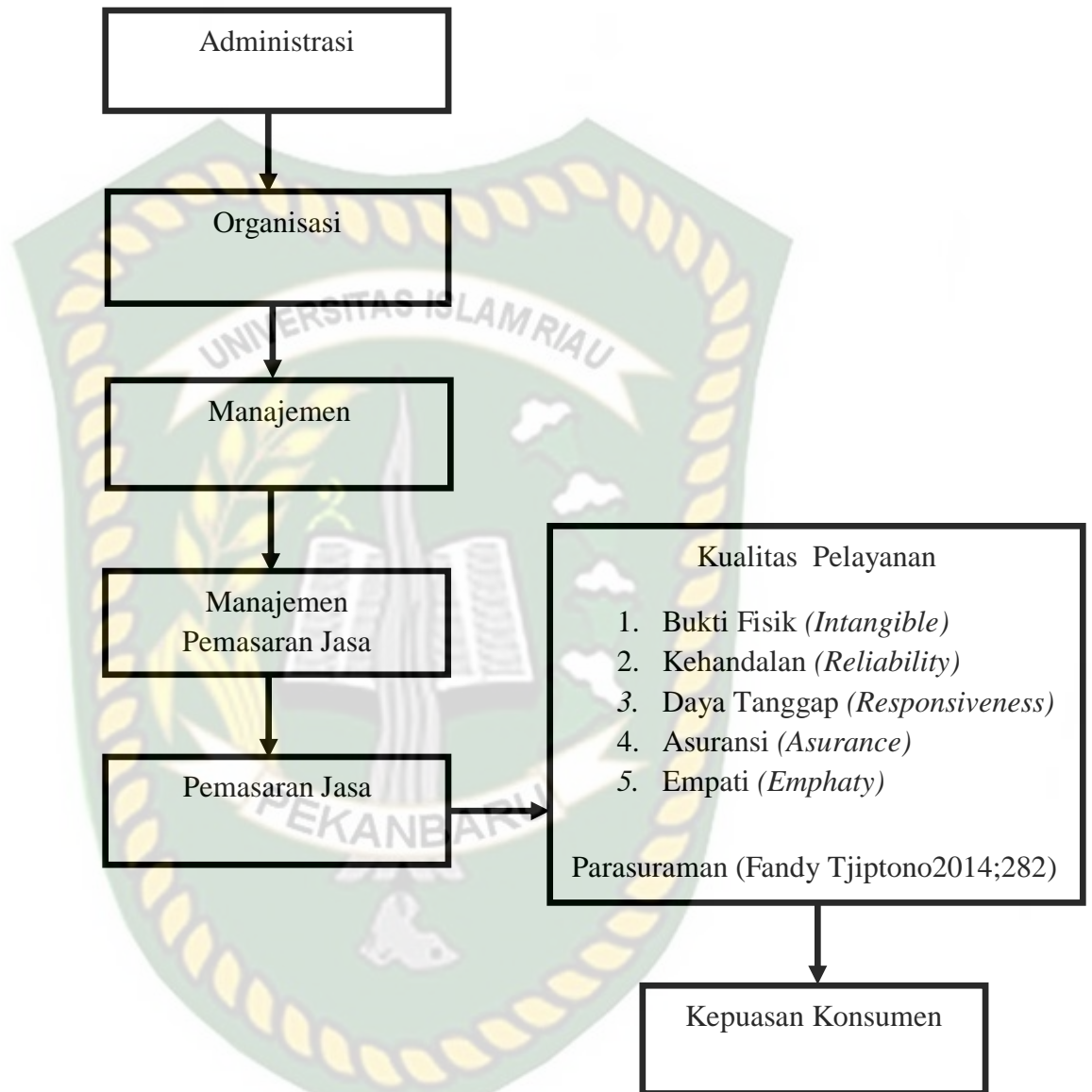
Jaminan meliputi: kompetensi, courtesy, credibility dan security.

Kompetensi yaitu keahlian dan pengetahuan dari para karyawan dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen, *Courtesy* yaitu etika, sopan santun dan keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan, *Credibility* yaitu reputasi perusahaan dan *Security* yaitu memberikan pengamanan pada perusahaan dan konsumen.

e Empati

Empati yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.

**Gambar I.1 : Kerangka Pikir Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. JNE Pekanbaru**



Sumber: Data Olahan Penelitian 2018.

### C. Konsep Operasional

Untuk memperjelas konsep teoritis yang telah dicantumkan dan untuk memperjelas kesamaan pengertian, maka penulis mengoperasionalkan konsep tersebut untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, peneliti akan

menjelaskan beberapa konsep yang berhubungan langsung dengan penelitian kualitas pelayanan JNE Pekanbaru

1. Administrasi adalah rangkaian pekerjaan ketatausahaan atau kesekretarian yang terkait dengan catat-mencatat dan ketik-mengetik yang dilakukan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) guna untuk memudahkan pelanggan dalam berinteraksi dalam menggunakan jasa pengiriman paket.
2. Organisasi adalah wadah atau tempat yang melakukan kegiatan oleh sdm PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) untuk menyediakan tempat dan fasilitas yang baik untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan konsumen.
3. Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang diterapkan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dan dikoordinasi oleh manajer untuk membagi pekerjaan karyawan sesuai dengan keahlian yang mereka miliki dan pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan perusahaan.
4. Pemasaran adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) bertujuan untuk memperlancar arus pengiriman paket dari produsen ke konsumen secara efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif.
5. Kualitas Pelayanan adalah pelayanan yang menjadi tolak ukur yang diberikan oleh perusahaan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) kepada konsumen guna memberikan pelayanan yang terbaik sehingga membuat konsumen menjadi loyal dalam penggunaan jasa pengiriman paket.

- a. *Tangibles* (Bukti Fisik) adalah kemampuan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dalam memberikan fasilitas sarana dan prasarana yang memadai sehingga dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen seperti: parkir kendaraan
- b. *Reliability* (Kehandalan) adalah kemampuan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) menunjukkan seberapa jauh penyedia jasa sanggup memberikan pelayanan atau jasa sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan tepat sehingga kualitas pelayanan yang diberikan tidak berdampak buruk bagi perusahaan.
- c. *Responsiviness* (Daya Tanggap) adalah bagaimana respon dan kesigapan karyawan atau kurir PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dalam membantu konsumen menagani keluhan yang dihadapi dan memberikan pelayanan pengiriman paket dalam waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan.
- d. *Assurance* (Jaminan) adalah perusahaan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dapat memberikan jaminan kepada konsumen apabila pengiriman paket tidak sampai ke alamat tujuan.
- e. *Empathy* (Empati) adalah kemampuan yang dimiliki oleh Karyawan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) untuk memberikan rasa perhatian dan sikap empati kepada konsumen yang mengalami masalah.

### E. Operasional Variabel

**Tabel II.1 : Operasional Variabel Tentang Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. JNE.**

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono (2005;121).	Kualitas Pelayanan	1. Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ketersediaan tempat parkir</li> <li>b. Ruang tunggu bersih dan nyaman</li> <li>c. Penampilan dan cara berpakaian karyawan rapi dan sopan</li> </ul>	Likert
		2. Keandalan ( <i>Realibility</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat</li> <li>b. Ketepatan waktu pelayanan</li> <li>c. Keandalan karyawan menyampaikan informasi</li> </ul>	Likert
		3. Daya tanggap ( <i>Responsivess</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ketanggapan karyawan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat</li> <li>b. Kesediaan membantu konsumen menangani keluhan</li> <li>c. Kesiapan merespon keinginan konsumen</li> </ul>	Likert

1	2	3	4	5
		4.Jaminan ( <i>Assurance</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memberikan keamanan pelayanan jasa JNE kepada konsumen</li> <li>b. Memberikan kepastian kepada konsumen</li> <li>c. Kemampuan karyawan menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen</li> </ul>	Likert
		5. Empati ( <i>Emphy</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memahami kesulitan dan masalah konsumen pelanggan</li> <li>b. Memberikan perhatian dan rasa peduli kepada konsumen</li> <li>c. Keramahan karyawan berkomunikasi kepada konsumen</li> </ul>	Likert

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

#### F. Teknik Pengukurun

Dalam meneliti analisis kualitas pelayanan dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Pekanbaru peneliti menggunakan teknik pengukuran Skala Likert (5:4:3:2:1). Dimana, Skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017;94). Dengan skala

likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item berupa pertanyaan atau pernyataan. Maka, peneliti membedakan kedalam tiga kategori penilaian yaitu:

**Tabel II.2 : Pengukuran Skala Likert**

Options	Bobot
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Tidak Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

*Sumber: Sugiyono 2012.*

Variabel Analisis Kualitas Pelayanan memiliki 5 indikator yaitu: Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tangkap (*Responsiveness*), Asuransi (*Assurance*), Empati (*Emphaty*) dan untuk penelitian ini peneliti mengajukan 15 pertanyaan berdasarkan nilai persentase yang ditetapkan untuk responden sebanyak 41 orang responden, dengan persentase Sangat Baik 100%, persentase Baik 80%, persentase Cukup Baik 60%, persentase Tidak Baik 40%, dan persentase Sangat Tidak Baik 20%.

Berdasarkan nilai yang ditetapkan didapat bahwa nilai skor tertinggi yaitu 3057 dan skor terendah 615 dan interval 488. Dengan demikian penilaian pada variabel kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai berikut:

- Sangat Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 81%-100%
- Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 61%-80%

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 41%-60%

Tidak Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 21%-40%

Sangat Tidak Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 0%-20%

Selanjutnya untuk mengetahui penilaian atas variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari empat indikator dapat dilihat sebagai berikut:

#### 1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Sangat Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 81%-100%

Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 61%-80%

Cukup Baik : Apabila jumlah skor kuesioner yang diterima berada pada interval 41%-60%

Tidak Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 21%-40%

Sangat Tidak Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 0%-20%

#### 2. Keandalan (*Realibility*)

Sangat Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 81%-100%

Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 61%-80%

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 41%-60%

Tidak Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 21%-40%

Sangat Tidak Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 0%-20%

### 3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Sangat Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 81%-100%

Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 61%-80%

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 41%-60%

Tidak Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 21%-40%

Sangat Tidak Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 0%-20%

### 4. Jaminan (*Assurance*)

Sangat Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 81%-100%

Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 61%-80%

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 41%-60%

Tidak Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 21%-40%

Sangat Tidak Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 0%-20%

#### 5. Empati (*Empathy*)

Sangat Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 81%-100%

Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 61%-80%

Cukup Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 41%-60%

Tidak Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 21%-40%

Sangat Tidak Baik : Apabila jumlah skor yang diterima dari kuesioner berada pada interval 0%-20%

### **BAB III METODE PENELITIAN**

#### **A. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah tipe pendekatan deskriptif yang menggambarkan objek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum, penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan data, merumuskan masalah, dan menganalisisnya sehingga diperoleh hasil sesuai masalah penelitian. Sugiyono (2012;29).

Menurut Sugiyono (2017;7) Metode Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala sebab akibat) digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Alasan penulis menggunakan tipe ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Ditujukan untuk memperoleh bukti empiris, menguji dan menjelaskan hubungan sebab akibat mengenai analisis kualitas pelayanan dalam menggunakan jasa pengiriman PT. Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana dilakukannya penelitian atau objek yang dijadikan sebagai sumber pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti. Adapun lokasi penelitian yang dilakukan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru yang beralamat di Jl. Sisigamagaraja, Alasan pemilihan JNE Jl. Sisigamagaraja-Pekanbaru sebagai lokasi penelitian karena JNE merupakan salah satu jasa pengiriman barang yang merupakan tempat yang strategis, banyak dikunjungi masyarakat dan berada di pusat kota. Penulis memilih tempat penelitian ini karena penulis menemukan masalah dalam estimasi pengiriman dan keterlambatan barang lama sampai ke tempat tujuan, dan kurangnya konfirmasi dari pihak JNE kepada konsumen sehingga barang tidak sampai pada tujuan

## **C. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karekteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karekteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Sugiyono (2012;115). Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen yang menggunakan jasa layanan JNE pada tahun 2018.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang memiliki sifat karakteristik yang sama serta memenuhi populasi yang ditentukan. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Sugiyono (2012;116). Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini digunakan dengan rumus dari Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

N = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel dapat ditolerir, peneliti menetapkan (15%)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{746}{1 + 746 (0,15)^2}$$

$$n = \frac{746}{1 + 747 (0,0225)^2}$$

$$n = \frac{746}{17,8}$$

= 41 orang responden.

Jadi, sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah berjumlah sebanyak 41 responden. Dengan pertimbangan menurut Rascoe dalam buku *Research Methods For Business* (2002;253) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30-500 orang (dalam Sugiyono 2015;188).

**Tabel III. 1 Jumlah Populasi Penelitian**

NO	RESPONDEN	POPULASI	SAMPEL	PERSENTASE
1	Manajer	1	1	100%
2	Jumlah konsumen	746	41	2%
	<b>Jumlah</b>	<b>747</b>	<b>42</b>	

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2018

#### D. Teknik Penarikan Sampel

Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *insidental sampling*. *Insidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan penelitian dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sugiyono (2017;85).

#### E. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer dalam penelitian melalui kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Sugiyono (2012;139).

Adapun data yang dapat diperoleh adalah:

- a Identitas Responden
- b Tanggapan responden tentang penelitian yang dilakukan oleh penullis yaitu tentang analisis kualitas pelayanan dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru

2. Data Sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku, jurnal, serta dokumen perusahaan. Sugiyono (2017;139).

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau metode yang dapat diterapkan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan sehubungan dengan pelaksanaan penelitian. Teknik dalam pengumpulan data diperoleh penelitian dari berbagai penelitian, sebagai berikut.:

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi sebagai teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap kualitas pelayanan konsumen untuk mendapatkan data secara langsung dari konsumen atau perusahaan.

2. Wawancara (Interview)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi Sugiyono (2017;136).

### 3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner juga merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti dengan variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka dapat diberikan kepada responden secara langsung. Daftar pertanyaan dalam kuesioner ini harus sesuai dengan permasalahan yang diteliti dan memperoleh data berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen. Sugiyono (2017;142).

### 4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti dan mengambil gambar atau foto-foto di tempat penelitian.

## **G. Teknik Analisis Data**

Sugiyono (2012;29) mengatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan dengan cara mendeskripsikan objek penelitian melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya.

Data yang dikumpulkan, dianalisis, dengan menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan data-data diperoleh dengan teori yang berkaitan kemudian disimpulkan. Penulis menggunakan analisa deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif yaitu analisa data yang dihubungkan antara kondisi

objektif yang ditemui dilapangan.terdapat beberapa hal yang telah disajikan dalam analisis deskriptif yang meliputi:

1. Analisis mengenai karakteristik aalisi deskriptif terdiri dari usia,pendidikan, pekerjaan.
2. Analisis menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan.pada bagian ini penulis akan menganalisa data tersebut berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden.



## **BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN**

### **A. Sejarah Singkat Perusahaan**

Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman dan logistik yang bermarkas di Jakarta-Indonesia. Nama resminya adalah PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (TIKI JNE). Nama tersebut diambil dari bahasa Sanskerta yang berarti “Jalur Nugraha Ekakurir”.

PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir di dirikan pada tanggal 26 November 1990 oleh H. Soeprapto Suparno. Perusahaan ini dirintis sebagai sebuah divisi dari PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) untuk mengurus jaringan kurir internasional.

Dengan delapan orang dan kapital 100 miliar rupiah JNE memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kepabeana, impor kiriman barang, dokumen serta pengantaran dari luar negeri ke Indonesia.

Pada tahun 1991 JNE memperluas jaringan internnasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara Asia (ACCA) yang bermarkas di Hong Kong yang kemudian meberi kesempatan pada JNE untuk mengembangkan wilayah antaran sampai ke seluruh dunia. Karena persaiingannya di pasar domestiknya TiKi dan namanya., JNE mendapat keuntungan persaingan dalam pasar dosmetik.dengan memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi.

Selama bertahun-tahun TiKi dan JNE berkembang dan menjadi dua perusahaan yang punya arah sendiri karena ini kedua-dua perusahaan mejadi saingan. Akhirnya JNE menjadi perusahaan diri sendiri dengan manajemen

sendiri, JNE membuat logo sendiri dan membedakannya dengan TiKi. JNE juga membeli gedung-gedung pada tahun 2002 dan mendirikan JNE Operations Sorting Center. Kemudian gedung untuk cabang Kota Pekanbaru kantor JNE di Jln Sisingamangaraja di dirikan pada tahun 2004.

PT. JNE mulai beroperasi di Pekanbaru dengan memberikan pelayanan pengiriman barang kepada masyarakat pekanbaru yang ingin mengirimkan barangnya dalam kota ke luar kota baik dalam jumlah kecil maupun besar. Begitu, pula sebaliknya kantor cabang pekanbaru dijadikan perwakilan bagi pengiriman barang-barang dari kantor pusat dan kantor cabang lainnya.

### **B. Fungsi Organisasi**

Berdasarkan hasil yang peneliti lakukan terhadap JNE Kota Pekanbaru bahwa perusahaan ini memiliki fungsi untuk menjalankan usaha jasa pengiriman barang. Berikut beberapa fungsi organisasi dalam layanan pengiriman barang di JNE:

1. Untuk pengiriman dokumen penting

Fungsi ini adalah salah satu hal sangat penting dengan hadirnya layanan jasa, pengiriman dokumen menjadi hal yang sangat penting. Terkadang kita membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mngirimkan dokumen penting ke tempat tujuan yang jauh, jadi dengan hadirnya jasa pengiriman seperti JNE ini dapat mempermudah kita untuk mengirimkan dokumen penting dalam waktu yang singkat atau tidak begitu lama.

## 2. Pengiriman barang berharga

Selain dokumen, JNE juga dapat mengirimkan barang-barang berharga seperti emas, alat elektronik atau lainnya. Ini tentunya akan banyak membantu sektor perekonomian untuk mempermudah proses pengiriman barang dalam waktu singkat.

## 3. Membuka usaha

Dengan hadirnya jasa pengiriman barang banyak membuka lapangan pekerjaan dan usaha seperti agen.

### C. Struktur Organisasi

Berdasarkan struktur organisasi PT. Jalur Nugraha Ekakurir dapat diuraikan berdasarkan pekerjaan dan tugasnya masing-masing sebagai berikut:

1. Kepala Cabang, bertugas:
  - a. Merencanakan sistem bekerja secara terpadu dan terarah.
  - b. Memberikan pengarahan pada bawahan.
  - c. Mengelola kegiatan usaha yang ada di perusahaan cabang.
  - d. Mengawasi dan mengkoordinasi jalannya kerja pada perusahaan.
2. Kepala bagian Penjualan dan Pemasaran (*Section head sales and marketing*), bertugas:
  - a. Melakukan analisis pasar, meneliti persaingan dan mengatur distribusi produksi.
  - b. Menentukan strategi pemasaran perusahaan.
  - c. Mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan tingkat persaingan.
  - d. Menangani permintaan pelanggan.

- e. Memperbaharui repitisi status pesanan dan rincian pengiriman sehingga mereka dapat menginformasikan pelanggan.
3. Pengendalian Mutu (*Quality control*), bertugas:
    - a. Melakukan verifikasi kualitas pelayanan.
    - b. Memelihara dan memperbaiki service qualiti yang diberikan kepada pelanggan.
    - c. Membuat sebuah analisis catatan sejarah perangkat dan dokumentasi kualitas pelayanan pengiriman barang sebelumnya referensi sebelumnya.
    - d. Mengendalikan kualitas dan menguji produk sesuai dengan standar kualitas perusahaan.
  4. Kepala bagian Keuangan dan Administrasi (*action head finance & administration*), bertugas:
    - a. Memastikan kesedian data dan perencanaan proses kerja yang bisa dipertanggung jawabkan.
    - b. Menyusun dan mengirimkan laporan-laporan cabang.
    - c. Mengelola keuangan perusahaan.
    - d. Membuat laporan keuangan perusahaan.
  5. *Sales Corporate*, bertugas:
    - a. Menguasai produk knowledge JNE.
    - b. Mendapatkan customer baru.
    - c. Menjaga dan mempertahankan customer corporate.
    - d. Mengatur penjualan cabang.

6. *Sales Retail*, bertugas:

- a. Melakukan penjualan produk JNE.
- b. Melakukan marketing digital.

7. *Sales Marketing*, bertugas:

- a. Merekap data penjualan.
- b. Menjamin kepuasan konsumen.
- c. Mencari mitra kerja.
- d. Melakukan strategi penjualan

8. *Head Human Capital*, bertugas:

- a. Memastikan semua kegiatan departemen HC sesuai kebijakan dan prosedur yang berlaku.
- b. Membuat dan menentukan *forecast nonpower planning* sesuai perkembangan bisnis perusahaan.
- c. Mengelola dan menyajikan data kepersonaliaan menjadi data strategik yang dapat memberikan kontribusi pencapaian target perusahaan.
- d. Menjalankan fungsi *employe relation* dan memastikan semua sanksi yang diberikan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

9. *Head General Affair*, bertugas:

- a. Merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan menganalisis semua aktivitas bisnis perusahaan.

Mengelola perusahaan sesuai visi dan misi perusahaan.

- b. Membuat prosedur dan standar perusahaan.
- c. Memastikan semua departemen melakukan strategi dengan efektif.

10. *Head IT*, bertugas:

- a. Merancang dan mengelola sistem informasi perusahaan.
- b. Menyusun anggaran TI dan mengontrol penggunaan anggaran untuk memastikan efektifitas dan efisiensinya.
- c. Mengarahkan dan menciptakan manajemen pelayanan TI yang efektif untuk seluruh cabang JNE.
- d. Mengarahkan dan mengkoordinir pendayagunaan software dan hardware untuk mencapai kinerja optimum pada perusahaan.

11. *Customer Service*, bertugas:

- a. Membangun hubungan baik dengan pelanggan.
- b. Memberikan dukungan kepada perusahaan dalam melakukan pelayanan.
- c. Memberikan informasi yang jelas kepada konsumen.
- d. Sebagai mediasi konsumen dalam penyampaian keluhan yang dialami konsumen.

#### **D. Jenis Layanan Jasa**

Divisi ekspres JNE melayani kiriman paket dan dokumen pada waktu dan tujuan dalam negeri melalui lebih dari 1,500 titik layanan eksklusif dari penjemputan hingga pengantaran yang tersebar diseluruh Indonesia. Layanan ini memanfaatkan modal transportasi tercepat dan melayani beragam jenis layanan sesuai kebutuhan pelanggan.

Jenis layanan yang disediakan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) yaitu:

1. SUPER SPEED (SS) Yaitu layanan pengiriman dengan mengutamakan kecepatan dan penyampaian sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

2. PESONO merupakan layanan pengiriman makanan kuliner khas Indonesia tanpa harus pergi ke daerah asalnya. Pilihan makanan dari beberapa daerah di Indonesia yang kami tawarkan sudah kami seleksi kelayakannya dan masa uji coba selama hampir setahun sehingga aman untuk dikonsumsi oleh pelanggan.
3. YES adalah layanan dengan waktu penyampaian di tujuan keesokan hari (termasuk hari minggu dan hari nasional).
4. REGULER adalah layanan pengiriman ke seluruh wilayah Indonesia dengan perkiraan waktu penyampaian barang sekitar 1-7 hari kerja, tergantung pada zona daerah yang menjadi tujuan pengiriman.
5. OKE yaitu layanan pengiriman ke seluruh wilayah Indonesia dengan tarif ekonomis dengan perkiraan waktu pengiriman lama dari service reguler, tergantung jauh daerah yang menjadi tujuan pengirim.
6. JNE Loyalty Card (JLC) yaitu program keanggotaan yang ditujukan kepada pelanggan setia JNE. Pemegang JLC akan mendapatkan berbagai keuntungan seperti kecepatan pelayanan pengiriman, hadiah, promo.
7. JESIKA (Jemput ASI Seketika) Layanan ini merupakan sebuah produk dan inovasi baru dari JNE untuk menjawab kebutuhan ibu-ibu menyusui tanpa menghalangi aktivitas sehari-hari, JESIKA memberikan layanan penjemputan ASI dari tempat aktivitas hingga pengantaran ke tempat tujuan.
8. JNE Online Booking (JOB) adalah layanan pemesanan tiket pengiriman JNE secara online dimana pelanggan bisa mengisi resi pengiriman dan

melakukan pembayaran biaya pengiriman secara online di [www.booking.jne.co.id](http://www.booking.jne.co.id) kapan saja dan dimana saja.

9. JTR layanan ini adalah layanan pengiriman dalam jumlah besar dengan menggunakan armada truk melalui darat dan laut dengan harga yang kompetitif.
10. JNE @BOX adalah layanan pengemasan kiriman sesuai persyaratan pengiriman udara. JNE BOX menggunakan *bubblepack wrapping* sehingga memungkinkan untuk pengiriman barang pecah belah atau perangkat elektronik.
11. DIPLOMAT adalah layanan pengiriman barang dan dokumen bernilai tinggi yang dibawa langsung oleh petugas JNE (Brand Carry) dengan mengutamakan kapasitas, keamanan dan kecepatan kiriman mulai dari penjemputan hingga ditangan penerima.

#### **E. Sistem Informasi JNE**

Ketatnya persaingan antara perusahaan jasa mendorong setiap perusahaan untuk memiliki perencanaan dan strategi dalam menjalankan kegiatan usahanya. Untuk itu diperlukan suatu sistem informasi yang dapat menjawab kebutuhan dan mengatasi masalah yang timbul. Sistem informasi dalam suatu organisasi sangatlah penting untuk menunjang tercapainya tujuan perusahaan JNE, dengan memiliki sistem informasi yang berkualitas maka diharapkan konsumen merasa puas dengan layanan JNE.

Perusahaan JNE membuat sebuah aplikasi sistem informasi yang bersama My JNE di website atau bisa didownload di *play store*. Dengan adanya sistem

aplikasi tersebut diharapkan konsumen pengguna JNE dapat menggunakan sebagai saran informasi:

1. Cek tarif harga ke kota tujuan.
2. Cek nomer *E'connote*.
3. Mengetahui keberadaan barang yang sudah dikirim.
4. Nomor telfon *customer service* perusahaan JNE.
5. Produk dan layanan yang ada di JNE.

#### **F. Visi dan Misi Perusahaan**

Dalam mendirikan sebuah perusahaan JNE memiliki Visi untuk menjalankan usahanya, visi dari perusahaan ini adalah Untuk menjadikan perusahaan rantai pasok terdepan didunia dan untuk menjadikan perusahaan internasional yang sukses dan memperkuat jaringan usaha di indonesia yang menjadi salah satu investasi dan pasar yang strategis di mata dunia.

Misi dari perusahaan JNE sebagai berikut:

1. Memadukan jasa pengiriman, pendistribusian dalam satu sistem yang terintegritas secara efektif dsn fleksibel.
2. Mendayagunakan jaringan dan infrastruktur yang dimiliki sebagai kontribusi pada perputaran roda ekonomi dengan didukung SDM yang profesional dan memiliki integritas moral yang tinggi.
3. Menjadi sebuah perusahaan jasa ekspres nasional berstandar layanan internasional.
4. Memanfaatkan perkembangan teknologi informasi secara tepat.

5. Mendorong pertumbuhan usaha yang berkesinambungan dalam rangka mencapai kesejahteraan karyawan dan meningkatkan tanggung jawab sosial.

### **G. Prosedur dan Pesyaratan Pengiriman**

Syarat standar pengiriman JNE (SSP)

#### a. Jalur Nugraha Ekakurir

JNE berarti termauk seluruh agen yang telah diangkat dan ditempatkan dilokasi-lokasi yang telah ditentukan berdasarkan perjanjian keangenan JNE.

#### b. Ketentuan SSP

1. Seluruh transaksi yang dilakukan JNE dilaksanakan berdasarkan syarat dan kondisi yang telah diatur dalam SPP ini.
2. SPP adalah syarat dasar yang mengikat dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perjanjian antara JNE dengan para pelanggan baik perjanjian tertulis maupun lisan.
3. JNE tidak dapat dibebani dengan dengan perjanjian lain selain yang ditulis dalam SPP ini kecuali dengan perjanjian tertulis dan ditandatangani oleh pejabat JNE yang berwanang atas nama JNE

#### c. Tata Cara Pengangkutan

1. JNE bukan perusahaan angkutan umum dan hanya akan mengangkat dokumen atau barang sesuai dengan syarat dan kondisi SSP ini. JNE berhak menoaak untuk menerima atau mengangkut dokumen atau barang tertentu dari perorangan ataupun perusahaan berdasarkan kebijaksanaan JNE sendiri.
2. JNE berhak mengangkut dokumen atau barang milik pelanggan melalui jalur dan prosedur dengan menggunakan perusahaan angkutan dan dengan

cara penanganan, pergudanan serta transportasi yang cocok dan baik menurut kebijakan JNE.

3. Pembungkusan dokumen atau barang pelanggan untuk pengangkutan merupakan tanggung jawab pelanggan termasuk penempatan dokumen atau barang ke dalam suatu wadah yang mungkin disediakan JNE.
  4. JNE tidak bertanggung jawab untuk atas kehilangan atau kerusakan dokumen atau barang yang diakibatkan ketidaksempurnaan pembungkusan oleh pelanggan.
  5. Pelanggan bertanggung jawab mencantumkan alamat lengkap dan tujuan kiriman, jenis atau kiriman dokumen atau barang agar pengantaran dapat dilakukan dengan tepat.
  6. JNE tidak bertanggung jawab atas keterlambatan, kehilangan, kerusakan, biaya-biaya yang timbul akibat kelalaian dan kesalahan pelanggan dalam memenuhi kewajiban di atas.
- d. Pemeriksaan Dokumen
1. JNE berhak tetapi tidak berkewajiban memeriksa barang atau dokumen yang dikirim oleh pelanggan untuk memastikan bahwa suatu kiriman dokumen atau barang layak untuk diangkut ke Negara tujuan sesuai dengan syarat prosedur operasional yang baku,.
  2. JNE dalam melaksanakan haknya tidak menjamin atau menyatakan bahwa seluruh kiriman adalah layak untuk pengangkutan dan pengantara tanpa melanggar hukum di semua negara asal, tujuan atau yang dilalui kiriman tersebut.

3. JNE tidak bertanggung jawab terhadap kiriman yang isinya tidak sesuai dengan keterangan yang diberikan pelanggan kepada JNE.
4. JNE tidak bertanggung jawab atas denda, kehilangan atau kerusakan selama dokumen atau barang pelanggan berada dalam penahanan Bea dan Cukai atau orang yang berwenang. Pelanggan dengan ini membebaskan JNE dari keharusan tanggung jawab atas denda atau kerugian tersebut.

e. Larangan Kiriman

1. JNE tidak menerima barang berbahaya yang mudah meledak atau terbakar, obat-obat terlarang, lukisan antik, tanaman hidup, barang curian, cek tunai dan binatang peliharaan untuk dikirimkan.
2. Apabila pelanggan mengirimkan barang-barang tersebut tanpa sepengetahuan JNE, maka pelanggan membebaskan JNE dari seluruh klaim atas kerusakan, biaya, denda dan lainnya serta tuntutan dari pihak manapun.
3. JNE berhak untuk mengambil langkah-langkah yang dianggap perlu segera setelah JNE mengetahui adanya pelanggaran terhadap kondisi ini termasuk untuk menjalankan hak yang diatur dalam klausula 4.

f. Tarif

1. JNE melakukan penagihan berdasarkan tarif yang telah diberitahukan kepada para pelanggan dari waktu ke waktu untuk menyampaikan kiriman dokumen atau barang milik pelanggan yang telah disetujui antara JNE dengan masing-masing pelanggan.

2. Tarif yang ditentukan JNE termasuk biaya airport tax (pajak airport) setempat, tetapi tidak termasuk Pajak Tambahan Nilai (PPn), Bea masuk, Retribusi Import atau Deposit sehubungan dengan pengangkutan dokumen atau barang milik pelanggan.

g. Jaminan Kepemilikan Kiriman

1. Pelanggan dengan ini menjamin bahwa bersangkutan adalah pemilik yang sah dan berhak atas dokumen atau barang yang diserahkan untuk dikirimkannya oleh JNE dan telah sepakat untuk mengikatkan diri dengan SPP ini, tidak hanya atas nama diri sendiri melainkan juga selaku agen serta untuk dan atas nama semua pihak yang berkepentingan atas dokumen atau barang tersebut.
2. Pelanggan dengan ini menyatakan dan membebaskan JNE dari tuntutan pihak manapun dan seluruh biaya kerusakan dan biaya lainnya apabila terjadi pelanggaran atas jaminan ini.

h. Ganti Rugi

1. JNE hanya bertanggung jawab untuk mengganti kerugian yang dialami pelanggan akibat kerusakan atau kehilangan dari pengiriman dokumen atau barang oleh JNE sepanjang kerugian tersebut terjadi ketika barang atau dokumen masih berada dalam pengawasan JNE, dengan catatan bahwa kerusakan tersebut semata-mata disebabkan karena kelalaian karyawan atau agen JNE.

2. JNE tidak bertanggung jawab terhadap kerugian konsekuensi yang timbul akibat kejadian tersebut, yaitu kerugian yang termasuk dan tanpa dibatasi kerugian komersial.
3. Kerugian tidak langsung lainnya termasuk kerugian yang terjadi dalam pengangkutan atau pengantaran yang disebabkan oleh hal-hal yang diluar kemampuan kontrol JNE atau kerugian yang terjadi akibat bencana alam.
4. Nilai pertanggung jawaban JNE sesuai syarat dan kondisi pada klausula 8 ayat (!) di atas adalah dalam bentuk ganti rugi atau kerusakan atau kehilangan dokumen dan barang yang lainnya tidak melebihi 10 kali biaya kirim.

- i. Tata Cara Klaim

Setiap klaim dari pelanggan sehubungan dengan kewajiban dan tanggung jawab JNE harus disampaikan secara tertulis dan telah dikirim oleh kantor JNE paling lambat 14 hari setelah dokumen atau barang tersebut seharusnya telah diterima oleh tujuan.

#### **H. Metode Pembayaran JNE**

1. Bayar di tempat (COD)

COD singkatan dari *Cash On Delivery*, dengan metode dapat membayar dengan tunai kepada kurir yang bertugas disaat menerima pesanan dan metode ini dapat digunakan diseluruh wilayah indonesia.

2. Kartu Debit

Jika menggunakan metode pembayaran ini, maka bebas melakukannya dengan kartu kredit/kartu debit dengan logo VISA ataupun MasterCard .

### 3. Transfer Bank

Apabila pembayaran ini dilakukan melalui transfer ATM, internet Banking, Mobile Banking, atau setor tunai ke bank, adapun bank yang bekerja sama dengan perusahaan JNE yaitu: Bank BCA, Bank Mandiri, Bank CIMB Niaga, Bank BRI, Bank BNI.

### 4. Sistem Kredit (*invoice*)

*Invoice* adalah surat penagihan yang dikeluarkan oleh pihak penjual kepada pelanggan sesuai kesepakatan yang tertera di PO atau *Purchase Order*.



## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam pelaksanaan penelitian tentang Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru, peneliti mengambil data yang dibutuhkan dalam hal mengambil kesimpulan.

#### **A. Identitas Responden**

Identitas responden diperlukan untuk memberikan gambaran yang signifikan (jelas) antara data responden dengan analisa yang dilakukan. Identitas responden ini juga diperlukan untuk menjawab tujuan dari penelitian. Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis menyebarkan kuesioner sebanyak 41 responden.

Adapun identitas responden yang penulis paparkan dalam penelitian ini merupakan keterangan yang diperoleh dari responden berupa data kuesioner yang disebarkan yang berisikan mengenai umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendidikan terakhir responden.

#### **1. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur**

Umur merupakan suatu tingkat kematangan pikiran seseorang dalam rangka mengambil keputusan apa yang tidak dan harus dilakukan. Seperti diketahui bahwa pengurus yang lebih tua usianya akan lebih bijaksana dalam mengambil sebuah keputusan dari pada yang lebih muda, akan tetapi tidak dapat dipungkiri juga bahwa lebih tua usia seseorang maka kemampuan fisiknya akan lebih cepat

mengalami kelelahan dalam melakukan pekerjaan jika dibandingkan dengan pengurus umurnya lebih muda.

Berdasarkan hasil penelitian deskripsi responden konsumen menurut usia dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel V.I: Deskripsi Responden Berdasarkan Usia/Umur**

No	Usia Responden	Jumlah	Persentase
1	20-29	27	66%
2	30-39	9	22%
3	40-49	5	12%
<b>Jumlah</b>		<b>41</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019

Dari tabel V.I diatas dapat dijelaskan bahwa berdasarkan usia responden yang merupakan konsumen pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru yaitu sebanyak 28 orang atau 68% yang berusia 20-29 tahun, sebanyak 9 orang atau 22% yang berusia 30-39 tahun, dan sebanyak 4 orang atau 10% yang berusia 40-49 tahun. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang banyak menggunakan jasa layanan JNE adalah usia 20-39 tahun.

## 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui jenis kelamin responden yang merupakan konsumen PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel V.2: Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	11	27%
2	Perempuan	30	73%
<b>Jumlah</b>		<b>41</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019

Berdasarkan tabel V.2 diatas diketahui bahwa tingkat jenis kelamin responden yang menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru yaitu jenis kelamin laki-laki sebanyak 11 orang atau sebesar

27% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 30 orang atau sebesar 73%. Maka, responden yang paling banyak menggunakan jasa layanan JNE adalah perempuan.

### 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan hal yang sangat penting didalam kehidupan. Dapat mempengaruhi cara berfikir seseorang terhadap suatu hal. Dengan pendidikan orang dapat menentukan pilihan dan juga masa depan, cara berfikir tentang pola makan sehat untuk anggota keluarganya.

Berdasarkan hasil penelitian deskripsi responden konsumen menurut tingkat pendidikan terakhir dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel V.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMA	26	63%
2	SMP	2	5%
3	D3	4	10%
4	S1	9	22%
<b>Jumlah</b>		<b>41</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir konsumen pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru yaitu pendidikan terakhir SMA sebanyak 26 orang atau sebesar 63%, SMP sebanyak 2 orang atau sebesar 5%, D3 sebanyak 4 orang atau sebesar 10%, dan S1 sebanyak 9 orang atau sebesar 22%. Maka, dapat disimpulkan bahwa konsumen yang menggunakan jasa layanan JNE adalah pendidikan terakhirnya SMA.

### 4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi responden dapat dilihat berdasarkan pekerjaannya pada tabel berikut ini:

**Tabel V.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	TNI/POLISI	5	12%
2	PNS	6	15%
3	Pengawai Swasta	18	44%
4	Mahasiswa	8	20%
5	Wiraswasta	4	10%
<b>Jumlah</b>		<b>41</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai TNI/POLISI sebanyak 5 orang atau 12%, responden yang bekerja PNS sebanyak 6 orang atau 15%, responden pengawai swasta sebanyak 18 orang atau 44%, responden mahasiswa sebanyak 8 orang atau 20% dan responden wiraswasta sebanyak 4 orang atau 10% dari 41 orang responden. Maka, disimpulkan bahwa responden penelitian pada JNE banyak yang bekerja sebagai pengawai swasta yaitu 12 orang dari 41 orang responden.

#### **B. Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru**

Menurut Suwithi dalam Anwar Prabu Mangkunegara (2002;84) kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan. Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapaun. Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli jasa demi memenuhi kebutuhan konsumennya dan kualitas pelayanan

yang baik akan memberikan dampak baik bagi perusahaan dan pelanggan menjadi loyal dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan, kualitas pelayanan jasa merupakan kondisi dari kinerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dalam hal ini kualitas berhubungan erat dengan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan pelanggan sama halnya dengan memberikan kepercayaan kepada konsumen yang dimana perusahaan harus bisa meyakinkan konsumen bahwa perusahaan JNE akan memberikan tanggung jawab atas barang yang akan dikirim ke alamat yang dituju sampai ke konsumen. Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*).

Kepuasan konsumen dapat ditingkatkan apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dapat diterima oleh konsumen, memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen merupakan poin perusahaan dalam melakukan strategi bisnis agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Apabila pelayanan yang diberikan perusahaan buruk maka akan berdampak negatif bagi perusahaan itu sendiri oleh sebab itu, perusahaan harus menjaga mutu dan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

Dalam melakukan pelayanan yang baik perusahaan PT. JNE Pekanbaru akan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, karena kunci dalam melakukan pelayanan adalah konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan Pada PT.Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru, penulis menulis sub indikator penelitian yaitu sebagai berikut:

### **1. Bukti Fisik (*Tangibles*)**

Kemampuan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal secara fisik dapat dilihat dari penampilan karyawan sesuai dengan standar yang telah ditentukan oleh perusahaan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang memadai sehingga dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen seperti: parkir kendaraan dan ruang tunggu konsumen serta penampilan karyawan. Dalam memberikan pelayanan setiap orang yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan untuk konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan.

Berikut tanggapan responden untuk indikator bukti fisik (*tangibles*) PT.

Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru adalah sebagai berikut:

**Tabel V.5 Tanggapan Responden Untuk Indikator Bukti Fisik (*Tangibles*) Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru**

No	Item Penilaian	Kategori Penilaian					Jumlah
		Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	
1	Ketersediaan tempat parkir	11 (27%)	11 (27%)	12 (29%)	6 (15%)	1 (2%)	41 (100%)
2	Ruang tunggu bersih	10 (24%)	20 (49%)	11 (27%)	-	-	41 (100%)
3	Penampilan karyawan yang rapi	13 (32%)	18 (44%)	8 (19%)	2 (5%)	-	41 (100%)
<b>Jumlah</b>		<b>34</b>	<b>49</b>	<b>31</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	123
<b>Rata-rata</b>		<b>11</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	41
<b>Persentase</b>		<b>27%</b>	<b>39%</b>	<b>24%</b>	<b>7%</b>	<b>3%</b>	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2019

Berdasarkan tabel V.5 diatas untuk item pertanyaan 1 mengenai bukti fisik terhadap ketersediaan tempat parkir, dilihat bahwa 11 orang atau sama dengan persentase 27% responden menyatakan sangat baik dengan alasan adanya tempat parkir kendaraan dan security untuk mengamankan serta menjaga kendaraan sudah membuat konsumen merasa sangat baik, 11 orang atau sama dengan persentase 27% responden menyatakan baik dengan alasan tempat parkir yang tersusun rapi membuat konsumen merasa baik untuk parkir kendaraan, 12 orang atau sama dengan persentase 29% responden menyatakan cukup baik dengan alasan sarana dan prasarana yang disediakan perusahaan cukup baik, 6 orang atau sama dengan persentase 15% responden menyatakan tidak dengan alasan tempat parkir yang sempit dan tidak luas membuat konsumen merasa tidak baik saat kendaraan mobil parkir yang kurang memadai, 1 orang atau sama dengan

persentase 2% responden menyatakan sangat tidak baik dengan alasan ketersediaan parkir yang menghambat arus lalu lintas membuat konsumen merasa sangat tidak baik saat parkir kendaraan.

Untuk item pertanyaan 2 mengenai fasilitas lengkap dan ruang tunggu yang bersih dan nyaman dapat dilihat 10 orang atau sama dengan persentase 24% responden menyatakan sangat baik dengan alasan sarana dan prasarana yang disediakan perusahaan PT. JNE sangat baik untuk digunakan konsumen, 20 orang atau sama dengan persentase 49% responden menyatakan baik dengan alasan ruang tunggu konsumen sangat bersih sehingga membuat konsumen merasa nyaman saat berada di dalam ruangan, 11 orang atau sama dengan persentase 27% responden menyatakan cukup baik dengan alasan ruang tunggu konsumen terkadang kurang bersih saat petugas kebersihan kurang memperhatikan kebersihan lingkungan sekitar.

Untuk item pertanyaan 3 mengenai penampilan dan cara berpakaian karyawan baik dapat dilihat 13 atau 32% responden menyatakan sangat baik dengan alasan karyawan sangat berpenampilan rapi, bersih dan baik untuk melayani konsumen, 18 orang atau sama dengan persentase 44% responden menyatakan baik dengan alasan penampilan dan cara berpakaian karyawan baik saat melayani konsumen, 8 orang atau sama dengan persentase 19% responden menyatakan cukup baik dengan alasan penampilandan cara berpakaian karyawan cukup baik saat melayani konsumen, 2 orang atau sama dengan persentase 5% responden menyatakan tidak baik dengan alasan penampilan karyawan yang tidak

baik terkadang pakaian yang mereka gunakan tidak seragam dan tidak rapi pada saat melayani konsumen.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa indikator bukti fisik (*tangibles*) dikategorikan Baik dengan persentase tertinggi **39%** dari keseluruhan tanggapan responden yang berjumlah 41 responden.

*Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada hari Jumat pada Tanggal 10 Mei 2019 pada Kepala Cabang Utama Bapak Hui Mandra, sesuai dengan indikator penelitian mengenai Bukti Fisik (Tangibles) kurang baik, dapat diperoleh penjelasan bahwa bukti fisik dapat mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, dilihat dari fasilitas sarana dan prasarana yang disediakan oleh perusahaan JNE harus memadai, seperti tempat parkir yang luas, ruang tunggu yang bersih dan nyaman serta cara berpakaian dan penampilan karyawan yang sopan dan rapi menjadi prioritas perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.*

## **2. Keandalan (*Reliability*)**

Kemampuan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) menunjukkan seberapa jauh penyedia jasa sanggup memberikan pelayanan atau jasa sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan tepat sehingga kualitas pelayanan yang diberikan tidak berdampak buruk bagi perusahaan. Setiap perusahaan memerlukan bentuk pelayanan yang handal yang artinya dalam memberikan pelayanan setiap karyawan diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, dan penguasa profesionalisme kerja yang tinggi sehingga pelayanan yang diberikan kepada konsumen merasakan kepuasan. Tuntutan kehandalan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan lancar menjadi syarat penilaian bagi orang yang menerima pelayanan dengan memperlihatkan aktualisasi kemampuan kinerja karyawan.

**Tabel V.6 Tanggapan Responden Untuk Indikator Keandalan (*Reliability*) Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru**

No	Item Penilaian	Kategori Penilaian					Jumlah
		SB	B	CB	TB	STB	
1	Menyediakan pelayanan yang telah dijanjikan	12 (29%)	12 (29%)	14 (34%)	3 (8%)	-	41 (100%)
2	Ketepatan waktu pelayanan	12 (29%)	18 (44%)	10 (24%)	1 (2%)	-	41 (100%)
3	Kehandalan memberikan informasi	5 (12%)	20 (49%)	15 (37%)	1 (2%)	-	41 (100%)
<b>Jumlah</b>		<b>29</b>	<b>50</b>	<b>39</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>123</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>10</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>41</b>
<b>Persentase</b>		<b>24%</b>	<b>41%</b>	<b>32%</b>	<b>3%</b>	<b>-</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2019

Dari tabel V.6 diatas untuk item pertanyaan 1 mengenai kemampuan perusahaan memberikan pelayanan dapat dilihat 12 orang atau sama dengan persentase 29% responden menyatakan sangat baik dengan alasan bahwa kemampuan perusahaan dan karyawan memberikan pelayanan kepada sangat baik sehingga membuat konsumen merasa royal dengan pelayanan JNE Pekanbaru, 12 orang atau sama dengan persentase 29% responden menyatakan baik dengan alasan pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji yang akurat, 14 orang atau sama dengan persentase 34% responden menyatakan cukup baik dengan alasan bahwa pelayanan yang diberikan terkadang tidak akurat sesuai dengan estimasi pengiriman, 3 orang atau sama dengan persentase 7% responden menyatakan tidak baik dengan alasan pelayanan yang diberikan perusahaan tidak baik sehingga membuat konsumen merasa kecewa.

Untuk pertanyaan item 2 mengenai keandalan karyawan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dapat dilihat dari 11 orang atau sama dengan persentase

26% responden menyatakan sangat baik dengan alasan kehandalan karyawan dalam memenuhi kebutuhan konsumen sangat baik, 19 orang atau sama dengan persentase 46% responden menyatakan baik dengan alasan pegawai yang handal dapat memenuhi keinginan konsumen dapat membuat konsumen merasa royal dengan pelayanan yang diberikan, 10 orang atau sama dengan persentase 24% responden menyatakan cukup baik dengan alasan bahwa karyawan andal dalam memenuhi kebutuhan konsumen cukup baik, 1 orang atau sama dengan persentase 2% responden menyatakan tidak baik dengan alasan bahwa karyawan perusahaan JNE tidak handal dalam memenuhi keinginan konsumen.

Untuk pertanyaan item 3 mengenai keterampilan karyawan dapat dilihat dari 5 orang atau sama dengan persentase 2% responden menyatakan sangat baik dengan alasan keterampilan pegawai dalam memberikan informasi kepada konsumen sangat baik dan jelas, 20 orang atau sama dengan persentase 49% responden menyatakan baik dengan alasan bahwa kemampuan karyawan dalam menyampaikan informasi kepada konsumen baik untuk dimegerti, 15 orang atau sama dengan persentase 3% responden menyatakan cukup baik dengan alasan bahwa keterampilan karyawan untuk memberikan informasi kepada konsumen cukup baik, 1 orang atau sama dengan persentase 2% responden menyatakan tidak baik dengan alasan penyampaian informasi kepada konsumen tidak baik.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa indikator Keandalan (*Reliability*) dikategorikan Baik dengan persentase tertinggi **41%** dari keseluruhan tanggapan responden yang berjumlah 41 responden.

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada hari Jumat pada Tanggal 10 Mei 2019 pada Kepala Cabang JNE Utama Bapak Hui Mandra, sesuai dengan indikator penelitian mengenai Keandalan (*Reliability*) sudah baik, dapat diperoleh penjelasan bahwa setiap pelayanan memerlukan pegawai yang handal dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan pegawai mempunyai keterampilan yang baik untuk memberikan informasi kepada konsumen secara akurat serta pelayanan yang cepat sesuai dengan ketentuan perusahaan.

### C. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Bagaimana respon dan kesigapan karyawan atau kurir PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dalam membantu konsumen menangani keluhan yang dihadapi dan memberikan pelayanan pengiriman paket dalam waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan. Kualitas layanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan agar orang yang beri pelayanan yang diterima, tuntutan pelayanan yang menyikapi berbagai keluhan dari bentuk pelayanan yang diberikan menjadi suatu respek positif dari daya tanggap pemberi pelayanan dan penerima pelayanan.

**Tabel V.7 Tanggapan Responden Untuk Indikator Daya Tanggap (*Responsiveness*) Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru**

No	Item Penilaian	Kategori Penilaian					Jumlah
		SB	B	CB	TB	STB	
1	Ketanggapan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat	10 (24%)	12 (29%)	19 (47%)	-	-	41 (100%)
2	Kesediaan membantu menangani keluhan	11 (29%)	20 (49%)	9 (19%)	1 (2%)	-	41 (100%)
3	Kesiapan merespon keinginan konsumen	11 (27%)	14 (34%)	13 (32%)	3 (8%)	-	41 (100%)
<b>Jumlah</b>		<b>32</b>	<b>46</b>	<b>41</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>123</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>11</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>41</b>
<b>Persentase</b>		<b>27%</b>	<b>37%</b>	<b>34%</b>	<b>2%</b>		<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2019

Dari tabel V.7 diatas untuk pertanyaan 1 mengenai ketanggapan karyawan dilihat dari 10 atau 24% responden menyatakan sangat baik dengan alasan karyawan perusahaan JNE sangat tanggap dalam memberikan pelayanan cepat dan tepat, 12 atau 29% responden menyatakan baik dengan alasan bahwa ketanggapan karyawan JNE dapat mempengaruhi kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen, 19 atau 47% responden menyatakan cukup baik dengan alasan

Apabila karyawan JNE tidak cukup baik dalam memberikan pelayanan akan berdampak buruk bagi perusahaan.

Untuk item pertanyaan 2 mengenai kesanggupan karyawan dapat dilihat dari 12 atau 29% responden menyatakan sangat baik dengan alasan karyawan JNE sanggup menangani keluhan konsumen, 20 atau 49% responden menyatakan baik dengan alasan kesanggupan karyawan membantu konsumen untuk menyelesaikan kesulitan dan masalah yang dihadapi konsumen, 8 atau 19% responden menyatakan cukup baik dengan alasan bahwa terkadang karyawan JNE tidak merasa peduli dengan konsumen yang merasakan kesulitan konsumen, 1 atau 2% responden menyatakan sangat tidak baik dengan alasan karyawan JNE mengabaikan keluhan dari konsumen.

Untuk item pertanyaan 3 mengenai kesiapan karyawan merespon kebutuhan konsumen dapat dilihat dari 11 atau 27% responden menyatakan sangat baik dengan alasan karyawan JNE mampu merespon konsumen dengan sangat baik, 14 atau 34% responden menyatakan baik dengan alasan bahwa respon yang diberikan karyawan JNE kepada konsumen dengan baik dapat membuat konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dengan menanggapi

keinginan konsumen, 13 atau 32% responden menyatakan cukup baik dengan alasan karyawan JNE tidak terlalu merespon konsumen, 3 atau 8% responden menyatakan tidak sangat baik dengan alasan karyawan JNE yang sangat tidak baik untuk merespon konsumen dengan baik.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa indikator Daya Tanggap dapat dikategorikan Baik dengan persentase tertinggi **37%** dari keseluruhan tanggapan responden yang berjumlah 41 responden.

*Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada hari Jumat pada Tanggal 10 Mei 2019 kepada Kepala Cabang JNE Utama Bapak Hui Mandra, sesuai dengan indikator penelitian mengenai Daya Tanggap (Responsiveness) sudah baik, dapat diperoleh penjelasan bahwa ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan dapat dilihat dari kemauan karyawan dalam membantu konsumen dalam menangani keluhan dan kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan berdampak positif bagi perusahaan.*

#### **D. Jaminan (Asurance)**

Perusahaan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dapat memberikan jaminan kepada konsumen apabila pengiriman paket tidak sampai ke alamat tujuan. Setiap bentuk pelayanan yang diberikan memerlukan kepastian, bentuk kepastian dari suatu pelayanan dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari perusahaan yang memberi pelayanan sehingga konsumen yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin. Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan sangat ditentukan oleh *performance* atau kinerja pelayanan sehingga diyakini bahwa karyawan tersebut mampu memberikan pelayanan yang dihandal dan profesional yang berdampak pada kepuasan pelayanan yang diterima. Berikut

ini merupakan hasil tanggapan responden untuk indikator bukti fisik, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel V.8 Tanggapan Responden Untuk Indikator Jaminan (*Asurance*) Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru**

No	Item Penilaian	Kategori Penilaian					Jumlah
		SB	B	CB	TB	STB	
1	Memberikan keamanan pelayanan jasa	12 (29%)	18 (44%)	8 (19%)	2 (5%)	1 (2%)	41 (100%)
2	Sopan santun karyawan JNE	10 (24%)	22 (54%)	9 (22%)	-	-	41 (100%)
3	Menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen	9 (22%)	17 (41%)	15 (37%)	-	-	41 (100%)
<b>Jumlah</b>		<b>31</b>	<b>57</b>	<b>32</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	123
<b>Rata-rata</b>		<b>10</b>	<b>19</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	41
<b>Persentase</b>		<b>24%</b>	<b>46%</b>	<b>27%</b>	<b>2%</b>	<b>0</b>	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2019

Dari tabel V.8 diatas untuk pertanyaan item 1 mengenai keamanan konsumen dapat dilihat dari 12 orang atau sama dengan persentase 29% responden menyatakan sangat baik dengan alasan perusahaan JNE dengan memberikan keamanan atau jaminan pengiriman barang sangat baik sesuai ketentuan perusahaan, 18 orang atau sama dengan persentase 44% responden menyatakan baik dengan alasan dengan adanya keamanan akan memberikan kepastian kepada konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang JNE, 8 orang atau sama dengan persentase 19% responden menyatakan cukup baik dengan alasan keamanan yang diberikan perusahaan JNE cukup baik, 2 orang atau sama dengan persentase 5% responden menyatakan tidak baik dengan alasan keamanan barang yang dikirim menggunakan jasa JNE tidak baik tanpa adanya kepastian, 1 orang atau sama dengan persentase 2% responden menyatakan sangat

tidak baik dengan alasan perusahaan JNE terkadang tidak bisa menjamin barang yang sudah dikirim dan tidak sampai pada konsumen yang menerima paket tidak ada jaminan barang diganti.

Untuk pertanyaan item 2 mengenai sopan santun konsumen dapat dilihat dari 10 orang atau sama dengan persentase 24% responden menyatakan sangat baik dengan alasan keramahan dan sopan santun karyawan JNE Pekanbaru sangat baik terhadap konsumen, 22 orang atau sama dengan persentase 54% responden menyatakan baik dengan alasan karyawan JNE memiliki etika yang baik untuk melayani konsumen, 9 orang atau sama dengan persentase 22% responden menyatakan cukup baik dengan alasan perilaku atau etika karyawan JNE kurang baik dalam melayani konsumen akan mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Untuk pertanyaan item 3 mengenai kemampuan karyawan memberikan kepercayaan kepada konsumen dapat dilihat dari 9 orang atau sama dengan persentase 22% responden menyatakan sangat baik dengan alasan kemampuan karyawan JNE untuk meyakinkan konsumen dalam menggunakan jasa JNE akan memberikan kepastian bagi pengguna jasa, 17 orang atau sama dengan persentase 41% responden menyatakan baik dengan alasan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen dapat membuktikan bahwa layanan jasa JNE dapat dipercaya dan memberikan kepastian yang jelas kepada konsumen, 15 orang atau sama dengan persentase 37% responden menyatakan cukup baik dengan alasan perusahaan JNE terkadang mengecewakan konsumen dengan

menghilangkan rasa percaya konsumen dengan menggunakan jasa pengiriman barang JNE tidak menjanjikan kepastian sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa indikator Jaminan (*Asurance*) dikategorikan Baik dengan persentase tertinggi **46%** dari keseluruhan tanggapan responden yang berjumlah 41 responden.

*Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada hari Jumat pada Tanggal 10 Mei 2019 kepada Kepala Cabang JNE Utama Bapak Hui Mandra, sesuai dengan indikator Jaminan (Asurance) sudah dapat, dapat diperoleh penjelasan bahwa dengan memberikan pelayanan yang baik perusahaan JNE dapat menjamin keamanan barang yang dikirim dan memberikan kepastian kepada konsumen untuk menumbuhkan rasa percaya dalam menggunakan jasa JNE tidak mengecewakan konsumen.*

#### **E. Empati (*Emphaty*)**

Kemampuan yang dimiliki oleh Karyawan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) untuk memberikan rasa perhatian dan sikap empati kepada konsumen yang mengalami masalah. Empati kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Empati dalam suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian yang diberikan karyawan kepada konsumen.

**Tabel V.9 Tanggapan Responden Untuk Indikator Empati (*Emphaty*) Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru**

No	Item Penilaian	Kategori Penilaian					Jumlah
		SB	B	CB	TB	SKB	
1	Memahami kesulitan dan masalah konsumen	14 (34%)	22 (54%)	3 (7%)	2 (5%)	-	41 (100%)
2	Memberikan perhatian dan rasa peduli kepada	10 (24%)	7 (17%)	20 (49%)	4 (10%)	-	41 (100%)
3	Komunikasi yang baik	12 (29%)	14 (34%)	9 (22%)	6 (15%)	-	41 (100%)
<b>Jumlah</b>		<b>36</b>	<b>43</b>	<b>32</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>123</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>12</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>41</b>
<b>Persentase</b>		<b>29%</b>	<b>34%</b>	<b>27%</b>	<b>10%</b>	<b>-</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2019

Dari tabel V.9 diatas untuk pertanyaan item 1 mengenai kesulitan konsumen dapat dilihat dari 14 orang atau sama dengan persentase 34% responden menyatakan sangat baik dengan alasan pemahaman karyawan sangat baik untuk memahami kesulitan dan masalah yang dihadapi konsumen, 22 orang atau sama dengan persentase 55% responden menyatakan baik dengan alasan karyawan dapat membantu mengatasi masalah yang dihadapi oleh konsumen dengan baik, 3 orang atau sama dengan persentase 7% responden menyatakan cukup baik dengan alasan konsumen merasa perusahaan JNE kurang cukup baik untuk memahami kesulitan yang dihadapi konsumen, responden 2 orang atau sama dengan persentase 5% menyatakan tidak baik dengan alasan karyawan JNE dalam menangani konsumen tidak baik.

Untuk pertanyaan item 2 mengenai memberikan perhatian dan rasa peduli kepada konsumen dapat dilihat dari 10 orang atau sama dengan persentase 24%

responden menyatakan sangat baik dengan alasan karena perhatian dan rasa perhatian yang diberikan karyawan kepada konsumen, 7 orang atau sama dengan persentase 17% responden menyatakan baik dengan alasan responden merasa karyawan memberikan kepedulian dengan baik, 20 orang atau sama dengan persentase 49% responden menyatakan dengan alasan perhatian dan rasa peduli karyawan JNE kepada konsumen cukup baik, 4 orang atau sama dengan persentase 10% menyatakan tidak baik dengan alasan tidak baiknya rasa peduli perusahaan dalam menangani keluhan konsumen dengan mengabaikannya.

Untuk pertanyaan item 3 mengenai komunikasi yang baik dapat dilihat dari 12 orang atau sama dengan persentase 29% responden menyatakan sangat baik dengan alasan penyampaian informasi kepada konsumen sangat baik, 14 orang atau sama dengan persentase 34% responden menyatakan baik dengan alasan komunikasi merupakan interaksi karyawan dengan konsumen sehingga komunikasi yang disampaikan kepada konsumen dengan baik, 9 orang atau sama dengan persentase 22% responden menyatakan cukup baik dengan alasan komunikasi cukup baik dan dapat dimengerti oleh orang lain, 6 orang atau sama dengan persentase 15% responden menyatakan tidak baik dengan alasan penyampaian informasi kepada konsumen tidak baik karena tidak dapat dimengerti dengan jelas.

Dari data dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa indikator Empati (*emphaty*) dapat dikategorikan Baik dengan persentase tertinggi **34%** dari keseluruhan tanggapan responden yang berjumlah 41 responden.

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pada hari Jumat pada Tanggal 10 Mei 2019 pada Kepala Cabang JNE Utama Bapak Hui Mandra, sesuai dengan indikator penelitian mengenai Empati (*Emphaty*) sudah baik, dapat diperoleh penjelasan bahwa karyawan JNE harus memperhatikan keluhan konsumen dengan membantu menangani dan mengatasi masalah yang dihadapi dan menyampaikan informasi yang jelas serta berkomunikasi dengan baik kepada konsumen.

**Tabel V.10 Rekapitulasi Kesuluruhan Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru**

No	Item Penilaian	Kategori Penilaian					Jumlah
		SB	B	CB	TB	STB	
1	Bukti Fisik	11 (27%)	16 (39%)	10 (24%)	3 (7%)	1 (3%)	41
2	Keandalan	10 (24%)	17 (41%)	13 (32%)	1 (3%)	-	41
3	Daya Tanggap	11 (27%)	15 (37%)	14 (34%)	1 (2%)	-	41
4	Jaminan	10 (24%)	19 (46%)	11 (27%)	1 (2%)	-	41
5	Empati	12 (29%)	14 (34%)	11 (27%)	4 (10%)	-	41
<b>Jumlah</b>		<b>54</b>	<b>81</b>	<b>59</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	205
<b>Rata-rata</b>		<b>11</b>	<b>16</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	41
<b>Persentase</b>		<b>27%</b>	<b>39%</b>	<b>29%</b>	<b>5%</b>	<b>0</b>	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2019

Dari tabel V.10 diatas dapat dilihat dari setiap indikator responden PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru, indikator yang pertama mengenai bukti fisik (*tangibles*) yang menjawab sangat baik sebanyak 11 orang atau sama dengan persentase 27% , untuk responden yang menjawab baik sebanyak 16 orang atau sama dengan persentase 39% responden, untuk responden yang menjawab cukup baik sebanyak 10 orang atau sama dengan persentase 24%, untuk responden yang menjawab tidak baik sebanyak 3 orang atau sama dengan persentase 7%, untuk

responden yang menjawab sangat tidak baik sebanyak 1 orang atau sama dengan persentase 3%.

Untuk indikator kedua mengenai keandalan (*reliability*) yang menjawab sangat baik sebanyak 10 orang atau sama dengan persentase 24%, untuk responden yang menjawab baik sebanyak sebanyak 17 orang atau sama dengan persentase 41%, untuk responden yang menjawab cukup baik sebanyak 13 orang atau sama dengan persentase 32%, untuk responden yang menjawab tidak baik sebanyak 1 orang atau sama dengan persentase 3%,

Untuk indikator ketiga mengenai daya tanggap (*responsiveness*) yang menjawab sangat baik sebanyak 11 orang atau sama dengan 27%, untuk responden yang menjawab baik sebanyak 15 orang atau sama dengan persentase 37%, untuk responden yang menjawab cukup baik 14 orang atau sama dengan 34% , untuk responden yang menjawab tidak baik 1 orang atau sama dengan responden 2%,.

Untuk indikator yang keempat mengenai jaminan (*assurance*) yang menjawab sangat baik sebanyak 10 orang atau sama dengan persentase 24%, untuk responden yang menjawab baik sebanyak 19 orang atau sama dengan persentase 49%, untuk responden yang menjawab cukup baik sebanyak 11 orang atau sama dengan persentase 27%, untuk responden yang menjawab tidak baik sebanyak 1 orang atau sama dengan 2%.

Untuk indikator kelima mengenai empati (*emphaty*) yang menjawab sangat baik sebanyak 12 orang atau sama dengan 29%, untuk responden yang menjawab baik sebanyak 14 orang atau sama dengan persentase 34%, untuk responden yang

menjawab cukup baik 11 orang atau sama dengan 27% , untuk responden yang menjawab tidak baik 4 orang atau sama dengan responden 10%.

Dari tabel V.10 diatas dapat dilihat jawaban responden pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru yang menjawab sangat baik dengan rata-rata 11 orang responden atau sama dengan persentase 27, untuk responden yang menjawab baik dengan rata-rata 16 orang responden atau sama dengan persentase 39%, untuk responden yang menjawab cukup baik dengan rata-rata 12 orang responden atau sama dengan persentase 29%, untuk responden yang menjawab tidak baik dengan rata-rata 2 orang responden atau sama dengan persentase 5%. Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa jawaban responden konsumen tentang kualitas pelayanan dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru dalam kategori **Baik** dengan jumlah persentase sebesar **39%**.

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dianalisis penulis mengenai Kualitas Pelayanan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pekanbaru, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan berdasarkan indikator sebagai berikut:

1. Indikator Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bahwa dari 41 orang responden yang diteliti dari tiga pertanyaan yang diberikan kepada responden maka diperoleh indikator bukti fisik baik dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru, hal ini ditandai dengan persentase 39%

2. Indikator Keandalan (*Reliability*)

Bahwa dari 41 orang responden yang diteliti dari tiga pertanyaan yang diberikan kepada responden maka diperoleh indikator keandalan baik dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru, hal ini ditandai dengan persentase 41%

3. Indikator Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Bahwa dari 41 orang responden yang diteliti dari tiga pertanyaan yang diberikan kepada responden maka diperoleh indikator daya tanggap baik dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru, hal ini ditandai dengan persentase 37%.

4. Indikator Jaminan (*Asurance*)

Bahwa dari 41 orang responden yang diteliti dari tiga pertanyaan yang diberikan kepada responden maka diperoleh indikator jaminan baik dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru, hal ini ditandai dengan persentase 46%.

#### 5. Indikator Empati (*Emphaty*)

Bahwa dari 41 orang responden yang diteliti dari tiga pertanyaan yang diberikan kepada responden maka diperoleh indikator empati baik dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru, hal ini ditandai dengan persentase 34%.

### **B. Saran**

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang dilakukan, penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perusahaan JNE Pekanbaru sebaiknya memperluas tempat parkir yang sempit sehingga konsumen yang datang tidak merasa terganggu apabila parkir kendaraan roda empat di jalan raya yang mengganggu lalu lintas.
2. Perusahaan JNE Pekanbaru lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan dalam pengiriman barang dengan cepat dan tepat pada waktunya sesuai dengan estimasi pengiriman barang.
3. Perusahaan JNE Pekanbaru lebih meningkatkan lagi rasa peduli dan mendengarkan keluhan konsumen dengan penuh perhatian agar konsumen merasa dihargai dan diharapkan.

4. Perusahaan JNE sebaiknya Pekanbaru lebih memperhatikan komunikasi dengan pelanggan harus dilakukan dengan sikap sopan agar konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.
5. Perusahaan JNE sebaiknya Pekanbaru memberikan pelatihan pada karyawan agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa dan Pemasaran Jasa*. Bandung; Penerbit Alfabeta
- Abdullah Thamrin dan Tantri, Francis. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada
- Anwar, Prabu Mangkunegara. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung; PT. Remaja Rosda Karya
- Bonar S.K. 2001. *Manajemen Jasa Pelayanan*. Jakarta; Rineka Cipta
- Basu Swatha. 2000. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta; Ananda
- Feriyanto, Andri dan Triana Shyta. 2015. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta; Meditera
- Fahmi, Irham. 2015. *Manajemen Strategis*. Bnadung; Alfabeta
- George, Terry. 2006. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta; PT. Bumi Aksara
- Hani, Handoko T. 2013. *Manajemen, Edisi 2*. Yogyakarta; BPFE
- Hamim, Sufian. 2005. *Administrasi, Organisasi, dan Manajemen: Suatu Ilmu Teori, Konsep dan Aplikasi*. Pekanbaru; ISBN
- Hasibuan, Melayu. S.P. 2001. *Manajemen dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta; Bumi Aksara
- Kartaynto, 2016. *Dasar-Dasar Manajemen Teori, Definisi dan Konsep*. Yogyakarta; ANDI
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ketiga. Jakarta; ANDI

- Limakrisna, Nanda dan Susilo, Hary. 2012. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Jakarta; Mitra Wacana Media
- Mulyono. 2008. *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*. Jogjakarta; AR-Ruzz Media
- Makmur. 2008. *Filsafat Administrasi*, Jakarta; PT. Bumi Aksara
- Manullang M. 2004. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta.; Gadjah Mada University Press
- Priansa, Juni Donni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Kontemporer*. Bandung; Alfabeta
- Philip, Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta; Erlangga
- Sugandha, Dann. 1991. *Administrasi Strategi, Taktik dan Teknik Penciptaan Efisiensi*. Jakarta; Intermedia
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung; Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung; Alfabeta
- Sangadji, Mamang Etta dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta; ANDI
- Sule dan Saefullah. 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta; Prenada Media
- Siagian, Sondang P. 2003. *Filsafat Administrasi*. Jakarta; PT. Bumi Aksara
- Sutarto. 2006. *Dasar-Dasar Organisasi*. Yogyakarta; Gadjah Mada University Press
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi Ke 1. Malang. Bayumedia
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta; ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta; ANDI

Tika, Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta; PT. Bumi Aksara

Zulkifli. 2015. *Pengantar Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta; Uir Press



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**