

Perbandingan Kualitas Layanan Jasa Pengiriman Barang Pada Ekspedisi Anugerah Trans Dan Duta Ekspres

Nurul Wildah, Sri Ernawati

Prodi Manajemen Pemasaran STIE Bima

Email:nurulwildah4@gmail.com, sriernawati.stiebima@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to compare the quality of service provided to customers when using the Anugerah trans and Duta express expedition services. This study is a comparative study that aims to describe the differences in the quality of freight forwarding services on the bounty trans expedition and the express ambassador. The method used is quantitative because it uses a questionnaire as a tool to collect data and analyze the data obtained by inferential so that it can be concluded that the formulated hypothesis is proven or not. The analytical method used is descriptive analysis. The results showed that there was no significant effect between the Rahmat Trans expedition and the Express Ambassador, there was no significant effect, which means that there was no difference in service quality and there was no difference.

Keyword: *Quality, Service, Service, Delivery, Expedition*

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perbandingan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan saat menggunakan jasa ekspedisi Anugerah trans dan Duta ekspres. Penelitian ini merupakan penelitian komparatif yang bertujuan untuk menggambarkan perbedaan kualitas layanan jasa pengiriman barang pada ekspedisi anugerah trans dan duta ekspres. Metode yang digunakan kuantitatif karena menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data dan menganalisis data yang diperoleh dengan inferensial sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak. Teknik metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan antara ekspedisi anugerah trans dan duta ekspres, tidak berpengaruh signifikan yang artinya tidak ada perbedaan kualitas layanan dan tidak ada perbedaan, saran yang diberikan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih lanjut.

Kata Kunci: *Kualitas, Layanan, Jasa, Pengiriman, Ekspedisi*

Pendahuluan

Dalam jasa pengiriman paket dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas layanan melalui perluasan jangkauan, peningkatan kecepatan waktu tempuh yang cepat dan terjamin serta ketanggapan dalam pelayanan akan mempengaruhi motivasi konsumen memutuskan jasa pengiriman paket yang akan dipilihnya dengan persepsi konsumen berdasarkan pengalaman dan pembelajaran konsumen tersebut sehingga mengambil sikap menentukan keputusan pemilihannya (Ningtias, 2015)

Perkembangan dunia bisnis saat ini maju pesat dan perusahaan pun telah memasuki dunia pasar jasa. Beberapa perusahaan baru muncul dengan menampilkan produk jasa yang hampir sama atau sejenis, sehingga membuat suatu perusahaan berlomba-lomba menawarkan pelayanan yang beragam dan terbaik. Persaingan pelayanan terhadap pelanggan semakin ketat, unit-unit pelayanan perusahaan yang dahulu hanya terkesan memberikan pelayanan dengan seadanya kini dituntut mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Unit layanan yang mampu melayani kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik diharapkan memiliki daya saing untuk mampu berbicara dalam bisnis jasa. Pelayanan dijadikan tolak ukur untuk meningkatkan kepuasan pelanggan kepada perusahaan dalam hal layanan pelanggan. satu faktor pendukung kepuasan konsumen dapat terpenuhi adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha, Pelayanan dikatakan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja yang merupakan salah satu bagian utama dari strategi perusahaan dalam meraih keunggulan yang berkesinambungan terutama sebagai pemimpin.

Dalam hal transportasi barang melalui online sangat membantu masyarakat dalam mobilitasi pengantaran barang. Setiap saat pengiriman barang akan terus meningkat seiring dengan banyaknya pembelian online yang dilakukan oleh masyarakat. (Rohma dan Abdul, 2021). Penyedia jasa pengiriman berlomba-lomba memberikan layanan yang baik dan prima terhadap konsumennya agar bisa menjadi pelanggan tetapnya. (Artati & Ernawati, 2022)

Pada dasarnya, setiap orang yang menggunakan layanan cenderung mengharapkan adanya suatu pelayanan yang baik dalam arti berkualitas tinggi. Sebagaimana dijelaskan oleh Tjiptono (2014), tingkat kualitas jasa (layanan) merupakan aspek krusial dalam penawaran jasa total. Kualitas merupakan salah satu faktor penting yang digunakan konsumen untuk mengevaluasi jasa suatu organisasi

Prihandoyo, (2019) menyatakan bahwa "kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat

keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono (2016 : 268) merumuskan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut : Definisi kualitas pelayanan dipusatkan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun ketepatan penyampaian untuk mengimbangi ekspektasi pelanggan.

- a) *Reability* (keandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan ekspektasi pelanggan, kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurat tinggi.
- b) *Responsiveness* (ketanggapan), adalah suatu kemauan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada konsumen untuk membantu menyampaikan informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa kejelasan, menyebabkan persepsi negatif pada kualitas jasa.
- c) *Assurance* (jaminan dan keyakinan) adalah pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Terdiri atas: komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, sopan santun
- d) *Emphaty* (perhatian/kesungguhan) adalah memberikan perhatian yang tulus, bersifat individual atau pribadi kepada konsumen dengan berusaha memahami apa yang diinginkan konsumen, memahami apa yang dibutuhkan konsumen, dimana diharapkan suatu perusahaan memiliki pengertian yang diinginkan konsumen, memahami apa yang dibutuhkan konsumen secara spesifik agar konsumen nyaman dengan barang/jasa yang digunakan.
- e) *Tangibles* (bukti fisik/berwujud), adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan fisik perusahaan, lingkungan sekitar, serta sarana dan prasarana perusahaan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, ini meliputi fasilitas fisik (gudang, gedung, dan fasilitas fisik lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang digunakan) serta penampilan pegawai perusahaan.

Sekarang ini banyak organisasi yang berfokus pada kepuasan tinggi karena jika para pelanggan yang hanya merasa puas, maka mereka mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi menciptakan kelekatan terhadap perusahaan yang nantinya akan menciptakan rasa loyal kepada perusahaan.

Ekspedisi anugerah trans dan duta express ini merupakan jasa pengiriman barang yang telah dipilih sebagai objek penelitian. ekspedisi

anugrah trans dan duta express memiliki perbandingan kualitas layanan yang berbeda – beda sehingga dapat menimbulkan persaingan dalam perusahaan tersebut. antara lain keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian, dan bukti.

Ekspedisi anugrah trans dan duta express ini merupakan jasa pengiriman barang yang telah dipilih sebagai objek penelitian. ekspedisi anugrah trans dan duta express memiliki perbandingan kualitas layanan yang berbeda – beda sehingga dapat menimbulkan persaingan dalam perusahaan tersebut. antara lain keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian, dan bukti.

Anugrah Trans lebih responsif dan cepat tanggap apapun keluhan para pelanggannya dan lebih berhati-hati dalam pengantaran barang sehingga barang bisa sampai dengan aman ke tangan pelanggan, akan tetapi anugerah trans lambat dalam melaksanakan pengantaran. Sedangkan Duta Express lebih cepat melaksanakan pengantaran, akan tetapi barang yang akan di antar ke pihak pelanggan tidak diperhatikan kondisi barang tersebut sehingga ada barang ada barang rusak

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini Jenis penelitian ini adalah penelitian komparatif, yaitu adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda (Sugiono, 2016). Instrumen penelitian yang digunakan yaitu dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner skala likert. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang pada Anugerah Trans dan Duta Ekspres yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (*Unknowns population*). Jumlah sampel pada penelitian komparatif yaitu 30 orang untuk masing-masing objek atau subjek penelitian, sehingga jumlah sampel secara keseluruhan sebanyak 60 orang responden, (Aminullah, 2013).

Pembahasan

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variable	Item	R hitung	Standar validitas	Ket
Kualitas Pelayanan pada	1	0,699	0,300	Valid
	2	0,334	0,300	Valid
	3	0,398	0,300	Valid
	4	0,648	0,300	Valid
	5	0,394	0,300	Valid

Anugerah Trans	6	0,310	0,300	Valid
	7	0,559	0,300	Valid
	8	0,531	0,300	Valid
	9	0,602	0,300	Valid
	10	0,569	0,300	Valid
	11	0,360	0,300	Valid
	12	0,707	0,300	Valid
	13	0,657	0,300	Valid
	14	0,431	0,300	Valid
Kualitas Pelayanan pada Duta Ekspres	1	0,328	0,300	Valid
	2	0,343	0,300	Valid
	3	0,559	0,300	Valid
	4	0,582	0,300	Valid
	5	0,446	0,300	Valid
	6	0,460	0,300	Valid
	7	0,548	0,300	Valid
	8	0,550	0,300	Valid
	9	0,432	0,300	Valid
	10	0,654	0,300	Valid
	11	0,672	0,300	Valid
	12	0,711	0,300	Valid
	13	0,515	0,300	Valid

Sumber Data: Data Primer Diolah (2022)

Tabel 1 di atas, hasil pengujian validitas terhadap setiap butir pernyataan instrumen penelitian pada variabel Kualitas Pelayanan **Anugerah Trans** dan **Duta Ekspres**, dapat dikatakan semua item pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid karena berada diatas standar validitas yaitu $\geq 0,300$.

2. Uji Reabilitas

Uji Relibilitas Varibel kualitas pelayanan **Anugerah Trans** dan **Duta Ekspres**

Hasil Uji Reabilitas

Tabel 2.

Variabel		Cronbach's Alfa	Standar	Ket
Kualitas Pelayanan pada Anugerah Trans		0,834	0,600	Reliabel

Kualitas Pelayanan 0,792 0,600 Reliabel
 pada Duta Ekspres

Sumber :Data Primer Diolah (2022)

Pada tabel 2 diatas yaitu hasil uji reliabilitas terhadap item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan Anugerah Trans dan Duta Ekspres (pada ekspedisi dengan nilai cronbach's alpha sudah mencapai atau lebih dari standar yang ditetapkan yaitu 0,600 artinya semua item pernyataan dari kuisisioner dinyatakan reliabel atau akurat untuk digunakan dalam perhitungan penelitian.

3. Uji Beda (T test)

Hasil Uji Perbandingan antara Kualitas Pelayanan Anugerah Trans dan Duta Ekspres

Tabel 3

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Kualitas Pelayanan Anugrah Trans - Kualitas Pelayanan Duta Ekspres	.40000	4.33590	.79162	-1.21905	2.01905	.505	29	.617

Sumber : Data primer diolah Spss v20 (2022)

Dari data diatas diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 0,505 dan t tabel 1,699 ($0,505 < 1,699$) dan nilai signifikan $0,617 > 0,05$. jadi dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yaitu Tidak terdapat perbedaan Kualitas Pelayanan kualitas pelayanan antara Ekspedisi Anugrah Trans dan Duta Express.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini yaitu Tidak terdapat perbedaan Kualitas Pelayanan kualitas pelayanan antara Ekspedisi Anugrah Trans dan Duta Express. Dalam penelitian ini penulis menyarankan agar ada penelitian lanjutan sehingga dapat memvalidasi peneitian ini, dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain seperti harga, kualitas produk dan lain sebagainya.

Daftar Pustaka

- Aminullah, (2013). *Metodelogi Penelitian Manajemen*. Bayumedia Publishing. Malang
- Artati dan Ernawati Sri, (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada J & T Express Kota Bima. *Jurnal Equilibiria*, Vol 9 No 1
- Ningtias rahayu Dwi, (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa Pengiriman Paket Pos pada PT. POS Indonesia (Persero) Di Kantor Pos Besar Medan. *Skripsi* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumeatera Utara
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan. *Jurnal Geo Ekonomi*, 116-129.
- Rohman Saefur & Abdul Wahyudi Fino, (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan jasa pengiriman barang ninja express di masa pandemi covid 19. *Jurnal Logistik Indonesia* Vol 5 No1.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Tjiptono fandy. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi

