

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN BARANG DENGAN METODE SERVQUAL DAN QFD DI PT. APAS

**Dwi Sukma Donoriyanto**  
**Teknik Industri FTI-UPNV Jatim**  
( email : [sukmadewi2004@yahoo.co.id](mailto:sukmadewi2004@yahoo.co.id) )

## Abstraks

Seiring dengan perkembangan dan persaingan dalam era globalisasi pasar bebas seperti sekarang ini, perusahaan berlomba – lomba untuk memenangkan persaingan ini dengan memperbaiki sistem pelayanan, khususnya dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan.

PT. Antareja Prima Antarana Surabaya (PT.APAS) adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan atau pengiriman barang. Dalam bidang jasa, peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen sangat penting dan dapat berpengaruh besar pada perusahaan.

Dengan adanya permasalahan tersebut, PT.APAS berupaya untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanannya dan berupaya untuk meningkatkan kualitas pengiriman barang demi mencapai kepuasan pelanggan.

Metode yang dipakai untuk menganalisa adalah Servqual dan QFD (Quality Function Deployment). Servqual dirasakan sangat efektif untuk menganalisa perbedaan antara persepsi dengan harapan pelanggan. Sedangkan QFD digunakan untuk merancang perbaikan kualitas layanan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan serta kemampuan pihak manajemen PT.APAS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut tertinggi tingkat pelayanannya adalah Waktu pengiriman barang tepat waktu, Variasi jenis pengiriman barang, Pemberian ganti rugi atau *Money Back Guaranty* (MBG) pada setiap kerusakan, Keramahan dan kesopanan pihak karyawan dalam melayani konsumen yang datang. Sedangkan tindakan teknis yang mendapat prioritas utama adalah Peningkatan metode kerja pegawai, Pelatihan karyawan, Evaluasi pekerjaan pegawai, Peningkatan pengawasan pelayanan, Penambahan armada transportasi pengiriman barang

**Kata Kunci** : Service Quality, Quality Function Deployment, Kepuasan Pelanggan

## PENDAHULUAN

Industri jasa saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan kebutuhan masyarakat akan berbagai jenis jasa dalam berbagai bidang kehidupan. Perkembangan dan industri jasa yang semakin besar yang didorong pula oleh kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi dan informasi. Oleh karena itu, industri jasa akan memainkan peranan penting pada masa mendatang. Jasa pengiriman barang adalah suatu industri jasa penunjang yang dibutuhkan oleh konsumen sekarang ini.

### Konsep Kualitas

Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa. Konsep kualitas dibagi menjadi dua, yaitu kualitas desain dan kualitas kesesuaian.

Banyak pakar dan organisasi yang mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandang masing-masing. Menurut Goetsch dan Davis (1994:3) kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan Deming (Tjiptono, 2001: 24) mengartikan sebagai cocok untuk digunakan (*fitness for use*).

### Kualitas Layanan (Jasa)

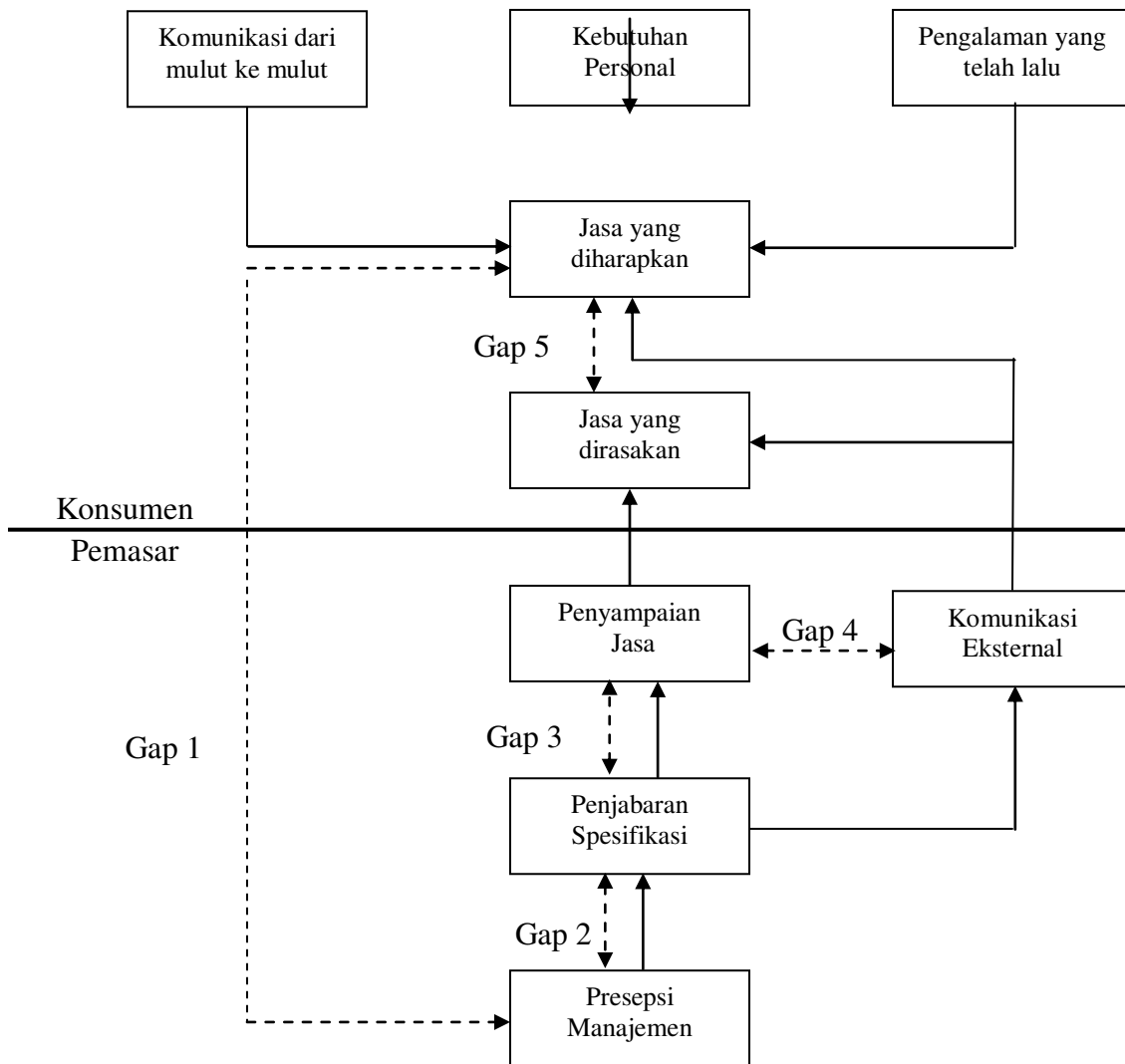
Jasa merupakan aktivitas manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyekof (Tjiptono, 2001 : 59), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*.

### Model Kualitas Layanan (SERVQUAL)

Ada banyak model yang dapat digunakan untuk menganalisis kualitas jasa. Salah satunya adalah gap model yang dikembangkan oleh Parasuraman, et al. Model ini selanjutnya dikenal dengan *Servqual*.

Parasuraman, Berry, Zeithaml membentuk model kualitas jasa yang menyoroti syarat – syarat utama untuk kualitas jasa yang tinggi. Model ini seperti gambar dibawah ini, mengidentifikasi lima gap (kesenjangan) yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa yang bermutu (Nasution, 2001 : 70)



Gambar 1 Model Kualitas Jasa (Nasution, 2001 : 71)

Dari gambar diatas dapat dikatakan bahwa penyebab potensial buruknya kualitas layanan suatu perusahaan dapat terjadi akibat kesenjangan-kesenjangan berikut :

1. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.  
Pada kenyataannya pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat merasakan atau memahami apa yang diinginkan para pelanggan secara tepat. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya didesain, dan jasa jasa pendukung/sekunder apa saja yang diinginkan konsumen.
2. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa.  
Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun suatu standard kinerja tertentu yang jelas.
3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.  
Pada gap ini terjadi ketidaksesuaian antara spesifikasi kualitas layanan yang ditetapkan dengan performance dari layanan yang diberikan.
4. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.  
Pada gap ini perusahaan tidak dapat memenuhi janji yang diberikan atau apa yang dijanjikan tidak sesuai dengan pelaksanaannya.
5. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan.  
Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja/prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan, atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

PT.APAS merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang berlokasi di Jl. Raya Jemursari No. 7A Surabaya. Perusahaan ini melayani pengiriman barang dengan tujuan beberapa kota di dalam negeri. Semakin ketatnya persaingan di bidang jasa ini ditandai dengan semakin banyaknya jumlah perusahaan yang menawarkan jasa pengiriman barang sehingga menuntut setiap perusahaan untuk selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik agar kepuasan konsumen dapat terwujud karena kepuasan konsumen merupakan tolak ukur dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Untuk dapat mewujudkan kepuasan tersebut kepada konsumen, perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik berdasarkan sudut pandang dari konsumen yang membeli dan mengkonsumsi jasa tersebut.

PT.APAS perlu mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan selama ini, mengingat pada dua bulan terakhir (Juli s/d Agustus) ada peningkatan prosentase komplain sebesar 1,07 %. Komplain dari konsumen di bidang ketepatan waktu dan kerusakan barang yang diterima, maka pihak perusahaan memerlukan analisis kualitas pelayanan untuk mengetahui atribut pelayanan mana yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanannya dan memprioritaskan kebutuhan pelanggan untuk mengembangkan perusahaan sehingga tercapai efektivitas maksimum untuk menuju proses perbaikan. Adanya pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen diharapkan dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Sehingga pada akhirnya perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka diperlukan suatu riset untuk mengetahui harapan konsumen sebenarnya sehingga tidak timbul *gap* antara persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diterima dengan menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL) dan QFD. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap PT.APAS untuk mengantisipasi ketidakpuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga dapat mempertahankan konsumennya.

## METODE PENELITIAN

Ada lima dimensi utama dalam kualitas pelayanan. Kelima dimensi utama kualitas layanan tersebut adalah :

1. Tangible (Bukti Langsung)  
Dimensi ini berkaitan dengan fasilitas fisik peralatan, penampilan personal dan alat – alat
2. Reability (Keandalan)  
Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada konsumen dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Responsiveness (Daya Tanggap)  
Dimensi ini berkaitan dengan rasa tanggung jawab dari pemberi jasa untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Assurance (Jaminan)  
Dimensi ini berkaitan dengan pengetahuan, kesopanan dan kemampuan personil untuk menimbulkan rasa percaya, aman dan yakin kepada konsumen.
5. Emphaty (Empati)  
Dimensi ini meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami keinginan konsumen.

Adapun Atribut Penelitian Sesuai Dimensi Kualitas Layanan, yaitu :

Tabel 1 Atribut Penelitian Sesuai Dimensi Kualitas Layanan

Dimensi	Atribut
Tangibles	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Fasilitas ruangan yang bersih dan nyaman (tersedianya tempat duduk, toilet yang bersih)</li><li>2. Penampilan karyawan yang rapi dan bersih</li><li>3. Peralatan kantor yang lengkap dan memadai untuk menunjang pelayanan (Timbangan, Komputer Online, Hand Fallet, Forklift)</li><li>4. Tersedianya packing barang dalam berbagai ukuran (Box dan Pallet)</li><li>5. Variasi jenis transportasi untuk pengiriman barang (via darat, via laut &amp; via udara)</li></ol>
Reability	<ol style="list-style-type: none"><li>6. Waktu pengiriman barang yang tepat waktu</li><li>7. Kesesuaian perhitungan tagihan dengan berat barang dan jarak pengiriman</li><li>8. Tujuan pengiriman barang yang luas</li><li>9. Adanya pelayanan <i>Tracing</i> (Pelacakan Posisi Barang)</li><li>10. Macam – macam pelayanan yang ditawarkan (<i>Golden Package, Premium Package, Middy Package, Priority Package</i>)</li></ol>
Responsiveness	<ol style="list-style-type: none"><li>11. Tindakan cepat dan tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen</li><li>12. Kemauan dan kemampuan karyawan untuk memberikan informasi mengenai layanan yang ada kepada konsumen</li><li>13. Kesiadaan karyawan untuk menghubungi kembali apabila ada masalah (<i>Force Majeure</i>)</li></ol>
Assurance	<ol style="list-style-type: none"><li>14. Pemberian ganti rugi atau <i>Money Back Guaranty</i> (MBG) pada setiap kerusakan barang yang dikirim ataupun kehilangan yang terjadi sesuai dengan prosedur</li><li>15. Keamanan lingkungan kantor dan gudang</li><li>16. Keakuratan penimbangan barang yang dikirim</li></ol>
Emphaty	<ol style="list-style-type: none"><li>17. Keramahan dan kesopanan pihak karyawan dalam melayani konsumen yang datang.</li><li>18. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau</li><li>19. Saluran komunikasi perusahaan yang mudah dihubungi (telp, fax, email, Website Online, dll)</li></ol>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisa Priritas Kebutuhan Pelanggan

Pada bagian *planning matrix* dari rumah mutu yang telah dibentuk terdapat prioritas kebutuhan pelanggan. Bagian tersebut berisi nilai-nilai yang menentukan atribut kebutuhan yang paling diprioritaskan pelanggan setelah melalui perhitungan dengan cara yang telah ditentukan.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan pengiriman barang dinyatakan dengan dua penilaian, terhadap performansi pelayanan yang telah diterima pelanggan selama ini dan penilaian terhadap keinginan pelanggan sampai seberapa puas sebenarnya harapan mereka terhadap atribut pelayanan pengiriman barang di PT. Antareja Prima Antaran Surabaya

Bila nilai kepuasan yang dirasakan untuk suatu atribut sama dengan atau lebih besar dari nilai kepuasan yang diharapkan berarti pada atribut pelayanan tersebut pelanggan sudah merasa puas. Sebaliknya bila nilai kepuasan yang dirasakan untuk suatu atribut lebih rendah dari yang diharapkan maka berarti pelanggan merasa tidak puas terhadap atribut pelayanan tersebut. Hal ini terjadi karena apa yang mereka rasakan tidak sesuai dengan apa yang sebenarnya mereka harapkan, sehingga untuk atribut tersebut pelanggan merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Atribut – Atribut yang dipentingkan pelanggan dapat dilihat urutannya pada tabel 4.21 berikut :

Tabel 2 Urutan Prioritas Tingkat Kepentingan

No	Atribut	Importance to customer
1	Kemauan dan kemampuan karyawan untuk memberikan informasi mengenai layanan yang ada kepada konsumen	4,21
2	Waktu pengiriman barang yang tepat waktu	4,15
3	Saluran komunikasi perusahaan yang mudah dihubungi	4,15
4	Keakuratan penimbangan barang yang dikirim	4,04
5	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint	3,91
6	Tujuan pengiriman barang yang luas	3,91
7	Macam – macam pelayanan yang ditawarkan	3,91
8	Tersedianya packing barang dalam berbagai ukuran	3,9
9	Kesediaan karyawan untuk menghubungi kembali apabila ada masalah	3,87
10	Peralatan kantor yang lengkap dan memadai untuk menunjang pelayanan	3,87
11	Adanya pelayanan Tracing (Pelacakan Posisi Barang)	3,85
12	Kesesuaian perhitungan tagihan dengan berat barang dan jarak pengiriman	3,81
13	Keamanan lingkungan kantor dan gudang	3,78
14	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen yang datang.	3,75
15	Variasi jenis transportasi untuk pengiriman barang (via darat, laut & via udara)	3,69
16	Pemberian ganti rugi atau Money Back Guaranty (MBG) pada setiap kerusakan	3,68
17	Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau	3,63
18	Fasilitas ruangan yang bersih dan nyaman (Interior)	3,57
19	Penampilan karyawan yang rapi dan bersih	3,42

Dari tabel diatas dapat diketahui urutan prioritas atribut – atribut berdasarkan tingkat kepentingan, dimana semakin tinggi nilai dari atribut tersebut, maka akan semakin dipentingkan oleh pelanggan.

Tabel 3 Nilai *Gap* PT. Antareja Prima Antaran Surabaya

No	Atribut	Gap
1	Fasilitas ruangan yang bersih dan nyaman (Interior)	-0,51
2	Penampilan karyawan yang rapi dan bersih	-0,19
3	Peralatan kantor yang lengkap dan memadai untuk menunjang pelayanan (Hand Fallet, Forklift)	-0,46
4	Tersedianya packing barang dalam berbagai ukuran	-0,56
5	Variasi jenis transportasi untuk pengiriman barang (via darat, laut & via udara)	-0,70
6	Waktu pengiriman barang yang tepat waktu	-0,92
7	Kesesuaian perhitungan tagihan dengan berat barang dan jarak pengiriman	-0,50
8	Tujuan pengiriman barang yang luas	-0,52
9	Adanya pelayanan Tracing (Pelacakan Posisi Barang)	-0,61
10	Macam – macam pelayanan yang ditawarkan	-0,48
11	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint	-0,52
12	Kemauan dan kemampuan karyawan untuk memberikan informasi mengenai layanan yang ada kepada konsumen	-0,19
13	Kesediaan karyawan untuk menghubungi kembali apabila ada masalah	-0,47
14	Pemberian ganti rugi atau Money Back Guaranty (MBG) pada setiap kerusakan	-0,71
15	Keamanan lingkungan kantor dan gudang	-0,65
16	Keakuratan penimbangan barang yang dikirim	-0,40
17	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen yang datang.	-0,72
18	Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau	-0,70
19	Saluran komunikasi perusahaan yang mudah dihubungi	-0,40

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada semua atribut masih bernilai negatif. Dimana ini menunjukkan pelanggan belum merasakan kepuasan terhadap sistem pelayanan yang telah diberikan oleh PT. Antareja Prima Antarn Surabaya.

Tabel 4 Prioritas *Raw Weight*

No	Atribut	Raw Weight
1	Waktu pengiriman barang yang tepat waktu	4,720
2	Variasi jenis transportasi untuk pengiriman barang (via darat, laut & via udara)	4,096
3	Pemberian ganti rugi atau <i>Money Back Guaranty</i> (MBG) pada setiap kerusakan	3,919
4	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen yang datang.	3,881
5	Keamanan lingkungan kantor dan gudang	3,402
6	Kesediaan karyawan untuk menghubungi kembali apabila ada masalah	3,251
7	Adanya pelayanan <i>Tracing</i> (Pelacakan Posisi Barang)	3,095
8	Tujuan pengiriman barang yang luas	3,050
9	Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau	3,049
10	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint	2,991
11	Kesesuaian perhitungan tagihan dengan berat barang dan jarak pengiriman	2,686
12	Tersedianya packing barang dalam berbagai ukuran	2,621
13	Keakuratan penimbangan barang yang dikirim	2,424
14	Fasilitas ruangan yang bersih dan nyaman (Interior)	2,271
15	Macam – macam pelayanan yang ditawarkan	2,205

16	Peralatan kantor yang lengkap dan memadai untuk menunjang pelayanan	2,183
17	Saluran komunikasi perusahaan yang mudah dihubungi	1,544
18	Kemauan dan kemampuan karyawan untuk memberikan informasi mengenai layanan yang ada kepada konsumen	1,01
19	Penampilan karyawan yang rapi dan bersih	0,789

Ada beberapa *Raw Weight* yang perlu ditindaklanjuti untuk segera dilaksanakan oleh PT.APAS dalam rangka memberikan kepuasan layanan adalah sebagai berikut :

1. Waktu Pengiriman Barang Tepat Waktu  
Lama waktu pengiriman barang sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati..Karena ada pelanggan yang berani membayar mahal agar barang yang dikirimnya sampai di tujuan dengan cepat Pelanggan akan merasa puas apabila barang yang dikirimnya sampai tepat pada waktunya. (RW=4.720)
2. Variasi jenis transportasi untuk pengiriman barang (via darat, via laut & via udara)  
Jenis transportasi yang disediakan perusahaan harus variatif. Agar pelanggan dapat memilih dengan menggunakan apa barangnya akan diantarkan, Apakah dengan pesawat, mobil angkut perusahaan, dll.(RW=4.096)
3. Pemberian ganti rugi atau *Money Back Guaranty* (MBG) pada setiap kerusakan  
Pemberian ganti rugi harus diberikan apabila terjadi kerusakan pada barang yang dikirim, yang disebabkan oleh pihak manajemen. (Dengan perjanjian di awal pengiriman barang).(RW=3.919)
4. Keramahan dan kesopanan pihak karyawan dalam melayani konsumen yang datang.  
Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan harus selalu ditingkatkan agar kinerja para karyawan semakin meningkat, sehingga kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang ada semakin meningkat pula. (RW=3.881)
5. Keamanan lingkungan kantor dan gudang  
Keamanan lingkungan kantor maupun gudang harus selalu dijaga agar tidak terjadi kehilangan barang (missng). (RW=3.402)

### Analisa Prioritas Respon Teknis

Dalam rumah kualitas terdapat bagian yang disebut prioritas respon teknis. Bagian ini berisi tingkat kesulitan yang dialami oleh perusahaan jika menerapkan respon teknis tertentu, nilai target yang ingin dicapai untuk respon teknis tersebut, serta *Technical Response Priorities* dari masing-masing respon teknis. Penentuan respon teknis mana yang perlu diambil tindakannya lebih dahulu oleh pihak manajemen yang dilihat berdasarkan nilai *Technical Response Priorities* yang diperoleh dari masing-masing respon teknis.

Respon teknis merupakan jawaban dari pihak manajemen terhadap kebutuhan pelanggan, maka dalam analisa prioritas respon ini yang diperhitungkan adalah *Contribution* dan *Normalized Contribution*. Secara lengkap urutan prioritas respon teknis berdasarkan *Technical Response Priorities* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5 *Prioritized Technical Response*

No	<i>HOW</i>	<i>Contribution</i>	<i>Normalized Contribution</i>
1	Pengecatan Ulang dan penataan kembali.	0.387	0.030
2	Seragam Pegawai	0.135	0.0105
3	Penambahan perlengkapan kantor	0.369	0.0288
4	Penambahan Variasi Packing	0.441	0.0345
5	Penambahan Armada Trasportasi	0.782	0.0619

6	Peningkatan metode kerja pegawai	2.412	0.0188
7	Peningkatan pengawasan pelayanan	0.864	0.0676
8	Penambahan lokasi pengiriman	0.513	0.0401
9	Penyediaan Keterangan Online	0.522	0.0408
10	Penambahan jenis pengiriman	0.369	0.0288
11	Kecepatan pelayanan	0.771	0.0603
12	Kecekatan pelayanan	0.171	0.0133
13	Pendataan pelanggan yang lengkap	0.549	0.042
14	Layanan Asuransi	0.666	0.521
15	Peningkatan Keamanan	0.414	0.032
16	Evaluasi Pekerjaan Pegawai	1.044	0.081
17	Pelatihan Karyawan	1.881	0.417
18	Pendirian Kantor Cabang	0.228	0.0178
19	Kotak Saran,Suara Konsumen (Tool Free)	0.261	0.0204

Tabel 6 *Prioritized Technical Response* sesuai dengan urutan prioritas

No	<i>HOW</i>	<i>Contribution</i>	<i>Normalized Contribution</i>
1	Peningkatan metode kerja pegawai	2.412	0.0188
2	Pelatihan Karyawan	1.881	0.417
3	Evaluasi Pekerjaan Pegawai	1.044	0.0816
4	Peningkatan pengawasan pelayanan	0.864	0.0676
5	Penambahan Armada Transportasi	0.782	0.0619
6	Kecepatan pelayanan	0.771	0.0603
7	Layanan Asuransi	0.666	0.521
8	Penyediaan Keterangan Online	0.522	0.0408
9	Pendataan pelanggan yang lengkap	0.549	0.0429
10	Penambahan lokasi pengiriman	0.513	0.0401
11	Penambahan Variasi Packing	0.441	0.0345
12	Peningkatan Keamanan	0.414	0.0329
13	Pengecatan Ulang dan penataan kembali.	0.387	0.0302
14	Penambahan perlengkapan kantor	0.369	0.0288
15	Penambahan jenis pengiriman	0.369	0.0288
16	Kotak Saran,Suara Konsumen (Tool Free)	0.261	0.0204
17	Pendirian Kantor Cabang	0.228	0.0178
18	Kecekatan pelayanan	0.171	0.0133
19	Seragam Pegawai	0.135	0.0105

Ada beberapa respon teknis yang perlu segera ditindaklanjuti untuk segera dilaksanakan oleh PT.APAS dalam rangka memberikan kepuasan pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan Metode Kerja Pegawai (NC=2,412)  
Metode kerja yang digunakan sebelumnya dalam perusahaan belum efektif. Hal ini terbukti dengan adanya keterlambatan pengiriman barang yang dikarenakan kesalahan operasional ataupun *irregularity* (barang miss di bandara). Dengan adanya peningkatan metode kerja pegawai, maka semakin meningkat pula hasil pekerjaan yang diharapkan. Hal ini perlu dilakukan agar pekerjaan karyawan lebih efektif..
2. Pelatihan Karyawan (NC=1,881)



Pelatihan kepada karyawan baru dilakukan untuk meningkatkan kinerja karyawan yang masih dalam tahap belajar. Karyawan lama juga perlu diberikan pelatihan agar sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan cukup handal dalam mengalami situasi apapun. Untuk mencapai hal ini, perlu ada persamaan persepsi tujuan perusahaan.

3. Evaluasi Pekerjaan Pegawai (NC=1,044)  
Pengevaluasian yang ada selama ini belum efektif. Agar dapat memperbaiki kesalahan – kesalahan yang dilakukan perlu ada sosialisasi prosedur pekerjaan agar setiap langkah pekerjaan sesuai dengan prosedur yang ada. (NC=0,864)
4. Peningkatan Pengawasan Pelayanan (NC=0,0676)  
Pengawasan terhadap kinerja seluruh karyawan ditingkatkan agar kinerja para karyawan semakin meningkat, sehingga kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang ada semakin meningkat pula. Baik itu pengawasan saat penimbangan barang ataupun pengawasan kinerja karyawan yang lainnya.
5. Penambahan Armada Transportasi (NC=0,782)  
Armada transportasi yang ada sebelumnya di perusahaan sangat kurang (1 unit sepeda motor dan 1 unit mobil). Apabila ada Penambahan Armada transportasi, maka barang yang dikirimkan akan cepat sampai dan lebih memudahkan kinerja karyawan.

### **Korelasi Antar Respon Teknis**

Korelasi teknis yang terletak pada atap rumah mutu berisi informasi tentang hubungan antar respon teknis. Korelasi ini perlu dilakukan untuk mengetahui kemungkinan-kemungkinan yang terjadi bila kita hendak merealisasikan beberapa respon teknis sekaligus. Berdasarkan hubungan ini dapat dilihat apakah kebijakan yang dilaksanakan itu saling mendukung satu sama lain atau malah sebaliknya justru saling bertentangan.

Pada rumah mutu yang telah dibahas pada substitusi bab sebelumnya, dapat diketahui beberapa korelasi teknis yang berhubungan sangat kuat yaitu :

1. Peningkatan Metode Kerja Pegawai mempunyai hubungan yang kuat dengan peningkatan pengawasan pelayanan, Penambahan armada transportasi, penambahan lokasi pengiriman, kecekatan pelayanan dan kecepatan pelayanan. Peningkatan metode kerja karyawan sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan yang maksimal yang diberikan kepada pelanggan. Apabila kinerja karyawan meningkat maka meningkat pula kepuasan pelanggan terhadap layanan PT. Antareja Prima Antar.
2. Peningkatan pengawasan pelayanan mempunyai hubungan sangat kuat dengan penambahan lokasi pengiriman. Hal ini dikarenakan penambahan lokasi pengiriman perlu adanya pengetahuan yang lebih dari seorang karyawan (kurir). Karyawan yang bekerja di lapangan perlu ditingkatkan pengawasannya agar pelanggan tidak merasa dirugikan.
3. Penambahan Lokasi pengiriman mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan pendataan pelanggan yang lengkap. Karena apabila barang yang dikirimkan salah alamat atau alamat tidak berpenghuni, maka barang yang dikirimkan dapat dikembalikan kepada si pengirim.
4. Pelatihan Karyawan mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan peningkatan keamanan karena Keamanan karena pada staf keamanan kantor dan gudang bertanggung jawab atas barang yang ada. Baik itu barang pengiriman maupun perlengkapan dan peralatan kantor.

Sedangkan yang berhubungan cukup kuat adalah :

1. Penambahan perlengkapan kantor mempunyai hubungan yang cukup kuat dengan peningkatan metode kerja pegawai. Karena perlengkapan kantor yang ada harus digunakan semaksimal mungkin sesuai dengan fungsinya. Agar pekerjaan lebih efektif.
2. Penambahan lokasi pengiriman mempunyai hubungan yang cukup kuat dengan Penyediaan keterangan online. Karena di keterangan online para pelanggan bisa mengetahui posisi barang dan segala sesuatu informasi tentang perusahaan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan rumah kualitas dan analisisnya sesuai dengan metode yang telah ditentukan, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

Atribut yang dirasa Tidak Puas adalah :

1. Variasi jenis transportasi untuk pengiriman barang (via darat, via laut & via udara)
2. Waktu pengiriman barang yang tepat waktu
3. Kesesuaian perhitungan tagihan dengan berat barang dan jarak pengiriman
4. Tujuan pengiriman barang yang luas
5. Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint
6. Kemauan dan kemampuan karyawan untuk memberikan informasi mengenai layanan yang ada kepada konsumen
7. Saluran komunikasi perusahaan yang mudah dihubungi

Atribut yang dirasa Puas adalah :

1. Fasilitas ruangan yang bersih dan nyaman (Interior)
2. Penampilan karyawan yang rapi dan bersih
3. Peralatan kantor yang lengkap dan memadai untuk menunjang pelayanan (Hand Fallet, Forklift)
4. Tersedianya packing barang dalam berbagai ukuran
5. Adanya pelayanan Tracing (Pelacakan Posisi Barang)
6. Macam – macam pelayanan yang ditawarkan
7. Kesiediaan karyawan untuk menghubungi kembali apabila ada masalah (Force Majeure)
8. Pemberian ganti rugi atau Money Back Guaranty (MBG) pada setiap kerusakan
9. Keamanan lingkungan kantor dan gudang
10. Keakuratan penimbangan barang yang dikirim
11. Keramahan dan kesopanan pihak karyawan dalam melayani konsumen yang datang.
12. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau

## DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, Lou. 1995. *Quality Function Deploymen “How to make QFD work for you”* Addison Wesley Publishing Company : New York
- Djati, Imam Widodo . 2003. *Perencanaan dan Pengembangan Produk*. Ull Press : Jogjakarta
- Gaspersz, Vincent, 2001, *Metode Untuk Peningkatan Kualitas*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Goetsch, D. L & Davis, S. 1994. *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Bahasa Indonesia)* . Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall International, Inc.
- Kotler Philliph. 1998. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol)*. Edisi Indonesia, Jilid 2. PT. Prenhallindo : Jakarta
- Nasution M.N. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu (TQM)* .Ghalia Indonesia : Jakarta.
- Parasuraman Berry Leonard LA, Zeithaml .L. 1990. *Consumer Behaviour. Second Edition*. Prentice Hall : New Jersey.
- Safirin, MT, 2002, *Metodologi Penelitian*, Unesa University Press.
- Santoso, Singgih. 2002. *SPSS Statistik Parametrik*. PT. Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia : Jakarta
- Singarimbun Masri.1989. *Metodologi Penelitian Survai*. LP3ES : Jakarta
- Sudjana, MA, MSc, Dr . 2002 . *Metoda Statistika*. Penerbit Tarsito : Bandung.
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian*. Ull Press : Jogjakarta
- Tjipto, Fandy. 2005. *Service Quality Statitisfaction*. ANDI : Jogjakarta.
- Tjipto, Fandy. & Anastasia Diana . 2001. *Total Quality Manajemnt Edisi Revisi*. ANDI: Yogyakarta