

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dalam upaya meningkatkan jumlah konsumen, maka berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis dapat disimpulkan bahwa:

1. Tingkat *Perceived Quality* PT Elteha Internasional cabang Bandung di mata konsumen diketahui bahwa terdapat 14 atribut yang memiliki tingkat kepentingan di atas rata-rata, dimana terdapat 1 atribut yang sudah memuaskan konsumen dan 13 atribut lainnya tidak memuaskan konsumen, dan yang memiliki tingkat kepentingan di bawah rata-rata ada 8 atribut dimana terdapat 1 atribut yang menyatakan bahwa konsumen puas dan sisanya 7 atribut tidak memuaskan konsumen.
2. Perbandingan tingkat *Perceived Quality* antara PT Elteha Internasional cabang Bandung dengan para pesaingnya dapat dilihat pada *Importance Performance Analysis (IPA) 4 kuadran dan 6 kuadran*. Dari hasil pengolahan data IPA 6 Kuadran diketahui bahwa terdapat 4 atribut yang berada pada prioritas perbaikan/mutlak tertinggal dan tingkat kepentingan di atas rata-rata, dan pada area persaingan yang tingkat kepentingannya di atas rata-rata ada 7 atribut. Sedangkan untuk tingkat kinerja atau *performance* PT Elteha Internasional cabang Bandung dapat dilihat pada *Importance Performance Analysis (IPA) 4 Kuadran*. Dari hasil pengolahan data IPA 4 Kuadran diketahui bahwa terdapat 2 atribut yang berada pada kuadran *Underact/Concentrate Here* dimana pada kuadran ini tingkat kinerjanya rendah dan tingkat kepentingannya tinggi. Sementara itu, terdapat 12 atribut yang berada pada kuadran *Maintain* dimana pada kuadran ini tingkat kinerjanya tinggi dan tingkat kepentingannya juga tinggi. Hal ini berarti bahwa kinerja PT Elteha Internasional cabang Bandung sudah cukup baik di mata konsumen.
3. Usaha-usaha yang dapat dilakukan oleh PT Elteha Internasional cabang Bandung agar *Perceived Quality* dapat lebih baik di mata konsumen adalah dengan menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA) 4 kuadran*,

Importance Performance Analysis (IPA) 6 kuadran dan *Customer Satisfaction*. Dari ke-3 cara tersebut diperoleh 4 tindakan yaitu:

- a. Target menyamai harapan konsumen untuk atribut-atribut yang berada pada kuadran *underact* dan *mutlak tertinggal*, atribut tersebut adalah:
 - 1) Letak lokasi kantor pelayanan penyedia jasa paket
 - 2) Ketersediaan jalur antrian pelayanan
- b. Melakukan perbaikan kualitas untuk atribut-atribut yang berada pada kuadran *maintain* dan *mutlak tertinggal*, atribut tersebut adalah:
 - 1) Pemenuhan jaminan asuransi atas barang kiriman yang hilang/rusak seperti yang dijanjikan
 - 2) Tarif yang ditawarkan sesuai dengan jasa pengiriman yang digunakan
- c. Target menyamai pesaing untuk atribut-atribut yang berada pada kuadran *maintain* dan *area persaingan*, atribut tersebut adalah:
 - 1) Petugas loket pengiriman memahami keinginan konsumen
 - 2) Kemudahan penerimaan paket untuk dikirimkan
 - 3) Keutuhan barang kiriman setelah sampai di tujuan
 - 4) Ketepatan waktu sampainya paket di alamat tujuan
 - 5) Ketersediaan berbagai jenis layanan paket (door to door service, overnight service, dll)
 - 6) Pelayanan kepada konsumen dilakukan dengan segera
 - 7) Ketersediaan layanan informasi dan pengaduan melalui telepon/saluran bebas pulsa
- d. Target melebihi pesaing untuk atribut-atribut yang berada pada kuadran *maintain* dan *mutlak unggul*, atribut tersebut adalah:
 - 1) Keramahan petugas loket pengiriman
 - 2) Ketersediaan layanan untuk penerimaan barang pada hari libur
 - 3) Ketersediaan alternatif dalam memilih jaminan asuransi untuk barang kiriman yang hilang/rusak (asuransi dari penyedia jasa atau menggunakan perusahaan asuransi lain)

6.2 Saran

6.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Saran yang diberikan kepada perusahaan dimulai berdasarkan prioritas utama yang sebaiknya dilakukan adalah sebagai berikut:

- Pihak Perusahaan diharapkan dapat merekrut agen-agen untuk bekerjasama dengan perusahaan layanan jasa paket Elteha.
- Pihak perusahaan membuat nomor antrian untuk diambil oleh konsumen yang baru datang yang akan melakukan pengiriman barang.
- Pihak perusahaan melakukan kerjasama dengan perusahaan asuransi dalam hal pemenuhan jaminan asuransi untuk barang kiriman yang hilang/rusak.
- Pihak perusahaan sebaiknya mempersingkat waktu sampainya paket ke alamat tujuan.
- Pihak perusahaan membuat/menyusun standard operating procedure dan mensosialisasikannya kepada petugas loket pengiriman agar lebih memahami keinginan konsumen
- Perusahaan sebaiknya menempelkan gambar langkah-langkah untuk penerimaan paket atau prosedur pengiriman.
- Pihak perusahaan diharapkan mampu mengambil alih layanan pengepakan.
- Pada saat penataan barang kiriman baik di gudang penyimpanan barang sementara atau pada kendaraan pengantar sebaiknya untuk barang kiriman yang ringan dan mudah pecah disimpan pada tumpukkan yang paling atas, sedangkan untuk barang kiriman yang berat disimpan pada tumpukkan yang paling bawah.
- Pihak perusahaan sebaiknya memberikan layanan baru, yaitu layanan pengiriman barang yang akan diterima pada hari yang sama.
- Sebaiknya pihak perusahaan membuat web perusahaan yang khusus melayani layanan informasi dan pengaduan untuk layanan konsumen atau dengan membuat mesin penjawab otomatis melalui line telepon, dimana di dalamnya tersedia pilihan pertanyaan-pertanyaan berikut jawabannya yang umum ditanyakan oleh konsumen, dan jika tidak ada

dalam pilihan pertanyaan tersebut dapat langsung disambungkan pada petugas loket pengiriman.

- Pihak perusahaan sebaiknya memberikan reward di akhir tahun kepada petugas loket pengiriman atas kinerjanya dalam hal keramahan kepada konsumen
- Pihak perusahaan diharapkan dapat memberikan bonus kepada para pegawai yang bekerja dengan baik pada waktu hari libur.
- Pihak perusahaan sebaiknya bisa menentukan perusahaan asuransi yang baik dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen atas layanannya.
- Pihak perusahaan sebaiknya meningkatkan promosi dan iklan.
- Pihak perusahaan selalu memantau pesaing-pesaing.

6.2.2 Saran Penelitian Lebih Lanjut

Penulis menyarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang, yaitu mengenai analisis perbandingan *perceived quality* PT Elteha Internasional dengan para pesaing lainnya dan dilakukan pengukuran kinerja perusahaan jasa pengiriman paket pesaing lainnya untuk dapat dibandingkan dengan kinerja PT Elteha Internasional. Disarankan juga untuk adanya kajian awal tentang pesaing yang relevan dari PT Elteha Internasional dan meneliti lebih lanjut penyebab ketidakpuasan konsumen.