

ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT. POS INDONESIA DAN J&T EXPRESS DI TENGGARONG

Oleh : Martha Trya Fatimah, Erwinsyah, Ali Akbar

Penulis adalah Mahasiswa dan Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Kutai Kartanegara

Abstract:

The purpose of this study was to compare the quality of service at PT Pos Indonesia and J&T Express in Tenggarong. The problem in this research is the reality that occurs in expedition services and at PT Pos Indonesia and J&T Express in Tenggarong related to consumer complaints such as delivery of goods not on time, checking through the item tracking feature sometimes errors, lost goods during delivery, goods have physical defects when arrive at the destination, the response to consumer complaints is not well served, and so on. This study uses quantitative data obtained from questionnaire data. The number of research samples as many as 100 people using purposive sampling method. The analysis tool uses the Mann Whitney U test.

Based on the results of the study indicate that there are differences in service quality at PT Pos Indonesia and J&T Express in Tenggarong. This is evidenced from the results of calculations using SPSS, the Asym Sig value on the tangible dimension is 0.000, Asymp Sig on the empathy dimension is 0.013, Asymp Sig on the responsiveness dimension is 0.001, Asymp Sig on the reliability dimension is 0.013 and Asymp Sig on the guarantee 0.000. This shows that all dimensions have Asymp sig < 0.05, so the hypothesis which states "that there is a difference in service quality between PT Pos Indonesia and J&T Express in Tenggarong" is accepted because it is proven to be true.

Keywords: *Service Quality, Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance*

PENDAHULUAN

Jasa kargo atau jasa ekspedisi semakin hari semakin banyak diminati oleh banyak masyarakat Indonesia, terutama dalam perkembangan pasar daring atau *online market*. Semakin berkembangnya teknologi juga mempengaruhi pesatnya kebutuhan dalam dunia *e-commerce*. Kini semakin banyak toko daring atau dalam jaringan yang menyediakan beragam kebutuhan sehari-hari dengan beragam jenis dengan harga yang beragam pula. Tidak hanya itu, beragam diskon maupun promo juga menjadi nilai tambah dalam berkembangnya pasar *online* sehingga semakin banyak orang yang menggeluti

usaha ini. Perkembangan *e-commerce* ini juga membawa keuntungan bagi pihak lain, terutama menguntungkan perusahaan jasa ekspedisi atau pengiriman barang.

Ekspedisi pengiriman barang kini sering kita temui di Indonesia karena banyaknya orang yang sekarang melakukan transaksi via *online* ataupun melakukan transaksi di kota tertentu. Pengiriman barang dari suatu kota ke kota lain akan terasa lebih mudah dengan adanya jasa ekspedisi. Jasa ekspedisi ini biasanya akan memberi harga pengiriman barang berdasarkan berat barang dan jarak kota yang ditempuh. Semakin berat suatu barang, harga yang dikeluarkan untuk mengirimnya ke daerah tertentu

semakin mahal. Semakin jauh jarak, harga pengiriman barang juga semakin mahal.

Proses pengiriman barang sangat sering dilakukan oleh masyarakat luas dan prosesnya pun berlangsung sangat cepat. Tingginya frekuensi pengiriman barang tersebut disebabkan oleh pengiriman dokumen-dokumen yang dilakukan oleh masyarakat dan maraknya *online shop*. Memilih jasa kurir yang terpercaya merupakan salah satu keputusan yang penting dalam bisnis tersebut karena dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, bahkan ada situs *online shop* membentuk jasa kurir mereka sendiri agar dapat menjamin produk yang mereka kirim sampai di tangan konsumen dan terkadang mereka juga memberikan promosi gratis ongkos kirim demi memuaskan konsumennya. Saat ini banyak sekali jenis jasa kurir di Indonesia, seperti JNE (Jalur Nugraha Ekakurir), Pos Indonesia, Tiki, J&T Express (Jet&Tony), Sicepat, Ninja Ekspres, Indah Logistik, Pandu dan lain-lain. Tidak dipungkiri bahwa jasa kurir sangat dibutuhkan oleh individu ataupun organisasi perusahaan.

Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan pengiriman paket menyebabkan persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan saat ini sangat ketat. Munculnya pihak-pihak swasta yang berupaya memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat yang sesuai dengan harapan mereka, misalnya adanya kemudahan dalam pengiriman paket, jangka waktu tempuh pengiriman yang lebih cepat, fasilitas melacak paket, keramahan, dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan serta jaminan asuransi jika barang kiriman hilang / rusak.

Melihat potensi yang ada pasar jasa kurir di Indonesia mencapai Rp 60 triliun pertahun perhitungan pangsa pasar pengiriman jasa express ini dilihat dari biaya

pengiriman barang atau *freight*, yang ditangani oleh 3400 perusahaan jasa kurir, dan diproyeksikan akan terus meningkat dari tahun ke tahun seiring stabilitas ekonomi domestik yang tetap terjaga. Saat ini penyedia layanan pengiriman paket di Indonesia mayoritas pangsa pasar dikuasai oleh 3 (Tiga) pemain utama, yaitu JNE, PT Pos Indonesia, dan J&T Express.

PT. Pos Indonesia adalah satu-satunya perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam pelayanan pengiriman surat-menyurat filateli dan benda pos. PT. Pos Indonesia mempunyai jaringan yang sangat luas karena memiliki kantor pos di seluruh Indonesia dari sabang sampai merauke. Pos Indonesia Cabang Tenggara yang beralamatkan di Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 5 Kelurahan Melayu Tenggara dengan jumlah karyawan sebanyak 34 orang. Hingga saat ini jumlah agen pos wilayah Kutai Kartanegara sudah mencapai 245 agen. Adapun jenis layanan ekspedisi Pos Indonesia seperti Pos Express, Pos Kilat Khusus, Pos Jumbo Ekonomi, Layanan Standar, Q9 Sameday Service, Qcomm, QPosin Aja, Q9 Plus, dan Quick International Xpress (QIX).

Perusahaan penyedia jasa ekspedisi J&T dibangun tepatnya pada tanggal 20 Agustus 2015. Pada hari itu secara resmi PT. Global Jet Express didirikan sekaligus meresmikan kantor pusatnya di pluit, Jakarta Utara. Meskipun perusahaan ini adalah perusahaan baru dibidang jasa pengiriman barang dan ekspedisi, namun J&T Express optimis akan menjadi jasa unggulan dan menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia. Untuk cabang Tenggara berdiri sejak tahun 2018 beralamatkan di jalan Kartini No. 48 Kelurahan Melayu Tenggara dengan jumlah karyawan yang bekerja sebanyak 20 orang.

Berikut merupakan aneka layanan yang ditawarkan oleh J&T Express agar bisa bersaing dengan perusahaan lainnya di Indonesia. Pertama jangkauan Luas Se-Indonesia, penyebaran konter J&T Express di seluruh wilayah Indonesia berbeda dengan jasa kurir lainnya. Jika biasanya, dalam satu kecamatan bisa ditemui 1/2 konter dengan sistem *franchise*, maka perusahaan ini lebih fokus pada satu konter untuk satu kecamatan. J&T Express menggunakan sistem sentralisasi untuk pendistribusian dan penerimaan paket. Sistem ini dikenal dengan nama *Drop Point*. Fungsi dari *drop point* adalah sebagai penghubung antara penerima paket dengan pengirim paket, sekaligus melakukan pengiriman paket. Dengan sistem satu konter-satu kurir, J&T Express pun mampu menjangkau seluruh wilayah Indonesia tanpa melalui perantara.

Persaingan kedua layanan pengiriman barang di kota Tangerang ini antara PT. Pos Indonesia dengan J&T Express cukup sengit atau bisa dikatakan persaingan layanan ekspedisi pemerintah dengan swasta. Masing-masing ada layanan unggulan dan kelemahannya. Pemasaran jasa tidak bisa disamakan dengan pemasaran barang. Pemasaran jasa lebih condong bersifat tidak kasat mata dan tidak dapat diraba. Karena itu produksi jasa dilakukan saat konsumen / pelanggan berhadapan langsung dengan petugas sehingga pengawasan kualitasnya dilakukan dengan segera, dan interaksi antara konsumen dengan petugas adalah sangat penting karena bertujuan untuk mencapai tingkat kualitas pelayanan tertentu.

Fenomena persaingan yang terjadi antara PT Pos Indonesia dan J&T Express sangat terlihat jelas. Hal ini dapat kita lihat secara kasatmata dimana walaupun umur dari PT Pos Indonesia jauh lebih tua jika dibandingkan dengan J&T Express dan memiliki kualitas pelayanan yang baik,

namun J&T Express mampu untuk mengambil peluang pada pangsa pasar online. Dimana penjual online cenderung mengirimkan barang dalam ukuran yang kecil dan ringan namun dalam jumlah yang banyak. Sehingga J&T Express saat ini lebih banyak digunakan oleh konsumen.

Namun walaupun begitu PT Pos Indonesia masih lebih unggul dalam cakupan wilayah pengiriman barang yang lebih luas jika di bandingkan dengan J&T Express yang masih dalam wilayah kota – kota besar saja.

Maka untuk bisa meningkatkan kepercayaan konsumen pada kualitas pelayanan yang ada, maka pihak PT. Pos Indonesia dan J&T Express bisa mengevaluasi secara optimal jasa layanan ekspedisi mereka agar bisa terus dipercaya oleh konsumen dan menjaga hubungan jangka panjang yang baik dengan konsumen.

Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016 ; 284) mengungkapkan ada terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan, meliputi berwujud (*tangible*), empati (*emphaty*), cepat tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan kepastian (*assurance*).

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbandingan kualitas pelayanan pada PT Pos Indonesia dan J&T Express di tenggarong dari dimensi *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan untuk mengetahui perbandingan kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia dan J&T Express di Tangerang.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Kualitas Layanan

Menurut Peter dan Olson (2012 ; 92) kualitas atau mutu dapat diartikan sebagai totalitas bentuk dan karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan

yang tampak jelas maupun yang tersembunyi.

Pengertian kualitas pelayanan (*service*) menurut Kotler (2015, 150) adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang individu atau suatu organisasi untuk mendapatkan keuntungan dari individu atau organisasi lain. Kualitas pelayanan menurut Rangkuti (2012 ; 28) adalah sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan.

Definisi pelayanan secara umum menurut Alma (2015 ; 282) adalah bahwa kualitas harus dihubungkan dengan harapan-harapan konsumen dan memuaskan kebutuhan dan permintaan mereka. Meskipun definisi ini berorientasi pada konsumen, namun tidak harus diinterpretasikan sebagai pemikiran bahwa perusahaan pemberi jasa harus selalu menuruti atau tunduk kepada konsumen. Dengan kata lain penting untuk mendengarkan suara konsumen dan kemudian membantunya untuk memformulasikan setiap kebutuhannya.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Galileo pernah mengungkapkan suatu pernyataan yang menarik untuk disimak yaitu “*count what is countable, measure what is measurable, and what is not measurable*” (hitung apa yang bisa dihitung, ukur apa yang bisa diukur dan apa yang tidak bisa diukur).

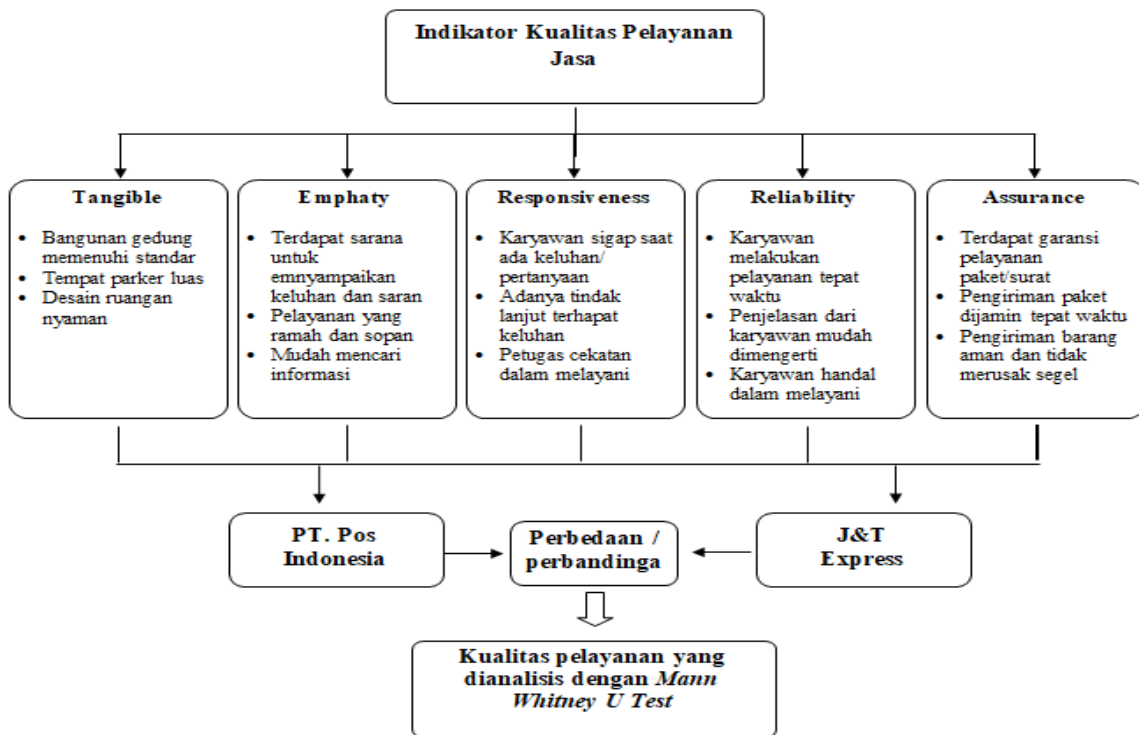
Berdasarkan review literatur ditemukan adanya beberapa indikator penyusun kinerja kualitas pelayanan. Indikator-indikator ini sangat bervariasi sesuai dengan fokus dan konteks penelitian yang dilakukan dalam proses penemuan dan penggunaan indikator tersebut. Beberapa diantara indikator tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016 ; 284) menyebutkan lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang harus dipenuhi : *Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance.*
- b. Salim & Woodward dalam Hardiansyah (2011 ; 52). Menurutnya, dimensi kualitas pelayanan public terdiri dari : *economy, efficiency, effectiveness, equity.*
- c. Lenvinne dalam Hardiansyah (2011 ; 53) dimensi kualitas pelayanan terdiri atas : *responsiveness, responsibility, accountability.*
- d. Zeithaml, Parasuraman & Berry dalam Hardiansyah (2011 ; 46) kualitas pelayanan public dapat diukur dari 5 dimensi yaitu : *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*

Indikator-indikator kinerja pelayanan sangat bervariasi. Akan tetapi dari sekian banyak indikator tersebut, kesemuanya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu indikator kinerja kualitas pelayanan yang berorientasi pada proses dan indikator yang berorientasi pada hasil. Jenis dan karakteristik pelayanan adalah derajat kesulitan dalam mengukur kualitas pelayanan. Semakin sulit melakukan pengukuran terhadap pelayanan maka perusahaan semakin berperan di dalamnya, dan semakin mudah pengukuran, organisasi swasta yang cocok untuk pelayanan.

KERANGKA PIKIR

Gambar 1. Kerangka Pikir



Sumber data : Kotler dalam Fandy Tjiptono 2016 ; 284)

Gambar : diolah peneliti (2020)

Keterangan :

□ : Variabel

➔ : Pengaruh / hubungan

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2012 ; 117), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi merupakan keseluruhan subjek yang akan diteliti dengan karakteristik yang dapat dikatakan sama

sehingga dapat digeneralisasikan hasil penelitian yang dilakukan terhadap populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang dan menggunakan jasa pada PT. Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong.

Sampel dalam penelitian ini yaitu 100 orang, dengan masing – masing obyek penelitian di PT. Pos Indonesia sebanyak 50 orang dan J&T Express juga sebanyak 50 orang, sehingga jumlah kuisoner 100

responden. Jumlah ini dirasa peneliti sudah cukup banyak dan bisa mewakili sampel penelitian yang efektif. Penelitian ini dilakukan selama seminggu (7 hari) dengan rata-rata satu hari sebanyak 7 orang, maka jumlah selama seminggu 49 orang dibulatkan 50 orang.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yang artinya melakukan pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Pada penelitian ini pertimbangan sampel yang digunakan adalah :

1. Responden adalah konsumen yang datang dan menggunakan jasa pada PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong.
2. Responden berusia diatas 18 tahun dengan artian pada usia tersebut responden sudah cukup dewasa dalam menjawab kuisisioner penelitian dengan baik.

Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis

Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dipergunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur (Ghozali, 2011). dalam hal ini adalah kuisisioner. Metode ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesisioner. Syarat pengukuran validitas adalah:

- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan kuisisioner dinyatakan tidak valid.
- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan kuisisioner dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari perubah atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika

jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Ada 2 cara untuk dapat menghitung Uji reliabilitas, yaitu :

1. Dalam bukunya Joko Widiyanto (2010;43) menjelaskan bahwa dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai Cronbach Alpha $> r$ tabel maka kuisisioner dinyatakan reliabel
- b. Jika nilai Cronbach Alpha $< r$ tabel maka kuisisioner dinyatakan tidak reliabel.

2. menurut Ghozali (2011;238), pengukuran menggunakan perbandingan nilai Cronbach Alpha dengan 0,60 yaitu

- a. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka kuisisioner dinyatakan reliabel
- b. Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,60$ maka kuisisioner dinyatakan tidak reliabel.

Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan *Mann Whitney U Test* yaitu untuk menguji beda dua sampel independent. *Mann Whitney U Test* merupakan alternative dari uji t dua sampel independent. Adapun langkah – langkah *Uji Mann Whitney* dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan Hipotesis

H_0 : Artinya, tidak ada perbedaan kinerja kualitas pelayanan pada PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong

H_a : Artinya, ada perbedaan kinerja kualitas pelayanan pada PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong

2. Menentukan taraf signifikan $\alpha = 0,05$

3. Melakukan perhitungan dengan menggunakan bantuan SPSS

4. Menentukan kriteria penilaian :

- Jika probabilitas Sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat perbedaan kinerja

kualitas pelayanan pada PT Pos Indonesia dan J&T di Tenggarong

- Jika probabilitas Sig. > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak terdapat perbedaan kinerja kualitas pelayanan pada PT Pos Indonesia dan J&T di Tenggarong

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Untuk menguji valid atau tidaknya pertanyaan dapat dilakukan dengan menggunakan program komputer Excel Statistic Analysis & SPSS. Pertanyaan atau pernyataan dalam penelitian dapat dikatakan valid atau tidaknya apabila r hitung > r tabel. Pengujian validitas pada penelitian ini di jabarkan pada tabel berikut :

Tabel 1. Rekapitulasi Uji Validitas

| variabel/Indikator | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|----------------------|----------|---------|------------|
| Tangible | | | |
| X1.1 | 0,509 | 0,195 | Valid |
| X1.2 | 0,21 | 0,195 | Valid |
| X1.3 | 0,472 | 0,195 | Valid |
| Emphaty | | | |
| X2.1 | 0,361 | 0,195 | Valid |
| X2.2 | 0,327 | 0,195 | Valid |
| X2.3 | 0,456 | 0,195 | Valid |
| Responsivness | | | |
| X3.1 | 0,344 | 0,195 | Valid |
| X3.2 | 0,315 | 0,195 | Valid |
| X3.3 | 0,522 | 0,195 | Valid |
| Reliability | | | |
| X4.1 | 0,593 | 0,195 | Valid |
| X4.2 | 0,254 | 0,195 | Valid |
| X4.3 | 0,562 | 0,195 | Valid |
| Assurance | | | |
| X5.1 | 0,458 | 0,195 | Valid |
| X5.2 | 0,558 | 0,195 | Valid |
| X5.3 | 0,490 | 0,195 | Valid |

Sumber : Data Primer diolah oleh peneliti, 2021

Ui Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keputusan untuk memberikan predikat reliabel terhadap alat

ukur merupakan hasil dari perhitungan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Hasil analisis data kemudian di bandingkan dengan nilai r tabel, apabila nilai *Cronbach Alpha* > r tabel, maka alat ukur tersebut dapat dikatakan reliabel atau mampu untuk mengukur atau menjelaskan masalah yang sama pada rentan waktu yang berbeda.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

| Variabel/Indikator | Cronbach Alpha | r Tabel | N of items |
|---------------------|----------------|---------|------------|
| <i>Tangible</i> | 0,709 | 0,195 | 3 |
| <i>Emphaty</i> | 0,415 | 0,195 | 3 |
| <i>Responsivnes</i> | 0,266 | 0,195 | 3 |
| <i>Reliability</i> | 0,599 | 0,195 | 3 |
| <i>Assurance</i> | 0,512 | 0,195 | 3 |

Sumber : Output SPSS

1. Berdasarkan tabel 2 didapat nilai *Cronbach Alpha* pada *tangible* sebesar 0,709. Maka alat ukur *Tangible* dapat dikatakan reliable atau handal.
2. Berdasarkan tabel 5.2 didapat nilai *Cronbach Alpha* pada *empathy* sebesar 0,415. Maka alat ukur *Empathy* dapat dikatakan reliable atau handal.
3. Berdasarkan tabel 5.2 didapat nilai *Cronbach Alpha* pada *responsiveness* sebesar 0,266. Maka alat ukur *Responsiveness* dapat dikatakan reliable atau handal.
4. Berdasarkan tabel 5.2 didapat nilai *Cronbach Alpha* pada *reliability* sebesar 0,599. Maka alat ukur *Reliability* dapat dikatakan reliabel atau handal.
5. Berdasarkan tabel 5.2 didapat nilai *Cronbach Alpha* pada *assurance* sebesar 0,512. Maka alat ukur *Assurance* dapat dikatakan reliable atau handal.

Uji Mann Whitney U

Hasil analisis menggunakan uji Mann Whitney tentang kualitas pelayanan

pada ekspedisi PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggara dapat dilihat pada tabel 3, sebagai berikut :

Tabel 3 Uji Mann Whitney U
Test Statistics

| | <i>Tangible</i> | <i>Emphaty</i> | <i>Responsivnes</i> | <i>Reliability</i> | <i>Assurance</i> |
|-------------------------------|-----------------|----------------|---------------------|--------------------|------------------|
| <i>Mann-Whitney U</i> | 758.000 | 1015.000 | 947.000 | 1046.000 | 805.000 |
| <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i> | .000 | .013 | .001 | .013 | .000 |

Sumber : Output SPSS, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikasi untuk variable *tangible* sebesar Sig 0,000 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima, dimana hasil tersebut memiliki nilai signifikasi < 0.05 yang berarti terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada variabel *tangible* antara PT Pos Indonesia dan J&T Express.

Nilai signifikasi untuk variable *emphaty* sebesar Sig 0,013 sehingga Ho diterima dan Ha ditolak, dimana hasil tersebut memiliki nilai signifikasi > 0.05 yang berarti tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada variabel *emphaty* antara PT Pos Indonesia dan J&T Express.

Nilai signifikasi untuk variable *responsiveness* sebesar Sig 0,01 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima, dimana hasil tersebut memiliki nilai signifikasi < 0.05 yang berarti terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada variabel *responsiveness* antara PT Pos Indonesia dan J&T Express.

Nilai signifikasi untuk variable *reliability* sebesar Sig 0,013 sehingga Ho diterima dan Ha ditolak, dimana hasil tersebut memiliki nilai signifikasi > 0.05 yang berarti tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada variabel *reliability* antara PT Pos Indonesia dan J&T Express.

Nilai signifikasi untuk variable *assurance* sebesar Sig 0,000 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima, dimana hasil tersebut memiliki nilai signifikasi < 0.05 yang berarti terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada variabel *assurance* antara PT Pos Indonesia dan J&T Express.

Tabel 4 Uji Mann Whitney U

Test Statistics^a

| | Nilai |
|-------------------------------|---------|
| <i>Mann-Whitney U</i> | 111.000 |
| <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i> | .000 |

Sumber : Output SPSS, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Asymp Sig* pada kualitas pelayanan sebesar 0,000 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima, dimana hasil tersebut memiliki nilai < 0.05 yang berarti terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggara.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dilakukan kepada konsumen pengguna jasa ekspedisi pada PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong akan menunjukkan bahwa ada atau tidaknya perbedaan kualitas pelayanan yang di dapatkan berdasarkan dari variable pengukuran yang terdiri dari *Tangible* (berwujud), *emphaty* (empati), *Responsiveness* (cepat tanggap), *reliability* (keandalan), *assurance* (kepastian).

1. *Tangible*

Berdasarkan dari pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan “diduga bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi variabel *tangible*”, dari pernyataan tersebut dapat kita lihat hasil yang diperoleh dari uji *Mann Whitney U* memiliki nilai *Asymp Sig* sebesar 0,000 hal ini berarti < 0,05 sehingga dinyatakan bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi dimensi *tangible*. Berdasarkan dari uraian tersebut dapat kita ketahui bahwa hipotesis pertama diterima dan terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016;284) yang menyatakan bahwa *tangible* (berwujud) yaitu berupa penampakan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, dan terawat. Jadi semakin baik fasilitas fisik yang dimiliki, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Studi ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahrotul Fitria (2018) mengenai kualitas pelayanan dari segi dimensi *tangible*.

Pada dimensi *tangible* perbandingan fasilitas fisik yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia dan J&T Express sangat terlihat jelas, misalnya pada lahan parkir yang

dimiliki oleh Kantor Pos Indonesia lebih luas dibandingkan J&T Express. Dan ruang tunggu yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia lebih lapang dan nyaman.

2. *Empathy*

Berdasarkan dari pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan “diduga bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi variabel *emphaty*”, dari pernyataan tersebut dapat kita lihat hasil yang diperoleh dari uji *Mann Whitney U* memiliki nilai *Asymp Sig* sebesar 0,013 hal ini berarti < 0,05 sehingga dinyatakan bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi dimensi *emphaty*. Berdasarkan dari uraian tersebut dapat kita ketahui bahwa hipotesis pertama diterima dan terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry dalam Hardiansyah (2011 ; 46) yang menyatakan bahwa *empathy* yaitu perhatian secara individu yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen. Jadi semakin baik hubungan dan komunikasi kepada konsumen, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Studi ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahrotul Fitria (2018) mengenai kualitas pelayanan dari segi dimensi *empathy*.

Pada dimensi *empathy*, sikap yang diberikan oleh PT Pos Indonesia memang lebih baik daripada J&T Express. Hal ini dapat dirasakan dalam 2 hal, yaitu :

1. Pada PT Pos Indonesia terdapat kotak saran untuk dapat menyampaikan keluhan dan saran, sedangkan pada J&T Express tidak ada.

2. Kemudahan mencari informasi lebih mudah di dapatkan di kantor Pos Indonesia dibandingkan pada J&T Express. Hal ini karena pada PT Pos Indonesia terdapat satpam dan juga customer service yang dapat langsung ditemui, berbeda pada J&T Express yang tidak memiliki satpam ataupun customer service, sehingga konsumen yang membutuhkan informasi harus menunggu antrian yang panjang.

3. *Responsiveness*

Berdasarkan dari pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan “diduga bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi variabel *responsiveness*”, dari pernyataan tersebut dapat kita lihat hasil yang diperoleh dari uji *Mann Whitney U* memiliki nilai *Asymp Sig* sebesar 0,001 hal ini berarti $< 0,05$ sehingga dinyatakan bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi dimensi *responsiveness*. Berdasarkan dari uraian tersebut dapat kita ketahui bahwa hipotesis pertama diterima dan terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016;284) yang menyatakan bahwa *responsiveness* yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan atau complain dari konsumen. Jadi semakin baik pelayanan yang diberikan oleh karyawan, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Studi ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahrotul Fitria (2018) mengenai kualitas pelayanan dari segi dimensi *responsiveness*.

Pada dimensi *responsiveness* yang diberikan oleh PT Pos Indonesia dan J&T Express tidak jauh berbeda. Hanya saja pada tindak lanjut keluhan konsumen, terkadang pihak J&T Express sering bermain lempar bola pada titik point pengantaran ataupun pengambilan barang yang menyebabkan kebingungan pada konsumen, kemana konsumen harus pergi untuk mendapatkan barangnya. Dan hal ini yang terkadang dapat menyebabkan barang konsumen menjadi salah kirim atau bahkan hilang.

4. *Reliability*

Berdasarkan dari pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan “diduga bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi dimensi *responsiveness*”, dari pernyataan tersebut dapat kita lihat hasil yang diperoleh dari uji *Mann Whitney U* memiliki nilai *Asymp Sig* sebesar 0,013 hal ini berarti $< 0,05$ sehingga dinyatakan bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi dimensi *reliability*. Berdasarkan dari uraian tersebut dapat kita ketahui bahwa hipotesis pertama diterima dan terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016;284) yang menyatakan bahwa *reliability* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat dan konsisten. Jadi semakin baik pelayanan yang diberikan oleh karyawan maupun perusahaan, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Studi ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahrotul Fitria (2018) mengenai kualitas pelayanan dari segi dimensi *reliability*.

Pada dimensi *reliability*, sikap karyawan pada PT Pos Indonesia dan J&T

Express tidak jauh berbeda, kedua karyawan perusahaan dapat memberikan *reliability* yang baik pada konsumennya. Misalnya karyawan melakukan pelayanan dengan tepat waktu, penjelasan dari karyawan mudah dimengerti dan karyawan handal dalam melayani.

5. Assurance

Berdasarkan dari pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan “diduga bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi variabel *assurance*”, dari pernyataan tersebut dapat kita lihat hasil yang diperoleh dari uji *Mann Whitney U* memiliki nilai *Asymp Sig* sebesar 0,000 hal ini berarti $< 0,05$ sehingga dinyatakan bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi dimensi *assurance*. Berdasarkan dari uraian tersebut dapat kita ketahui bahwa hipotesis pertama diterima dan terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016;284) yang menyatakan bahwa *assurance* yaitu berupa kemampuan karyawan untuk dapat menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Jadi semakin baik pelayanan yang diberikan oleh karyawan, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Studi ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahrotul Fitriah (2018) mengenai kualitas pelayanan dari segi *variable assurance*.

Pada dimensi *assurance*, pengiriman paket dengan menggunakan jasa pada PT Pos Indonesia di rasa kurang maksimal jika di bandingkan dengan pelayanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia. Walaupun konsumen pengguna jasa PT Pos Indonesia dapat memaklumi keterlambatan barang

karena telah lama menggunakan jasa pengiriman di PT Pos Indonesia. Tetapi walaupun begitu tidak sedikit dari konsumen yang merasa kecewa dengan pengiriman paket yang dikirim melalui PT Pos Indonesia terasa lebih lama dari waktu yang telah ditetapkan. Berbeda dengan J&T Express yang terkadang barang yang dikirim bahkan datang lebih cepat daripada waktu yang telah ditentukan. Sehingga konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang dengan J&T Express lebih merasa puas dibandingkan saat menggunakan jasa pengiriman PT Pos Indonesia.

Berdasarkan keseluruhan uraian yang telah dikemukakan diatas dapat kita ketahui bahwa perbandingan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia lebih unggul jika dibandingkan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh J&T Express. Hal ini dipertegas dengan didapatinya nilai *Asymp Sig* 0,000 dari perhitungan keseluruhan dimensi kualitas pelayanan. Namun tetap terdapat kekurangan maupun kelebihan yang dimiliki oleh masing – masing perusahaan, baik oleh PT Pos Indonesia maupun J&T express yang menjadi penilaian perbandingan oleh konsumen dalam memilih jasa pengiriman barang.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini telah diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variable *Tangible* pada PT Pos Indonesia mempunyai nilai yang signifikan. Sehingga hipotesis yang menyatakan “bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi variabel *tangible*” diterima karena terbukti kebenarannya.
2. Variable *Emphaty* pada PT Pos Indonesia mempunyai nilai yang signifikan.

Sehingga hipotesis yang menyatakan “bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi variabel *emphaty*” diterima karena terbukti kebenarannya.

3. Variable *Responsiviness* pada PT Pos Indonesia mempunyai nilai yang signifikan. Sehingga hipotesis yang menyatakan “bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi variabel *responsiviness*” diterima karena terbukti kebenarannya.
4. Variable *Reliablity* pada PT Pos Indonesia mempunyai nilai yang signifikan. Sehingga hipotesis yang menyatakan “bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi variabel *reliability*” diterima karena terbukti kebenarannya.
5. Variable *Assurance* pada PT Pos Indonesia mempunyai nilai yang signifikan. Sehingga hipotesis yang menyatakan “bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong dari segi variabel *assurance*” diterima karena terbukti kebenarannya.
6. Berdasarkan perhitungan dari keseluruhan variable pada kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express didapatkan nilai yang signifikan. Sehingga hipotesis yang menyatakan “bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara PT Pos Indonesia dan J&T Express di Tenggarong” diterima karena terbukti kebenarannya.

Saran-saran

Berdasarkan hasil perhitungan dengan alat analisis yang sudah dikemukakan dan kesimpulan oleh peneliti disampaikan saran – saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan nilai positif pada variable *tangible* di J&T Express, maka perusahaan maupun karyawan harus memperhatikan gedung bangunan, fasilitas tempat parkir dan desain ruangan agar konsumen dapat merasa nyaman dan aman saat melakukan transaksi.
2. Untuk meningkatkan nilai positif pada variable *emphaty* di PT Pos Indonesia maupun J&T Express, maka perusahaan maupun karyawan harus lebih sensitive dalam melayani konsumen seperti saat konsumen menyampaikan keluhannya maupun saat konsumen membutuhkan informasi mengenai pelayanan jasa yang dimiliki oleh perusahaan.
3. Untuk meningkatkan nilai positif pada variable *responseveness* di J&T Express, maka perusahaan maupun karyawan harus lebih sigap dalam menindaklanjuti saat mendapat keluhan dari konsumen.
4. Untuk meningkatkan nilai positif pada variable *reliability* di PT Pos Indonesia dan J&T Express, maka perusahaan maupun karyawan harus lebih luwes dan jelas dalam memberikan penjelasan agar dapat lebih mudah dipahami oleh konsumen.
5. Untuk meningkatkan nilai positif pada variable *assurance*, maka perusahaan maupun karyawan harus dapat lebih memberikan jaminan rasa aman pada konsumen agar dapat menimbulkan rasa percaya dalam menggunakan layanan jasa yang dimiliki oleh perusahaan.
6. Dari penelitian yang saat ini dilakukan yaitu terkait perbandingan kualitas pelayanan pada PT Pos Indonesia dan J&T Express, maka peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan menggunakan variable yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2015, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Anggi Firda Ayunir, 2019, "Analisis Perbandingan Keputusan Pembelian Produk Makeup Merek Wardah Dan Maybelline Ditinjau Dari Ekuitas Merek Pada Toko Redcanoeya Di Tenggara"" Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.
- Assauri, Sofjan, 2014, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Handoko, T. Hani, 2012, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Jasfar, Farida, 2015, *Manajemen Jasa*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Kotler, Philip, 2015, *Manajemen Pemasaran Suatu Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*, alih bahasa Alexander Sindoro, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Mursid, M, 2016, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Nitisemito, Alex S, 2015, *Manajemen Personalia*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Peter J. Paul dan Jerry C. Olson, 2012, *Consumer Behavior Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, Edisi 4 Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2012, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi Konsep, Perencanaan, Strategis Untuk Menhadapi Abad 21*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ricko Syaputro. P, 2018 "Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Stasiun Tugu Dengan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta" Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indonesia
- Siagian, P. Sondang, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Simamora, Henry, 2012, *Manajemen SDM Abad 21*, Penerbit CV. Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, 2007, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Kelima, CV. Alfabeta, Bandung.
- Swastha, Basu, dan T. Hani Handoko, 2015, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama cetakan Ketiga, BPFE, Yogyakarta.
- Terry, George, 2013, *The Principal Of Management*, alih bahasa Handoko, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2016, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Zahrotul Fitri, 2016 "Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Antara Objek Wisata Pantai Logending Dan Objek Wisata Pantai Menganti Di Kebumen Kecamatan Ayah" Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kebumen