

**ANALISA KUALITAS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN
BARANG DENGAN METODE *SERVQUAL* DI PT SICEPAT
EKSPRES CAMPAKA PURWAKARTA**

Imas Widowati¹, Kharisma Ika Pratiwi², dan Asep Hermawan³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana Purwakarta

Jl. Cikopak No.53, Kec. Purwakarta, Purwakarta, Jawa Barat

Email : imas@wastukencana.ac.id¹, kharismaika5805@gmail.com²,

asephermawan@wastukencana.ac.id³

ABSTRAK

Kemajuan teknologi menyebabkan meningkatnya persaingan di dunia bisnis, salah satunya adalah bisnis logistik. Perusahaan jasa pengiriman barang merupakan perusahaan yang mengalami peningkatan pengguna selama pandemi Covid-19. Persaingan ini membuat perusahaan terus meningkatkan kualitas layanannya. PT SiCepat Ekspres merupakan perusahaan freight forwarding dan logistik yang melayani pengiriman dalam bentuk paket, dokumen, dan lain-lain. PT SiCepat Ekspres merupakan salah satu perusahaan yang menguasai pangsa pasar jasa freight forwarding, sehingga PT SiCepat Ekspres harus memperhatikan kualitas layanannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis ekspektasi dan persepsi konsumen terhadap layanan dilihat dari lima dimensi (Tangible, Reliability, Responsiveness, assurance, empathy) di PT Sicepat Ekspres Campaka Purwakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesenjangan terbesar adalah dimensi daya tanggap (-1,128), nilai terkecil adalah bukti fisik (Tangible) (-0,464). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden merasakan tingkat ketimpangan yang lebih tinggi dalam dimensi daya tanggap.

Kata Kunci: Kualitas layanan, Harapan, Persepsi, Metode Servqual.

ABSTRACT

Advances in technology have led to increased competition in the business world, one of which is the logistics business. Goods delivery service companies are companies that have experienced an increase in users during the Covid-19 pandemic. This competition makes companies continue to improve the quality of their services. PT SiCepat Ekspres is a freight forwarding and logistics company that serves delivery in the form of packages, documents, and others. PT SiCepat Ekspres is one of the companies that dominates the market share in freight forwarding services, so PT SiCepat Ekspres should pay attention to the quality of its services. The purpose of this study is to analyze consumer expectations and perceptions of services viewed from five dimensions (Tangible, Reliability, Responsiveness, assurance, empathy) at PT Sicepat Ekspres Campaka Purwakarta. The analysis technique used is descriptive quantitative. The results showed that the biggest gap was the responsiveness dimension (-1.128), the smallest value was physical evidence (Tangible) (-0.464). This shows that the average respondent feels a higher level of inequality in the responsiveness dimension.

Keywords: Service quality, Expectations, Perceptions, Servqual Method

1. PENDAHULUAN

Sejak pandemi covid-19 pada Maret 2020 lalu, logistik menjadi salah satu industri esensial yang diperbolehkan tetap beroperasi. Apalagi logistik menjadi tulang punggung kebutuhan masyarakat pada masa pandemi. Perusahaan jasa pengiriman pun semakin marak dengan pilihan layanan yang kian beragam. Maraknya investasi di sektor logistik

diharapkan bisa membuat industri jasa pengiriman ini kian kompetitif sehingga menimbulkan persaingan sehat dan masyarakat bisa punya lebih banyak pilihan layanan.

PT SiCepat Ekspres merupakan perusahaan jasa pengiriman barang dan logistik yang melayani pengiriman dalam bentuk paket, dokumen, dll. PT SiCepat Ekspres adalah sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa berfokus pada pelayanan jasa pengiriman barang yang mencakup seluruh wilayah Indonesia dan berekspansi ke benua Asia dan juga Australia. Berdasarkan wawancara dengan *Customer Service* SiCepat Campaka tgl 03 Mei 2022 Menjelaskan bahwa hasil dari *review* konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT SiCepat Ekspres Campaka, masih terdapat pelayanan yang tidak memuaskan dan kecewa. Kekecewaan terhadap SiCepat Ekspres Campaka bermacam-macam diantaranya keterlambatan estimasi pengiriman barang, paket kiriman yang tidak dapat di tracking, terjadi kerusakan pada paket yang dikirim dan hilangnya paket kiriman barang serta pegawai yang dianggap kurang ramah dalam melayani konsumen. Hal ini membuat SiCepat Ekspres Campaka Purwakarta terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Oleh karena sangat pentingnya kepuasan konsumen bagi perusahaan jasa, maka diharapkan perusahaan bisa mendorong motivasi yang kreatif untuk menciptakan berbagai inovasi-inovasi yang dapat memenuhi keinginan konsumen.

Peningkatan kualitas jasa hanya akan berarti bila dirasakan baik oleh konsumen. Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang masalah maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisa Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Dengan Metode *Servqual* Di PT. Sicepat Ekspres Campaka Purwakarta”. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap referensi mahasiswa dengan penelitian sejenis juga diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa terutama dalam bidang pengiriman.

2. METODE PENELITIAN

Melakukan pengamatan langsung pada objek yang akan di teliti untuk memperoleh data primer di lapangan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya melakukan kajian data sekunder yaitu dari jurnal ilmiah yang bersumber dari berbagai jurnal baik jurnal nasional maupun internasional, buku, maupun literasi dari internet. Model *Servqual* didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut relevan dengan standar ideal (sempurna) untuk masing-masing atribut jasa.

Metode *Servqual* merupakan metode yang cukup populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran. Penelitian ini akan mengukur Bagaimana Kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen berdasarkan persepsi dan harapan dalam jasa pengiriman barang PT SiCepat Ekspres Campaka dan bagaimana upaya yang perlu dilakukan oleh PT SiCepat Campaka untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

Terdapat beberapa tahap dalam pengumpulan dan pengolahan data :

1. Menentukan Metoda Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka- angka.

2. **Penentuan Variabel dan Indikator**
Penentuan variabel dan indikator dilakukan sebelum pembuatan kuesioner, guna untuk mengetahui faktor-faktor mana saja yang harus diteliti.
3. **Menentukan Populasi dan Sampel**
Populasi dalam penelitian ini yaitu Pelanggan PT SiCepat Ekspres Campaka Purwakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel non peluang (*nonprobability sampling*) artinya setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan melakukan transaksi pengiriman paket pada PT SiCepat Ekspres Campaka Purwakarta kurang lebih 100 orang responden.
4. **Sumber Data**
Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara metode – metode kuesioner. Sedangkan data sekunder berasal dari data-data yang didapatkan dari hasil penelitian sebelumnya, jurnal, dan referensi-referensi lainnya yang dapat digunakan untuk menggali teori-teori guna mendukung pemecahan masalah.
5. **Penyusunan dan Penyebaran Kuisisioner**
Peneliti menyebarkan kuisisioner pada sampel pelanggan pada SiCepat Ekspres Campaka. Responden diarahkan untuk menjawab semua pertanyaan dengan baik. Setelah itu peneliti mengumpulkan kuisisioner yang telah diisi oleh responden dan memberikan penilaian atas jawaban responden.
6. **Teknik Pengumpulan Data**
Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden menggunakan skala *likert*.
7. **Teknik Analisis Data**
Pada penelitian ini untuk mengukur validitas digunakan korelasi bivariate antara masing masing skor indikator dengan total skor kontruk. Penulis menggunakan program SPSS v 2.1 untuk uji validitas. Pada penelitian kali ini untuk mengukur realibilitas penulis menggunakan metode Alpha (Cronbach's) pada program SPSS.

Untuk melakukan Pengujian dalam metode servqual dilakukan langkah-langkah berikut:

- a. Mencari nilai persepsi atau kinerja dari setiap variabel (X1) dan skor nilai harapan atau kepentingan dari setiap variabel (Y1)
- b. Menjumlahkan nilai harapan (Y) dan persepsi (X) dari tiap variabel seluruh responden, kemudian dihitung rata- ratanya (X) dan (Y)
- c. Menghitung GAP atau kesenjangan dari nilai rata-rata presepsi dengan nilai rata-rata harapan.
- d. Untuk menganalisis kualitas akan jasa pelayanan yang telah diberikan, maka digunakan rumus Besterfield (1994).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan melakukan transaksi pengiriman paket pada PT SiCepat Ekspres Campaka Purwakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan transaksi pengiriman di PT SiCepat

Ekspress Campaka Purwakarta. Jumlah sample yang digunakan adalah 100 orang responden.

Tabel 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	52	52,0	52,0	52,0
Valid Perempuan	48	48,0	48,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 52% atau sebanyak 52 responden berusia 20-30 tahun dan sebanyak 8% atau sebanyak 8 responden berjenis kelamin laki-laki. Dan sebanyak 48% atau 48 responden berjenis kelamin perempuan.

Tabel 2. Data Responden Berdasarkan Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<20 Tahun	11	11,0	11,0	11,0
20 - 30 Tahun	71	71,0	71,0	82,0
Valid 31 - 40 Tahun	14	14,0	14,0	96,0
41 - 50 Tahun	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat 4 kelompok dalam karakteristik umur. Sebanyak 11 responden berumur kurang dari 20 tahun, 71 responden berusia 20-30 Tahun, sebanyak 14 responden 31-40 Tahun, dan sebanyak 4 responden berusia 41-50 Tahun.

Tabel 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Peljr/ mahasiswa	16	16,0	16,0	16,0
Pegawai/karyawan	65	65,0	65,0	81,0
Valid Wiraswasta	15	15,0	15,0	96,0
lain lain	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat 4 kelompok dalam karakteristik Pekerjaan. Sebanyak 16 responden bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa, 65 responden bekerja sebagai Pegawai/Karyawan, sebanyak 15 responden bekerja sebagai wiraswasta dan sebanyak 4 responden bekerja lainnya diluar kwtiga kelompok sebelumnya.

Tabel 4 Data Responden Berdasarkan Pengguna SiCepat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2 – 5	12	12,0	12,0	12,0
Valid Diatas 5	88	88,0	88,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat 2 kelompok dalam karakteristik Penggunaan SiCepat Ekspres. Sebanyak 12 responden menggunakan ekspedisi SiCepat Ekspres sebanyak 2-5 kali dan sebanyak 88 responden menggunakan ekspedisi SiCepat Ekspres lebih dari 5 kali.

2. Uji Validitas

Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Keterangan:

Dapat dikatakan valid jika nilai rhitung > dari nilai rtabel

$$Df = (N-2)$$

$$N = 100$$

$$Df = 98$$

$$rtabel = 0.1966$$

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Instrumen	Persepsi	Harapan	rtabel	Validitas
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)				
1	0,302	0,837	0.1966	Valid
2	0,275	0,708	0.1966	Valid
3	0,186	0,792	0.1966	Valid
4	0,377	0,881	0.1966	Valid
5	0,338	0,872	0.1966	Valid
Instrumen	Persepsi	Harapan	rtabel	Validitas
Keandalan (<i>Reliability</i>)				
1	0,517	0,881	0.1966	Valid
2	0,491	0,841	0.1966	Valid
3	0,595	0,795	0.1966	Valid
4	0,463	0,824	0.1966	Valid
5	0,658	0,803	0.1966	Valid
Instrumen	Persepsi	Harapan	rtabel	Validitas

Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
1	0,777	0,831	0.1966	Valid
2	0,764	0,840	0.1966	Valid
3	0,785	0,824	0.1966	Valid
4	0,626	0,775	0.1966	Valid
5	0,766	0,693	0.1966	Valid
Instrumen	Persepsi	Harapan	rtabel	Validitas
Jaminan (<i>Assurance</i>)				
16	0,801	0,827	0.1966	Valid
17	0,746	0,905	0.1966	Valid
18	0,825	0,885	0.1966	Valid
19	0,741	0,860	0.1966	Valid
20	0,769	0,861	0.1966	Valid
Kepedulian (<i>Emphaty</i>)				
Instrumen	Persepsi	Harapan	rtabel	Validitas
Kepedulian (<i>Emphaty</i>)				
1	0,704	0,877	0.1966	Valid
2	0,648	0,896	0.1966	Valid
3	0,668	0,873	0.1966	Valid
4	0,754	0,855	0.1966	Valid
5	0,695	0,842	0.1966	Valid

Sumber : Olah data SPSS, 2022

Dari tabel uji validitas diatas dapat dilihat bahwa semua instrumen memiliki nilai rhitung yang lebih besar dari rtabel maka dapat dikatakan instrumen yang digunakan valid atau dapat digunakan lebih lanjut dalam penelitian.

3. Uji Reabilitas

Rentang Nilai Alpha Cronbach's:

- alpha < 0.50 reliabilitas rendah
- 0.50 < alpha < 0.70 reliabilitas moderat
- alpha > 0.70 maka reliabilitas mencukupi
- alpha > 0.80 maka reliabilitas kuat
- alpha > 0.90 maka reliabilitas sempurna

Semakin kecil nilai alpha menunjukkan semakin banyak item yang tidak reliabel. Standar yang digunakan adalah alpha > 0.70 (sufficient reliability).

Tabel 6 Hasil Uji Reabilitas

	Cronbach's	Reliabilitas
Persepsi	0,944	Sempurna
Espektasi	0,982	Sempurna

Sumber : Olah data SPSS, 2022

Tabel *reliability statistics* menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha = 0,944 dan 0,982 dari 25 item variabel. Nilai reliabilitas tersebut adalah nilai Reliabel sempurna. Sehingga kuesioner ini dikatakan konsisten atau *reliable*.

4. Tinjauan Uji Kontinum Variabel Persepsi (Respon Konsumen)

Semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala likert. Untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya peneliti membuat garis kontinum. Berikut adalah langkah-langkahnya :

A. Tinjauan Uji Kontinum Variabel *Tangible*

Tabel 7. Tanggapan Responden Mengenai Variabel *Tangible*

NO	STP	TP	C	P	SP	JUMLAH	SKOR TOTAL
1	0	0	25	66	9	100	384
2	0	0	9	71	20	100	411
3	0	0	4	68	28	100	424
4	0	0	6	83	11	100	405
5	0	0	5	84	11	100	406
Total skor							2030

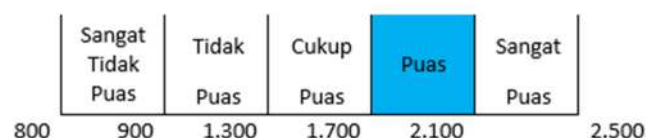
Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner Penelitian, 2022

Berdasarkan penelitian yang telah diolah, maka jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara :

1. Nilai indeks maksimum = $5 \times 5 \times 100 = 2.500$
2. Nilai indeks minimum = $1 \times 5 \times 100 = 500$
3. Jarak interval = (nilai maksimum – nilai minimum) : 5
 $= (2.500 - 500) : 5$
 $= 400$

Keterangan mengenai batas garis kontinum dapat kita lihat seperti dibawah ini :

1. 500 - 900 = Sangat Tidak Puas
2. 900 - 1.300 = Tidak Puas
3. 1.300 - 1.700 = Cukup Puas
4. 1.700 - 2.100 = Puas
5. 2.100 - 2.500 = Sangat Puas



Gambar 1. Garis kontinum variabel *Tangible*

Berdasarkan gambar 1 dapat dilihat bahwa garis kontinum berada pada kolom puas dengan skor total variabel *Tangible* 2030, yang berarti tanggapan responden mengenai variabel *Tangible* dinyatakan puas.

B.Uji Kontinum Variabel *Reability*Tabel 8. Tanggapan responden mengenai indikator variabel *Reability*

NO	STP	TP	C	P	SP	JUMLAH	SKOR TOTAL
1	0	5	42	49	4	100	352
2	0	4	37	50	9	100	364
3	0	3	36	41	20	100	378
4	0	3	37	49	11	100	368
5	0	4	40	44	12	100	364
Total skor							1826

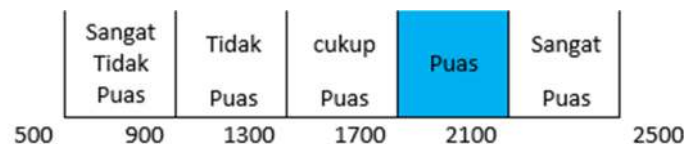
Sumber : Hasil Pengolahan Data Kusiner Penelitian, 2022

Berdasarkan penelitian yang telah diolah, maka jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara :

1. Nilai indeks maksimum = $5 \times 5 \times 100 = 2.500$
2. Nilai indeks minimum = $1 \times 5 \times 100 = 500$
3. Jarak interval = (nilai maksimum – nilai minimum) : 5
 $= (2.500 - 500) : 5$
 $= 400$

Keterangan mengenai batas garis kontinum dapat kita lihat seperti dibawah ini :

1. 500 - 900 = Sangat Tidak Puas
2. 900 - 1.300 = Tidak Puas
3. 1.300 - 1.700 = Cukup Puas
4. 1.700 - 2.100 = Puas
5. 2.100 - 2.500 = Sangat Puas

Gambar 2. Garis kontinum variabel *Reability*

Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat bahwa garis kontinum berada pada kolom puas dengan skor total variabel *Reability* 1826, yang berarti tanggapan responden mengenai variabel *Reability* dinyatakan Puas.

C. Tinjauan Uji Kontinum *Responsive*Tabel 9. Tanggapan responden indikator variabel *Responsive*

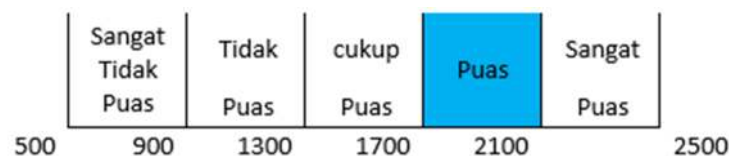
NO	STP	TP	C	P	SP	JUMLAH	SKOR TOTAL
1	0	21	39	26	14	100	333
2	0	4	48	36	12	100	356
3	0	4	48	35	13	100	357
4	0	5	52	38	5	100	343
5	0	30	29	28	13	100	324
total skor							1713

Berdasarkan penelitian yang telah diolah, maka jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara :

1. Nilai indeks maksimum = $5 \times 5 \times 100 = 2.500$
2. Nilai indeks minimum = $1 \times 5 \times 100 = 500$
3. Jarak interval = (nilai maksimum – nilai minimum) : 5 = $(2500 - 500) : 5 = 400$

Keterangan mengenai batas garis kontinum dapat kita lihat seperti dibawah ini :

1. $500 - 900 =$ Sangat Tidak Puas
2. $900 - 1.300 =$ Tidak Puas
3. $1.300 - 1.700 =$ Cukup Puas
4. $1.700 - 2.100 =$ Puas
5. $2.100 - 2.500 =$ Sangat Puas

Gambar 1.3 Garis kontinum variabel *Responsive*

Berdasarkan gambar 1.3 dapat dilihat bahwa garis kontinum berada pada kolom puas dengan skor total variabel *Responsive* 1713, yang berarti tanggapan responden mengenai variabel *Responsive* dinyatakan Puas.

D. Tinjauan Uji Kontinum Variabel *Assurance*Tabel 10 Tanggapan responden indikator variabel *Assurance*

NO	STP	TP	C	P	SP	JUMLAH	SKOR TOTAL
1	0	13	43	30	14	100	345
2	0	17	35	36	12	100	343
3	0	1	55	33	11	100	354
4	0	9	54	26	11	100	339
5	0	0	56	35	9	100	353
total skor							1731

Berdasarkan penelitian yang telah diolah, maka jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara :

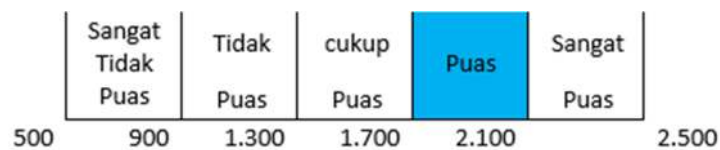
1. Nilai indeks maksimum = $5 \times 5 \times 100 = 2.500$

2. Nilai indeks minimum = $1 \times 5 \times 100 = 500$

3. Jarak interval = (nilai maksimum – nilai minimum) : 5
 $= (2500 - 500) : 5$
 $= 400$

Keterangan mengenai batas garis kontinum dapat kita lihat seperti dibawah ini :

1. 500 – 900 = Sangat Tidak Puas
2. 900 – 1.300 = Tidak Puas
3. 1.300 – 1.700 = Cukup Puas
4. 1.700 – 2.100 = Puas
5. 2.100 – 2.500 = Sangat Puas



Gambar 4 Garis kontinum variabel *Assurance*

Berdasarkan gambar 1.4 dapat dilihat bahwa garis kontinum berada pada kolom puas dengan skor total variabel *Assurance* 1731, yang berarti tanggapan responden mengenai variabel *Assurance* dinyatakan Puas.

5. Tinjauan Uji Kontinum Variabel *Empaty*

Tabel 11. Tanggapan responden indikator variabel *Empaty*

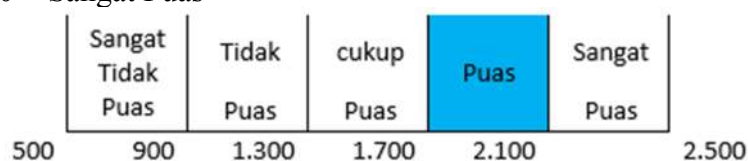
NO	STP	TP	C	P	SP	JUMLAH	SKOR TOTAL
1	0	3	49	42	6	100	351
2	0	5	41	43	11	100	360
3	0	19	39	33	9	100	332
4	0	5	52	33	10	100	348
5	0	1	58	32	9	100	349
total skor							1740

Berdasarkan penelitian yang telah diolah, maka jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara :

1. Nilai indeks maksimum = $5 \times 5 \times 100 = 2.500$
2. Nilai indeks minimum = $1 \times 5 \times 100 = 500$
3. Jarak interval = (nilai maksimum – nilai minimum) : 5
 $= (2500 - 500) : 5 = 400$

Keterangan mengenai batas garis kontinum dapat kita lihat seperti dibawah ini :

1. 500 – 900 = Sangat Tidak Puas
2. 900 – 1.300 = Tidak Puas
3. 1.300 – 1.700 = Cukup Puas
4. 1.700 – 2.100 = Puas
5. 2.100 – 2.500 = Sangat Puas



Gambar 5 Garis kontinum variabel *Empaty*

Berdasarkan gambar 5 dapat dilihat bahwa garis kontinum berada pada kolom puas dengan skor total variabel *Empaty* 1740, yang berarti tanggapan responden mengenai variabel *Empaty* dinyatakan Puas.

5. Uji Pengukuran Kualitas

Untuk menentukan Pengukuran kualitas pelayanan, dapat digunakan perhitungan manual sebagai berikut;

a. Persepsi

1. *Tangibel* = $405,2/100 = 4,052$
2. *Reability* = $362,6/100 = 3,626$
3. *Responsiveness* = $338,2/100 = 3,38$
4. *Assurance* = $342 / 100 = 3,42$
5. *Emphaty* = $345,6 / 100 = 3,456$

b. Harapan

1. *Tangibel* = $456,1/100 = 4,561$
2. *Reability* = $448,4/100 = 4,484$
3. *Responsiveness* = $451/100 = 4,51$
4. *Assurance* = $445,6/ 100 = 4,456$
5. *Emphaty* = $433,8 / 100 = 4,338$

c. GAP (Kesenjangan)

1. *Tangibel* = $4,052 - 4,561 = - 0,464$
2. *Reability* = $3,626 - 4,484 = - 0,858$
3. *Responsiveness* = $3,382 - 4,51 = -1, 128$
4. *Assurance* = $3,42 - 4,456 = -1, 036$
5. *Emphaty* = $3,456 - 4,338 = -0, 932$

d. Kualitas Layanan

1. *Tangibel* = $4,052 / 4,561 = 0,897254$
2. *Reability* = $3,626 / 4,484 = 0,808653$
3. *Responsiveness* = $3,382 / 4,51 = 0,749889$
4. *Assurance* = $3,42 / 4,456 = 0,767504$
5. *Emphaty* = $3,456 / 4,338 = 0,787603$

Tabel 12. Persepsi, Harapan dan GAP masing-masing Atribut

Atribut	Persepsi	Harapan	GAP	Kualitas Layanan
Tangibel	4,052	4,516	-0,464	0,897254
Reability	3,626	4,484	-0,858	0,808653
Responsiveness	3,382	4,51	-1,128	0,749889
Assurance	3,42	4,456	-1,036	0,767504
Emphaty	3,456	4,388	-0,932	0,787603

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel diatas memperlihatkan bahwa nilai harapan terbesar adalah pada dimensi bukti fisik (*tangibel*) (4,516), nilai harapan terkecil adalah pada dimensi *emphaty* (4,388). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden lebih menaruh kepentingan/harapan pada dimensi bukti fisik (*tangibel*) dibandingkan dengan

dimensi-dimensi yang lain. Hal ini juga menunjukkan bahwa bukti fisik dalam dunia pengiriman barang lebih diprioritaskan oleh pihak ekspedisi Sicepat.

Pada nilai kepuasan/persepsi, dimensi terbesar juga ada pada dimensi bukti fisik (*tangibel*) (4,052), dan nilai kepuasan/persepsi terkecil adalah pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) (3,382). Ini menunjukkan bahwa rata-rata responden menilai kepuasan/persepsi pada dimensi *tangibel* lebih memuaskan dibanding dimensi-dimensi lainnya. Pihak Ekspedisi Sicepat Ekpress lebih memperhatikan atribut bukti fisik dalam memuaskan customer dan pihak-pihak yang saling bekerja sama.

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel sebelumnya memperlihatkan bahwa nilai gap/kesenjangan terbesar adalah dimensi daya tanggap (*responsiveness*) (-1,128), nilai gap/kesenjangan terkecil adalah dimensi bukti fisik (*Tangibel*) (-0,464). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden merasakan tingkat kesenjangan yang lebih tinggi pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dibandingkan dengan dimensi-dimensi lainnya. Urutan nilai gap/kesenjangan yang memiliki nilai gap/kesenjangan terbesar hingga terkecil adalah dimensi dimensi daya tanggap (*responsiveness*) (-1,128), dimensi jaminan (*Asurance*) (-1,036), dimensi (*empathy*) (-9,32), dimensi kehandalan (*reability*) (-0,858) dan dimensi bukti fisik (*tangible*) (-0,464).

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya menunjukkan bahwa nilai gap/kesenjangan terbesar adalah dimensi daya tanggap (*responsiveness*) (-1,128), nilai gap/kesenjangan terkecil adalah dimensi bukti fisik (*Tangibel*) (-0,464). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden merasakan tingkat kesenjangan yang lebih tinggi pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dibandingkan dengan dimensi-dimensi lainnya. Urutan nilai gap/kesenjangan yang memiliki nilai gap/kesenjangan terbesar hingga terkecil adalah dimensi dimensi daya tanggap (*responsiveness*) (-1,128), dimensi jaminan (*Asurance*) (-1,036), dimensi (*empathy*) (-9,32), dimensi kehandalan (*reability*) (-0,858) dan dimensi bukti fisik (*tangible*) (-0,464).

Kualitas merupakan perbandingan antara nilai kepentingan/harapan dan kepuasan/Persepsi. Dari Hasil Penelitian dengan uji kontinum dinyatakan bahwa pelayanan Sicepat Ekspres Campaka Purwakarta dinyatakan cukup puas dan dari hasil uji kualitas juga ditunjukkan bahwa kualitas masing – masing dimensi hampir berimbang. Walaupun nilai kualitas (Q) semua dimensi masih dibawah 1, namun kualitas pelayanan untuk Ekspedisi SiCepat Ekspres Campaka Purwakarta dalam hal ini dikatakan cukup baik. Hanya saja memang perlu dilakukan usaha – usaha peningkatan yang lebih terarah dari pihak SiCepat Ekspres Campaka Purwakarta agar kualitas pelayanan semakin baik.

Adapun upaya-upaya yang perlu ditingkatkan oleh PT SiCepat Ekspres Campaka Purwakarta untuk meningkatkan kualitas pelayanannya :

1. *Tangible* (Bukti Fisik)

- a. Memperbaiki peralatan dan perlengkapan yang digunakan untuk mendukung pelayanan.
- b. Menjaga lingkungan kantor agar tetap bersih dan rapi sehingga konsumen lebih merasa nyaman.

2. *Reability* (Kehandalan)

- a. Karyawan harus lebih siap dalam memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan, seperti dalam menangani keluhan pelanggan.
- b. Memperbaiki sistem pengiriman paket agar paket pengiriman yang dilakukan selalu cepat dan tepat waktu.

3. *Responsiveness* (Tanggungjawab)

- a. Karyawan harus lebih siap dan bersedia dalam membantu menyelesaikan kesulitan konsumen.
- b. Karyawan harus lebih baik dalam memberikan solusi atas permasalahan konsumen.

4. *Assurance* (Jaminan)

- a. Karyawan harus lebih baik dalam melayani, memberikan informasi, dan membuat konsumen merasa aman dan percaya terhadap barang yang dikirim.
- b. Karyawan harus memperluas pengetahuannya sehingga jika ada complain dari konsumen akan lebih mudah untuk ditanggapi.

5. *Emphaty* (empati)

- a. Karyawan diharuskan untuk selalu memperhatikan dan mengutamakan kepentingan konsumen.
- b. Karyawan harus membuat komunikasi yang bagus sehingga dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan konsumen.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). Manajemen Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto. (1998). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, D., & Salisah, F. (2016). pelayanan Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual, Studi Kasus Lejel Home Shopping Pekanbaru. Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi UIN Suska Riau.
- Eldon, M. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Transportasi Bus Sekolah Dinas Perhubungan, Komunikasi, dan Informatika Kabupaten Tulungagung . Jurnal Manajemen dan Akuntansi Universitas Tulungagung.
- Fandi, T., & Diana, A. (1996). Total Quality Management. Yogyakarta: Andi Offse.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish: Sleman.
- Gasver, V. (1997). Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hasby, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Express Agen Pangkalan Mansyur. Repository UIN Sumatera Utara.
- KataData. (2020, Oktober 20). Databoks. Retrieved April 9, 2022, from Survei MarkPlus: Frekuensi Penggunaan Jasa Kurir Meningkat saat Pandemi: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/22/survei-markplus-frekuensi-penggunaan-jasa-kurir-meningkat-saat-pandemi>
- Panjaitan, J. E., & Yulianti, A. L. (2016). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung. Journal of the Development Research of Management, 11.

- ParasUraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*.
- Pratama, K. A. (2018). Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Service Quality Pada PT. OSG Indonesia. Mercubuana University Insitutional Repository.
- Purnama, & Syahbani, N. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Ramadhan, U. S. (2020). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode ServQual – Importance Performance Analysis (Studi Kasus Nasabah Pt Bni Syariah cabang Karawang). Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Solon, J. A. (2019). Analisis KepuasanPelanggan Terhadap Pelayanan JNE Dengan Menggunakan Metode SERVQUAL. Institutional Repository Bakrie.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, H. (2015). . *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, F. (2007). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, Citra wisata dan Satisfaction*. Jakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Manajaemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, I., & Nurcaya, I. (2017). Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Produk dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Merek McDonalds di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6.
- Zakiyah. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen PT. POS Indonesia Kantor Cabang Malang. *Etheses UIN Malang*.