

---

## Analysis of Differences in Customer Satisfaction in Courier Service Business in Palopo City

**Fasiha**, Institut Agama Islam Negeri Palopo, Palopo, Indonesia.

**Nurfadilah**, Institut Agama Islam Negeri Palopo, Palopo, Indonesia.

**Mineliani Putri Daming**, Institut Agama Islam Negeri Palopo, Palopo, Indonesia.

### **Abstract**

*This study discusses the Analysis of Customer Satisfaction with the Courier Service Business in Palopo City. This study aims: To find out how much the level of customer satisfaction has used package delivery services at Jne Ekspres, PT. Pos Indonesia, Jnt Ekspres in Palopo City, To find out whether there are differences in customer satisfaction at Jne Ekspres, Jnt Ekspres, PT. Indonesian Post in Palopo City. This type of research is quantitative research, which is comparative. The population is the courier service business customers Jne Express, Jnt Ekspres and PT. Indonesian Post in Palopo City. Taking a sample of 50 respondents from the three courier businesses using Roscoe's theory, as well as using accidental sampling. Data obtained through a questionnaire. Furthermore, this data was analyzed using Kruskal Wallis. The results of this study indicate that: Calculation of the level of customer satisfaction in the courier business where Jne Express Palopo City has a satisfaction level value of 81.1%, the satisfaction level value of Jnt Ekspres Palopo City is 88.7%, and at PT. Pos Indonesia, Palopo City, which is equal to 84.5%, from this conclusion it can be seen that Palopo City Express Express has the highest level of satisfaction among the three courier businesses, and by obtaining an Asymp.Sig i value of i0.006, the result is i0 smaller than the significant level i0 .05 i or i0.006 < 0.05, and it can be seen that there are differences in the satisfaction of the three courier businesses.*

**Keywords:** Customer Satisfaction, Courier Business, Services

## Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo

### **Abstrak**

*Penelitian ini membahas tentang Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo. Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan yang telah menggunakan jasa pengiriman paket di Jne Ekspres, PT.Pos Indonesia, Jnt Ekspres di Kota Palopo, Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kepuasan pelanggan pada Jne Ekspres, Jnt Ekspres, PT. Pos Indonesia di Kota Palopo. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang bersifat komparatif. Populasinya adalah pelanggan bisnis jasa kurir Jne ekspres, Jnt Ekspres dan PT. Pos Indonesia di Kota Palopo. Pengambilan jumlah sampel 50 responden dari ketiga bisnis kurir dengan menggunakan teori roscoe, serta menggunakan accidental sampling. Data diperoleh melalui kuesioner. Selanjutnya data ini di analisis menggunakan Kruskal Wallis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Perhitungan tingkat kepuasan pelanggan pada bisnis kurir dimana Jne ekspres Kota Palopo memiliki nilai tingkat kepuasan sebesar 81,1%, nilai tingkat kepuasan pada Jnt Ekspres Kota Palopo sebesar 88,7%, dan pada PT. Pos Indonesia Kota Palopo yaitu sebesar 84,5%, dari kesimpulan tersebut dapat dilihat bahwa Jnt Ekspres Kota Palopo memiliki tingkat kepuasan paling tinggi diantara ketiga bisnis kurir tersebut, danidengan diperolehnya inilai Asymp.Sig iadalah sebesar*

*i0,006 dimana ihasil tersebut lebih ikecilidari tarafisignifikan i0.05 iatau i0.006 < 0.05, dan dapat diketahui bahwa ada perbedaan kepuasan dari ketiga bisnis kurir tersebut.*

**Kata Kunci:** *Kepuasaan Pelanggan, Bisnis Kurir, Jasa*

Corresponding author: fasiha@iainpalopo.ac.id

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan jasa pelayanan pengiriman dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Ketatnya persaingan dan semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan pada saat ini membuat pihak pemilik atau pengelola harus dapat menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para pesaingnya. Perusahaan dituntut bekerja keras dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar dan menjaga kepercayaan pelanggan yang telah ada serta berusaha menarik minat pelanggan potensial baru agar pelanggan tidak meninggalkan pelaku usaha tersebut.

Ada begitu banyak perusahaan yang menyediakan berbagai layanan pengiriman seperti Jne Ekspres, PT. Pos Indonesia, Jnt Ekspres Perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki pelanggan seharusnya menjaga asetnya serta melakukan inovasi agar para pelanggan tidak berpindah ke perusahaan yang lain. Jika hal ini telah terpenuhi, pesaing akan sangat sulit untuk menyaingi atau merebut pelanggan tersebut. Perusahaan berkewajiban memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan agar pelanggan tidak berkurang atau bahkan hilang disebabkan oleh pelayanan yang tidak memuaskan. Perusahaan juga harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah bertransaksi. Daya tarik jasa pengiriman yang dinilai cukup besar dan menjanjikan membuat banyak perusahaan pengiriman menekuni bisnis tersebut.

Fenomena yang terjadi seperti banyaknya keluhan konsumen dan kekhawatiran konsumen terhadap sistem pelayanan jasa kurir yang buruk membuat konsumen merasa tidak puas sehingga membuat konsumen berhati-hati dalam memilih jasa kurir yang akan digunakan. Beberapa perusahaan berpikir bahwa cara memperhatikan kepuasan pelanggan adalah dengan mencatat keluhan, tetapi sebagian pelanggan merasa bahwa menyampaikan keluhan tidak sebanding dengan usahanya, atau mereka tidak tahu bagaimana atau kepada siapa mereka harus menyampaikan keluhan itu, dan mereka berhenti membeli. Masih tingginya tingkat keengganan pelanggan untuk menyampaikan keluhan ini bisa disebabkan adanya kecenderungan enggan bertatap muka secara langsung dengan pihak perusahaan, kurangnya pengetahuan dan pengalaman pelanggan dalam menyampaikan keluhan, kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi, nilai produk atau jasa yang dibeli relatif kecil dan rendahnya peluang keberhasilan dalam melakukan keluhan.

Untuk memberikan kepuasan tersebut perusahaan harus dapat memberikan produk yang paling baik dengan harga yang sangat terjangkau melalui kualitas produk. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meminimalkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa apakah terdapat perbedaan kepuasan pelanggan konsumen. Peneliti tertarik untuk melakukan kajian tentang “Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo”

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler dalam *The American Marketing Assosiation*, sebagaimana dikutip Nugroho J. Setia di, perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya, dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Dari hal tersebut terdapat tiga ide penting yang dapat disimpulkan yaitu: perilaku konsumen adalah dinamis, hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar; juga melibatkan pertukaran.

### **Kepuasan Konsumen**

Secara umum kepuasan merupakan perbedaan antara harapan (*expectations*) dengan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*). Pendapat Kotler dan Amstrong kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana kinerja yang dirasakan dari suatu produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja gagal memenuhi harapan/ekspektasi maka pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan/ekspektasi maka pelanggan akan puas dan senang. Harapan/ekspektasi tersebut berasal dari pengalaman pembelian di masa lalu, nasihat teman dan rekan, serta informasi dan janji pemasar dan pesaing. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dan merek yang sudah mereka anggap positif.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan terhadap performa kinerja suatu barang/jasa yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja yang dirasakan oleh pelanggan tidak sesuai harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas. Sedangkan Apabila kinerja yang dirasakan oleh pelanggan sesuai harapan mereka maka pelanggan akan merasa puas. Pada dasarnya, kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

## METODE PENELITIAN

Model penelitian yang disajikan merupakan kuantitatif yang bersifat komparatif. Penelitian ini bersifat komparatif karena penelitian ini bersifat membandingkan. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan tiga variabel tentang perbedaan fakta-fakta dan objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu.

Populasi dalam penelitian ini pelanggan bisnis jasa kurir Jne ekspres, Jnt ekspres dan PT. Pos Indonesia di Kota Palopo, maka populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan dari ketiga perusahaan kurir tersebut. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik Accidental Sampling, yaitu teknik penentuan sampel yang secara kebetulan sehingga siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika orang tersebut sesuai dengan sumber data. Maka jumlah responden yang ditetapkan oleh peneliti untuk mengisi kuesioner penelitian berjumlah 50 orang responden per bisnis kurir

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert, yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Pada Skala Likert ini, responden menjawab pertanyaan-pernyataan penelitian dengan memberikan tanda silang (x) atau tanda ceklis (√), pada alternatif jawaban yang disiapkan dengan empat kemungkinan yang tersedia. Dari jawaban responden kemudian diberikan skor nilai, maka dapat diolah data kuantitatifnya. Pemberian bobot skor disusun dengan bertingkat yang konsisten. Jawaban yang tersedia tersebut dibuat skala dalam tingkatan: sangat puas (4), cukup puas (3), kurang puas (2), tidak puas (1).

Analisis data bertujuan untuk menyampaikan temuan-temuan yang membatasi menjadi data yang teratur dan lebih bermakna. Teknik analisis yang digunakan yaitu: uji kruskal wallis yang merupakan alternative uji nonparametric dari analisis varian satu jalur (one-way ANOVA) yang tujuannya untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan secara statistic diantara dua atau lebih kelompok variable bebas pada variable terikat yang berskala data numeric (interval/rasio) dan skala ordinal. Uji ini merupakan alternative bagi uji One iWay iAnovaijika tidak memenuhi asumsi missal asumsi normalitas Oleh karena uji ini merupakan uji non parametris dimana asumsi normalitas boleh dilanggar maka tidak perlu lagi ada uji normalitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan rumus distribusi frekuensi:

$$TK = \frac{\text{Nilai Aktual}}{\text{Nilai Maksimum}} \times 100\%$$

Dengan hasil perhitungan di setiap bisnis kurir, sebagai berikut:

1) Bisnis Kurir

a) Jne Ekspres Kota Palopo

$$TK \text{ Jne Ekspres} = \frac{3247}{20 \times 4 \times 50} \times 100\%$$

$$TK \text{ Jne Ekspres} = 81,1\%$$

Jadi, tingkat Kepuasan Pelanggan pada Jne Ekspres Kota Palopo adalah 81,1%

b) Jnt Ekspres Kota Palopo

$$TK \text{ Jnt Ekspres} = \frac{3549}{20 \times 4 \times 50} \times 100\%$$

$$TK \text{ Jnt Ekspres} = 88,7\%$$

Jadi, tingkat kepuasan pelanggan pada Jnt Ekspres Kota Palopo adalah 88,7%

c) PT. Pos Indonesia Kota Palopo

$$PT. \text{ Pos Indonesia} = \frac{3381}{20 \times 4 \times 50} \times 100\%$$

$$Pt. \text{ Pos Indonesia} = 84,5\%$$

Jadi, tingkat kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Kota Palopo adalah 84,5%

Kesimpulan dari perhitungan tingkat kepuasan pelanggan pada bisnis kurir dimana Jne ekspres Kota Palopo memiliki nilai tingkat kepuasan sebesar 81,1%, nilai tingkat kepuasan pada Jnt Ekspres Kota Palopo sebesar 88,7%, dan pada PT. Pos Indonesia Kota Palopo yaitu sebesar 84,5% , dari kesimpulan tersebut dapat dilihat bahwa Jnt Ekspres Kota Palopo memiliki tingkat kepuasan paling tinggi diantara ketiga bisnis kurir tersebut.

## Perbedaan Kepuasan Pelanggan

### Uji normalitas

Berdasarkan hasil uji Normalitas dapat dilihat dari uji Kolmogrov-Simironov (K-S) dan Shapiro-Wilk yang dilakukan memiliki hasil yang berbeda pada setiap variabel sampel, pada Jne ekspres memiliki nilai signifikan yaitu 0,31, sedangkan Jnt Ekspres dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo memiliki nilai signifikan yang sama yaitu 0,00 hanya variable kepuasan pelanggan pada Jnt Ekspres Kota Palopo yang berdistribusi normal karena memiliki nilai Asymp.Sig lebih besar dari  $\alpha$  (0,05) sedangkan variable kepuasan pelanggan pada Jne Ekspres Kota Palopo dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo tidak berdistribusi normal karena memiliki nilai Asymp. Sig lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05).

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan data tidak berdistribusi normal sehingga peneliti tidak dapat melakukan analisis lebih lanjut dengan menggunakan statistika parametric. Oleh karena ini, peneliti melanjutkan analisis dengan menggunakan statistic nonparametric yang tidak mengharuskan data berdistribusi normal.

**Uji kruskal wallis**

Berdasarkan hasil output “Test Statistics” diketahui nilai Signifikan adalah sebesar 0,006 < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti ada perbedaan kepuasan pelanggan pada Jne Ekspres Kota Palopo, Jnt Ekspres Kota Palopo, dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo

**Non parametric test**

Each node shows the sample average rank of nama\_kurir.

| Sample1-Sample2 | Test Statistic | Std. Error | Std. Test Statistic | Sig. | Adj.Sig. |
|-----------------|----------------|------------|---------------------|------|----------|
| jne-pos         | -17.690        | 8.675      | -2.039              | .041 | .124     |
| jne-jnt         | -27.250        | 8.675      | -3.141              | .002 | .005     |
| pos-jnt         | 9.560          | 8.675      | 1.102               | .270 | .811     |

Each row tests the null hypothesis that the Sample 1 and Sample 2 distributions are the same. Asymptotic significances (2-sided tests) are displayed. The significance level is .05.

Dari Tabel diatas dapat ditarik kesimpulan:

- Perbandingan antara Jne Ekspres Palopo dan PT. Pos Indonesia memiliki nilai sig. 0,41 dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan kepuasan pelanggan dari bisnis jasa kurir Jne Ekspres Palopo dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo
- Perbandingan antara Jne Ekspres Palopo dan Jnt Ekspres Palopo memiliki nilai sig. 0,02 dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan kepuasan pelanggan dari bisnis jasa kurir Jne Ekspres Palopo dan Jnt Ekspres Palopo
- Perbandingan antara PT. Pos Indonesia Kota Palopo dan Jnt Ekspres Kota Palopo memiliki nilai sig. 0,270. dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan kepuasan pelanggan dari bisnis jasa kurir PT. Pos Indonesia Kota Palopo dan Jnt Ekspres Palopo.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, penelitian ini dimaksudkan peneliti agar dapat mengetahui apakah ada perbedaan kepuasan pelanggan pada Jne Ekspres, Jnt Ekspres, dan PT. Pos Indonesia, maka di peroleh kesimpulan yakni, tingkat kepuasan Pelanggan Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo pada Jne Ekspres, Jnt Ekspres, PT. Pos Indonesia, yang dilihat dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan bahwa Jnt Ekspres memiliki tingkat kepuasan pelanggan tertinggi yaitu 88,7%, yang kedua PT. Pos Indonesia yaitu 84,5%, dan yang ketiga yaitu Jne Ekspres sebesar 81,1%. Terdapat

perbedaan kepuasan pelanggan pada Jne Ekspres, Jnt Ekspres dan PT. Pos Indonesia, yang di lihat dari hasil uji kruskal wallis bahwa berdasarkan hasil output “Test Statistics”, diketahui nilai Asymp.Sig adalah sebesar  $0,006 < 0,05$ . Dengan demikian, disimpulkan terdapat perbedaan kepuasan pelanggan pada Jne Ekspres, Jnt Ekspres dan PT. Pos Indonesia.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, penulis mengajukan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya, yaitu: menambahkan variable lain untuk dibuktikan dalam penelitian tersebut. Hal ini dilakukan untuk menegetahui apakah ada variable lain yang berpengaruh memberikan perbandingan terhadap ketiga bisnis kurir tersebut. Dalam upaya untuk meningkatkan rasa kepuasan konsumen yang akan menggunakan bisnis kurir tersebut di masa yang akan datang, sebaiknya pihak manajemen dari ketiga bisnis kurir yang telah peneliti teliti tersebut sebaiknya lebih meningkatkan lagi sistem manajemen yang lebih baik dan inovatif agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah menggunakan bisnis kurirnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bilson Simamora, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003 ), 13
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik – Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-Marketing*, Ed.III, (Yogyakarta, ANDI, 2017), 86
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayumedia, 2000), 273.
- Fathira Virdha Noor, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia,” Skripsi IAIN Bengkulu, (2020). <http://repository.iainbengkulu.ac.id/4807/>
- Felicia Audrey Prasetyo, “Analisis Perbandingan Service Quality Antara Jne Dan J&T Ekspres,” *JurnalStrategiPemasaran*(2017),8. [https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/masa/2017/jiunkpe-is-s1-2017-36413035-40446-perbandingan-abstract\\_toc.pdf](https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/masa/2017/jiunkpe-is-s1-2017-36413035-40446-perbandingan-abstract_toc.pdf)
- Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, (Jakarta: PT. Gramedia) 6.
- M. Nur Nasution, *Manajemen Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), 48
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2006), 42
- Priska Liliani, “Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie,” *Jurnal Bina Manajemen* 8, no. 2 (2020): 25, <https://wiyatamandala.e-journal.id/JBM/article/view/85/73>.
- Rahayu, E.M, “ Berebut kue logistik yang menggiurkan”, (2014). <https://swa.co.id/swa/trends/management/berebut-kue-logistik-yang-menggiurkan>