

Analisis Kepuasan Konsumen pada JNE Cabang Palembang Analysis of Customer Satisfaction at JNE Palembang Branch

Henti Purnama¹⁾, Efrina Masdiani, S.E., M.Si²⁾, Ani Cahyani, S.E., M.Si³⁾

1) Prodi Adimistrasi Niaga, Politeknik Anika, Indonesia

2) Prodi Adimistrasi Niaga, Politeknik Anika, Indonesia

3) Prodi Manajemen Informatika, Politeknik Anika, Indonesia

*Corresponding Email: Efrina.masdiani@yahoo.co.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian untuk mengetahui kualitas layanan pengiriman barang terhadap kepuasan konsumen pada JNE Cabang Palembang. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang JNE Cabang Palembang. Pada masa pandemic COVID-19 ini, peneliti tidak melakukan wawancara tatap muka. Teknik pengumpulan data dengan *snowball sampling* menggunakan *Google Form*. Tahap pertama peneliti melakukan perizinan ke Manajer JNE, agar pihak JNE tahu bahwa akan dilakukan penelitian berkaitan dengan pelayanan mereka. Tahap kedua menyebarkan URL angket melalui Whattapps. Angket terkumpul sebanyak 100 orang. Penulis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif, data dianalisis dengan menggunakan nilai indeks kepuasan masyarakat (IKM). Terdapat 10 indikator yang dikaji. Setiap pelayanan mempunyai penimbang yang sama. Hasil menunjukkan unsur pelayanan berada indeks berada pada interval layanan sangat puas pada setiap indikator kemudahan prosedur pelayanan, Kesesuaian persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanan, Kedisiplinan petugas pelayanan, Tanggung jawab petugas pelayanan, Kemampuan petugas layanan, Kecepatan layanan, Kesopanan dan keramahan petugas, Kesesuaian biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan, Ketepatan pelaksanaan dengan jadwal waktu pelayanan, Kenyamanan di lingkungan unit pelayanan. Implikasi praktis bagi JNE Cabang Palembang, hasil penelitian berupa informasi dapat digunakan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayan dari faktor-faktor tersebut sehingga mencapai tujuan dan Visi JNE.

Kata Kunci: Kepuasan, Konsumen, JNE, Palembang

Abstract

The purpose of this study was to determine the quality of service delivery of goods on customer satisfaction at JNE Palembang Branch. The population of this study are consumers who use the JNE Palembang branch service delivery service. During the COVID-19 pandemic, researchers did not conduct face-to-face interviews. Data collection techniques with snowball sampling using Google Form. In the first stage, the researcher gave permission to the JNE Manager, so that JNE would know that research would be carried out related to their services. The second stage is distributing the questionnaire URL through Whattapps. The questionnaire was collected as many as 100 people. The author uses descriptive statistical analysis techniques, the data is analyzed using the community satisfaction index (IKM). There are 10 indicators studied. Each service has the same weight. The results show that the service elements in the index are at the service interval very satisfied on each indicator of the ease of service procedures, the conformity of service requirements with the type of service, the discipline of service personnel, the responsibility of service officers, the ability of service officers, the speed of service, the politeness and friendliness of the officers, the suitability of the costs paid at a specified fee, the accuracy of the implementation of the service time schedule, comfort in the service unit environment. Practical implications for JNE Palembang Branch, the results of research in the form of information can be used to further improve the quality of service providers from these factors so as to achieve the goals and vision of JNE.

Keywords: Satisfaction, Consumers, JNE, Palembang

PENDAHULUAN

Semakin banyak masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman barang di JNE cabang Palembang, maka kualitas layanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan. Salah satu cara kerja perusahaan untuk melakukan perbaikan mutu secara terus menerus adalah dengan proses, pengiriman barang yang tepat waktu oleh perusahaan.

Menurut Tjiptono (2007:349) kualitas layanan merupakan upaya pemenuhan serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Menurut Kottler (2013:36) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) dengan harapan-harapan konsumen yang penting untuk dipertimbangkan dalam memperoleh kepuasan konsumen.

JNE Cabang Palembang memberikan layanan kepada pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan tingkat persaingan dalam pengiriman barang mempengaruhi konsumen sehingga JNE cabang Palembang harus menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan pengiriman barang.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan penulis tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang

mempengaruhi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di JNE Cabang Palembang. Permasalahan yang akan dikaji pada penulisan ini adalah "Bagaimana indeks kepuasan kualitas layanan pengiriman barang konsumen pada JNE Cabang Palembang." Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui kualitas layanan pada JNE Cabang Palembang dan mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada JNE Cabang Palembang.

KAJIAN PUSTAKA

1. Kualitas

Crosby yang dikutip Zulian Yamit (2010:7) menyatakan kualitas sebagai kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal penting dalam banyak industri karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk/jasa.

2. Pelayanan

Menurut Endar Sugiarto (2002;26), pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, penumpang dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Kepedulian kepada

pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pelayanan yang terbaik yang disebut juga pelayanan prima. Pelayanan prima yang dikemukakan oleh Barata. A (2003:27) adalah “kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaannya.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Nasution (2004:47) menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Yamit (2010:22) menyatakan ada beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan yaitu:

- a. *Excellent* adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh.
- b. *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar output pelayanan (jasa dan sistem).
- c. *Servis* adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada

pelayanan transaksi antara konsumen dan pelanggan

- d. *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
- e. *Levels* adalah suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi
- f. *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.
- g. *Delivery* adalah memberikan pelayanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat

Aspek yang sangat penting dalam menentukan kualitas yang berhubungan dengan pelayanan member adalah kualitas pelayanan.

4. Kepuasan Konsumen

Menurut Danang Sunyoto (2013:35), definisi kepuasan konsumen/pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Rambat Lupiyoadi (2006:158), dalam menentukan kepuasan

konsumen, terdapat berapa faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

- a. Kualitas produk
Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan
Terutama untuk industry jasa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional
Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap bila dia menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- d. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- e. Biaya
Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa

cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

6. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler yang dikutip oleh Fandy Djiptono (2001:34-35) perusahaan dapat menggunakan metode-metode sebagai berikut:

a. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan memudahkan pelanggannya memberikan saran dan keluhan. Dalam perusahaan hendaknya disediakan formulir yang isinya tentang apa yang disukai dan tidak disukai pelanggan. Dapat menampung segala keluhan dari pelanggan. Arus informasi ini memberikan banyak gagasan dan memungkinkan perusahaan untuk bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

b. Survei kepuasan konsumen

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan konsumen dengan mengadakan survei berkala. Perusahaan, mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon sekelompok sampel acak dari pembeli terbaru mereka untuk mengetahui penilaian mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan, misalnya; menanyakan puas dan tidak puas, harapan pelanggan tentang suatu atribut, masalah-masalah yang dihadapi pelanggan, saran dari

pelanggan untuk perbaikan kinerja perusahaan, ranking berbagai elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing.

c. Analisis kehilangan pelanggan (*Lost Customer Analysis*)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang salah tidak pengiriman jasa/produk lagi atau yang telah ganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya Fandy Tjiptono (2001:35-36) menyatakan bahwa metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan konsumen adalah metode bertanya.

METODOLOGI

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang JNE Cabang Palembang. Pada masa pandemic COVID-19 ini, peneliti tidak melakukan wawancara tatap muka. Teknik pengumpulan data dengan *snowball sampling* menggunakan *Google Form*. Tahap pertama peneliti melakukan perizinan ke Manajer JNE, agar pihak JNE tahu bahwa akan dilakukan penelitian berkaitan dengan pelayanan mereka. Tahap kedua menyebarkan URL angket melalui Whattapps. Kegiatan pengambilan data ini berlangsung selama 2 minggu di bulan

September 2020.

Angket terkumpul sebanyak 100 orang, 46% laki-laki dan 54% Wanita. Dalam penulisan ini menggunakan teknik analisis statistik deskriptif, datanya dilakukan dengan menggunakan nilai indeks kepuasan masyarakat (IKM) yang dihitung dengan menggunakan nilai rata-rata tertimbang masing-masing unsur pelayanan. Scoring pada jawaban yang telah diisi oleh responden dengan kategorisasi: jawaban “a” diberi skor “1”, jawaban yang telah diisi skor “2”, jawaban “c” diberi skor “3”, dan jawaban “d” diberi skor “4” sedangkan entry data yang dilakukan adalah dengan cara memasukkan data hasil scoring tersebut di atas kedalam tabulasi pada masing-masing unsur pelayanan.

Dalam penghitungan IKM terdapat 10 unsur atau indikator yang dikaji. Setiap pelayanan mempunyai penimbang yang sama.

Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilaian IKM menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai IKM Unit Pelayanan} \times 25$$

Hasil Perhitungan dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 1. Nilai Persepsi, Interval IKM, Interval Konversi IKM, Mutu Pelayanan dan Kinerja Unit Pelayanan

No.	Nilai Interval IKM	Nikai Interval Konversi IKM	Mutu Pelayanan	Kinerja Unit Pelayanan
1	1,00-1,75	25-43.75	D	Tidak Baik
2	1,75-2.50	43.76-62.50	C	Kurang Baik
3	2,50-3.25	62.51-81-25	B	Baik
4	3,25-4,00	81.26-100,00	A	Sangat Baik

Sementara itu, untuk melihat tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja pelayanan, maka digunakan rumus Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/kepuasan Masyarakat (*importance Perfomance Analysis*) (supranto, 2011:241-242).

Hasil perhitungan dari penggunaan rumus-rumus kemudian dimasukkan ke dalam diagram kartesius. Dari sini, diketahui mana indikator-indikator yang merupakan prestasi dan perlu dipertahankan. Selain itu juga diketahui mana indikator-indikator yang kualitasnya tidak baik dan perlu mendapat prioritas untuk ditingkatkan. (Supranto, 2011:242)

HASIL

Dari hasil keseluruhan angket yang disebarkan kepada konsumen JNE Cabang Palembang dengan jumlah 100 responden setelah diolah lebih lanjut maka dihasilkan nilai IKM Total jasa pelayanan sebagai berikut :

Tabel 2. Nilai IKM Total jasa pelayanan

No	Unsur Pelayanan	Nilai Unsur Pelayanan	Mutu Pelayanan
1	Kemudahan prosedur pelayanan	3,44	A
2	Kesesuaian persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanan	3,33	A
3	Kedisiplinan petugas pelayanan	3,38	A
4	Tanggung Jawab Petugas Pelayanan	3,35	A
5	Kemampuan petugas layanan	3,41	A
6	Kecepatan layanan	3,44	A
7	Kesopanan dan keramahan petugas	3,39	A
8	Kesesuaian biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan	3,38	A
9	Ketepatan pelaksanaan dengan jadwal waktu pelayanan	3,40	A
10	Kenyamanan di lingkungan unit pelayanan	3,42	A

Sumber data diolah penulis, 2020 tabel

Dari tabel menunjukkan unsur pelayanan berada indeks layanan puas dan sangat puas diikuti dengan, kemudahan prosedur pelayanan, Kesesuaian persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanan, Kedisiplinan petugas pelayanan, Tanggung jawab petugas pelayanan, Kemampuan petugas layanan, Kecepatan layanan, Kesopanan dan keramahan petugas, Kesesuaian biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan, Ketepatan pelaksanaan dengan jadwal waktu pelayanan, Kenyamanan di lingkungan unit pelayanan sebagai berikut:

- a. Kemudahan prosedur pelayanan adalah sangat baik (nilai Interval Konversi IKM 3,44). Pelayanan merupakan upaya bagaimana cara kita melayani kepada konsumen/ pengguna jasa pengiriman di JNE Cabang Palembang , sehingga dengan pelayanan yang kita berikan akan dapat menumbuhkan rasa puas, kepercayaan, pelanggan merasa mendapat perhatian serta dipuaskan kebutuhannya.
- b. Kesesuaian persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanan adalah sangat baik (nilai Interval Konversi IKM 3,3). Kualitas pelayanan akan merasakan puas jika mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Kedisiplinan petugas pelayanan adalah sangat baik (nilai Interval Konversi IKM 3,38). Konsumen merasakan puas karena kedisiplinan petugas JNE Cabang Palembang sesuai yang diharapkan para konsumen pengiriman
- d. Tanggung Jawab Petugas Pelayanan sangat baik (nilai Interval Konversi IKM 3,35) yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas JNE Cabang Palembang dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan di JNE cabang Palembang
- e. Kemampuan petugas layanan sangat baik (nilai Interval Konversi IKM 3.41) Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan ketrampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan /menyesaikan pelayanan kepada konsumen JNE Cabang Palembang.
- f. Kecepatan Layanan sangat baik (nilai Interval Konversi IKM 3,44) Konsumen puas dengan kecepatan dan waktu dalam pengiriman jasa di JNE Cabang Palembang
- g. Kesopanan dan keramahan petugas sangat baik (nilai Interval Konversi IKM 3,39). Konsumen sangat puas untuk melakukan pengiriman barang Di JNE Cabang Palembang karena pelayanan sesuai apa yang diberikan kepada konsumen.
- h. Kesesuaian biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan sangat baik (nilai Interval Konversi IKM 3,38). Konsumen sangat puas pengiriman jasa Di JNE Cabang Palembang karena apa yang diterapkan sesuai dengan apa yang konsumen inginkan.
- i. Ketepatan pelaksanaan dengan jadwal waktu pelayanan sangat baik (nilai Interval Konversi IKM 3,40). Konsumen JNE Cabang Palembang puas dengan apa yang harapkan para konsumen sesuai

ketepatan waktu yang diinginkan oleh konsumen.

- j. Kenyamanan di lingkungan unit pelayanan sangat baik (nilai Interval Konversi IKM 3,42). Konsumen JNE Cabang Palembang sangat puas melakukan pengiriman jasa di JNE Cabang Palembang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan yaitu analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di JNE Cabang Palembang sebagian besar menjawab sangat puas dari 10 pertanyaan (kemudahan prosedur pelayanan, kesesuaian persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanan, kedisiplinan petugas pelayan, kecepatan layanan, kesesuaian biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan, ketepatan pelaksanaan dengan jadwal waktu pelayanan).

Berdasarkan kesimpulan di atas maka implikasi dalam penelitian ini adalah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di JNE Cabang Palembang demikian hal tersebut dapat digunakan oleh pengelola terhadap kepuasan konsumen di JNE Cabang Palembang untuk meningkatkan kualitas dari faktor-faktor tersebut. Menjadi catatan bagi pengelola JNE Cabang Palembang kualitas layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barata, A. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Danang, Sunyoto. 2013. *Metode Penelitian Akuntansi*, Bandung: PT Refika.Fandi Tjiptono. (2005). *Strategi pemasaran* . Andi Offset. Yogyakarta
- Endar Sugiarto. 2002. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, Jakarta: Gramedia PustakaUtama
- Fandi Tjiptono. 2001. *Strategi pemasaran* . Andi Offset. Yogyakarta
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisike-12*. Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa. Teori dan Praktek*. Jakarta : Salemba Empat.
- Nasution,M,N, 2004. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia indonesia.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono. 2007, "*Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima*".Yogyakarta: Penerbit
- Zulian Yamit. 2010. *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.