



**ANALISIS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN PAKET  
PADA PT.POS (PERSERO) CABANG BIMA**

Nur Haryana<sup>1</sup>, Ismunandar<sup>✉</sup>

Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia

<sup>✉</sup>Corresponding Author: andar.stiebima@gmail.com

Author Email: nurharyana79.stiebima@gmail.com

**Article History :**

Received July 2020

Accepted October 2021

Published November 2021

**Keywords:** Services,  
Package Delivery

**Abstract:** *The main factors that affect service quality are the desired service (expected service) and the service received (perceived service). If the service received by consumers is in accordance with the desired service, the quality of the service is considered good or satisfactory. This study aims to determine how good the package delivery services at PT. Pos (Persero) Bima Branch. This type of research is descriptive using quantitative data from primary data sources. The research instrument used a questionnaire with a Likert scale. The population in this study are consumers who have used package delivery services using the services of PT. POS (Persero) Bima Branch. The sample in this study is as many as 96 respondents using the Slovin formula with the sampling technique of accidental sampling. Data collection techniques used are observation, interviews, questionnaires and literature study. The data analysis technique used is validity test, reliability test, descriptive analysis and t test (t test one sample). The results of the study show that package delivery services at PT. POS (Persero) Bima Branch is more than 75% than expected (good).*

**Sejarah Artikel**

Diterima: Juli 2021

Direvisi: Oktober 2021

Diterbitkan: November  
2021

**Kata kunci:** Pelayanan  
Jasa, Pengiriman Paket

**Abstrak:** *Faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa adalah jasa yang diinginkan (expected service) dan jasa yang diterima (perceived service). Apabila jasa yang diterima konsumen sudah sesuai dengan jasa yang diinginkan maka kualitas jasa tersebut dianggap baik atau memuaskan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa baik pelayanan jasa pengiriman paket pada PT. Pos (Persero) Cabang Bima. Jenis penelitian adalah deskriptif dengan menggunakan data kuantitatif dari sumber data primer. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan Jasa Pelayanan pengiriman paket menggunakan layanan jasa PT. POS (persero) Cabang Bima. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 orang responden menggunakan rumus slovin dengan teknik sampling accidental sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisa data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif dan uji t (t test one sample). Hasil penelian menunjukkan bahwa pelayanan jasa pengiriman paket pada PT. POS (Persero) Cabang Bima lebih dari 75% dari yang di harapkan (baik).*



How to Cite: Haryana, N.,Ismunandar., (2021). *Analisis Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Pada PT. Pos (Persero) Cabang Bima*. JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi, 6 (2) DOI : 10.31932/jpe.v6i2.1239

## PENDAHULUAN

Perkembangan jasa pelayanan pengiriman dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Ketatnya persaingan dan semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan pada saat ini membuat pihak pemilik atau pengelola harus dapat menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para pesaingnya. Persaingan usaha dalam hal ini dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan guna mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Perusahaan dituntut bekerja keras dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar dan menjaga kepercayaan pelanggan yang telah ada serta berusaha menarik minat pelanggan potensial baru agar pelanggan tidak meninggalkan pelaku usaha tersebut (Vinsensia, 2014).

Menurut Nurwulan, et. al., (2014) perubahan dan perkembangan di bidang teknologi juga membawa dampak yang cukup besar pada berbagai bidang yang mengikuti perekonomian dunia, dari ekonomi industri menuju ekonomi jasa. Salah satu perkembangan teknologi tersebut adalah perkembangan akan pengiriman dan penerimaan barang yang dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan aman. Dengan meningkatnya perkembangan teknologi, maka kebutuhan akan jasa pengiriman barang pun semakin meningkat.

Dalam hal pengiriman paket dituntut untuk selalu meningkatkan pelayanan guna mencapai kepercayaan konsumen. Beberapa upaya untuk meningkatkan pelayanan jasa yaitu dapat

melalui perluasan jangkauan, peningkatan kecepatan waktu tempuh yang cepat dan terjangkau serta ketanggapan dalam pelayanan. Peningkatan layanan untuk menyikapi persaingan yang semakin kompetitif (Nikodimus, 2015). Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan.

Kualitas pelayanan adalah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja tersebut dapat berupa suatu tindakan yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada pemilikan barang apapun dan kepada siapapun (Kotler dan Keller, 2014). Istilah kualitas pelayanan memiliki berbagai definisi yang berbeda, dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang lebih strategis. Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk itu atau dapat dikatakan bahwa kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan. Definisi kualitas layanan juga berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen

Kualitas jasa (*service quality*) adalah salah satu faktor yang penting dalam



usaha mencapai keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Untuk mencapai kualitas jasa yang diinginkan, pengelola jasa memerlukan upaya pemenuhan keinginan konsumen serta penyampaian yang tepat untuk memenuhi keinginan konsumen (Kodu, 2013). Dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa adalah jasa yang diinginkan (*expected service*) dan jasa yang diterima (*perceived service*). Apabila jasa yang diterima konsumen sudah sesuai dengan jasa yang diinginkan maka kualitas jasa tersebut dianggap baik atau memuaskan. Di lain pihak bila jasa yang diterima ternyata belum sesuai dengan jasa yang diinginkan maka kualitas jasa tersebut belum dapat dikatakan baik. Dengan demikian kualitas jasa sangat tergantung dari kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi keinginan konsumennya secara konsisten (Supriani dan Ardiansyah, 2013).

Bagi setiap perusahaan yang memberikan pelayanan baik berupa barang maupun jasa harus selalu mengevaluasi segala bentuk pelayanan yang diberikan kepada para konsumen agar dapat dijadikan sebagai acuan untuk membarikan pelayanan yang lebih baik lagi dimasa yang mendatang, dengan mengevaluasi segala jenis kegiatan kualitas jasa pelayanan yang diberikannya untuk para pelanggan perusahaan maka kualitas perusahaan itu akan dinilai baik dan dianggap sudah memenuhi kebutuhan pelanggannya. Apabila pelanggan merasa puas dengan kinerja karyawan maka dengan sendirinya akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan

PT. Pos (Persero) Cabang Bima merupakan perusahaan BUMN yang

bergerak dalam kegiatan pelayanan lalu lintas informasi, uang, dan barang. PT. POS (Persero) Cabang Bima pada saat ini mengalami beberapa masalah yaitu keterlambatan pengiriman, paket pengiriman yang tidak dapat di lacak (*tracking*), sampai kehilangan paket kiriman yang dialami para Konsumen, hal ini di akibatkan karena kendala cuaca dan terjadinya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) akibat *Covid 19*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan mengambil judul: “Analisis Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Pada PT. Pos (Persero) Cabang Bima”.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri yaitu pelayanan jasa pengiriman paket, tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono, 2019). Variable yang mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Dalam penelitian ini populasi yang dibutuhkan adalah konsumen yang pernah menggunakan Jasa Pelayanan pengiriman paket menggunakan layanan jasa PT. POS (Persero) Cabang Bima. Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, untuk pengambilan sampel harus harus



menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Berdasarkan Hasil hitung menggunakan rumus Slovin diperoleh jumlah sampel 96 responden dari jumlah konsumen yang mengirimkan paket/bulan yaitu 127 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *incidental sampling*, Menurut Arikunto (2016) *incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan skala likert. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisa data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif dan uji t (*t test one sample*).

Pengujian validitas dan reliabilitas data dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS version 26. Pengujian validitas ini dilakukan dengan melihat  $n = 96$  Responden dan didapat koordinat pada r tabel dengan taraf signifikan 5%, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dikatakan valid. adapun nilai r tabel diperoleh sebesar 0,300. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap 20 item angket diperoleh  $r_{hitung} > 0,300$ . Hasil pengujian validitas terhadap variabel pelayanan jasa dapat dikatakan semua item pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid karena berada diatas standar validitas r hitung  $\geq$  r tabel yaitu 0,300. Selanjutnya pengujian reliabilitas terhadap item pernyataan pada variabel Pelayanan Jasa dengan nilai *cronbach's alpha* yang didapat 0,863 sudah mencapai atau lebih dari standar yang ditetapkan yaitu 0,60 artinya semua item pernyataan dari kuisisioner dinyatakan reliabel atau akurat untuk digunakan dalam perhitungan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif

Item	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
<b>Pelayanan jasa</b>	96	71	100	8512	88	7,395
<b>Valid N (Listwise)</b>	96					

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

Hasil analisis tabel diatas Output diatas Jumlah data N variabel pelayanan jasa pengiriman paket pada PT. POS (persero) Cabang bima adalah 96 responden dan semua instrument dikatakan VALID. Nilai minimum atau terendah dari variabel pelayanan jasa pengiriman paket pada PT.POS (Persero) Cabang bima adalah

sebesar 71% sedangkan nilai maximum 100% dengan nilai rata-rata (*Mean*) 88%.

Untuk menganalisa permasalahan dan menguji hipotesis di dalam penelitian ini maka digunakan data hasil kuisisioner yang disebarkan kepada 96 orang yang pernah menggunakan Pelayanan Jasa Pengiriman Paket pada PT. POS (Persero) Cabang Bima. Selanjutnya data tersebut di



analisa secara statistik dengan menggunakan uji t-test one sampel dan dengan bantuan SPSS.

One sample t test merupakan teknik analisis untuk membandingkan satu

variabel bebas. Dalam penelitian ini uji t-test one sampel digunakan untuk menguji pelayanan jasa pengiriman paket pada PT. POS (Persero) Cabang Bima.

Tabel 4. Hasil Uji t

	Test Value = 75					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Pelayanan Jasa	18.107	95	.000	13.66667	12.1683	15.1651

Sumber :Data sekunder yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil output pada tabel one sample test di atas dapat di ketahui nilai T hitung sebesar  $18.107 > t$  tabel 1.665 maka dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang dimana pelayanan jasa pengiriman paket tidak sama dengan nilai 75.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan bantuan SPSS diperoleh hasil *t*hitung lebih besar dari *t*tabel ( $18.107 > 1.660$ ), dan nilai Sig  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) artinya signifikan sesuai dengan ketentuan maka jatuh pada daerah penerimaan  $H_a$  yang artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan pada hipotesis yang diterima adalah hipotesis alternative  $H_a$  yang menyatakan “Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Pada PT. POS (PERSERO) Cabang Bima lebih dari 75% dari yang di diharapkan (baik)” dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pelayan jasa yang diberikan oleh PT. POS (PERSERO) Cabang Bima dianggap oleh konsumennya sudah dapat memenuhi standar pelayanan yang ditetapkan oleh masing-masing individu konsumen, dengan pemberian pelayanan jasa yang baik dapat mempengaruhi citra perusahaan sehingga konsumen akan lebih loyal dalam

penggunaan jasa berikutnya. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dangaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggelia (2014) yang menyatakan bahwa pelayanan jasa pengiriman paket pos pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru sudah menunjukkan kategori baik

## PENUTUP

Berdasarkan hasil olah data dan analisa data, peneliti menarik kesimpulan bahwa pelayanan jasa pengiriman paket pada PT. POS (PERSERO) Cabang Bima lebih dari 75% dari yang di diharapkan (baik).

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggelia, C. 2014. “Analisis Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru.” *JOM Fisip* 1(2): 1–8.
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendektan Praktik*. Jakarta:



- Rineka Cipta.
- Kodu, S. 2013. “Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1(3).
- Kotler, Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. 11th ed. Jakarta: Erlangga.
- Nikodimus, W. 2015. “Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Jurusan Sintang – Pontianak Pada Pt. Tiki Cabang Sintang.” *Jurnal Produktivitas (JPRO) Prodi Manajemen FEB UM Pontianak* 5(2): 63–70.
- Nurwulan, F. A., Desrianty, A., Fitria, L. 2014. “Analisis Pelayanan Jasa Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) DKI Jakarta Dengan Menggunakan Metode Service Quality.” *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional* 02(01): 435–47. <https://ejournal.itenas.ac.id/index.php/ekaintegra/article/view/525>.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed. Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Supriani, and Irvan Ardiansyah. 2013. “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Barang Dan Dokumen Dengan Metode Servperf Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pelayanan (Studi Kasus Pada Agen Utama JNE Margonda Raya, Depok).” *UG Journal* 7(01): 01–03.
- Vinsensia, D. 2014. “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Pelayanan Jasa Pengiriman Paket ( Kurir ) Dengan Menggunakan Metode Topsis Fuzzy.” *Jurnal Mantik Penusa* 16(2): 46–51.

