

ANALISIS KEBUTUHAN PELAYANAN JASA PENGIRIMAN PAKET KANTORPOS DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPOTANCE PERFORMACE* *ANALYSIS*

ANALYSIS OF SERVICE REQUIREMENTS OF KANTORPOS PACKAGES DELIVERY SERVICE USING IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS METHOD

¹Arbidinata Setiawan, ²Husni amani, ³Rio Aurachman

^{1,2,3}Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Telkom

¹arbidinata@gmail.com, ²husni.amani@gmail.com³rio_aurachman@yahoo.com

Abstrak – Pengiriman paket merupakan salah satu usaha jasa pengiriman yang banyak diminati. Perkembangan *E-commerce* di Indonesia menjadi salah satu pemicu untuk menggunakan jasa pengiriman paket. Salah satu perusahaan yang menekuni profesi perngiriman paket adalah PT. POS Indonesia. Menurut *Annual Report Kantorpos 2015*, jumlah pengiriman paket menurun dari tahun sebelumnya. Sehingga dengan melihat keadaan tersebut, diperlukan pencarian akar permasalahan yang dihadapi oleh Kantorpos, khususnya pada jasa pengiriman paket pos. kebutuhan dari pelayanan jasa pengiriman perlu diidentifikasi dengan memperhatikan kondisi saat ini dan kondisi ideal. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *customers satisfaction index* dan *importance performance analysis*. Hasil penelitian merupakan usulan yang diberikan kepada Kantorpos untuk memperbaiki pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index, PT. POS Indonesia*

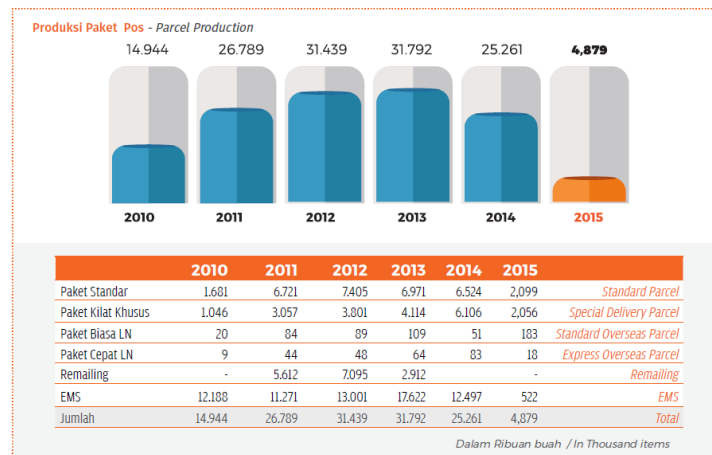
Abstract – Packet delivery is one of many shipment service which popular among people. *E-commerce* development in Indonesia is one of the trigger to use packet delivery service. One of the company which gives shipment service is PT. Pos Indonesia. Based on *Annual Report Kantorpos 2015*, shipment amount was decreasing from last year. So by looking at the circumstances, the problem source must be found, especially on packet delivery. The needs from the shipment service should be identified by looking at the current condition and ideal condition . Kantorpos should be expected for fullfil customers needs. This research using customer satisfaction index method and importance performance analysis method. The result of the research is recommendation given Kantorpos to improve service and imporove customer satisfaction.

Keyword : *Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index, PT. POS Indonesia*

1. Pendahuluan

SMK Telkom Perkembangan perusahaan jasa pengiriman paket, membuat para pelaku dunia bisnis menuju persaingan yang ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mempu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Perkembangan perusahaan jasa pengiriman di Indonesia didukung dengan adanya perkembangan teknologi. Dengan adanya perkembangan teknologi masyarakat menjadi dibiasakan dengan adanya kemudahan, salah satunya adalah belanja secara online. Dengan melihat situasi tersebut, maka pertumbuhan e-commerce pun semakin meningkat. Head of Mass Media Relations JNE Idham Azka mengakui bahwa pertumbuhan e-commerce dan industri kreatif membuka kesempatan bagi perusahaan logistic untuk turut memberikan kontribusi dalam proses pengiriman. (Kominfo.go.id).

Salah satu perusahaan yang cukup lama bertahan di industri jasa pengiriman adalah PT. POS Indonesia. Menurut data annual report Pos Indonesia 2015, rata-rata pencapaian target produksi bisnis paket pos adalah 21,55% dengan pertumbuhan minus 67,72% bila dibandingkan dengan realisasi 2014.



Gambar 1. Produksi Paketpos

Tahun 2015 produksi paket pos adalah yang paling kecil dibandingkan dengan produksi paket pos di tahun sebelumnya. Penurunan yang signifikan tersebut tidak dapat dikendalikan oleh Kantorpos. Hal tersebut juga didukung dengan penelitian pengukuran kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Kantorpos.

No	Jenis Produk	Indek Kepuasan Pelanggan Customer Satisfaction Index		Product Type
		2014	2015	
Walk in Customer				
a.	Jenis Layanan Mail & Parcel			Mail & Parcel Service Type
1.	Pos Kilat Khusus (PKH)	74,2	71,83	Express Mail (SKH)
2.	Pos Express	75	71,90	Express Post
3.	Express Mail Service (EMS)	73,2	71,41	Express Mail Service (EMS)
Rata-rata Indek Kepuasan		74,3	71,71	Average Satisfaction Index

Gambar 2. CSI Kantorpos

Menurut interpretasi score CSI dalam Syukri (2014), presentase 71,71% berada dibawah tingkat kepuasan yang baik, hal ini didukung dengan adanya keluhan pelanggan terhadap Kantoros cabang Bandung, dimana keluhan tersebut terkait dengan pengiriman barang yang terlambat, bahkan tidak sampai ke tangan penerima (Seputar Jabar Online, Bandung). Dengan melihat kondisi tersebut maka diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai pelayanan pada Kantorpos cabang Asia Afrika. Menurut interpretasi score CSI dalam Syukri (2014), indeks kepuasan pelanggan yang baik adalah di atas 80%. Diharapkan dengan penelitian lebih lanjut dapat memberikan rekomendasi perbaikan pelayanan yang tepat agar indeks kepuasan pelanggan dapat mencapai 80%.

2. Dasar Teori

2.1 Manajemen Kualitas Jasa

Goetsch&Davis (2010), dalam Tjiptono (2016), mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dengan demikian, aspek penilaian terhadap kualitas sebuah jasa bisa meliputi berbagai faktor yang saling terkait.

2.2 Servqual Model

Model Servqual didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut relevan dengan standar ideal untuk masing-masing atribut jasa. Bila kinerja sesuai atau melebihi standar, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan positif dan sebaliknya. Dengan kata lain model ini menganalisis gap antara dua variabel pokok, yakni jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*).

2.3 Customer Satisfaction Index

Menurut Hill dalam Eboli dan Mazzulla (2009), *Customer Satisfaction Index* merupakan ukuran untuk mengevaluasi kepuasan layanan secara menyeluruh. Dalam menentukan atau mengukur kepuasan pelanggan dapat ditentukan dengan indikator nilai CSI yang mempertimbangkan tingkat harapan pengguna jasa terhadap faktor-faktor yang telah ditentukan (Idris, 2009). Hasil dari CSI adalah tingkat kepuasan pelanggan. Biasanya dapat digunakan untuk melihat tingkat kepuasan pelanggan di suatu perusahaan. Beberapa keunggulan dengan

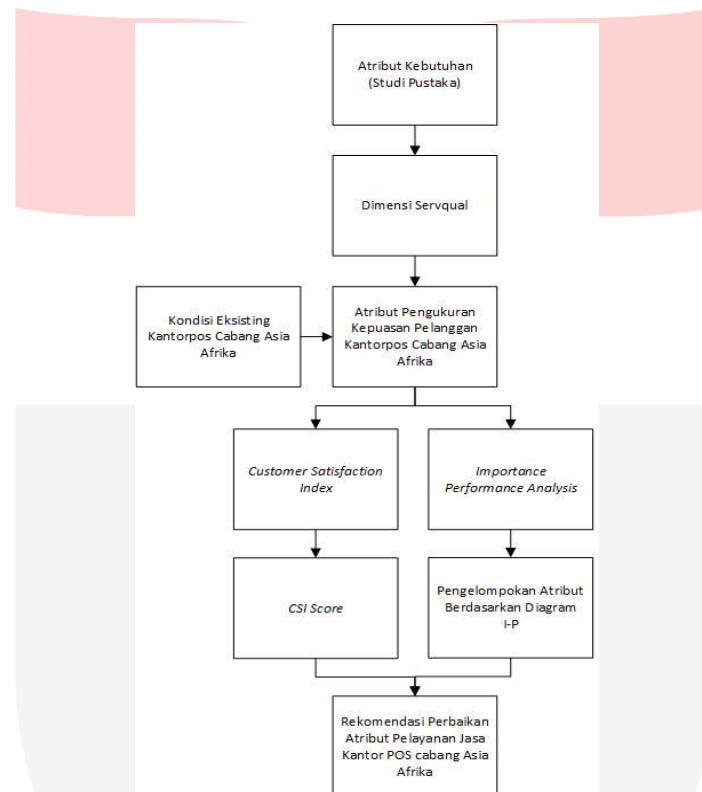
menggunakan metode ini, yaitu efisien, mudah untuk digunakan dan menggunakan sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi.

2.5 Importance Performance Analysis

Teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla&James (1977, dalam Tjiptono, 2016). Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan di analisis dengan menggunakan *Importance-Performance Matrix*. Matriks ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, dimana perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan total.

3. Pengumpulan dan Pengolahan Data

3.1 Model Konseptual



Gambar 3 Model Konseptual

Penelitian dimulai dengan mencari atribut kebutuhan pelayanan Kantorpos. Pencarian kebutuhan atribut kebutuhan Kantorpos dilakukan dengan menggunakan studi pustaka. Atribut yang didapatkan dikumpulkan kemudian diolah menjadi atribut SERVQUAL. Atribut SERVQUAL ini akan menunjukkan faktor pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan. Data ini akan menyajikan pandangan yang luas untuk mengetahui kebutuhan dari pelanggan dan digunakan sebagai acuan untuk pelanggan dalam menentukan tingkat kepuasan dan kepentingan.

Dengan menggunakan atribut SERVQUAL, dibentuk kuesioner mengenai perbandingan antara kepentingan dan kepuasan pelanggan, dimana kuesioner tersebut disebar kepada pelanggan Kantor POS. Hasil dari kuesioner tersebut diolah dengan menggunakan dua metode, yaitu *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *importance performance analysis* (IPA). Metode CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan Kantorpos cabang Asia, dan metode IPA digunakan untuk mengetahui rekomendasi setiap indikator.

3.2 Model Servqual, Atribut Kebutuhan dan Kode Atribut

Atribut kebutuhan yang dipilih kemudian diidentifikasi kedalam dimensi *servqual*. Atribut kebutuhan atau indikator diperoleh dari pendapat para pakar dan penelitian terdahulu yang terkait dengan jasa pengiriman.

Tabel 1 Atribut Kebutuhan

Dimensi	Atribut	Kode	Sumber
Reliabilitas	Pengiriman paket sesuai dengan waktu yang dijanjikan	R1	(Parasuraman, et al., 1994)
	Penjelasan mengenai produk dijelaskan dengan baik	R2	(Parasuraman, et al., 1994)
	Dapat diandalkan dalam menangani masalah pelanggan	R3	(Parasuraman, et al., 1994)
	Biaya pengiriman yang terjangkau	R4	(Szymanski&Hise, 2000)
Daya Tanggap	Daya tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan cepat	DT1	(Parasuraman, et al., 1994)
	Kesiapan dalam merespon permintaan pelanggan	DT2	(Parasuraman, et al., 1994)
	Brand dan Citra perusahaan dikenal	DT3	(Leblanc&Nguyen, 1988)
	Adanya kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai perusahaan	DT4	(Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1985)
Jaminan	Barang sampai dengan kondisi yang baik	J1	(Janda, et al., 2002)
	Adanya tanggung jawab pada kerusakan paket	J2	(Zeithaml, et al., 2002)
	Karyawan mampu menjawab pertanyaan pelanggan	J3	(Parasuraman, et al., 1994)
Empati	Karyawan memperlakukan pelanggan dengan ramah	E1	(Parasuraman, et al., 1994)
	Waktu beroperasi yang nyaman	E2	(Parasuraman, et al., 1994)
	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	E3	(Parasuraman, et al., 1994)
Bukti Fisik	Kantor pelayanan yang nyaman	BF1	(Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1985)
	Karyawan berpenampilan rapi dan profesional	BF2	(Parasuraman, et al., 1994)
	Penggunaan teknologi modern untuk menunjang kebutuhan perusahaan	BF3	(Parasuraman, et al., 1994)
	Kantor cabang berada diberbagai wilayah	BF4	(Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1985)
	Cangkupan wilayah pengiriman luas	BF5	(Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1985)
Kepuasan Pelanggan Kantor POS	Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Kantor POS	KP1	(Yong-Jae Park et al., 2008)
	Harapan Pelanggan Terhadap Pelayanan Kantor POS terpenuhi	KP2	(Yong-Jae Park et al., 2008)

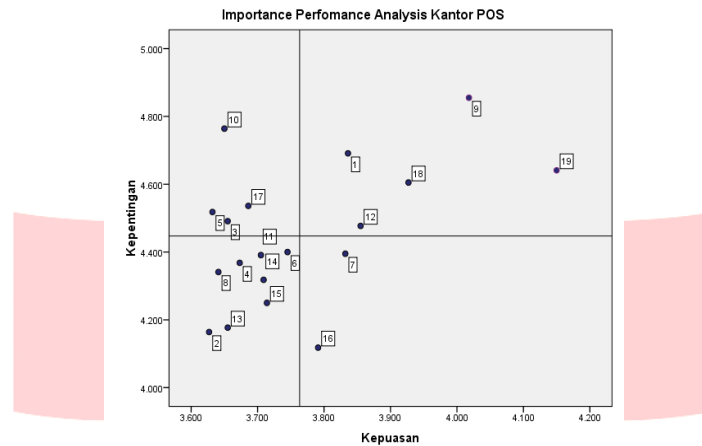
3.3 Hasil Customer Satisfaction Index

Tabel 2 Customer Satisfaction Index

Item	Importance Score	Performance Score	MIS	MSS	WF	WS
R1	1032	844	4,691	3,836	0,0555	0,2130
R2	916	798	4,164	3,627	0,0493	0,1787
R3	988	804	4,491	3,655	0,0531	0,1942
R4	961	808	4,368	3,673	0,0517	0,1899
DT1	994	799	4,518	3,632	0,0535	0,1942
DT2	968	824	4,400	3,745	0,0521	0,1950
DT3	967	843	4,395	3,832	0,0520	0,1993
DT4	955	801	4,341	3,641	0,0514	0,1870
J1	1068	884	4,855	4,018	0,0575	0,2308
J2	1048	803	4,764	3,650	0,0564	0,2058
J3	966	815	4,391	3,705	0,0520	0,1925
E1	985	848	4,477	3,855	0,0530	0,2042
E2	919	804	4,177	3,655	0,0494	0,1807
E3	950	816	4,318	3,709	0,0511	0,1895
BF1	935	817	4,250	3,714	0,0503	0,1868
BF2	906	834	4,118	3,791	0,0487	0,1848
BF3	998	811	4,536	3,686	0,0537	0,1979
BF4	1013	864	4,605	3,927	0,0545	0,2140
BF5	1021	913	4,641	4,150	0,0549	0,2279
Total			84,500	71,500		3,7663
CSI			0,753258057			

Melihat tabel 1, hasil skor CSI menunjukkan angka 0,753258057. Dalam Syukri (2014), angka 0,753258057 menunjukkan bahwa skor CSI mengkhawatirkan karena berada pada batas skor yang kurang baik. Nilai kepuasan pelanggan yang baik adalah > 80%. Apabila nilai kepuasan berada pada < 80%, maka perlu di cari penyebab permasalahannya

3.4 Hasil Importance Performance Analysis



Gambar 5 Importance Performance Diagram

Tabel 4 Nilai Importance Performance Analysis

No.	Indikator	Kepentingan	Kepuasan	No.	Indikator	Kepentingan	Kepuasan
1	R1	4,691	3,836	11	J3	4,391	3,705
2	R2	4,164	3,627	12	E1	4,477	3,855
3	R3	4,491	3,655	13	E2	4,177	3,655
4	R4	4,368	3,673	14	E3	4,318	3,709
5	DT1	4,518	3,632	15	BF1	4,250	3,714
6	DT2	4,400	3,745	16	BF2	4,118	3,791
7	DT3	4,395	3,832	17	BF3	4,536	3,686
8	DT4	4,341	3,641	18	BF4	4,605	3,927
9	J1	4,855	4,018	19	BF5	4,641	4,150
10	J2	4,764	3,650				

Peta persebaran atribut-atribut faktor kompetisi berdasarkan matriks IPA dapat dilihat pada Gambar IV.3. Matriks tersebut menunjukkan bahwa atribut-atribut yang masuk dalam kuadran I (*focus effort here* atau prioritas utama) merupakan indikator 3, 5, 10 dan 17. Indikator dalam kuadran II (*maintain performance* atau pertahankan presetasi) adalah indikator 1, 9, 12, 18 dan 19. Indikator dalam kuadran III (*medium low priority* atau prioritas rendah) adalah 2, 4, 6, 8, 11, 13, 14 dan 15. Sedangkan atribut dalam kuadran IV (*reduce emphasis* atau kurang penekanan) adalah indikator nomor 7 dan 16.

4. Pembahasan

4.1 Analisis Importance Performance Analysis

Tabel V.1 Indikator Kualitas Pelayanan Importance Performance Analysis Kuadran I

Nomor Indikator	Indikator	Kode
3	Dapat diandalkan dalam mengangani masalah pelanggan	R3
5	Daya tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan cepat	DT1
10	Adanya tanggung jawab pada kerusakan paket	J2
17	Penggunaan teknologi modern untuk menunjang kebutuhan perusahaan	BF3

Indikator yang berada pada kuadran I merupakan indikator yang dianggap penting dan diharapkan oleh pelanggan, namun skala kepuasan yang dirasakan pelanggan saat ini sangat jauh dari apa yang diharapkan tersebut. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kinerja Kantor POS cabang Asia Afrika masih jauh di bawah harapan pelanggan Kantorpos cabang Asia Afrika. Untuk itu Kantorpos cabang Asia Afrika sebaiknya berfokus untuk memperbaiki kinerja pada indikator yang berada pada kuadran I.

Tabel V.2 Indikator Kualitas Pelayanan Importance Performance Analysis Kuadran II

Nomor Indikator	Indikator	Kode
1	Pengiriman paket sesuai dengan waktu yang dijanjikan	R1
9	Barang sampai dengan kondisi yang baik	J1
12	Karyawan memperlakukan pelanggan dengan ramah	E1
18	Kantor cabang berada diberbagai wilayah	BF4
19	Cangkupan wilayah pengiriman luas	BF5

Indikator yang berada pada kuadran II adalah indikator yang dianggap penting oleh pelanggan Kantorpos cabang Asia Afrika dan pelanggan sudah merasa puas terhadap kinerja Kantorpos cabang Asia Afrika. Indikator pada kuadran II diharapkan untuk menjadi penunjang kepuasan pelanggan pada Kantorpos cabang Asia Afrika. Kantor POS cabang Asia Afrika harus mampu mempertahankan kinerjanya pada indikator tersebut, karena kepentingan dan kepuasan pelanggan sudah cukup baik.

Tabel V.3 Indikator Kualitas Pelayanan Importance Performance Analysis Kuadran III

Nomor Indikator	Indikator	Kode
2	Penjelasan mengenai produk dijelaskan dengan baik	R2
4	Biaya pengiriman yang terjangkau	R4
6	Kesiapan dalam merespon permintaan pelanggan	DT2
8	Adanya kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai perusahaan	DT4
11	Karyawan mampu menjawab pertanyaan pelanggan	J3
13	Waktu beroperasi yang nyaman	E2
14	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	E3
15	Kantor pelayanan yang nyaman	BF1

Indikator yang berada pada kuadran III ini memiliki skala kepentingan dan skala kepuasan yang rendah. Sehingga indikator pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting untuk ditingkatkan karena pelanggan tidak menganggap penting indikator tersebut. Indikator dalam kuadran III bukanlah prioritas yang harus ditingkatkan oleh Kantorpos cabang Asia Afrika, sehingga indikator tersebut dapat diabaikan dan tidak perlu menaruh banyak perhatian pada indikator tersebut.

Tabel V.4 Indikator Kualitas Pelayanan Importance Performance Analysis Kuadran IV

Nomor Indikator	Indikator	Kode
7	Brand dan Citra perusahaan dikenal	DT3
16	Karyawan berpenampilan rapi dan professional	BF2

Kedua indikator dalam kuadran IV merupakan atribut yang dianggap terlalu berlebihan, karena indikator tersebut dianggap tidak terlalu penting namun pelanggan merasa bahwa indikator tersebut sudah sangat baik. Sehingga Kantorpos cabang Asia Afrika perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait pada indikator tersebut ke dalam indikator yang memiliki prioritas lebih.

Untuk merumuskan rekomendasi perbaikan, penelitian ini didukung dengan *benchmark* yang dilakukan terhadap perusahaan Tiki/JNE dan J&T Express. Hasil *benchmark* dapat dilihat pada tabel V.5.

Tabel V.5 Benchmark

IPA	Variabel	Kantorpos	Tiki/JNE	J&T Express	Usulan Perbaikan
1	Penanganan keluhan pelanggan	Kantorpos menyediakan wadah agar pelanggan dapat menyampaikan keluhannya, wadah tersebut berupa <i>customer service</i> , Halo Pos	Penangan keluhan pelanggan dilakukan dengan menghubungi <i>customer service</i> baik secara langsung atau melalui telepon dan media social JNE	Keluhan pelanggan dapat ditangani dengan menghubungi <i>customer service</i> atau melalui hotline J&T	Membagi tugas <i>customer service</i> , khusus untuk pelayanan pengiriman dan khusus untuk pelayanan keluhan pelanggan.

IPA	Variabel	Kantorpos	Tiki/JNE	J&T Express	Usulan Perbaikan
		dan Media Social Pos (Facebook dan Twitter)			
1	Kecepatan dalam menanggapi keluhan pelanggan.	Daya tanggap terhadap keluhan pelanggan berdasarkan jenis keluhan pelanggan, Kantorpos belum dapat memberikan kepastian waktu dalam menyelesaikan keluhan tersebut	Daya tanggap terhadap keluhan pelanggan berdasarkan jenis keluhannya. Dan tidak dapat dipastikan lama penyelesaiannya	Daya tanggap terhadap keluhan pelanggan berdasarkan jenis keluhannya. Dan tidak dapat dipastikan lama penyelesaiannya	Memberikan kepastian waktu dalam penyelesaian keluhan pelanggan sehingga pelanggan merasa aman
1	Tanggung jawab pada kerusakan paket	Kantorpos memiliki kebijakan penggantian biaya kirim apabila paket rusak atau hilang. Selain itu paket pos menyediakan asuransi pengiriman	Adanya kebijakan untuk mengganti barang yang rusak dan hilang. Selain itu adanya asuransi terhadap kerusakan paket	Adanya kebijakan untuk mengganti barang yang rusak dan hilang. Selain itu adanya asuransi terhadap kerusakan paket	Menjelaskan kebijakan tanggung jawab kerusakan atau kehilangan paket kepada pelanggan yang ingin mengirimkan paket, pelanggan paham alur dalam klaim kerusakan paket
1	Penggunaan teknologi modern untuk menunjang kebutuhan perusahaan	Penggunaan Internet untuk memberikan informasi, aplikasi POS Indonesia	Penggunaan internet dalam pengecekan resi, penerimaan komplain dan pengecekan ongkos kirim, Adanya aplikasi My JNE	Memiliki aplikasi ponsel untuk mengecek paket. Memiliki website untuk pengecekan paket. Adanya sistem antar jemput	Mengadakan sistem antar jemput barang sesuai dengan service yang diberikan J&T Express
2	Ketepatan waktu pengiriman paket	Memiliki 3 jenis produk pengiriman. Kantorpos memiliki SOP pengiriman untuk setiap jenis pengiriman paket	Memiliki 3 jenis pengiriman dan memiliki SOP pengiriman untuk setiap jenis produk pengiriman	Hanya memiliki 1 jenis produk pengiriman dan waktu pengiriman yang dijanjikan adalah 1 -2 hari	Menjaga kinerja yang sudah ada, karena sudah cukup baik. Untuk mempertahankan diusulkan agar Kantorpos membuat program untuk memantau keterlambatan paket, sehingga apabila terjadi Kantorpos dapat memberikan informasi tersebut kepada pelanggan.
2	Kondisi paket	Kantorpos menyediakan pembungkusan paket.	Pembungkusan dilakukan oleh pelanggan.	Pembungkusan dilakukan oleh pelanggan.	Sudah cukup baik, karena Kantorpos menyediakan jasa pembungkusan paket. jasa pembungkusan paket harus tetap dipertahankan karena sangat efektif dalam menjaga kondisi paket.
2	Keramahan karyawan	Kantorpos menyediakan pelatihan untuk setiap karyawan setiap 1 tahun sekali.	Adanya pelatihan untuk <i>customer service</i> untuk pertama kali bekerja	Adanya pelatihan untuk <i>customer service</i> untuk pertama kali bekerja	Selalu menyediakan pelatihan untuk setiap karyawan, minimal 1 tahun sekali, karena menurut pelanggan sudah cukup baik.
2	Kantor cabang berada diberbagai wilayah	Memiliki Jaringan 4800 Kantorpos online dan titik layanan 58.700 dalam bentuk Kantorpos, Agenpos, dll.	Titik layanan berjumlah 1000 dan masih terus bertambah.	Titik layanan masih terbatas	Menjaga konsistensi jaringan Kantorpos dan titik layanan Pos Indonesia, agar tidak terjadi penutupan titik layanan
2	Cangkupan wilayah pengiriman luas	Seluruh Indonesia	Tidak mencangkup seluruh Indonesia.	Cangkupan wilayah masih terbatas	Tetap konsisten dengan jangkauan pengiriman paket, menerima pengiriman paket dengan segala tujuan.

4.2 Rekomendasi Perbaikan Atribut Kebutuhan

1. Membagi tugas *customer service* untuk mengatasi keluhan pelanggan. Sehingga Kantorpos dapat fokus dalam menyelesaikan permasalahan pelanggan, selain itu memberikan kepastian waktu dalam menyelesaikan masalah pelanggan.
2. Mengadakan sistem penjemputan paket untuk memanjakan pelanggan Kantorpos. Sistem penjemputan dapat dibuat dengan mengkombinasikan antara paketpos dengan Bank Channeling (Layanan perbankan POS Indonesia) untuk melakukan sistem pembayaran. Sehingga produk perbankan Kantorpos pun semakin dikenal.
3. Setiap *customer service* yang melayani penerimaan pengiriman paket agar menginformasikan kepada konsumen mengenai kebijakan ganti rugi antara menggunakan asuransi pengiriman atau tidak menggunakan asuransi pengiriman. Sehingga pelanggan memahami kebijakan tersebut dan apabila terjadi pelanggan tidak akan komplain mengenai kebijakan ganti rugi.

5. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dari penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Berdasarkan hasil pengolahan data *importance performance analysis*, diketahui terdapat 4 indikator yang perlu ditingkatkan pelayanannya karena menurut pelanggan ke-4 indikator tersebut penting namun kinerja Kantorpos masih kurang baik. Selain itu terdapat 5 indikator yang harus dipertahankan kinerjanya karena menurut pelanggan ke-5 indikator tersebut penting dan pelanggan sudah puas terhadap kinerja perusahaan. Selanjutnya terdapat 8 indikator yang dapat dibiarkan atau tidak menjadi perhatian khusus karena tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan yang rendah. Terakhir terdapat 2 indikator yang masuk kedalam kriteria berlebihan karena memiliki kinerja yang sangat baik namun memiliki tingkat kepentingan yang rendah, sehingga alokasi sumber daya yang difokuskan pada kedua indikator tersebut dapat dipindahkan kepada yang lebih penting.
2. Terdapat dua indikator yang menjadi fokus utama Kantor POS cabang Asia Afrika. Kedua indikator tersebut adalah “dapat diandalkan dalam menangani permasalahan pelanggan (R3)” dan “penggunaan teknologi modern untuk menunjang kebutuhan perusahaan (BF3)”. Kedua indikator tersebut penting karena berada pada variabel yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan berada pada kuadran 1 pada diagram I-P. Sehingga rekomendasi perbaikan dengan melakukan perbaikan atau peningkatan pelayanan pada variabel R1 dan BF3.

Daftar Pustaka:

- [1] PT. Pos Indonesia. (2014). “Annual report POS Indonesia 2014”. 2015. (<http://www.posindonesia.co.id/wp-content/uploads/2016/01/Pos-Indonesia-Annual-Report-2014.pdf>)
- [2] PT. Pos Indonesia. (2015). “Annual report POS Indonesia 2015”. 2016. (<http://www.posindonesia.co.id/wp-content/uploads/2016/10/Pos-Indonesia-Annual-Report-2015.pdf>)
- [3] Nuraeni. “Jasa Logistik Melesat di Era e-Commerce.” *KOMINFO*. 09 Februari 2016 (kominform.go.id/index.php/content/detail/6707/Jasa+Logistik+Melesat+di+Era+e-Commerce+0/sorotan_media)
- [4] Syukri, Siti Husna A. (2014) Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisis GAP Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja. *Jurnal Teknik Industri*, 13(2), 103-111.
- [5] Tjiptono, Fandy., dan Chandra, Gregorius. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction (edisi 4)*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- [6] Idris, Zilhardi. (2009). Kajian “Tingkat Kepuasan” Pengguna Angkutan Umum Di DIY. *Jurnal Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta*, Vol 9, No. 2, 189-196.
- [7] Eboli, L., dan Mazzulla, G. (2009). New Customer Satisfaction Index for Evaluating Transit Service Quality. *Journal of Public Transportation* Vol 12 A.21-37.
- [8] Yong-jae Park, Pil-Sun, dan Myung-Hwan Rim. 2008. *Measurement of a Customer Satisfaction Index for Improvement of Mobile RFID Services in Korea*. *ETRI Journal*, Volume 30, Number 30.