

# Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Pengiriman di PT Satria Antara Prima Tbk (Sap Express) Dengan Menggunakan Metode Servqual

ASTARI DIFFA ARFYANAI<sup>1</sup>, INTAN RAHMATILLAH<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Institut Teknologi Nasional  
Email: astari.diffa@gmail.com

Received DD MM YYYY | Revised DD MM YYYY | Accepted DD MM YYYY

## ABSTRAK

*Semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman mengakibatkan semakin ketat persaingan untuk saling berkompetisi dalam memberikan pelayanan jasa sebaik mungkin. Permasalahan yang terjadi pada SAP express adalah konsumen mengalami pelayanan yang belum cukup baik, sehingga diperlukan evaluasi untuk mengidentifikasi letak dari kekurangannya. Dalam melakukan pengukuran kualitas pelayanan perusahaan belum melakukan secara sistematis dalam pencarian penyebab permasalahan yang terjadi, maka dari itu diperlukan analisis kualitas pelayanan jasa dengan metode servqual. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan rancangan usulan perbaikan dan mengetahui kualitas pelayanan pengiriman menggunakan metode servqual dengan analisis gap. Teknik pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada perusahaan yang bekerjasama dengan SAP express sebanyak 101 perusahaan. Dari hasil metode servqual didapatkan hasil penyebab kesenjangan dari gap 5 negatif yaitu untuk gap 1 terdapat 4 atribut, gap 2 terdapat 3 atribut, gap 3 terdapat 7 atribut dan gap 4 terdapat 2 atribut. Usulan perbaikan difokuskan pada atribut dengan nilai gap 5 terbobot yang dibawah rata-rata.*

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman, Metode Service Quality, Tree Diagram.

## ABSTRACT

*The emergence of many shipping service companies, resulted in increasing competition to complete with each other in providing the best possible service to consumers. The problem that occurs at SAP express is that consumers have experienced poor service, so an evaluation is needed to identify the location of the shortage. In measuring the quality of service, the company has not carried out systematically in searching for the causes of the problems. Therefore, it is necessary to propose an improvement in the quality of services using the servqual method. The purpose of this research is to give a proposed improvement design and discover the quality of the package, using the servqual method and Gap analysis. The data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to 101 companies that collaborated with SAP Express. Gaps are found from the results of servqual methods. The causes of the gap from Gap 5 being negative there are 4 attributes in gap 1, 3 Attributes in gap 2, 7 attributes in gap 3, and 2*

*attributes in gap 4. Proposed improvements are focused on attributes with a value gap of 5, which weigh below the average.*

**Keywords:** *Delivery Service Quality, Service Quality Methods, Tree Diagram*

## 1. PENDAHULUAN

Dimasa pandemi Covid-19 saat ini cukup berdampak positif bagi perusahaan jasa pengiriman. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa pengiriman maka menjadi peluang bisnis bagi para pelaku bisnis ekspedisi, hal ini terlihat semakin banyaknya jumlah perusahaan di bidang jasa pengiriman. Banyaknya perusahaan jasa pengiriman mengakibatkan semakin ketat persaingan untuk saling berkompetisi dalam memberikan pelayanan jasa sebaik mungkin kepada konsumen. PT Satria Antarana Prima Tbk. (SAP Express) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa pengiriman barang dan dokumen. Dalam melakukan pelayanan perusahaan masih terdapat beberapa kendala yang dialami. Berdasarkan informasi yang dihimpun dari berbagai sumber, yaitu melalui peramban online (Ulasan google) dan wawancara dengan manajemen, didapatkan isu bahwa dalam melakukan pengoperasionalan jasa pengiriman SAP express ditemui ketidakpuasan konsumen. Dimasa pandemi saat ini perusahaan mengalami peningkatan tetapi pelayanan di SAP express masih terdapat kekurangan. Seringnya mendapatkan komplain dari konsumen dapat membuat nama baik perusahaan menjadi negatif. Dari permasalahan tersebut perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan diperlukannya usulan perbaikan mengenai kepuasan konsumen, agar perusahaan dapat memenangkan ketatnya persaingan dan mengetahui kualitas pelayanan pengiriman paket dan dokumen di perusahaan menggunakan metode servqual dengan analisis gap. Oleh karena itu, dalam kondisi seperti ini manajemen perusahaan perlu melakukan pengukuran peningkatan pelayanan secara sistematis dan menentukan urutan prioritas yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan untuk membuat konsumen tidak berpindah ke pesaing lainnya.

## 2. METODOLOGI

Dalam penelitian ini ditemukan isu permasalahan yang terjadi pada perusahaan berupa masih kurangnya tingkat kepedulian kepada konsumen seperti kurangnya keamanan pengiriman, kurang responsivnya pegawai, dan masih banyak lagi yang dapat membuat pelanggan pindah ke pesaing lainnya. Dari permasalahan tersebut dibutuhkan studi literatur untuk membantu dalam penelitian yang berisikan teori-teori yang digunakan dalam penelitian, yaitu metode servqual, tree diagram, dll. Terdapat beberapa studi pemecahan masalah yang dapat digunakan, diantaranya: 1.) Metode service quality, metode ini dapat mengetahui tingkat kepuasan dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan dan dapat mengetahui akar permasalahan dari ketidakpuasan konsumen. 2.) Metode Importance Performance Matrix (IPM), metode ini dapat mengetahui atribut mana yang perlu dilakukannya perbaikan kualitas. 3.) Metode Quality Function Deployment (QFD), metode ini dapat membuat perusahaan meningkatkan persaingan dan memperbaiki produktifitas. Berdasarkan kebutuhan dari perusahaan berupa diperlukannya pengukuran tingkat kepuasan pelanggan yang lebih dapat mengukur harapan dan kepuasan dari konsumen dan mengetahuinya secara sistematis terpillihlah metode servqual karena dapat mengakomodir kebutuhan perusahaan SAP express.

Metode service quality adalah perbandingan antara dua persepsi yaitu antara persepsi konsumen dengan apa yang mereka dapatkan dengan layanan yang diharapkannya (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1990). Untuk memudahkan responden dalam memberikan penilaian dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, maka dibutuhkan kuesioner menggunakan 5 dimensi servqual (reliability, tangible, responsive, assurance, dan

empty). Responden yang akan menjadi target penyebaran kuesioner adalah perusahaan yang menjalin kerjasama dengan SAP express dengan segmenting business to business ataupun perusahaan corporate minimal 4 bulan telah bekerjasama dengan SAP express. Penentuan ukuran sampel yang dilakukan untuk mengetahui jumlah responden menggunakan rumus Slovin, rumus Slovin merupakan suatu rumus untuk menghitung jumlah sampel dengan sebuah populasi yang tidak diketahui secara pasti (Imran, 2017). Sebelum dilakukan penyebaran kuesioner, terlebih dahulu dilakukan percobaan kepada sebanyak 30 responden, pada kuesioner tersebut berisikan 5 dimensi servqual (reliability, tangible, responsive, assurance, dan empathy). Selanjutnya, hasil dari kuesioner pendahuluan tersebut dilakukan pengujian dengan menggunakan bantuan software SPSS. Pengujian yang dilakukan untuk mengukur tingkat kevalidan dan reliabilitas dari atribut yang ada pada kuesioner. Menurut (Firdiana, 2018), Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner dan uji reliabilitas untuk mengukur tingkat konsistensi pernyataan. Kuesioner yang telah diuji tingkat valid dan reliablenya, kemudian disebarakan menggunakan google forms kepada perusahaan yang menjalin Kerjasama dengan SAP express dan didapatkan sebanyak 101 responden dengan menggunakan skala semantic differential. Data hasil kuesioner yang telah disebarakan dan diisi oleh responden akan dikumpulkan kembali dan dilakukan pengolahan data yang hasilnya akan digunakan menjadi input analisis gap.

Pengolahan data analisis gap dilakukan berdasarkan atribut-atribut pelayanan untuk mengetahui akibat kesenjangan, terdapat perhitungan bobot kepentingan dan perhitungan gap 1-5. Berikut penjelasan mengenai pengolahan data servqual.

1. Perhitungan Bobot Kepentingan

Perhitungan menggunakan kuesioner tingkat kepentingan.

2. Gap 5

Data yang digunakan kuesioner persepsi konsumen dan ekpetasi konsumen.

Perhitungan gap 5 sebagai berikut.

Servquyal score gap 5 = Rata-Rata Persepsi Konsumen–Rata-Rata Ekspektasi

$$\text{Konsumen} \quad (1)$$

$$\text{Gap 5 terbobot} = \text{servqual score} \times \text{bobot kepentingan} \quad (2)$$

3. Gap 1

Data yang digunakan untuk pengolahan Gap 1 adalah hasil kuesioner Ekspektasi konsumen dan Persepsi manajemen terhadap harapan konsumen. Perhitungan gap 1 sebagai berikut.

Servqual score gap 1 = Rata-Rata Persepsi Manajemen Mengenai Harapan

$$\text{Konsumen} - \text{Rata-Rata Ekspektasi Konsumen} \quad (3)$$

4. Gap 2

Data yang digunakan untuk pengolahan Gap 2 adalah kuesioner spesifikasi kualitas pelayanan dan terjadi karena adanya kesenjangan standard performance terhadap kualitas pelayanan. Perhitungan gap 2 sebagai berikut.

Servqual score gap 2 = Rata- Rata Persepsi Manajemen – Rata-Rata Service Quality

$$\text{Spesifikasi} \quad (4)$$

5. Gap 3

Data yang digunakan untuk pengolahan Gap 3 adalah kuesioner penyampaian jasa. Perhitungan gap 3 sebagai berikut.

Servqual score gap 3 = Rata-Rata Service Quality Spesifikasi – Rata-Rata Service

$$\text{Delivery} \quad (5)$$

6. Gap 4

Data yang digunakan untuk pengolahan Gap 4 adalah kuesioner janji yang diberikan oleh jasa pelayanan. Perhitungan gap 4 sebagai berikut.

$$\text{Servqual score gap 4} = \text{Rata-Rata Komunikasi Eksternal} - \text{Rata-Rata Service Delivery} \quad (6)$$

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan gap 1-5 selanjutnya dilakukan penyebaran kuesioner tambahan. Penyebaran kuesioner tambahan digunakan untuk mengetahui penyebab terjadinya gap 1 yang bernilai negatif (-), gap 2 yang bernilai negatif (-), gap 3 yang bernilai negatif (-), dan gap 4 yang bernilai negatif (-). Pernyataan kuesioner tambahan didapatkan dari buku Parasuraman, Zeithaml dan Berry, (1990). Pengolahan data kuesioner tambahan didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner tambahan yang telah dilakukan dan mendapatkan hasil untuk mengetahui penyebab terjadinya kesenjangan. Setelah mengetahui atribut mana yang perlu diprioritaskan dalam perbaikan maka perlu dilakukannya analisis dan memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan menggunakan tree diagram. Menurut Tague, N. R., (2005) tree diagram merupakan teknik yang digunakan untuk memecahkan konsep secara luas menjadi suatu tingkatan detail yang lebih baik. Setelah mendapatkan seluruh data, analisis, dan usulan perbaikan, maka dilakukannya kesimpulan dan saran. Kesimpulan menyimpulkan apa saja yang perlu diperbaiki dari analisis yang didapat dan memberikan usulan perbaikan. Memberikan saran untuk perusahaan agar dapat menindaklanjuti hasil penelitian.

### 3. ISI

Penelitian dilakukan di PT Satria Antarana Prima (SAP Express) dengan rentang waktu selama 4 bulan baik secara online maupun offline. Dalam rentang waktu tersebut dilakukan pengumpulan data primer yang didapatkan dari hasil kuesioner konsumen, penelitain langsung, wawancara dengan manajemen dan karyawan perusahaan SAP express. Perhitungan ukuran sampel menggunakan metode slovin, untuk penyebaran kuesioner didapatkan 99 responden. dalam melakukan perancangan pernyataan kuesioner yang digunakan, melakukan adaptasi berdasarkan penelitian terdahulu dan kemudian peneliti juga mengadaptasi atribut baru berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada perusahaan SAP express. Setelah mendapatkan hasil dari kuesioner pendahuluan dilakukan uji validitas membandingkan rhitung dengan rtabel dimana apabila rhitung  $\geq$  rtabel maka uji validitas dikatakan valid. Berdasarkan hasil uji validitas diatas maka seluruh pernyataan kuesioner valid karena lebih besar dari rtabel yaitu 0.361. Dalam uji reliabilitas dapat dikatakan reliabilitas tinggi apabila kuesioner tersebut dapat memberikan data yang konsisten. Dapat dinyatakan reliabel saat Cronbach's Alpha  $\geq$  0.70. Berdasarkan hasil uji reliabilitas didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.929 yang artinya item pernyataan kuesioner sudah reliabel. Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas dari hasil kuesioner pendahuluan data yang sudah valid dan reliabel maka dapat dilanjutkan penyusunan kuesioner penelitian didapatkan 26 atribut dengan responden yang telah mengisi kuesioner sebanyak 101 responden. Atribut kuesioner penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Pengiriman di PT Satria  
Antaran Prima Tbk (SAP Exnress) Dengan Menggunakan Metode

Tabel 1. Atribut Kuesioner Penelitian

Variabel	Pertanyaan Kuesioner	Variabel	Pertanyaan Kuesioner
X1	Kondisi gudang dan kemampuan penyimpanan barang yang baik sebelum dikirim (rak penyimpanan tersusun baik)	X14	Ketepatan <i>customer service</i> dalam melaksanakan janji kepada konsumen
X2	Ketersediaan lahan parkir yang nyaman	X15	<i>Customer service</i> sigap jika terdapat keluhan maupun pertanyaan
X3	Kenyamanan ruang tunggu	X16	<i>Customer service</i> cekatan dalam melayani konsumen
X4	Daya tarik desain luar dan dalam gedung	X17	Terdapat garansi pelayanan pengiriman paket/dokumen
X5	Gudang Penyimpanan barang yang luas	X18	Pengiriman barang tidak merusak segel
X6	Memiliki armada transportasi yang banyak	X19	Perusahaan menjamin pengiriman tepat waktu
X7	Sarana promosi yang menarik (brosur, pamflet, display)	X20	Data pelanggan terjamin kerahasiaannya
X8	Penampilan karyawan rapi/profesional	X21	Keamanan dalam proses penyimpanan barang di gudang
X9	Penjelasan yang diberikan <i>customer service</i> mudah dimengerti	X22	Keamanan dalam proses pengiriman barang
X10	Kesesuaian antara lamanya waktu penyampaian barang yang dijanjikan dengan kenyataan	X23	Keramahan dan kesopanan <i>customer service</i>
X11	Tidak melakukan kesalahan dalam melayani pelanggan (Ketelitian dalam pengiriman barang)	X24	Terdapat sarana untuk menyampaikan keluhan dan saran
X12	Kesesuaian antara biaya yang tercantum dengan yang dibayar	X25	Kemudahan pelanggan dalam mencari informasi
X13	Ketepatan pengiriman barang sesuai dengan alamat yang tercantum	X26	Perusahaan menindak lanjuti permasalahan atau keluhan konsumen saat pengiriman barang

Setelah melakukan penyebaran kuesioner maka dapat dilakukan pengolahan data berisikan perhitungan setiap gap berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dimana terdapat perhitungan bobot kepentingan, gap 5, gap 1, gap 2, gap 3, dan gap 4. Berikut adalah hasil pengolahan data dari penyebaran kuesioner.

1. Gap 5

Perhitungan bobot kepentingan dan gap 5 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Gap 5

No.	Gap 5					Ket
	Persepsi Konsumen	Ekspektasi konsumen	Servqu a l Score	Bobot Kepentingan	Gap 5 Terbobot	

Arfvani

X1	8.356	8.941	-0.584	0.039	-0.023	-
X2	8.327	8.099	0.228	0.035	0.008	+
X3	8.168	8.089	0.079	0.035	0.003	+
X4	8.050	7.911	0.139	0.034	0.005	+
X5	8.337	8.733	-0.396	0.038	-0.015	-
X6	8.406	8.733	-0.327	0.038	-0.012	-
X7	8.050	8.188	-0.139	0.036	-0.005	-
X8	8.327	8.277	0.050	0.036	0.002	+
X9	8.327	8.980	-0.653	0.039	-0.026	-

Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Pengiriman di PT Satria  
Antaran Prima Thk (SAP Exnress) Dengan Menggunakan Metode

Tabel 2. Gap 5 (Lanjutan)

No	Persepsi Konsumen	Ekspektasi konsumen	Servqual Score	Bobot Kepentingan	Gap 5 Terbobot	Ket
X10	8.307	9.079	-0.772	0.039	-0.030	-
X11	8.277	9.218	-0.941	0.040	-0.038	-
X12	8.802	9.109	-0.307	0.040	-0.012	-
X13	8.644	9.287	-0.644	0.040	-0.026	-
X14	8.554	8.950	-0.396	0.039	-0.015	-
X15	8.307	8.931	-0.624	0.039	-0.024	-
X16	8.347	8.931	-0.584	0.039	-0.023	-
X17	8.644	8.990	-0.347	0.039	-0.014	-
X18	8.723	9.099	-0.376	0.040	-0.015	-
X19	8.327	9.010	-0.683	0.039	-0.027	-
X20	9.396	9.386	0.010	0.041	0.000	+
X21	8.673	9.228	-0.554	0.040	-0.022	-
X22	8.604	9.198	-0.594	0.040	-0.024	-
X23	8.691	8.802	-0.111	0.038	-0.004	-
X24	8.436	8.845	-0.410	0.038	-0.016	-
X25	8.495	8.861	-0.366	0.039	-0.014	-
X26	8.693	9.198	-0.505	0.040	-0.020	-

Dari hasil perhitungan gap 5 diketahui bahwa terdapat 21 atribut yang bernilai negatif yaitu atribut 1,5,6,7, 9-19, dan 21-26, yang artinya konsumen belum merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

2. Gap 1

Perhitungan Gap 1 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Gap 1

No Atribut	Gap 1			
	Persepsi Manajemen Mengenai Harapan Konsumen	Ekspektasi Konsumen	Servqual score	Ket
X1	9.000	8.941	0.059	+
X5	7.667	8.762	-1.096	-
X6	8.333	8.733	-0.399	-
X7	8.667	8.188	0.479	+
X9	9.667	8.980	0.686	+
X10	10.000	9.079	0.921	+
X11	10.000	9.218	0.782	+
X12	10.000	9.109	0.891	+
X13	10.000	9.287	0.713	+
X14	10.000	8.950	1.050	+
X15	9.667	8.931	0.736	+
X16	9.667	8.931	0.736	+
X17	8.333	8.990	-0.657	-
X18	9.000	9.099	-0.099	-
X19	9.667	9.010	0.657	+
X21	10.000	9.228	0.772	+
X22	10.000	9.198	0.802	+
X23	9.333	8.802	0.531	+
X24	9.333	8.827	0.507	+
X25	9.333	8.861	0.472	+
X26	9.333	9.198	0.135	+

Dapat dilihat dari hasil perhitungan gap 1 bahwa terdapat 4 atribut yang bernilai negatif yaitu, atribut 5,6,17, dan 18 yang artinya Persepsi manajemen terhadap harapan konsumen



Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Pengiriman di PT Satria  
Antaran Prima Thk (SAP Express) Dengan Menggunakan Metode

belum sesuai dengan ekspektasi konsumen maka kesenjangan gap 5 terjadi karena gap 1. Untuk hasil yang bernilai + dijadikan inputan untuk gap 2.

3. Gap 2  
Perhitungan Gap 2 dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Gap 2

No	Gap 2			
	Standar (Service Quality Spec.)	Persepsi Manajemen	Servqual score	Ket
X1	9.333	9.000	-0.333	-
X7	9	8.667	-0.333	-
X9	8.667	9.667	1.000	+
X10	10	10.000	0.000	+
X11	10	10.000	0.000	+
X12	10	10.000	0.000	+
X13	10	10.000	0.000	+
X14	10	10.000	0.000	+
X15	9.333	9.667	0.333	+
X16	9	9.667	0.667	+
X19	9.333	9.667	0.333	+
X21	10	10.000	0.000	+
X22	10	10.000	0.000	+
X23	9.333	9.333	0.000	+
X24	9.667	9.333	-0.333	-
X25	9.333	9.333	0.000	+
X26	8.333	9.333	1.000	+

Dapat dilihat dari hasil perhitungan gap 2 bahwa terdapat 3 atribut yang bernilai negatif yaitu atribut 1,7, dan 24 yang artinya persepsi manajemen mengenai harapan konsumen belum sesuai dengan ketentuan standar performansi operasional pada perusahaan, maka dari itu kesenjangan gap 5 terjadi karena gap 2. Untuk hasil yang bernilai + dijadikan inputan untuk gap 3.

4. Gap 3  
Perhitungan gap 3 dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Gap 3

No	Gap 3			
	Penyampaian Jasa (Service Delivery)	Service Quality	Servqual score	Ket
X9	10.000	8.667	-1.333	-
X10	10.000	10.000	0.000	+
X11	10.000	10.000	0.000	+
X12	9.667	10.000	0.333	+
X13	10.000	10.000	0.000	+
X14	9.667	10.000	0.333	+
X15	9.667	9.333	-0.333	-
X16	9.667	9.000	-0.667	-
X19	9.667	9.333	-0.333	-
X21	10.000	10.000	0.000	+
X22	10.000	10.000	0.000	+
X23	10.000	9.333	-0.667	-
X25	10.000	9.333	-0.667	-
X26	10.000	8.333	-1.667	-

Dapat dilihat dari hasil perhitungan gap 3 bahwa terdapat 7 atribut yang bernilai negatif yaitu atribut 9, 15-19, dan 23-26 bernilai negatif maka pelayanan kurang tersampaikan dengan baik kepada pelanggan oleh karyawan maka perlu diketahui penyebab tersebut menggunakan kuesioner tambahan. Kesenjangan gap 5 terjadi karena gap 3.

#### 5. Gap 4

Perhitungan Gap 4 dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Gap 4

No	Gap 4			
	Komunikasi Eksternal	Penyampaian Jasa (Service Delivery)	Servqual score	Ket
X10	8.667	10.000	-1.333	-
X11	9.667	10.000	-0.333	-
X12	10	9.667	0.333	+
X13	10	10.000	0.000	+
X14	9.667	9.667	0.000	+
X21	10	10.000	0.000	+
X22	10	10.000	0.000	+

Dapat dilihat dari hasil perhitungan gap 4 bahwa terdapat 2 atribut yang bernilai negatif yaitu atribut 10 dan 11 yang artinya janji yang disampaikan melalui aktivitas eksternal belum konsisten maka perlu diketahui penyebab tersebut menggunakan kuesioner tambahan. Kesenjangan gap 5 terjadi karena gap 4.

#### 7. Kuesioner Tambahan

Kuesioner tambahan digunakan untuk menganalisis penyebab ketidakpuasan konsumen yang diakibatkan oleh Gap 1, Gap 2, Gap 3, dan Gap 4. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner tambahan untuk Gap 1 dan Gap 2, menunjukkan bahwa penyebab nilai negatif yang dihasilkan diantaranya dikerenakan:

1. Perusahaan belum mengatur sumber daya yang baik untuk kualitas pelayanan.
2. Perusahaan belum memiliki kemampuan yang baik untuk memenuhi kebutuhan dan layanan pelanggan
3. Perusahaan secara efektif belum menggunakan sistem untuk mencapai titik konsistensi dalam melayani konsumen.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner tambahan untuk Gap 3 dan Gap 4, menunjukkan bahwa penyebab nilai negatif yang dihasilkan diantaranya dikerenakan:

1. Banyaknya permintaan pelayanan diwaktu yang sama membuat karyawan (customer service) kewalahan dalam menangani permintaan konsumen.
2. Terdapat perbedaan antara yang diinginkan konsumen dan manajemen terhadap apa yang pegawai lakukan merupakan hal yang belum sama.
3. Kadang saya merasa kewalahan dengan pekerjaan karena banyaknya konsumen yang meminta pelayanan pada waktu yang sama

### 3.1 ANALISIS

Berdasarkan nilai Gap 5 terbobot terdapat beberapa atribut yang bernilai negatif dan berada dibawah rata-rata bobot kepentingan. Urutan prioritas perbaikan dari yang utama yaitu atribut 11, 10, 19, 13, 9, 15, 22, 16, 1, 21, dan 26.

1. Untuk atribut 11 Tidak melakukan kesalahan dalam melayani pelanggan (ketelitian dalam pengiriman barang) masih sering terjadinya salah sorting yang mengakibatkan seharusnya alamat pengiriman ke kota A dan sampainya ke kota B dan membuat keterlambatan dalam pengiriman, usulan perbaikan dapat dilakukan dengan perusahaan sudah menentukan template alamat pengiriman

Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Pengiriman di PT Satria  
Antaran Prima Thk (SAP Exnress) Dengan Menggunakan Metode

- yang jelas sesuai dengan kebutuhan pengiriman dan melakukan training wilayah setiap bulan kepada petugas sorting.
2. Untuk atribut 10 kesesuaian antara lamanya waktu penyampaian perusahaan, terjadi karena pada waktu tertentu terjadinya overload masa pengiriman membuat janji kepada konsumen tidak sesuai, usulan perbaikan dapat melakukan penambahan pekerja harian saat waktu tertentu, penginformasian kepada customer service saat konsumen bertanya bahwa untuk waktu tertentu akan terjadi keterlambatan, dan menambah moda pengiriman untuk wilayah yang overload pengiriman.
  3. Untuk atribut 19 Perusahaan menjamin pengiriman tepat waktu, penyebab terjadinya karena spesifikasi pelayanan memberitahukan pengiriman sesuai dengan estimasi sebagai contoh regular adalah 3-4 hari, tetapi yang terjadi pengiriman melebihi waktu estimasi. Untuk permasalahan dalam sistem perusahaan dapat melakukan adaptasi regulasi saat ini, bekerjasama tidak hanya dengan 1 armada transportasi, dan untuk darat tidak ketergantungan dengan pihak ke 3.
  4. Untuk atribut 13 ketepatan pengiriman barang sesuai dengan alamat yang tercantum dengan melakukan training wilayah setiap bulan kepada petugas sorting dan perusahaan menentukan template alamat sesuai dengan kebutuhan pengiriman.
  5. Untuk atribut 9 penjelasan yang diberikan customer service mudah dimengerti perusahaan dapat menentukan standar agar penginformasian yang lebih spesifik terhadap kebutuhan informasi pelanggan, Pada saat front office menerima barang dari konsumen diminta untuk melengkapi alamat dengan sejelasa-jelasnya.
  6. Untuk atribut 15 customer service sigap apabila terdapat keluhan maupun pertanyaan, penyebab terjadinya karena spesifikasi batas waktu penginformasian yang belum jelas apabila terjadi kendala pada sistem, maka perusahaan diwajibkan menginformasikan batas waktu untuk menginformasikan keluhan atau pertanyaan apabila sistem belum terupdate.
  7. Untuk atribut 22 keamanan dalam proses pengiriman barang di Gudang perusahaan dapat melakukan pemisahan barang berharga dengan barang general kargo, untuk dokumen di packing plastic, untuk barang pecah belah mewajibkan packing kayu.
  8. Untuk atribut 16 customer service cekatan dalam melayani konsumen, penyebab terjadinya banyak konsumen meminta pelayanan dalam waktu yang sama membuat customer service kewalahan, karena satu customer service tidak hanya melayani satu konsumen. Perusahaan dapat melakukan dedicate customer service untuk perusahaan yang beromset besar.
  9. Untuk Atribut 1 kondisi gudang dan kemampuan penyimpanan barang yang belum tersusun baik sebelum dikirim perusahaan dapat menentukan standar kualitas pelayanan dengan membuat standar tata letak gudang yang jelas untuk mempermudah penyimpanan dan mendata dan menata barang sesuai dengan kelompoknya sehingga dapat mempercepat proses pendistribusian.
  10. Untuk atribut 21 keamanan dalam proses penyimpanan barang di gudang perusahaan dapat memasang cctv disetiap tempat yang rawan, setiap keluar masuk gudang harus body check, dan membuat program rohani.
  11. Untuk atribut 26 perusahaan menindak lanjuti permasalahan atau keluhan, perusahaan dapat mempercepat standar waktu respon menindak lanjuti permasalahan dan menggunakan sistem jawaban otomatis.

#### **4. KESIMPULAN**

Didapatkan kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Rata-rata nilai gap 5 adalah -0.015 yang artinya masih terdapat konsumen yang belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan SAP Express.
2. Penyebab kesenjangan gap 5 adalah karena gap 1 nomor atribut 5, 6, 17, dan 18. Gap 2 nomor atribut 7 dan 24. Gap 3 nomor atribut 9, 15, 16, 19, 23, 25, dan 26. Gap 4 nomor atribut 10 dan 11.
3. Urutan ranking perbaikan utama perusahaan yaitu, atribut 11, 10, 19, 13, 9, 15, 22, 16, 1, 21, dan 26.
4. Usulan peningkatan pelayanan dari kesenjangan gap 5 terbesar adalah atribut 11 (Tidak melakukan kesalahan dalam melayani konsumen (ketelitian dalam pengiriman barang)) kesenjangan terjadi karena gap 4 yaitu ketidaksesuaian janji kepada konsumen mengenai ketepatan dalam proses pengiriman, masih sering terjadinya salah sorting yang mengakibatkan seharusnya alamat pengiriman ke kota A dan sampainya ke kota B. Usulan perbaikan yang diberikan yaitu, melakukan training wilayah setiap bulan kepada petugas sorting agar tidak salah melakukan pengiriman yang dapat mengakibatkan keterlambatan dalam pengiriman.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak perusahaan SAP Express yang telah mengizinkan melakukan penelitian diperusahaan dan khususnya untuk Bapak Dwi dan Bapak Arie yang sudah banyak membantu dan memberikan informasi dalam penelitian ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Firdiana, A. (2018). Analisis Atribut Kualitas Pelayanan Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Service Quality Dan Kano (Studi Kasus: Alive Fusion Dining, Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Imran, H.A. (2017). Peran Sampling dan Distribusi Data Daklam Penelitian Komunikasi Pendekatan Kuantitatif. Jurnal Studi Komunikasi dan Media, Vol. 21(1), 111-126.
- Sugiyono (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tague, N. R. (2005). The quality toolbox. (2th ed.). Milwaukee, Wisconsin: ASQ Quality Press.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, And L.L. Berry. (1990). Delivering Quality Service: Balancing Costumer Perceptions And Expectations. New York: The Free Press.