

## **BAB 6**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan rentetan penelitian mengenai persepsi kualitas pelayanan jasa kurir PT Pos Indonesia, dan guna meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperhatikan pemenuhan kepuasan konsumen serta aspek persaingannya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi kualitas diantaranya adalah kepuasan konsumen yang belum dapat dipenuhi oleh Posindo. Bagaimana perusahaan menanggapi masalah menjadi salah satu faktor yang membentuk baik-buruknya persepsi yang dibentuk pelanggan, masalah pelayanan yang buruk dapat menimbulkan kekecewaan sehingga mempengaruhi loyalitas pengguna jasanya.
2. Persepsi pelanggan terhadap jasa kurir Posindo buruk. Hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis yang menunjukkan ketidakpuasan untuk semua atribut. Padahal kenyataannya sebenarnya ada beberapa atribut yang baik. Persepsi pelanggan terhadap jasa pelayanan kurir PT Pos Indonesia saat ini adalah Posindo bukanlah merupakan pilihan yang baik untuk pembelian, dengan kata lain tujuan *Good Place to Shop* masih jauh dari kenyataan yang ada. Hal ini didukung dengan hasil penelitian menggunakan *Importance Performance Analysis* (4 kuadran) menunjukkan terdapat beberapa atribut pelayanan masih belum dapat memuaskan pelanggan dan perlu prioritas perbaikan terkait dengan masalah yang ditimbulkan.
3. Dari hasil analisa tingkat kepentingan dan performansi yang mengikut sertakan faktor persaingan didalamnya, dapat diketahui bahwa terdapat atribut-atribut krusial yang kalah bersaing yang dapat mengakibatkan pelanggan beralih ke pesaing. Dari hasil IPA diketahui bahwa terdapat atribut yang perlu diperbaiki untuk menyamai ataupun melebihi pesaing.

Upaya peningkatan kinerja menyamai pesaing untuk atribut-atribut berikut :

- ✓ Ketersediaan layanan antar jemput
- ✓ Kecepatan melakukan transaksi di loket
- ✓ Ketanggapan petugas dalam melayani pelanggan
- ✓ Ketanggapan dalam menindak lanjuti keluhan pengguna jasa
- ✓ Ketanggapan menginformasikan fitur produk jasa pengiriman barang
- ✓ Ketepatan waktu penyampaian barang
- ✓ Jaminan ganti rugi atas keterlambatan barang

Upaya peningkatan kinerja melebihi pesaing untuk atribut atribut berikut :

- ✓ Ketersediaan pilihan kecepatan pengiriman barang
- ✓ Ketepatan barang tiba sampai tujuan (tidak salah alamat)
- ✓ Jaminan ganti rugi atas kehilangan barang
- ✓ Keramahan dalam merespon keluhan pelanggan
- ✓ Kenyamanan dalam melakukan transaksi
- ✓ Ketersediaan Fasilitas Laporan Barang Tersampaikan (*report*)

4. Dengan pertimbangan ketidakpuasan pelanggan dan persaingan maka perlu kiranya Posindo melakukan perbaikan kualitas pelayanan demi membangun kembali persepsi yang buruk di masyarakat. Perbaikan dapat dilakukan dengan memberikan reinvestasi kepada atribut yang tertinggal dan dapat pula melakukan pengelolaan sumberdaya yang dimiliki sehingga dapat mengoptimalkan kualitas pelayanan jasa kurir PT Pos Indonesia. Perbaikan yang dilakukan perlu didukung dengan visi yang jelas masalah perbaikan kualitas serta pengawasan dalam implementasinya.

## 6.2 Saran

### 6.2.1 Saran Untuk Atribut yang Tertinggal

Saran yang dapat diutarakan guna tujuan perbaikan dan peningkatan jasa pelayanan kurir PT Pos Indonesia adalah:

1. Upaya peningkatan kinerja menyamai pesaing untuk atribut atribut berikut :

- ✓ Ketersediaan layanan antar jemput

Usulan :

- Memanfaatkan armada yang ada untuk penjemputan.
- Menawarkan menjadi member penjemputan
- Promosi fasilitas penjemputan

- ✓ Kecepatan melakukan transaksi di loket

- Mutasi dan *recruitment* pegawai *front-liner*
- Investasi komputer beserta program transaksi
- Pelatihan peningkatan keterampilan.
- Pengawasan.

- ✓ Ketanggapan petugas dalam melayani pelanggan

- Pelatihan peningkatan keterampilan.
- Pengawasan dan evaluasi
- Pemberian “*reward and punishment*”

- ✓ Ketanggapan menginformasikan fitur produk jasa pengiriman barang

- Pelatihan peningkatan pengetahuan tentang produk
- Pemasangan *Banner-Up*

- ✓ Jaminan Ganti Rugi Keutuhan Barang

- Peningkatan Ganti Rugi
- Layanan garansi cuma-cuma pengiriman berikutnya

- ✓ Ketepatan waktu penyampaian barang

- Pelatihan peningkatan keterampilan.
- Pengawasan dan evaluasi
- Pemberian “*reward and punishment*”

- Kerjasama pengelolaan gudang
- Memberikan jaminan yang meyakinkan.
- Promosikan (contoh: “Kami Telat, Uang kembali 2x Lipat”)
- ✓ Jaminan ganti rugi atas keterlambatan barang
  - Melakukan promosi berskala nasional
- 2. Upaya peningkatan kinerja melebihi pesaing untuk atribut atribut berikut :
  - ✓ Ketersediaan pilihan kecepatan pengiriman barang
    - Potongan Tarif untuk periode tertentu
    - Penambahan variasi kecepatan
    - Promosi
  - ✓ Ketepatan barang tiba sampai tujuan (tidak salah alamat)
    - Mewajibkan pencatuman nomer kontak si pengirim
    - Mewajibkan pencatuman nomer kontak si penerima
  - ✓ Jaminan ganti rugi atas kehilangan barang
    - Pemberian ganti rugi untuk barang yang tidak diasuransikan
    - Kerjasama dengan pihak asuransi milik swasta
    - Layanan garansi cuma-cuma pengiriman berikutnya
  - ✓ Keramahan dalam merespon keluhan pelanggan
    - Pelatihan peningkatan keterampilan.
    - Pengawasan dan evaluasi
    - Motto ramah sebagai bentuk komitmen
  - ✓ Kenyamanan dalam melakukan transaksi
    - Pelatihan peningkatan keterampilan.
    - Perubahan tata letak
    - Investasi mesin tiket, konveyor, penyejuk udara
    - Pengawasan dan evaluasi
  - ✓ Ketersediaan Fasilitas Laporan Barang Tersampaikan (*report*)
    - Fasilitas laporan barang tersampaikan (*report*) gratis.
    - Disampaikan melalui media telekomunikasi (contoh sms, telepon)

### **6.2.2 Saran Penelitian Lebih Lanjut**

Berdasarkan penelitian yang telah saja dilakukan, terdapat beberapa kajian permasalahan yang dapat dikaji lebih dalam lagi. Saran untuk penelitian lebih lanjut adalah :

1. Dalam penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode QFD untuk menentukan usulan perbaikan dengan melakukan pengolahan sumberdaya yang tersedia.
2. Identifikasi dan analisis rantai laba-pelayanan (philp kottler)