

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA PT LINTAS NUSANTARA PERDANA)

Gladis Devina Amadhea¹, Farida Farida^{2*}

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sahid Jakarta
Email Korespondensi : farida@usahid.ac.id

ABSTRAK

Saat ini semakin banyak perusahaan yang memberikan jasa pengiriman sehingga membuat setiap perusahaan yang bergerak dibidang pengiriman jasa berkompetisi untuk mendapatkan konsumen dan untuk memenuhi pendapatan perusahaan. PT Lintas Nusantara Perdana sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang (Ekspedisi) dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas serta memenuhi keinginan konsumen agar dapat memenuhi target pendapatannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen PT Lintas Nusantara Perdana. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif survey melalui kuisioner dengan mengambil informasi yang berkaitan dengan pelayanan dan kepuasan konsumen. Secara keseluruhan nilai yang diberikan oleh responden untuk kualitas pelayanan PT Lintas Nusantara Perdana ini sangat baik dan konsumen merasa sangat puas pada pelayanan jasa yang diberikan oleh PT Lintas Nusantara Perdana. Namun demikian, PT LNP tetap harus memperbaiki kualitas pelayanannya agar dapat mengurangi dan bahkan menghilangkan keluhan konsumennya sehingga mengurangi atau tidak ada biaya yang harus dikeluarkan dalam rangka menanggapi keluhan konsumen tersebut.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Jasa pengiriman

ABSTRACT

Currently, more and more companies are providing delivery services so that every company engaged in service delivery competes to get consumers and to meet company income. PT Lintas Nusantara Perdana as a company engaged in freight forwarding services (Expedition) is required to provide quality services and fulfill consumer desires in order to meet their revenue targets. The purpose of this study was to determine the service quality and customer satisfaction of PT Lintas Nusantara Perdana. The type of research used is quantitative with descriptive survey method through questionnaires by taking information related to service and customer satisfaction. Overall the value given by respondents for the quality of service of PT Lintas Nusantara Perdana is very good and consumers are very satisfied with the services provided by PT Lintas Nusantara Perdana. However, PT LNP still has to improve the quality of its services in order to reduce and even eliminate consumer complaints so as to reduce or not the costs that must be incurred in responding to these consumer complaints.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Delivery Service

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini sudah banyak sekali teknologi-teknologi moderen yang dapat dipakai untuk berbagai macam hal. Salah satu penggunaan teknologi modern tersebut adalah handphone atau telepon genggam. Terlebih lagi di tahun 2020 saat pandemi Covid-19 muncul diseluruh dunia, peningkatan pemakaian *Handphone* bertambah. Dikarenakan peraturan pemerintah dalam upaya mengurangi penularan Covid-19 membuat masyarakat harus berada didalam rumah, dan melakukan segala sesuatunya dari rumah. Dikutip dari Liputan6.com, sejak awal 2020 jumlah populasi global pengguna handphone telah meningkat setidaknya 80 juta orang. Dengan 5,22 miliar orang memakai *smartphone*, angka tersebut setara dengan 66,6% dari populasi dunia. Dengan adanya *Handphone* ini masyarakat dipermudah aksesnya untuk menghubungi seseorang dengan vidio jarak jauh, mengakses pembelian online, permainan game online, membuat catatan, mengakses media sosial dan masih banyak lagi.

Dengan banyaknya masyarakat yang melakukan pembelian barang secara online maka banyak juga perusahaan *e-commerce* yang berdiri di Indonesia hal ini dibuktikan dengan pesatnya perkembangan industri jasa pengiriman, dimana industri *e-commerce* di Indonesia dalam 10 tahun terakhir meningkat 17% dengan total jumlah usaha *e-commerce* mencapai 26,2 juta unit (wartaekonomi.co.id). Hal itu membuka peluang para pengusaha pengiriman barang dalam meningkatkan pemasukan perusahaan, dan juga meningkatkan perekonomian di Indonesia dalam sektor jasa. Asosiasi Logistik dan Forwarder Indonesia (ALFI) memprediksi potensi pertumbuhan bisnis logistic di Tanah Air bisa mencapai lebih dari 30% pada 2020, dihitung secara rinci estimasi pertumbuhan sektor ini secara menyeluruh bisa mencapai Rp 40 triliun atau lebih per tahun.

Berdasarkan analisis SCI sektor logistik terhadap PDB selama 4 (empat) tahun antara tahun 2017 – 2020 terjadinya peningkatan pendapatan di sektor logistik di Indonesia. Pendapat yang didapat pada tahun 2017 sebesar 735,2 triliun atau 5,41%, dan pada tahun 2018 adanya pendapatan sebesar 797,3 triliun dan mendapatkan peningkatan selisih pendapatan sebesar 61,1 triliun atau 8,44%, ditahun 2019 pendapatan sebesar 889,4 triliun dan peningkatan selisih pendapat sebesar 92,1 triliun atau 11,56%, ditahun 2020 pendapatan sektor logistik di Indonesia mencapai 993,9 triliun dan peningkatan selisih pendapat sebesar 104,5 triliun atau 12,73%.

Oleh karena itu, mengapa jasa pengiriman dalam hal ini sangat berpengaruh dalam pergerakan ekonomi Indonesia dalam sektor jasa. Dengan jasa pengiriman, masyarakat akan dimudahkan dalam mengirim barang dari suatu wilayah ke wilayah yang lain dengan mudah. Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman ini maka dan kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan. Dengan adanya serta memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan.

Saat ini semakin banyak perusahaan yang memberikan jasa pengiriman seperti JNE, J&T, Sicepat, Tiki, Wahana, KIB, KI8, Indah Cargo, dan masih banyak lagi. Mulai dari persaingan harga yang hampir sama dengan setiap perusahaan dan waktu pengiriman yang tidak terlalu lama, sehingga membuat setiap perusahaan yang bergerak dibidang pengiriman jasa berkompetisi untuk mendapatkan konsumen dan untuk

memenuhi pendapatan perusahaan. Kualitas pelayanan dan dalam persaingan pengiriman jasa ini sangat berpengaruh untuk menentukan pengiriman apa yang akan membuat konsumen nyaman dan tertarik untuk mengirimkan barang mereka dan merasa puas dalam pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan dalam persaingan pengiriman jasa ini sangat berpengaruh untuk menentukan pengiriman apa yang akan membuat konsumen nyaman dan tertarik untuk mengirimkan barang mereka dan merasa puas dalam pelayanan yang diberikan.

Kepuasan konsumen dapat dilihat salah satunya dari kualitas pelayanan yang dalam kegiatan jasa pengiriman barang dimana pertanggungjawaban pengiriman menjadi suatu tolak ukurnya. Dengan adanya rasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka pada umumnya perusahaan tersebut akan selalu diingat oleh para konsumen.

Kepuasan konsumen memberikan loyalitas yang baik terhadap perusahaan yang sudah dikenal dan dipercayai, maka secara otomatis konsumen akan cenderung selalu menggunakan layanan perusahaan jasa pengiriman tersebut sebagai prioritas utamanya dalam mengirimkan barang mereka. Hal ini dikarenakan konsumen sudah dapat menilai dari kualitas pelayanan perusahaan jasa pengiriman ini dalam menggunakan layanan jasa perusahaan tersebut dan sudah menjadi prioritas dalam mengirimkan barang mereka.

Maka kualitas pelayanan berperan penting dalam menentukan kepuasan konsumen, selain itu kepuasan konsumen juga dapat membawa keuntungan bagi perusahaan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi. Menurut Kotler dan Keller (2015:153) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Kotler dalam Januar Effendi (2016) kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tidak memuaskan atau jauh dibawah yang diharapkan, maka konsumen akan kecewa pada perusahaan tersebut dan sebaliknya, jika pelayanan perusahaan jasa sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka konsumen akan senang.

Taguchi dalam Munjiati Munawaroh (2015), kualitas adalah *loss to society*, yang maksudnya adalah apabila terjadi penyimpangan dari target, hal ini merupakan fungsi berkurangnya kualitas. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan dan keinginan konsumen untuk mengimbangi harapan konsumen. Lewis & Booms dalam Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra (2016:125) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:139), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan terhadap suatu produk atau jasa sebenarnya suatu hal yang sulit untuk didapatkan jika perusahaan tersebut tidak

benar-benar memperhatikan produk atau jasa, kinerja karyawan dan keinginan dari konsumen maka kepuasan yang diharapkan tidak dapat terpenuhi oleh perusahaan.

PT Lintas Nusantara Perdana merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang dan dokumen melalui jalur darat yang bekerja sama dengan Kereta Api Persero untuk di Pulau Jawa dan PT Mitra Jaya Persada untuk di Pulau Sumatera, jalur laut bekerja sama dengan CV. Ladju Ekspresindo dan PT Atlantik Media Transport. Kantor PT Lintas Nusantara Perdana tersebar di seluruh wilayah Pulau Jawa dan Bali, kami melayani pengiriman ke seluruh daerah di Indonesia melalui jalur darat, laut dan udara. Untuk jalur udara PT Lintas Nusantara Perdana memakai maskapai penerbangan Garuda Indonesia, Batik Air, Citilink, Sriwijaya Air, dan Lion Air.

Dalam pengiriman barang ini tidak luput dari permasalahan yang ada, yang membuat PT Lintas Nusantara Perdana dapat kehilangan konsumen dan kepercayaan konsumen. Permasalahan yang ada di PT Lintas Nusantara Perdana, yaitu:

1. Penerapan SOP yang tidak berjalan

Salah satu penerapan SOP yang tidak berjalan adalah SOP *Packing* barang tidak sesuai dengan standar pengiriman yang membuat barang mudah rusak saat dalam perjalanan menuju destinasi akhir. Contohnya seperti pengiriman barang pecah belah yang hanya dikirimkan menggunakan kardus dan bukan menggunakan palet kayu.

2. Banyaknya keluhan konsumen terhadap pengiriman

Salah satu keluhan yang dialami konsumen adalah klaim barang yang dikarenakan salah tata letak barang didalam armada yang mengakibatkan barang itu rusak dan sudah tidak dapat dipakai kembali. Contohnya seperti minyak nabati yang dikirimkan dari Yogyakarta menuju Bekasi, dimana minyak nabati tersebut terdapat kotoran ayam diatas minyak nabati tersebut. Dalam mengatasi keluhan pelanggan tersebut, PT LNP memberikan ganti rugi kepada konsumen apabila dalam pemeriksaan terdapat kesalahan oleh PT LNP. Sebagai contoh, selama tahun 2020, PT LNP mengeluarkan biaya untuk ganti rugi tersebut sebesar Rp. 15.269.000 untuk 22 kasus.

3. Penurunan pendapatan dan jumlah pengiriman

Antara tahun 2018 s.d 2020 terjadinya fluktuasi dalam omset PT LNP. Pendapatan PT LNP sempat naik yaitu dari tahun 2018 ke tahun 2019 sebesar Rp. 18.412.408.475 atau 22% dan diikuti juga dengan kenaikan jumlah pengiriman sebesar 52.645 atau 20%. Namun di tahun 2020 terjadi penurunan pendapatan sebesar 15.618.151.102 atau 23% dan juga penurunan terhadap jumlah pengirimannya sebesar 38.305 atau 17%. Masalah ini terjadi salah satunya dikarenakan pandemi Covid-19 yang membuat perusahaan tidak dapat bekerja dengan maksimal dan membuat para konsumen tidak dapat mengirimkan barang mereka. Terjadinya kendala ini bukan hanya dialami oleh perusahaan saja tapi juga dengan masyarakat dan dialami oleh perekonomian Negara yang menurun.

Namun demikian, PT LNP tetap berupaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar selalu menggunakan layanan jasa pengirimannya yaitu dengan melakukan:

1. Pelayanan berkualitas untuk konsumen (biaya pengiriman lebih murah dari pesaing)
2. Penanganan keluhan konsumen (penggantian kerusakan barang)
3. Membangun hubungan yang baik ke konsumen (kebijakan kredit untuk relasi)
4. Memberikan pengantaran barang sampai ke alamat (“one night one services”).

Dengan mengusung Slogan “*one night one services*”, yaitu pengiriman yang cepat atau langsung mencapai tempat yang dituju dalam satu hari dan dengan biaya yang lebih

murah dari para pesaingnya, PT LNP telah berusaha untuk memenuhi harapan konsumen. Dalam sekali pengiriman minimal satu kilo dengan biaya Rp. 55.000,-

Upaya-upaya ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kembali pendapatan dan jumlah pengiriman pada PT Lintas Nusantara Perdana dalam menghadapi persaingan di jasa pengiriman barang. Dengan demikian, perlu untuk melakukan analisis tentang **Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen PT Lintas Nusantara Perdana**.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di PT Lintas Nusantara Perdana, data yang diambil adalah data dari tahun 2020 dengan jumlah konsumen sebanyak 4.557. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu, maka digunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sample sebanyak sebanyak 100 responden.

Pada penelitian ini memiliki dua sumber data yang terdiri dari data primer yaitu hasil pengisian kuesioner oleh responden dan data sekunder seperti keterangan tentang permasalahan di PT LNP (keluhan pelanggan, pelaksanaan SOP, penurunan pendapatan dan konsumen) serta data-data dari artikel dan sumber media cetak lainnya

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif survey melalui kuisisioner. Jawaban responden atas pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala *Likert*. Rentang skala 1-5 dengan ketentuan angka 1 (satu) menunjukkan bahwa responden tidak mendukung terhadap pernyataan yang diberikan, sampai dengan angka 5 (lima) menunjukkan bahwa responden mendukung terhadap pernyataan yang diberikan. Teknik analisis data digunakan secara deskriptif dengan menghitung skor rata-rata dari hasil survey yang didapat. Untuk mengukur kriteria interpretasi skor menurut Alma (2016:133) dapat diperoleh dengan cara:

$$\begin{aligned} \text{Skor Maksimum} &= 5 \\ \text{Skor Minimum} &= 1 \\ \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} &= \frac{5-1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

Dengan demikian, rentang skor hasil intepretasi data sebagai berikut:

Tabel 1. Rentang Skor kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen

No	Nilai	Variabel	
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
1.	1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
2.	1,81 – 2,60	Kurang Baik	Kurang Puas
3.	2,61 – 3,40	Cukup Baik	Cukup Puas
4.	3,41 – 4,20	Baik	Puas
5.	4,21 – 5,00	Sangat Baik	Sangat Puas

Sumber: Konsep penelitian yang dikembangkan untuk penelitian, 2021

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Table 2. Hasil Analisis Indikator Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Skor					Jumlah Skor	Rata-rata	Kriteria
		STS	TS	CS	S	SS			
Keandalan									
1	LNP menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan (one night service)	1	2	7	14	76	462	4,62	Sangat baik
2	Menyampaikan pelayanan jasa dengan baik (produk PT LNP apa saja, harga berapa, dll)	0	3	5	26	66	455	4,55	Sangat baik
3	Karyawan LNP menanggapi permasalahan dengan baik (penanganan keluhan)	0	2	3	40	55	448	4,48	Sangat baik
Rata - rata							1365	4,55	Sangat baik
Daya Tanggap									
4	Karyawan sigap dalam pengantaran (pengirim barang terampil dan cepat)	0	2	9	49	40	427	4,27	Sangat baik
5	Customer service respon dengan cepat (menjawab pesan dari konsumen)	0	2	6	29	63	453	4,53	Sangat baik
6	Menginformasikan ketepatan waktu pengiriman (menginformasikan kapan barang datang atau diterima pelanggan dan kapan barang dikirim)	0	4	12	32	52	432	4,32	Sangat baik
Rata - rata							1312	4,37	Sangat baik
Jaminan									
7	Adanya pertanggungjawaban dari LNP atas kerusakan barang (barang rusak diganti dan diperiksa ditahap mana rusaknya)	0	1	10	36	53	441	4,41	Sangat baik
8	Selalu memberikan fasilitas pengiriman yang baik (armada pengirimnya bagus)	0	3	7	25	65	452	4,52	Sangat baik
9	Adanya asuransi pengiriman (kehilangan dan kerusakan barang)	1	7	21	25	46	408	4,08	Baik

	diganti oleh LNP)								
10	LNP memberikan rasa percaya dan aman dalam pengiriman barang (pengiriman percaya barang mereka tidak hilang atau sampai kepada konsumen)	1	3	6	31	59	444	4,44	Sangat baik
	Rata-rata						1745	4,36	Sangat baik
									Empati
11	Customer service memberikan solusi permasalahan dengan baik (CS memberikan solusi dg baik)	0	2	7	22	69	458	4,58	Sangat baik
12	Karyawan memberikan pelayanan dengan sopan (karyawan memberikan senyum dan menjawab pertanyaan dengan baik)	1	2	4	29	64	453	4,53	Sangat baik
	Rata-rata						911	4,56	Sangat baik
									Bukti Fisik
13	Kebijakan perusahaan sesuai SOP yang berlaku (SOP operasional pengiriman barang dijalankan)	2	4	4	23	67	449	4,49	Sangat baik
14	Fasilitas Pengiriman yang memadai (fasilitas kantor yg baik)	0	5	6	30	59	443	4,43	Sangat baik
15	Karyawan berpakaian rapi (seragam Senin-kamis, Jumat pake batik, Sabtu bebas)	2	3	11	15	69	446	4,46	Sangat baik
	Rata-rata						1338	4,46	Sangat baik
	Jumlah						6671	22,30	
	Rata-rata						1334,2	4,45	Sangat puas

Berdasarkan tabel di atas, tanggapan responden mengenai tiga pernyataan Keandalan tersebut menghasilkan nilai rerata sebesar 4,55 yaitu sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa PT LNP mampu memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. kepada para konsumennya dapat sangat diandalkan. Hal ini sesuai dengan perolehan rata-rata tertinggi (4,62) yaitu pada pernyataan bahwa PT LNP menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan.

Pada table tersebut, pernyataan untuk daya tanggap mendapatkan skor rata-rata sangat baik. Hal ini berarti, kesediaan dan kemampuan PT LNP menyediakan layanan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka dengan segera sangat baik.

Pada table 2 juga, empat pernyataan dalam Dimensi Jaminan menghasilkan skor rata-rata 4,36 (sangat baik) yang artinya bahwa, pengetahuan dan kesopanan karyawan PT LNP serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan konsumen (*confidence*) sangat baik.

Hasil lain pada table 2 untuk kedua pernyataan Empati juga menunjukkan skor rata-rata sangat baik (4,56) artinya bahwa PT LNP sangat memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen tersebut sangat baik.

Hasil terakhir dari table 4.1 adalah bahwa ketiga pernyataan bukti fisik mendapat kan skor rata-rata 4,46 atau sangat baik. Hal ini berarti bahwa tampilan fisik meliputi fasilitas layanan, perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi PT LNP sangat baik.

Dari hasil skor rata-rata dan kriteria indikator pernyataan tersebut maka, hasil dari analisis Dimensi Kualitas Pelayanan sebagai berikut:

Table 3. Nilai Rata-rata dan Kriteria Dimensi Kualitas Pelayanan

No	Dimensi	Nilai Rata-Rata	Kriteria Dimensi
1	Keandalan	4,55	Sangat baik
2	Daya tanggap	4,37	Sangat baik
3	Jaminan	4,36	Sangat baik
4	Empati	4,56	Sangat baik
5	Bukti fisik	4,46	Sangat baik
Jumlah		22,30	
Rata-rata		4,46	Sangat baik

Sumber: Hasil olah data kuisioner (2021)

Berdasarkan tabel 3. dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan yang dimiliki PT Lintas Nusantara Perdana sangat sangat baik dengan memiliki rata-rata 4,46. Berarti bahwa PT LNP dapat memenuhi keinginan atau mengimbangi harapan konsumen atas jasa yg ditawarkannya dengan sangat baik. Hal ini sejalan dengan penelitian Utami, A. R. dan Farida F. (2020) yang menggambarkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan dan loyalitas memberikan dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan. Nilai tertinggi terdapat pada dimensi empati dengan nilai rata-rata 4,56 (sangat baik). Dimensi empati dengan pernyataan “*customer service* memberikan solusi permasalahan dengan baik” menunjukkan rata-rata tertinggi dengan nilai 4,58, menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh *customer service* memberikan dampak yang baik untuk kualitas pelayanan PT Lintas Nusantara Perdana. Pada dimensi jaminan mendapatkan nilai rata-rata terendah, dengan pernyataan “adanya asuransi pengiriman” yang memiliki nilai rendah sebesar 4,08. PT LNP belum memberikan jaminan asuransi kepada pelanggan atas jasa pengiriman barangnya. Tetapi PT LNP tetap berkomitmen terhadap keluhan konsumen misalnya dengan memberikan penggantian atas kerusakan/kehilangan/ kesalahan pengiriman barang konsumen.

Table 4. Hasil Analisis Indikator Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Skor					Jml Skor	Rata-rata	Kriteria
		STS	TS	CS	S	SS			
Kualitas Produk									
1	Pengiriman sesuai dengan yang dijanjikan (sesuai slogan one	1	2	7	31	59	445	4,45	Sangat puas

	night service tapi ada beberapa yg tidak bisa misal utk yg daerahnya memerlukan transit armada misal Banyuwangi, Bali, Malang, Bangil)								
2	Pelanggan tidak khawatir jika barang rusak (packing barang yg sesuai kondisi barang dan SOP)	1	5	6	37	51	432	4,32	Sangat puas
3	Pengiriman sampai dengan cepat (one night service)	0	4	9	39	48	431	4,31	Sangat puas
Rata-rata							1308	4,36	Sangat puas
Harga									
1	Adanya layanan COD (barang sampe lalu dibayar konsumen)	1	1	5	25	68	458	4,58	Sangat puas
2	Mudahnya pembayaran (adanya layanan COD/penerima, bisa transfer, bayar langsung di tempat/pengirim, kredit utk relasi perusahaan)	0	2	6	20	72	462	4,62	Sangat puas
3	Harga pengiriman relative lebih murah dari yang lain (harga lebih murah dari perusahaan sejenis satu kilo 4500 tapi tetap harga 10kg/55rb)	0	3	10	23	64	448	4,48	Sangat puas
Rata-rata							1368	4,56	Sangat puas
Kualitas Pelayanan									
1	Tersedianya pelayanan door to door (barang di jemput, pecking di LNP, kirim sampe alamat penerima)	2	1	5	21	71	458	4,58	Sangat puas
2	Barang anda sampai dengan tepat waktu (one night service)	1	3	12	24	60	439	4,39	Sangat puas
3	Adanya penjemputan barang (barang diambil dan dikirim k stasiun armada pengiriman)	3	2	8	26	62	443	4,43	Sangat puas
4	Penataan barang dalam pengemasan cukup baik (ditata dan dipacking dengan baik)	2	2	7	25	65	450	4,50	Sangat puas

Rata-rata	1790	4,48	Sangat puas
Jumlah	4466	13,40	
Rata-rata	1488,67	4,47	Sangat puas

Sumber: Hasil olah data kuisisioner (2021)

Berdasarkan tabel 4., tanggapan responden mengenai tiga pernyataan tentang kualitas produk tersebut menghasilkan nilai rerata sebesar 4,36 yaitu sangat puas. Berarti bahwa Kualitas produk PT LNP yaitu jasa pengiriman barang sangat berkualitas. Hal ini didukung dengan nilai tertinggi pada pernyataan Pengiriman sesuai dengan yang dijanjikan yaitu sesuai slogan *one night service* walau ada beberapa yg terpenuhi misal utk yg daerahnya memerlukan transit armada misal Banyuwangi, Bali, Malang, Bangil.

Dalam table tersebut juga dinyatakan oleh responden untuk ketiga pernyataan tentang harga untuk produk LNP adalah sangat puas dengan rata-rata 4,56. Hal ini berarti bahwa produk PT LNP dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah. PT LNP menetapkan harga minimal pengiriman 55K per kilo yang lebih murah dari jasa pengiriman lainnya. Selain itu, nilai tertinggi dari dimensi harga pada pernyataan “mudahnya pembayaran” nilai rata-ratanya sebesar 4,62, seperti adanya pembayaran dengan cara COD, transfer, dibayar langsung oleh pengirim, kebijakan kredit untuk relasi. Dengan mudahnya pembayaran akan memudahkan bagi konsumen dalam melakukan pengiriman dan akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan PT.

Hasil lainnya dari table tersebut adalah, tanggapan responden terhadap keempat pernyataan tentang kualitas pelayanan adalah sangat puas dengan nilai rata-rata sebesar 4,48. Hal ini berarti bahwa konsumen mendapatkan layanan yang sangat memuaskan sesuai dengan harapannya. Hal ini terlihat dari nilai tertinggi pada pernyataan “ersedianya pelayanan door to door” yaitu barang di jemput dari pengirim, *pecking* di LNP, lalu dikirim sampe alamat penerima. Layanan ini sangat memudahkan konsumen untuk melakukan pengiriman barang dengan LNP.

Dari hasil rata-rata dan kriteria indikator pernyataan tersebut maka hasil dari analisis Dimensi Kepuasan Konsumen sebagai berikut:

Table 4.4 Nilai Rata-rata, dan Kriteria Dimensi Kepuasan Konsumen

No.	Dimensi	Nilai Rata-Rata	Kriteria
1	Kualitas produk	4,36	Sangat puas
2	Harga	4,56	Sangat puas
3	Kualitas pelayanan	4,48	Sangat puas
Jumlah		13,40	
Rata-rata		4,47	Sangat puas

Sumber: Hasil olah data kuisisioner (2021)

Berdasarkan tabel 5 maka, nilai rata-rata kepuasan konsumen sebesar 4,47, menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen sangat tinggi yaitu Konsumen sangat puas pada jasa pengiriman PT LNP atau harapan konsumen atas jasa pengiriman PT LNP sangat sesuai dengan kenyataan yang diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan volume penjualan.

Nilai tertinggi pada dimensi Harga dengan nilai 4,56 artinya, dengan harga yang baik yaitu lebih rendah dari kompetitor atau dari jasa pengiriman lainnya. Harga juga menyebabkan kepuasan konsumen yang tinggi pada indikator pembayaran yang mudah

yaitu, dengan COD, Transfer, bayar ditempat, dan kredit untuk relasi.

Nilai terendah pada Dimensi Kualitas produk (4,36) artinya bahwa konsumen sangat puas atas jasa pengiriman PT LNP. Hal ini sejalan dengan pernyataan dengan nilai terendah (4,31) “Pengiriman sampai dengan cepat”, maksudnya bahwa ada beberapa pengiriman yang datang terlambat dari waktu yang ditentukan atau tidak sejalan dengan slogan *One Night One Serves* dan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada harga dengan nilai sebesar 4,56. Dengan harga yang baik yang lebih rendah dari kompetitor atau dari jasa pengiriman yang lainnya. Harga juga menyebabkan kepuasan konsumen yang tinggi pada indikator pembayaran yang mudah yaitu, dengan COD, Transfer, bayar ditempat, dan kredit untuk relasi.

KESIMPULAN

Penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang dinilai dari lima dimensi, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik adalah sangat baik. Berarti bahwa PT LNP dapat memenuhi keinginan atau mengimbangi harapan konsumen atas jasa yg ditawarkannya dengan sangat baik. Dimensi empati dengan pernyataan “*customer service* memberikan solusi permasalahan dengan baik”, menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh *customer service* memberikan dampak yang baik untuk kualitas pelayanan PT Lintas Nusantara Perdana. PT LNP memberikan fasilitas serta rasa percaya terhadap barang yang dikirimkan dan memberikan konsumen rasa percaya dalam bentuk pertanggungjawaban atas barang yang mereka kirimkan, maka dari itu konsumen merasa puas atas pelayanan jasa yang diberikan.

Hasil penilaian dari responden tentang kepuasan konsumen di PT Lintas Nusantara Perdana yang dinilai dari tiga dimensi, yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan adalah sangat puas. Berarti bawah konsumen merasa sangat puas pada pelayanan jasa yang diberikan oleh PT Lintas Nusantara Perdana. Nilai tertinggi pada dimensi Harga dengan nilai 4,56 artinya, dengan harga yang baik yaitu lebih rendah dari kompetitor atau dari jasa pengiriman lainnya. Harga juga menyebabkan kepuasan konsumen yang tinggi pada indikator pembayaran yang mudah yaitu, dengan COD, Transfer, bayar ditempat, dan kredit untuk relasi. Nilai terendah pada Dimensi Kualitas produk (4,36) artinya bahwa konsumen sangat puas atas jasa pengiriman PT LNP. Hal ini sejalan dengan pernyataan dengan nilai terendah (4,31) “Pengiriman sampai dengan cepat”, maksudnya bahwa ada beberapa pengiriman yang datang terlambat dari waktu yang ditentukan atau tidak sejalan dengan slogan *One Night One Serves*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, S. (2010). *PROSEDUR PENELITIAN Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Fandy Tjiptono (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian*. ANDI: Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono (2016). *Service, Qualit, & Satisfaction*, Edisi Keempat. CV. Andi Offset: Yogyakarta

- Kotler & Keller (2009), *Menejemen Pemasaran*, Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management Edisi 15*. New Jersey : Pearson Pretice Hall, Inc
- L.A Wibowo & Priansa, D.J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: ALFABETA
- Shinta, Agustina.(2011). *Manajemen Pemasaran*. Press : Universitas Brawijaya
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung

Jurnal

- Anisa, R. (2020). *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Toko Raisa Service Di Banjarmasin Kalimantan Selatan)*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang*. *Jurnal Penelitian Ilmu Managemen*. Vol. 2(2), 63.
- Diana, F. N. (2020). *Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Anggota Koperasi Primkoppol Mapolda Kalsel* Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Familiar, K., & Maftukhah, I. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen*. *Management Analysis Journal*, Vol. 4(4).
- Halik, A. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kualitas Layanan Dan Nilai Religiusitas Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Implikasinya Pada Komitmen Nasabah Bank Umum Syariah Di Wilayah Gerbang Kertasusila Jawa Timur*. *JHP17: Jurnal Hasil Penelitian*, Vol. 1(01).
- Herliani, L. (2020). *Peran Kualitas Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Indomaret Cabang Sutoyo S Banjarmasin* Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Imron, I. (2020). *SPK Pemberian Pinjaman dalam Upaya Mengantisipasi Kredit Macet pada Anggota Koperasi Studi Kasus: KSP Warna Artha*. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, Vol. 20(2), 369-375.
- Imroatus Solehah, S. (2020). *Usulan Perbaikan Proses pelayanan Administrasi Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Menggunakan Metode Servqual Dan Six Sigma*. Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Mulyawan, A., & Sidharta, I. (2013). *Analisis Deskriptif Pemasaran Jasa Di STMIK Mardira Indonesia Bandung*. *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol. 7(1), 42-55.
- Nisa N. M. K., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Potong Rambut Noveria Dusun Kedawang)*. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, Vol. 10(1), 56-63.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]*. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, Vol. 11(2), 265-289.

- Putra, I. K. E. A., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2020). *Pengaruh Komitmen Karyawan Dan Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. World Innovative Telecommunication Di Denpasar*. *VALUES*, Vol. 1(3), 140-150.
- Rahmadhani, F. E. (2017). *Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Nethost Menggunakan Metode Importance Performance*. *e-Proceeding of Management*, Vol. 4,1-6
- Ratnasari, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Muzaki di Lembaga Amil Zakat Infak dan Sedekah Nahdhatul Ulama (LAZISNU) Nganjuk*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. *Analysis. eProceedings of Management*, Vol. 4(3).
- Sapriani, J., & Hasbi, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada J. co Donuts & Coffee Di Kota Bandung*. *Proceedings of Management*, Vol. 8(1).
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). *Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja*. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, Vol. 3(2), 111-118.
- Utami, A. R. dan Farida F. (2020). *Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan Pengguna Perahu Motor Kayu ke Pulau Untung Jawa Kepulauan Seribu Jakarta*. *Jurnal Nasional Pariwisata*. Pusat Studi Pariwisata UGM Yogyakarta.
- Yanuar, M. M., Qomariyah, N., & Santosa, B. (2017). *Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Optik Marlin cabang Jember*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 3(1).
- Yuliana, L., & Khusnullaili, F. (2020). *Analisis Kualitas Layanan Perpustakaan Alternatif Wilayah Selatan Kota Yogyakarta Dengan Model Servqual*. *AL Maktabah*, Vol. 5(2), 118-129.

Skripsi

- Maranto, A. R. *Pengaruh Total Service Quality Management Terhadap Kepuasan Konsumen PO. Maju Lancar Di Yogyakarta*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rachmat Susilo, A. *Pengaruh Brand Image, Trust dan Customer Value Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Pengiriman PT. J&T Express di Kabupaten Jember*. Jember: Universitas Jember.

Web

- Pengguna Internet Dunia Tembus 4,66 Miliar, Rata-Rata Online di Smartphone. Tersedia pada: <https://www.liputan6.com/tekno/read/4469008/pengguna-internet-dunia-tembus-466-miliar-rata-rata-online-di-smartphone>. [Diakses pada 28 Januari 2021].
- Pertumbuhan E-Commerce Pesat di Indonesia. Tersedia pada: <https://www.wartaekonomi.co.id/read216302/pertumbuhan-e-commerce-pesat-di-indonesia>.- [Diakses pada 19 Febuari 2020].
- Potensi Pertumbuhan Bisnis Logistik Lebih dari 30%. Tersedia pada: <https://ekbis.sindonews.com/berita/1472008/34/2020-potensi-pertumbuhan-bisnis-logistik-lebih-dari-30>-. [Diakses pada 17 Desember 2019].
- Kontribusi Sektor Logistik Terhadap PDB Turun, Ini Penjelasan SCI Supply Chain Indonesia (SCI). Tersedia pada

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190219/98/890736/kontribusi-sektor-logistik-terhadap-pdb-turun-ini-penjelasan-sci> [Diakses pada 19 Febuari 2019].

Logistik 2020 Diprediksi Tumbuh Melambat, Ini Pemicunya Versi SCI Tersedia pada:
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20191126/98/1174509/logistik-2020-diprediksi-tumbuh-melambat-ini-pemicunya-versi-sci> .

Pertumbuhan Sektor Logistik Nasional Bakal Terkoreksi.[Diakses pada 15 Maret 2020].
Tersedia pada”
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200315/98/1213432/pertumbuhan-sektor-logistik-nasional-bakal-terkoreksi> [Diakses pada 26 November 2019