

BAB III

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

3.1 Profil Umum Pos Indonesia

PT. Pos Indonesia adalah satu-satunya BUMN yang oleh Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1984 tentang pos, dinyatakan sebagai pihak yang bertanggung jawab atas layanan jasa pos bagi seluruh masyarakat di Indonesia. PT. Pos Indonesia berada di bawah naungan Departemen Jenderal Pos dan Telekomunikasi.

Sebagai suatu perusahaan yang memegang tanggung jawab besar, sudah seharusnya PT. Pos Indonesia mempunyai visi dan misi yang menjadi panduan dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Visi dan Misi dari PT. Pos Indonesia adalah:

Visi

2009 - 2010 : Integrated mail, logistic & financial services infrastructure

2011 - 2013 : Indonesia's leader in the mail logistics & financial services

2014 - 2018 : ASEAN Champion of Postal Industries

Misi

Pos Indonesia menyediakan solusi handal dalam mail, logistik dan jasa keuangan dengan menggunakan jejaring bisnis dan infrastruktur terluas dan terpadu serta mengembangkan hubungan kolaboratif.

3.1.1 Sejarah PT. Pos Indonesia

1. Sekilas Pos Indonesia

Berawal dari gagasan yang berkembang seiring dengan kebutuhan untuk memperlancar arus surat-menyurat selama era kolonial Belanda telah diwujudkan oleh Gubernur Jendral G.W Baron dengan mendirikan kantor pos yang pertama di Batavia pada tanggal 26 Agustus 1796. Peranan Kantor Pos semakin penting dan berkembang setelah adanya pertemuan teknologi telegraph dan telepon, sehingga dibentuk Jawatan Pos, Telegraph dan Telepon (Jawatan PTT) berdasarkan Staatblaad Nomor 395 Tahun 1906. Dengan dikeluarkannya UU Perusahaan Negara Hindia Belanda (Indische Bedrijvenwet = IBW), sejak tahun 1907,

jawatan PTT dikelola oleh Departemen Perusahaan-perusahaan Pemerintah (Departemen Van Gouvernementsbedrijven).

Seiring dengan tibanya Jepang, yang mengambil alih kekuasaan Belanda di Indonesia, jawatan PTT dibagi menurut struktur organisasi pemerintah militer Jepang sehingga ada Jawatan PTT Sumatera, Jawatan PTT Jawa, dan Jawatan PTT Sulawesi.

2. Pos di Jaman Republik Indonesia

Jawatan PTT Republik Indonesia Berdiri secara resmi pada tanggal 27 September 1945 setelah dilakukan pengambilalihan Kantor pusat PTT di Bandung oleh Angkatan Muda PTT (AMPTT) dari tangan Pemerintahan Militer Jepang, dalam peristiwa tersebut gugur sekelompok pemuda anggota AMPTT dan tanggal tersebut menjadi tonggak sejarah berdirinya jawatan PTT Republik Indonesia dan diperingati setiap tahun sebagai Hari Bhakti PTT dan yang kemudian menjadi Hari Bhakti Parpostel.

Perubahan status Jawatan PTT terjadi lagi dan menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel) berdasarkan peraturan pemerintah (PP) No. 240 Tahun 1961. Agar diperoleh kebebasan bergerak yang lebih luas dalam mengembangkan usaha masing-masing maka PN Postel dipecah menjadi PN Pos dan Giro dan PN Telekomunikasi berdasarkan PP No. 29 Tahun 1965 dan PP No. 30 Tahun 1965.

Dengan dikeluarkannya UU No. 9 Tahun 1969, status badan usaha perusahaan negara dikelompokkan menjadi 3 status, yaitu :

1. Perusahaan Jawatan (Perjan)
2. Perusahaan Umum (Perum)
3. Perusahaan Perseroan (Persero)

Merujuk kepada UU No. 9 Tahun 1969 tersebut maka status PN Pos dan Giro diubah menjadi Perum Pos dan Giro berdasarkan PP No. 9 Tahun 1978. Sehubungan dengan terjadinya perubahan dalam iklim usaha, status sebagai Perum disempurnakan khususnya yang menyangkut tata cara pembinaan & pengawasan berdasarkan PP No. 24 tahun 1984.

Menghadapi dunia usaha yang semakin marak dan semakin penuh persaingan diperlukan penyesuaian status badan usaha yang lebih fleksibel dan

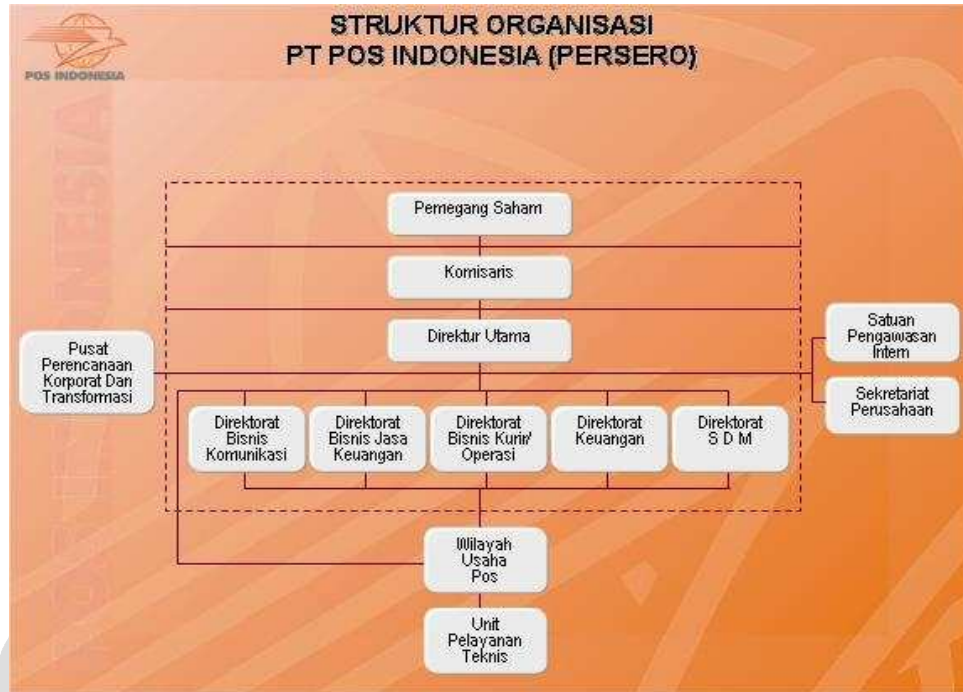
dinamis agar mampu mengembangkan pelayanan yang lebih baik. Perubahan status Perum Pos dan Giro menjadi PT. Pos Indonesia (Persero) dilaksanakan berdasarkan PP No. 5 pada tanggal 20 Juni 1995.

3. Pos Masa Kini

PT. Pos Indonesia (Persero) adalah salah satu badan usaha yang dimiliki oleh negara, dan lazim disebut Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Perusahaan ini sudah cukup lama didirikan, dan dalam perkembangannya telah banyak mengalami perubahan khususnya perubahan bentuk usaha. Perubahan bentuk badan usaha masih terus berlangsung, sampai pada Juni 1995 menjadi perusahaan perseroan, sehingga namanya menjadi PT. Pos Indonesia (Persero). Pada dasarnya perubahan bentuk badan usaha ini bertujuan agar perubahan lebih efisien dan mampu bergerak lebih fleksibel, dengan membuat keputusan secara lebih cepat berubah. Hal ini diperlukan karena era globalisasi setiap perusahaan harus mampu bertahan dalam persaingan dan menghadapi ketidakpastian yang tinggi, sehingga perusahaan akan tetap survive. Namun demikian, sebagai perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh pemerintah, maka PT. Pos Indonesia (Persero) masih mengemban misi sosial sebagai perusahaan layanan masyarakat atau sering pula diistilahkan dengan agent of Development yang memberikan nilai tambah yang tinggi bagi kepuasan pelanggan.

Selain dari misi sosial PT. Pos Indonesia (Persero) adalah perusahaan yang profit oriented, dimana misi tersebut harus diemban secara bersama. Kedua misi ini harus mampu dijalankan sekaligus. Dalam pengelolaannya, misi bisnis yang profit oriented harus mampu menghasilkan laba yang optimal agar peran sosial yang dilakukan dapat berjalan dengan baik, dan berdampak terhadap peningkatan kesejahteraan karyawan.

3.1.2 Organisasi PT. Pos Indonesia



Gambar 3.1. Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia

Sumber : PT. Pos Indonesia

3.1.3 Kegiatan Usaha Perusahaan

PT Pos Indonesia (Persero) adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Adapun jenis layanan yang diselenggarakan oleh PT Pos Indonesia (Persero) dibagi menjadi beberapa kelompok produk /bisnis sebagai berikut:

1. Bisnis Komunikasi

Jasa layanan dari bisnis komunikasi antara lain:

a. Jenis layanan standar terdiri dari:

- 1) Surat Biasa
- 2) Surat Tercatat
- 3) Kartupos dan surat balasan kartupos
- 4) Warkatpos/Aerogram
- 5) Barang Cetak Braille

b. Jenis layanan prioritas terdiri dari:

- 1) Surat Kilat
- 2) Surat Kilat Khusus (SKH)
- 3) Express Mail Service (EMS)
- 4) Ratron/Surat Elektronik
- 5) Pos Express

2. Bisnis Logistik

a. Jenis layanan standar yang terdiri dari:

- 1) Paketpos Biasa (darat/udara)
- 2) Paket Pos Optimal/Cooperate, yaitu Point to Point dan Curah

b. Jenis layanan Prioritas yang terdiri dari:

- 1) Paket Pos Kilat Khusus (PKH)
- 2) Paket Pos Cepat Luar Negeri

3. Bisnis Keuangan

a. Jenis layanan standar yang terdiri dari:

- 1) Weselpos Biasa
- 2) Wesel pos Kemitraan
- 3) Giropos
- 4) Giropos Kemitraan

b. Jenis layanan Prioritas yang terdiri dari:

- 1) Weselpos Prima
- 2) Weselpos Kemitraan
- 3) Weselpos Instan
- 4) Weselpos Union

4. Bisnis Keagenan

Bisnis Keagenan terdiri dari:

- a. Penerimaan setoran pajak
- b. Penerimaan setoran tabungan seperti tabungan e' Batara-Pos (BTN), Shar'e (Muamalat), Pos BNI (BNI 46).
- c. Penjualan akta agrarian dan materai.
- d. Penyaluran dana JPS dari Diknas, Depkes, dan Depag.
- e. Pembayaran pension dari PT Taspen, BRI-BTPN-BPR, dan lain-lain

- f. SOPP (system On-line Point Payment) seperti penerimaan tagihan telepon, Kartu pasca bayar Telkomsel dan Indosat, angsuran ADIRA, FIF,BAF, Kartu kredit Citybank, AMRO, dan lain-lain.

5. Bisnis Filateli

Bisnis Filateli terdiri dari:

- a. Penjualan benda-benda pos
- b. Penjualan benda filateli dan perangko Prisma.

3.1.4 Proses Pelayanan Paket Pos oleh PT. Pos Indonesia

Dalam melakukan pelayanan paket pos, PT. Pos Indonesia membagi proses yang dilakukan dalam 4 tahapan :

1. Collecting

Kegiatannya meliputi serangkaian kemampuan untuk pick up service, manajemen loket, penetapan dan manajemen titik layanan.

2. Processing

Kegiatannya meliputi kemampuan manajemen dan metode penyotiran, pengantongan, sistem pengolahan kiriman, dan manajemen infrastruktur pengolahan kiriman pos.

3. Transport

Kegiatannya meliputi penetapan frekuensi dan jadwal keberangkatan angkutan, armada angkutan, manajemen rute angkutan, hingga sistem pengendalian angkutan

4. Delivery

Kegiatannya meliputi pengantaran, pengaturan rute pengantaran, petugas pengantaran, pengaturan pusat-pusat pengantaran.

3.1.5 Jenis Pelayanan Paket yang di sediakan oleh PT. Pos Indonesia

Menurut Keputusan Direktur Jenderal Pos dan Telekomunikasi Nomor: 108/DIRJEN/1994, yang dimaksud dengan paket adalah kemasan yang berisi barang dengan berat maksimalnya adalah 30.000 gram.

Jenis pelayanan untuk paket yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia untuk korespondensi dalam negeri (local) terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Pelayanan pengiriman paket biasa

Untuk pengiriman paket biasa ini tarifnya dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

- Tarif biasa
- Tariff kilat khusus

2. Pelayanan pengiriman paket pos plus/cooperate

Layanan ini berbasis layanan standar yang dimiliki namun telah memuat nilai tambah bagi pengguna jasa. Konsep pos plus ini intinya adalah usaha perusahaan untuk meningkatkan customer responsiveness dengan mengembangkan jenis layanan yang berbentuk negotiable services. Layanan ini menempatkan pelanggan secara khusus tepat sesuai kebutuhannya. Untuk pelayanan pengiriman paket pos plus ini tersedia layanan seperti door to door service, penjemputan barang, pengepakan/pro-posting, kiriman hari ini samapi (khis), kiriman esok sampai (kes) dan pelayanan lain yang diminta oleh pelanggan.

Sedangkan untuk korespondensi internasional disediakan layanan Express Mail Service (EMS). Layanan ini telah menjangkau 45 negara. Kiriman dijamin akan diterima oleh penerima di luar negeri maksimum 72 jam, bahkan untuk Negara-negara asean telah disiapkan layanan next day delivery dan dilengkapi dengan jejak lacak (track and trace system).

Untuk memberikan solusi bagi kiriman dan informasi layanan kepada masyarakat pengguna jasa, PT. Pos Indonesia menyediakan pula pelayanan Halo pos 161, nomor telepon dengan tiga digit yang saat ini sudah tersedia di kurang lebih 100 kota besar di Indonesia.

Untuk semua layanannya, PT.Pos Indonesia memberikan garansi ganti rugi ongkos kirim dan nilai barang apabila terjadi kerusakan atau kehilangan paket kiriman. Layanan tambahan ini didapatkan oleh pelanggan dengan membayar premi sebesar 2,4% ongkos kirim dan 0,24% nilai barang.

PT. Pos Indonesia saat ini berencana untuk melakukan perbaikan, percepatan, peningkatan efisiensi serta produktivitas layanan pos dengan melakukan pemanfaatan teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi informasi ini nantinya akan memanfaatkan jaringan Wasantara Net.

Pengembangan layanan yang akan dilakukan adalah:

- 24 hour customer service
- Pemanfaatan teknologi barcode/kode baris untuk layanan loket, aktivitas pemrosesan hingga pengantaran kiriman pos
- Peningkatan kemampuan jejak lacak kiriman pos dengan memanfaatkan hand-held scanner yang di bawa oleh para pengantar pos
- Komputerisasi loket/point of sales yang terhubung dan terangkai secara online
- Information system dan office automation melalui sistem solusi jarak jauh melalui wasantara net.

3.2 Pengumpulan Data dengan Kuesioner

Dalam penelitian ini, data-data untuk pengukuran kualitas pelayanan (Servqual) serta untuk klasifikasi atribut-atribut pelayanan (Kano Model), diperoleh dari kuesioner yang disebar. Sedangkan data-data yang lain menyangkut : penyusunan respon teknikal, arah pengembangan respon teknikal, korelasi antar respon teknikal, data tingkat kesulitan organisasi dalam karakteristik proses, target, korelasi antara atribut-atribut pelayanan dan respon teknikal dalam penyusunan house of quality level 1, diperoleh dari wawancara dengan pihak pengelola/ manajemen Pos Indonesia serta dari dokumen-dokumen organisasi.

3.2.1 Identifikasi Atribut dan Penyusunan Kuesioner

Untuk mengetahui atribut-atribut pelayanan Jasa Pos Indonesia, dilakukan observasi dan wawancara terhadap para pengunjung Pos Indonesia atas 5 dimensi kualitas pelayanan Jasa Pos Indonesia, yakni : Bukti Langsung (Tangible), Keandalan (Reliability), Daya Tangkap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), dan Empati (Emphaty). Selanjutnya hasil observasi dan wawancara tersebut dengan diperkaya berbagai sumber pustaka yang ada serta konsultasi dengan ahli, dikontruksikan sebagai atribut-atribut pelayanan.

Langkah selanjutnya adalah menyusun kuesioner sebagai instrumen untuk mendapatkan data primer penelitian. Kuesioner terdiri atas tiga bagian, yakni :

- Bagian pertama berisi pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan data-data responden.
- Bagian kedua berkaitan dengan Servqual, berisi harapan (expectation) dan persepsi (perception) responden atas atribut-atribut pelayanan Pos Indonesia.
- Bagian ketiga dengan Kano Model, berisikan tanggapan responden atas kondisi-kondisi positif dan kondisi-kondisi negative atribut-atribut pelayanan.

Adapun atribut-atribut pelayanan Pos Indonesia, sesuai dengan lima dimensi Servqual, adalah :

Bukti Langsung (Tangibles)

1. Lokasi Pos Indonesia

Pos Indonesia merupakan suatu BUMN yang bergerak dalam kegiatan pelayanan lalu lintas informasi, uang dan barang. Oleh karenanya lokasi Pos Indonesia menjadi perhatian dan kebutuhan. Hal ini berkaitan dengan kemudahan untuk dijangkau, strategis, adanya akses transportasi, serta kondisi lingkungan yang nyaman.

2. Kenyamanan ruang pelayanan

Kenyamanan ruang pelayanan juga harus diperhatikan secara baik oleh PT. Pos Indonesia agar para pengguna jasa paket pos merasakan kenyamanan selama proses pengiriman barang berlangsung.

3. Penampilan petugas pelayanan

Terkait dengan kebersihan, kerapihan petugas pelayanan dalam berpenampilan dan berpakaian.

4. Jumlah loket pelayanan

5. Penataan ruangan

Berkaitan dengan bagaimana penataan ruangan pada Pos Indonesia yang dilakukan, apakah cukup menarik dan fungsional untuk aktivitas pelayanan lalu lintas informasi, uang dan barang.

6. Kondisi ruangan
Terkait dengan kondisi fisik ruangan, kenyamanan, dan kebersihan ruangan untuk pelayanan di Pos Indonesia.
7. Fasilitas pendukung lainnya
Seperti : meja, kursi, lem, kertas/plastic/kardus/pembungkus, dan lain-lain.
8. Jumlah kendaraan operasional
9. Jangkauan lokasi tujuan pengiriman
10. Luas area parker

Kehandalan (Reliability)

11. Kesesuaian waktu layanan
Sejauhmana waktu pelayanan (hari dan jam buka-tutup layanan) sesuai dengan ketentuan resmi yang berlaku.
12. Ketepatan waktu pengiriman
Paket/kiriman sampai ke tempat tujuan sesuai dengan yang dijanjikan
13. Keragaman jenis jasa pengiriman paket
Jumlah pilhan layanan pengiriman paket pos yang tersedia yang dapat dipilih oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhannya.

Daya Tangkap (Responsiveness)

14. Kecekatan petugas pelayanan
Berkaitan dengan kemampuan (profesionalisme) petugas dalam melayani pengunjung PT. Pos Indonesia.
15. Kecepatan waktu pelayanan
Menyangkut kecepatan pelayanan yang diberikan oleh petugas, sehingga pengunjung tidak terlalu lama menunggu.
16. Kecepatan pengiriman paket/kiriman
Waktu tempuh yang dibutuhkan bagi paket untuk sampai ke tempat tujuan
17. Kesigapan petugas pelayanan jika ada pertanyaan dan /keluhanHal ini menyangkut sikap, tindakan dan kemampuan petugas apabila ada keluhan dan atau pertanyaan dari pengunjung PT. Pos Indonesia.
18. Adanya upaya tindak lanjut terhadap keluhan
Kemampuan perusahaan untuk melakukan tindak lanjut terhadap keluhan yang disampaikan oleh para pelanggan

Jaminan (Assurance)

19. Kesesuaian harga dengan kecepatan pengiriman
20. Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan dan kehilangan
21. Adanya keamanan paket/kiriman
 - Paket/ kiriman sampai ke tempat tujuan dengan selamat, tanpa terjadi kerusakan/kehilangan
22. Reputasi PT. Pos Indonesia
 - Berkaitan dengan citra, image, dan prestasi PT. Pos Indonesia selama ini
23. Pengetahuan petugas layanan
 - Pengetahuan petugas mengenai jenis pelayanan paket yang diberikan, biaya yang harus dibayar dan jangkauan layanan yang dilakukan oleh penyelenggara jasa pos.

Emphati (Emphaty)

24. Keramah-tamahan petugas layanan
 - Terkait dengan sopan santun, keramahan petugas pelayanan Pos Indonesia (sikap, bahasa, tutur kata) dalam melayani pengunjung Pos Indonesia.
25. Kemudahan untuk memperoleh informasi
 - Pengguna layanan jasa Pos Indonesia dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai layanan paket yang diberikan oleh penyelenggara melalui media : Papan pengumuman, radio, TV, brosur, internet, media cetak (majalah, surat kabar).
26. Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket
27. Kemudahan mencapai tempat pelayanan dan pengiriman
28. Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengunjung
 - Terkait dengan ketersediaan sarana (kotak saran, dll) untuk menampung keluhan, usul dan saran pengunjung Pos Indonesia. Serta sejauh mana hal itu diketahui oleh para pengunjung.

3.2.2 Pengujian Kuesioner

Langkah yang dilakukan setelah kuesioner tersusun adalah melakukan pengujian validitas dan reabilitas kuesioner tersebut. Maksud dari pengujian ini

adalah untuk mendapatkan alat ukur yang sebaik-baiknya, sehingga dapat dipergunakan untuk mengukur obyek yang dikaji.

Uji validitas mengacu pada tingkat kesesuaian antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti atau tingkat kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur apa yang diukur. Data yang valid dapat digunakan untuk mendukung kesimpulan yang ditarik dari skor yang diturunkan dari ukuran. Sedangkan uji reliabilitas didefinisikan sebagai penjelasan dimana pengukuran bebas dari variasi kesalahan acak. Kesalahan acak menurunkan tingkat keandalan hasil pengukuran.

Untuk melakukan uji validitas dan reabilitas, dilakukan penyebaran kuesioner kepada 35 responden, yakni para pengguna jasa layanan paket pos. Dari 35 kuesioner yang disebarkan tersebut, 35 kuesioner kembali dan hanya 32 yang dapat diolah. Selanjutnya adalah melakukan perhitungan uji validitas dan reabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus product moment, sedangkan uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha. Uji validitas dan reabilitas tersebut dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS 15.0. Contoh hasil uji validitas untuk kelompok harapan (expectation) disajikan dalam Tabel 3.1

Nilai r tabel didapatkan dari tabel r product moment dengan taraf signifikansi 5%. Dan N = 35. Masing-masing nilai r perhitungan dibandingkan dengan nilai r tabel. Karena nilai r perhitungan > nilai r tabel, maka butir (atribut) tersebut dinyatakan valid. Sedangkan koefisien alpha yang didapatkan dari perhitungan adalah sebesar 0,750. Nilai tersebut lebih tinggi dari nilai r tabel (0,349). Berarti butir-butir kuesioner tersebut reliable. Rumus product moment adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{((N \sum X^2) - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad (3.1)$$

Dimana : r = Koefisien korelasi

N = Besar sampel yang dipersyaratkan

X = Nilai tiap item

Y = Jumlah nilai seluruh item

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Untuk Kelompok Ekspektasi

BUTIR	NILAI R PERHITUNGAN	NILAI R TABEL	KETERANGAN
1	0,6400	0,349	Valid
2	0,6554	0,349	Valid
3	0,3850	0,349	Valid
4	0,3948	0,349	Valid
5	0,6470	0,349	Valid
6	0,3830	0,349	Valid
7	0,3854	0,349	Valid
8	0,6600	0,349	Valid
9	0,7330	0,349	Valid
10	0,7389	0,349	Valid
11	0,6660	0,349	Valid
12	0,5572	0,349	Valid
13	0,4910	0,349	Valid
14	0,7306	0,349	Valid
15	0,6636	0,349	Valid
16	0,7011	0,349	Valid
17	0,3590	0,349	Valid
18	0,5950	0,349	Valid
19	0,6998	0,349	Valid
20	0,3950	0,349	Valid
21	0,5081	0,349	Valid
22	0,6249	0,349	Valid
23	0,6912	0,349	Valid
24	0,7389	0,349	Valid
25	0,7390	0,349	Valid
26	0,5570	0,349	Valid
27	0,4910	0,349	Valid
28	0,7460	0,349	Valid

3.2.3 Penentuan Jumlah Sampel Minimum

Untuk menentukan jumlah sampel minimum dilakukan dengan perhitungan dengan rumus pers (2.1) yaitu : $N = ((\sigma x Z_{\alpha/2})/E)^2$

Dimana :

σ = standard deviasi populasi (sampel dari pilot sampel) = 0,678

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai distribusi normal untuk $\alpha/2$, dimana untuk $\alpha = 5\%$ maka $Z = 1,96$

E = 10%

Dari hasil perhitungan didapat $N = 177$

3.2.4 Penyebaran Kuesioner

Untuk mendapatkan data primer tentang harapan dan persepsi pengguna jasa layanan paket pos atas atribut-atribut pelayanan paket pos, serta untuk mendapatkan tanggapan atas kondisi-kondisi positif dan negative atas atribut-atribut tersebut, dilakukan penyebaran kuesioner kepada para pengguna jasa layanan paket pos di PT. Pos Indonesia. Penyebaran kuesioner dilakukan secara acak kepada para pengguna jasa layanan paket di PT. Pos Indonesia. Jumlah kuesioner yang disebarkan sebanyak 200 kuesioner. Dari jumlah tersebut kuesioner kembali sebanyak 197, dari jumlah tersebut yang dapat diolah sebanyak 185 kuesioner.

3.2.5 Data-Data Responden

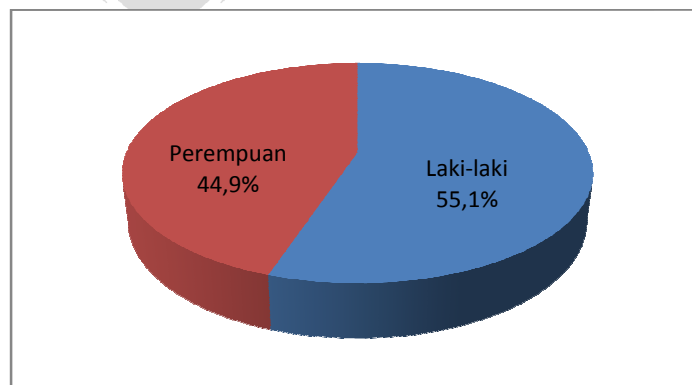
Dari hasil penyebaran kuesioner, data-data untuk kuesioner bagian satu berkaitan dengan identitas responden adalah sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Dari 185 responden, sebagian besar (55,1%) responden adalah laki-laki. Data yang ada menunjukkan bahwa pengunjung laki-laki memang lebih banyak daripada perempuan.

Tabel 3.2 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

JENIS KELAMIN	RESPONDEN	
	Jumlah	Persentase
Laki-laki	102	55,1%
Perempuan	83	44,9%
Total	185	100,0%



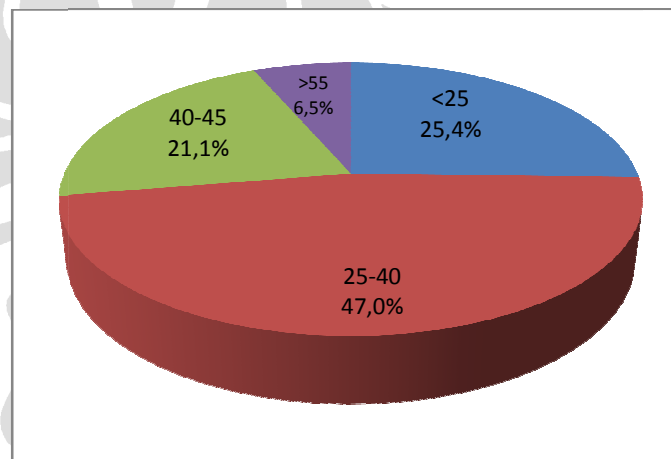
Gambar 3.2. Jenis Kelamin Responden

2. Usia

Dari 185 responden, sebagian besar (47,0%) responden adalah berusia 25-40 tahun.

Tabel 3.3 Berdasarkan Usia Responden

Range Berdasarkan Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase
<25	47	25,4%
25-40	87	47,0%
40-45	39	21,1%
>55	12	6,5%
Total	185	100,0%



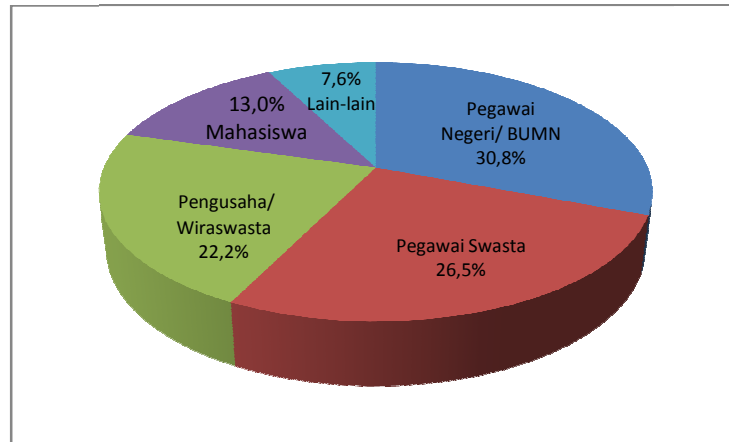
Gambar. 3.3. Berdasarkan Usia Responden

3. Pekerjaan

Sebagian besar responden adalah Pegawai Negeri Sipil/BUMN (30,8%).

Tabel 3.4. Berdasarkan Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negeri/BUMN	57	30,8%
Pegawai Swasta	49	26,5%
Pengusaha/Wiraswasta	41	22,2%
Pelajar/Mahasiswa	24	13,0%
Lain-lain	14	7,6%
Total	185	100,0%



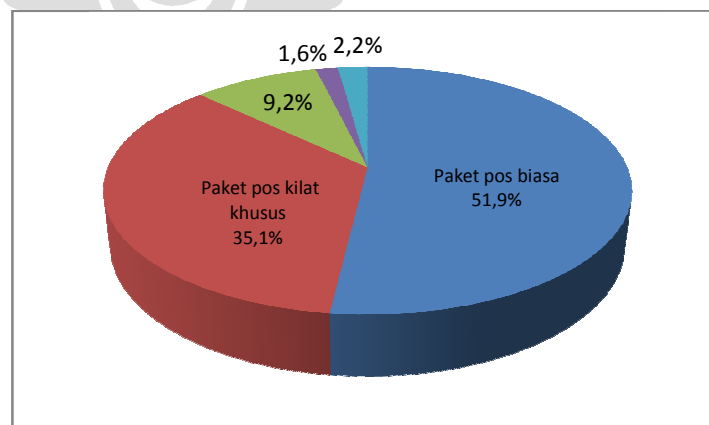
Gambar. 3.4. Berdasarkan Pekerjaan Responden

4. Jenis Layanan Paket

Jenis layanan yang biasa digunakan oleh pengunjung adalah layanan paket pos biasa yaitu sebesar 64,3%. Layanan paket yang memiliki presentase yang kecil adalah layanan paket pos corporate/optimal yaitu sebesar 1,6%.

Tabel 3.5 Berdasarkan Jenis Layanan Paket

Jenis Layanan Paket	Jumlah	Persentase
Paket pos biasa	96	51,9%
Paket pos kilat khusus	65	35,1%
Paket pos cepat luar negeri	17	9,2%
Paket pos corporate	3	1,6%
Lain-lain	4	2,2%
Total	185	100,0%



Gambar 3.5. Jenis Layanan Paket

3.2.6. Pengukuran Servqual

Data-data pengukuran Servqual ini meliputi ekspektasi (harapan) dan persepsi dari responden atas atribut-atribut pelayanan paket pos. Penilaian responden terhadap atribut-atribut tersebut dikelompokkan dalam 5 skala, dengan menggunakan skala likert.

Untuk “Harapan” :

- 1 = Tidak Penting (TP)
- 2 = Kurang Penting (KP)
- 3 = Cukup Penting (CP)
- 4 = Penting (P)
- 5 = Sangat Penting (SP)

Sedangkan untuk “Persepsi” :

- 1 = Sangat Buruk (SBU)
- 2 = Buruk (BU)
- 3 = Cukup (C)
- 4 = Baik (BA)
- 5 = Sangat Baik (SBA)

Rangkuman hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan, untuk harapan responden terhadap atribut pelayanan paket pos seperti tertera dalam tabel 3.6. Sedang persepsi responden terhadap atribut-atribut pelayanan paket pos, rangkuman hasilnya dapat dilihat pada tabel 3.7. Sedangkan tabulasi selengkapnya, data ekspektasi maupun persepsi responden dapat dilihat di Lampiran.

Tabel 3.6. Rangkuman Data Ekspektasi Responden atas Atribut-Atribut Pelayanan Paket Pos

NO	ATRIBUT PELAYANAN	JUMLAH JAWABAN					TOTAL
		TP	KP	CP	P	SP	
1	Lokasi Pos Indonesia	0	2	61	95	27	185
2	Kenyamanan ruangan pelayanan	0	2	16	111	56	185
3	Penampilan petugas pelayanan	2	5	33	103	42	185
4	Jumlah loket/ meja pelayanan	0	3	24	86	72	185
5	Penataan ruangan	2	4	23	99	57	185
6	Kondisi ruangan	0	0	31	101	53	185
7	Fasilitas pendukung lainnya: kursi, meja, lem, dll	0	7	32	94	52	185
8	Jumlah kendaraan operasional	0	6	29	82	68	185
9	Jangkauan lokasi tujuan pengiriman	0	0	12	52	121	185
10	Luas area parker	2	7	34	96	46	185
11	Keseuaian waktu layanan	4	3	23	86	69	185
12	Ketepatan waktu pengiriman	0	0	13	49	123	185
13	Keragaman jenis jasa pengiriman paket	0	0	16	96	73	185
14	Kecekatan petugas pelayanan	0	0	17	83	85	185

Keterangan : TP = Tidak Penting KP = Kurang Penting CP = Cukup Penting P = Penting SP = Sangat Penting

Lanjutan Tabel 3.6. Rangkuman Data Ekspektasi Responden atas Atribut-Atribut Pelayanan Paket Pos

NO	ATRIBUT PELAYANAN	JUMLAH JAWABAN					TOTAL
		TP	KP	CP	P	SP	
15	Kecepatan waktu pelayanan	0	0	13	71	101	185
16	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	0	2	11	59	113	185
17	Kesigapan petugas pelayanan jika ada pertanyaan/ keluhan	0	0	10	84	91	185
18	Adanya upaya tindak lanjut terhadap keluhan	0	0	17	71	97	185
19	Keseuaian harga dengan kecepatan pengiriman	0	2	20	81	82	185
20	Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan dan kehilangan	0	0	18	56	111	185
21	Reputasi PT. Pos Indonesia	0	0	18	75	92	185
22	Adanya keamanan paket/kiriman	0	0	3	81	101	185
23	Pengetahuan petugas	0	0	14	84	87	185
24	Keramah-tamahan petugas layanan	0	0	13	99	73	185
25	Kemudahan memperoleh informasi	0	0	10	84	91	185
26	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket	2	0	12	87	84	185
27	Kemudahan mencapai tempat pelayanan dan pengiriman	0	0	21	87	77	185
28	Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengunjung	0	0	15	92	78	185

Keterangan : TP = Tidak Penting KP = Kurang Penting CP = Cukup Penting P = Penting SP = Sangat Penting

Tabel 3.7. Rangkuman Data Persepsi Responden atas Atribut-Atribut Pelayanan Paket Pos

NO	ATRIBUT PELAYANAN	JUMLAH JAWABAN					TOTAL
		SBU	BU	C	BA	SBA	
1	Lokasi Pos Indonesia	0	3	72	67	43	185
2	Kenyamanan ruangan pelayanan	0	17	98	65	5	185
3	Penampilan petugas pelayanan	6	12	88	69	10	185
4	Jumlah loket/ meja pelayanan	0	17	87	60	21	185
5	Penataan ruangan	0	14	96	72	3	185
6	Kondisi ruangan	0	22	94	64	5	185
7	Fasilitas pendukung lainnya:kursi, meja, lem, dll	2	21	111	48	3	185
8	Jumlah kendaraan operasional	5	18	87	72	3	185
9	Jangkauan lokasi tujuan pengiriman	3	11	73	85	13	185
10	Luas area parker	2	4	90	76	13	185
11	Keseuaian waktu layanan	2	17	103	60	3	185
12	Ketepatan waktu pengiriman	2	29	85	57	12	185
13	Keragaman jenis jasa pengiriman paket	2	12	88	75	8	185
14	Kecekatan petugas pelayanan	2	14	94	64	11	185

Keterangan : SBU = Sangat Buruk B = Buruk C = Cukup BA = Baik SBA = Sangat Baik

Lanjutan Tabel 3.7. Rangkuman Data Persepsi Responden atas Atribut-Atribut Pelayanan Paket Pos

NO	ATRIBUT PELAYANAN	JUMLAH JAWABAN					TOTAL
		SBU	BU	C	BA	SBA	
15	Kecepatan waktu pelayanan	2	25	79	64	15	185
16	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	3	26	65	84	7	185
17	Kesigapan petugas pelayanan jika ada pertanyaan/ keluhan	4	24	81	58	18	185
18	Adanya upaya tindak lanjut terhadap keluhan	4	48	65	63	5	185
19	Keseuaian harga dengan kecepatan pengiriman	2	13	102	58	10	185
20	Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan dan kehilangan	8	42	74	58	3	185
21	Reputasi PT. Pos Indonesia	3	16	86	70	10	185
22	Adanya keamanan paket/kiriman	2	22	88	65	8	185
23	Pengetahuan petugas	2	13	101	50	19	185
24	Keramah-tamahan petugas layanan	4	19	90	59	13	185
25	Kemudahan memperoleh informasi	2	7	91	79	6	185
26	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket	3	22	76	70	14	185
27	Kemudahan mencapai tempat pelayanan dan pengiriman	4	19	78	73	11	185
28	Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengunjung	5	14	88	61	17	185

Keterangan : SBU = Sangat Buruk B = Buruk C = Cukup BA = Baik SBA = Sangat Baik

3.2.6.1 Nilai Ekspektasi

Dari tabel dapat dihitung nilai ekspektasi responden atas atribut-atribut pelayanan jasa paket pos. Perhitungan nilai ekspektasi dilakukan dengan cara :

1. Menghitung skor total masing-masing atribut pelayanan

Skor total didapatkan dari rumusan :

$$\text{Skor Total} = (E1 \times 1) + (E2 \times 2) + (E3 \times 3) + (E4 \times 4) + (E5 \times 5)$$

Dimana :

E1 : jumlah responden dengan jawaban “tidak penting” (TP)

E2 : jumlah responden dengan jawaban “kurang penting” (KP)

E3 : jumlah responden dengan jawaban “cukup penting” (CP)

E4 : jumlah responden dengan jawaban ”penting” (P)

E5 : jumlah responden dengan jawaban “sangat penting” (SP)

Contoh, perhitungan untuk atribut 1, ”Lokasi Pos Indonesia”

$$\text{Skor Total} = (0 \times 1) + (2 \times 2) + (61 \times 3) + (95 \times 4) + (27 \times 5) = 702$$

2. Membagi skor total tersebut dengan jumlah responden

Nilai Ekspektasi = Skor total : Jumlah responden

Contoh : dari skor total atribut 1 pada langkah diatas,

$$\text{Nilai ekspektasi} = 702 : 185 = 3,79$$

Nilai ekspektasi juga dapat disajikan dalam bentuk persentase, yang dihitung dari persentase skor total terhadap skor maksimum. Skor maksimum didapat dari perhitungan seandainya semua responden (185 orang) memilih jawaban 5 (Sangat Penting) untuk suatu atribut. Sehingga skor maksimum = $185 \times 5 = 925$

Contoh : dari perhitungan skor total atribut diatas,

$$\begin{aligned} \text{Nilai ekspektasi (\%)} &= (\text{Skor Total} : \text{Skor Maksimum}) \times 100\% \\ &= (702:925) \times 100\% = 75,89\% \end{aligned}$$

Hasil perhitungan nilai ekspektasi untuk semua atribut pelayanan jasa paket pos, disajikan dalam tabel 3.8.

Tabel 3.8 Nilai Ekspektasi Responden atas Atribut-Atribut Pelayanan Paket

NO	ATRIBUT	SKOR TOTAL	NILAI EKSPEKTASI	(%)
1	Lokasi Pos Indonesia	702	3,79	75,89
2	Kenyamanan ruangan pelayanan	776	4,19	83,89
3	Penampilan petugas pelayanan	733	3,96	79,24
4	Jumlah loket/ meja pelayanan	782	4,23	84,54
5	Penataan ruangan	760	4,11	82,16
6	Kondisi ruangan	762	4,12	82,38
7	Fasilitas pendukung lainnya:kursi,meja lem,dll	746	4,03	80,65
8	Jumlah kendaraan operasional	767	4,15	82,92
9	Jangkauan lokasi tujuan pengiriman	849	4,59	91,78
10	Luas area parker	732	3,96	79,14
11	Keseuaian waktu layanan	768	4,15	83,03
12	Ketepatan waktu pengiriman	850	4,59	91,89
13	Keragaman jenis jasa pengiriman paket	797	4,31	86,16
14	Kecekatan petugas pelayanan	808	4,37	87,35
15	Kecepatan waktu pelayanan	828	4,48	89,51
16	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	838	4,53	90,59
17	Kesigapan petugas pelayanan jika ada pertanyaan/ keluhan	821	4,44	88,76
18	Adanya upaya tindak lanjut terhadap keluhan	820	4,43	88,65
19	Keseuaian harga dengan kecepatan pengiriman	798	4,31	86,27
20	Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan dan kehilangan	833	4,50	90,05
21	Reputasi PT. Pos Indonesia	814	4,40	88,00
22	Adanya keamanan paket/kiriman	838	4,53	90,59
23	Pengetahuan petugas	813	4,39	87,89
24	Keramah-tamahan petugas layanan	800	4,32	86,49
25	Kemudahan memperoleh informasi	821	4,44	88,76
26	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket	806	4,36	87,14
27	Kemudahan mencapai tempat pelayanan dan pengiriman	796	4,30	86,05
28	Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengujung	803	4,34	86,81

3.2.6.2 Nilai Persepsi

Perhitungan nilai persepsi dilakukan dengan cara :

1. Menghitung skor total masing-masing atribut pelayanan.

Skor total didapatkan dari rumusan :

$$\text{Skor Total} = (P1 \times 1) + (P2 \times 2) + (P3 \times 3) + (P4 \times 4) + (P5 \times 5)$$

Dimana :

P1 = jumlah responden dengan jawabab “sangat buruk” (SBU)

P2 = jumlah responden dengan jawaban “buruk” (BU)

P3 = jumlah responden dengan jawaban “cukup” (C)

P4 = jumlah responden dengan jawaban “baik” (BA)

P5 = jumlah responden dengan jawaban “sangat baik” (SBA)

2. Membagi skor total tersebut dengan jumlah responden

Nilai Persepsi = Skor total : Jumlah responden

Contoh : dari skor total atribut 1 pada langkah diatas,

$$\text{Nilai Persepsi} = (0 \times 1) + (3 \times 2) + (72 \times 3) + (67 \times 4) + (43 \times 5) = 705$$

Nilai persepsi juga dapat disajikan dalam bentuk persentase, yang dihitung dari persentase skor total terhadap skor maksimum. Skor maksimum didapat dari perhitungan seandainya semua responden (185 orang) memilih jawaban 5 (Sangat Penting) untuk suatu atribut. Sehingga skor maksimum = $185 \times 5 = 925$

Contoh : dari perhitungan skor total atribut diatas,

$$\begin{aligned} \text{Nilai persepsi (\%)} &= (\text{Skor Total} : \text{Skor Maksimum}) \times 100\% \\ &= (705/925) \times 100\% = 76,23\% \end{aligned}$$

Hasil perhitungan nilai persepsi untuk semua atribut pelayanan jasa paket pos, disajikan dalam tabel.3.9.

Tabel 3.9 Nilai Persepsi Responden atas Atribut-Atribut Pelayanan Paket

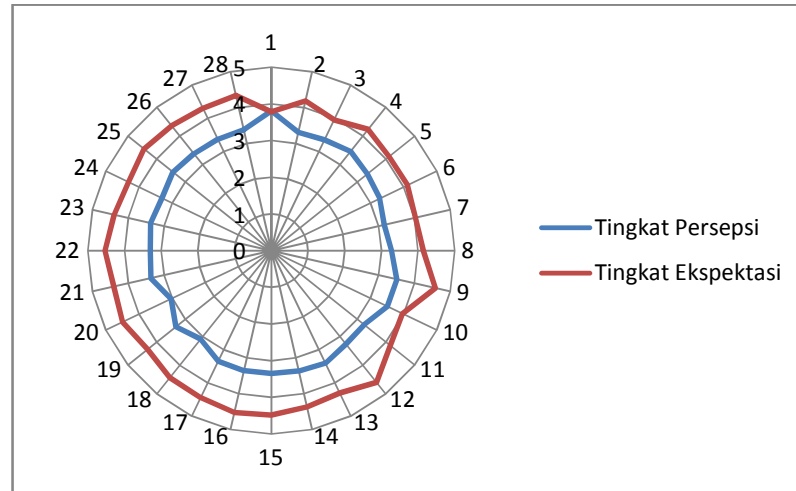
NO	ATRIBUT	SKOR TOTAL	NILAI PERSEPSI	(%)
1	Lokasi Pos Indonesia	705	3,81	76,22
2	Kenyamanan ruangan pelayanan	613	3,31	66,27
3	Penampilan petugas pelayanan	620	3,35	67,03
4	Jumlah loket/ meja pelayanan	640	3,46	69,19
5	Penataan ruangan	619	3,35	66,92
6	Kondisi ruangan	607	3,28	65,62
7	Fasilitas pendukung lainnya:kursi,meja,lem	584	3,16	63,14
8	Jumlah kendaraan operasional	605	3,27	65,41
9	Jangkauan lokasi tujuan pengiriman	649	3,51	70,16
10	Luas area parker	649	3,51	70,16
11	Keseuaian waktu layanan	600	3,24	64,86
12	Ketepatan waktu pengiriman	603	3,26	65,19
13	Keragaman jenis jasa pengiriman paket	630	3,41	68,11
14	Kecekatan petugas pelayanan	623	3,37	67,35
15	Kecepatan waktu pelayanan	620	3,35	67,03
16	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	621	3,36	67,14
17	Kesigapan petugas pelayanan jika ada pertanyaan/ keluhan	617	3,34	66,70
18	Adanya upaya tindak lanjut terhadap keluhan	572	3,09	61,84
19	Keseuaian harga dengan kecepatan pengiriman	616	3,33	66,59
20	Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan dan kehilangan	561	3,03	60,65
21	Reputasi PT. Pos Indonesia	623	3,37	67,35
22	Adanya keamanan paket/kiriman	610	3,3	65,95
23	Pengetahuan petugas	626	3,38	67,68
24	Keramah-tamahan petugas layanan	613	3,31	66,27
25	Kemudahan memperoleh informasi	635	3,43	68,65
26	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket	625	3,38	67,57
27	Kemudahan mencapai tempat pelayanan dan pengiriman	623	3,37	67,35
28	Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengunjung	626	3,38	67,68

3.2.6.3 Skor Servqual

Dengan diketahuinya Nilai Ekspektasi dan Nilai Persepsi, maka skor Saervqual (gap score) dari masing-masing atribut pelayanan jasa paket pos dapat dihitung dengan rumus : Skor Servqual = Nilai Persepsi – Nilai Ekspektasi

Tabel 3.10. Skor Servqual (Gap Score) Atribut-Atribut Pelayanan Paket Pos

NO	ATRIBUT PELAYANAN	NILAI PERSEPSI	NILAI EKSPEKTASI	GAP SCORE
1	Lokasi Pos Indonesia	3,81	3,79	0,02
2	Kenyamanan ruangan pelayanan	3,31	4,19	-0,88
3	Penampilan petugas pelayanan	3,35	3,96	-0,61
4	Jumlah loket/ meja pelayanan	3,46	4,23	-0,77
5	Penataan ruangan	3,35	4,11	-0,76
6	Kondisi ruangan	3,28	4,12	-0,84
7	Fasilitas pendukung lainnya	3,16	4,03	-0,87
8	Jumlah kendaraan operasional	3,27	4,15	-0,88
9	Jangkauan lokasi tujuan pengiriman	3,51	4,59	-1,08
10	Luas area parker	3,51	3,96	-0,45
11	Keseuaian waktu layanan	3,24	4,15	-0,91
12	Ketepatan waktu pengiriman	3,26	4,59	-1,33
13	Keragaman jenis jasa pengiriman paket	3,41	4,31	-0,90
14	Kecekatan petugas pelayanan	3,37	4,37	-1,00
15	Kecepatan waktu pelayanan	3,35	4,48	-1,13
16	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	3,36	4,53	-1,17
17	Kesigapan petugas pelayanan jika ada pertanyaan/ keluhan	3,34	4,44	-1,10
18	Adanya upaya tindak lanjut terhadap keluhan	3,09	4,43	-1,34
19	Keseuaian harga dengan kecepatan pengiriman	3,33	4,31	-0,98
20	Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan dan kehilangan	3,03	4,50	-1,47
21	Reputasi PT. Pos Indonesia	3,37	4,40	-1,03
22	Adanya keamanan paket/kiriman	3,3	4,53	-1,23
23	Pengetahuan petugas	3,38	4,39	-1,01
24	Keramah-tamahan petugas layanan	3,31	4,32	-1,01
25	Kemudahan memperoleh informasi	3,43	4,44	-1,01
26	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket	3,38	4,36	-0,98
27	Kemudahan mencapai tempat pelayanan dan pengiriman	3,37	4,30	-0,93
28	Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengunjung	3,38	4,34	-0,96



Gambar 3.6. Tingkat Kesenjangan Atribut Pelayanan Paket Pos

3.2.7 Kano Model

Data- data yang diperoleh dari 3 kuesioner, yakni tanggapan responden atas pertanyaan-pertanyaan positif dan pertanyaan-pertanyaan negative dari atribut-atribut pelayanan paket pos, menjadi dasar dari klasifikasi Kano Model. Klasifikasi Kano Model dilakukan dengan bantuan tabel Evaluasi Kano Model.

Tabel 3.11. Evaluasi Kano Model Terhadap Kebutuhan Pelanggan

FUNCTIONAL QUESTION	DYSFUNCTIONAL QUESTION				
	(1) Like	(2) Must be	(3) Neutral	(4) Live with	(5) Dislike
(1) Like	Q	A	A	A	O
(2) Must be	R	I	I	I	M
(3) Neutral	R	I	I	I	M
(4) Live with	R	I	I	I	M
(5) Dislike	R	R	R	R	Q

Catatan : A = Attractive; M = Must-be; R = Reverse; O = One-dimensional;
Q = Questionable; I = Indifferent

Sumber : Kurtz Matzler, et al, "How to Delight Your Customers", Journal of Product & Brand Management, Vol. 5, No. 2, 1996, p.10.

Tabel 3.12. Jumlah Responden dan Pilihan Klasifikasi Atribut-Atribut Pelayanan Paket Pos

NO	ATRIBUT PELAYANAN	JUMLAH JAWABAN						TOTAL
		A	M	O	I	R	Q	
1	Lokasi Pos Indonesia	45	68	38	33	1	0	185
2	Kenyamanan ruangan pelayanan	33	72	41	32	0	7	185
3	Penampilan petugas pelayanan	12	46	73	50	1	3	185
4	Jumlah loket/ meja pelayanan	29	65	54	32	0	5	185
5	Penataan ruangan	27	74	49	34	0	1	185
6	Kondisi ruangan	30	41	91	21	0	2	185
7	Fasilitas pendukung lainnya:kursi,meja,lem, dll	21	48	76	31	0	9	185
8	Jumlah kendaraan operasional	24	72	45	37	2	5	185
9	Jangkauan lokasi tujuan pengiriman	78	22	46	35	0	4	185
10	Luas area parker	16	74	62	24	3	6	185
11	Kesesuaian waktu layanan	50	16	78	35	1	5	185
12	Ketepatan waktu pengiriman	45	35	62	34	3	6	185
13	Keragaman jenis jasa pengiriman paket	35	56	60	34	0	0	185
14	Kecekatan petugas pelayanan	32	56	54	43	0	0	185

Keterangan : A = Attractive M = Must be O = One-dimensional I = Indifferent R = Reverse Q = Questionable

Lanjutan Tabel 3.12. Jumlah Responden dan Pilihan Klasifikasi Atribut-Atribut Pelayanan Paket Pos

NO	ATRIBUT PELAYANAN	JUMLAH JAWABAN						TOTAL
		A	M	O	I	R	Q	
15	Kecepatan waktu pelayanan	24	54	66	41	0	0	185
16	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	31	41	75	37	1	0	185
17	Kesigapan petugas pelayanan jika ada pertanyaan/keluhan	50	49	64	21		1	185
18	Adanya upaya tindak lanjut terhadap keluhan	20	55	73	35	1	1	185
19	Kesesuaian harga dengan kecepatan pengiriman	33	35	87	30	0	0	185
20	Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan dan kehilangan	29	45	80	29	1	1	185
21	Reputasi PT. Pos	31	40	82	31	1	0	185
22	Adanya keamanan paket/kiriman	31	41	85	25	3	0	185
23	Pengetahuan petugas	19	69	51	46	0	0	185
24	Keramah-tamahan petugas layanan	31	31	89	30	4	0	185
25	Kemudahan memperoleh informasi	20	73	65	27	0	0	185
26	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket	79	18	50	37	1	0	185
27	Kemudahan mencapai tempat pelayanan dan pengiriman	34	43	79	27	2	0	185
28	Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengunjung	31	44	70	38	2	0	185

Keterangan : A = Attractive M = Must be O = One-dimensional I = Indifferent R = Reverse Q = Questionable

Tabel 3.13 Persentase Jumlah Responden dan Pilihan Klasifikasi Atribut-Atribut Pelayanan Paket Pos

NO	ATRIBUT PELAYANAN	JUMLAH JAWABAN						TOTAL (%)
		A	M	O	I	R	Q	
1	Lokasi Pos Indonesia	24,32	36,76	20,54	17,84	0,54	0,00	100
2	Kenyamanan ruangan pelayanan	17,84	38,92	22,16	17,30	0,00	3,78	100
3	Penampilan petugas pelayanan	6,49	24,86	39,46	27,03	0,54	1,62	100
4	Jumlah loket/ meja pelayanan	15,68	35,14	29,19	17,30	0,00	2,70	100
5	Penataan ruangan	14,59	40,00	26,49	18,38	0,00	0,54	100
6	Kondisi ruangan	16,22	22,16	49,19	11,35	0,00	1,08	100
7	Fasilitas pendukung lainnya:kursi,meja,lem,dll	11,35	25,95	41,08	16,76	0,00	4,86	100
8	Jumlah kendaraan operasional	12,97	38,92	24,32	20,00	1,08	2,70	100
9	Jangkauan lokasi tujuan pengiriman	42,16	11,89	24,86	18,92	0,00	2,16	100
10	Luas area parker	8,65	40,00	33,51	12,97	1,62	3,24	100
11	Kesesuaian waktu layanan	27,03	8,65	42,16	18,92	0,54	2,70	100
12	Ketepatan waktu pengiriman	24,32	18,92	33,51	18,38	1,62	3,24	100
13	Keragaman jenis jasa pengiriman paket	18,92	30,27	32,43	18,38	0,00	0,00	100
14	Kecekatan petugas pelayanan	17,30	30,27	29,19	23,24	0,00	0,00	100

Keterangan : A = Attractive M = Must be O = One-dimensional I = Indifferent R = Reverse Q = Questionable

Lanjutan Tabel 3.13 Persentase Jumlah Responden dan Pilihan Klasifikasi Atribut-Atribut Pelayanan Paket Pos

NO	ATRIBUT PELAYANAN	JUMLAH JAWABAN						TOTAL (%)
		A	M	O	I	R	Q	
15	Kecepatan waktu pelayanan	12,97	29,19	35,68	22,16	0,00	0,00	100
16	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	16,76	22,16	40,54	20,00	0,54	0,00	100
17	Kesigapan petugas pelayanan jika ada pertanyaan/keluhan	27,03	34,59	26,49	11,35	0,00	0,54	100
18	Adanya upaya tindak lanjut terhadap keluhan	10,81	29,73	39,46	18,92	0,54	0,54	100
19	Kesesuaian harga dengan kecepatan pengiriman	17,84	18,92	47,03	16,22	0,00	0,00	100
20	Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan dan kehilangan	15,68	24,32	43,24	15,68	0,54	0,54	100
21	Reputasi PT. Pos	16,76	21,62	44,32	16,76	0,54	0,00	100
22	Adanya keamanan paket/kiriman	16,76	22,16	45,95	13,51	1,62	0,00	100
23	Pengetahuan petugas	10,27	37,30	27,57	24,86	0,00	0,00	100
24	Keramah-tamahan petugas layanan	16,76	16,76	48,11	16,22	2,16	0,00	100
25	Kemudahan memperoleh informasi	10,81	39,46	35,14	14,59	0,00	0,00	100
26	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket	42,70	9,73	27,03	20,00	0,54	0,00	100
27	Kemudahan mencapai tempat pelayanan dan pengiriman	18,38	23,24	42,70	14,59	1,08	0,00	100
28	Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengunjung	16,76	23,78	37,84	20,54	1,08	0,00	100

Keterangan : A = Attractive M = Must be O = One-dimensional I = Indifferent R = Reverse Q = Questionable

Tabel 3.14. Kategori Atribut-Atribut Pelayanan Paket Pos

No	ATRIBUT	KANO KATEGORI
1	Lokasi Pos Indonesia	M
2	Kenyamanan ruangan pelayanan	M
3	Penampilan petugas pelayanan	O
4	Jumlah loket/ meja pelayanan	M
5	Penataan ruangan	M
6	Kondisi ruangan	O
7	Fasilitas pendukung lainnya:kursi,meja,lem,dll	O
8	Jumlah kendaraan operasional	M
9	Jangkauan lokasi tujuan pengiriman	A
10	Luas Area Parkir	M
11	Kesesuaian waktu layanan	O
12	Ketepatan waktu pengiriman	O
13	Keragaman jenis jasa pengiriman paket	O
14	Kecekatan petugas pelayanan	M
15	Kecepatan waktu pelayanan	O
16	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	M
17	Kesigapan petugas pelayanan jika ada pertanyaan/keluhan	M
18	Adanya upaya tindak lanjut terhadap keluhan	O
19	Kesesuaian harga dengan kecepatan pengiriman	O
20	Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan dan kehilangan	O
21	Reputasi PT. Pos	O
22	Adanya keamanan paket/kiriman	O
23	Pengetahuan petugas	M
24	Keramah-tamahan petugas layanan	M
25	Kemudahan memperoleh informasi	O
26	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket	A
27	Kemudahan mencapai tempat pelayanan dan pengiriman	O
28	Sarana untuk mengerti harapan,keluhan dan saran pengunjung	O

3.3 Penyusunan House Of Quality (QFD) Level 1

Pada intinya, dalam menyusun House of Quality level 1, diperlukan data-data berkaitan dengan customer requirements yang merupakan atribut pelayanan paket pos serta respon teknis dari pengelola/manajemen PT. Pos Indonesia. Atribut pelayanan merupakan penggabungan antara metode Servqual dan Kano Model. Oleh karenanya diperlukan penyesuaian tingkat kepentingan (adjusted importance) atribut pelayanan sebelum dimasukkan dalam house of quality. Untuk itu diperlukan perhitungan nilai adjusted importance dari atribut-atribut pelayanan tersebut.

3.3.1 Adjusted Importance Atribut

Untuk menghitung adjusted importance, diperlukan langkah-langkah :

1. Menghitung satisfaction score

Satisfaction score mempunyai rumusan :

$$\text{Satisfaction Score} = \text{Gap Score} \times \text{Tingkat Kepentingan}$$

Tingkat kepentingan diperoleh dengan melihat skor total ekspektasi tiap-tiap atribut kualitas pelayanan, apakah berada pada area tidak penting, kurang penting, cukup penting, penting atau sangat penting ? Untuk itu harus ditentukan nilai untuk masing-masing tingkat kepentingan jika seluruh responden memilih tingkatan tersebut.

Tidak Penting	Nilai Tengah	Kurang Penting	Nilai Tengah	Cukup Penting	Nilai Tengah	Penting	Nilai Tengah	Sangat Penting
185	277,5	370	462,5	555	647,5	740	832,5	925

Selanjutnya nilai tiap-tiap atribut kualitas pelayanan paket PT. Pos Indonesia dilihat, masuk dalam area mana?

Contoh : Skor total 3, “penampilan petugas pelayanan” adalah 733

Selanjutnya dilihat masuk dalam area mana, ternyata masuk dalam area “penting”. Berarti tingkat kepentingan atribut 3 adalah 4 (=penting).

Tabel 3.15. memperlihatkan tingkat kepentingan seluruh atribut kualitas pelayanan.

Tabel 3.15. Tingkat Kepentingan Atribut Pelayanan Paket Pos

No	ATRIBUT	SKOR TOTAL	TINGKAT KEPENTINGAN
1	Lokasi Pos Indonesia	702	4
2	Kenyamanan ruangan pelayanan	776	4
3	Penampilan petugas pelayanan	733	4
4	Jumlah loket/ meja pelayanan	782	4
5	Penataan ruangan	760	4
6	Kondisi ruangan	762	4
7	Fasilitas pendukung lainnya:kursi,meja,lem,dll	746	4
8	Jumlah kendaraan operasional	767	4
9	Jangkauan lokasi tujuan pengiriman	849	5
10	Luas area parker	732	4
11	Keseuaian waktu layanan	768	4
12	Ketepatan waktu pengiriman	850	5
13	Keragaman jenis jasa pengiriman paket	797	4
14	Kecekatan petugas pelayanan	808	4
15	Kecepatan waktu pelayanan	828	4
16	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	838	5
17	Kesigapan petugas pelayanan jika ada pertanyaan/ keluhan	821	4
18	Adanya upaya tindak lanjut terhadap keluhan	820	4
19	Keseuaian harga dengan kecepatan pengiriman	798	4
20	Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan dan kehilangan	833	5
21	Reputasi PT. Pos Indonesia	814	4
22	Adanya keamanan paket/kiriman	838	5
23	Pengetahuan petugas	813	4
24	Keramah-tamahan petugas layanan	800	4
25	Kemudahan memperoleh informasi	821	4
26	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket	806	4
27	Kemudahan mencapai tempat pelayanan dan pengiriman	796	4
28	Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengunjung	803	4

Setelah tingkat kepentingan diketahui, perhitungan Satisfaction Score dilakukan.

Contoh : satisfaction score atribut 3, “penampilan petugas pelayanan”

Gap score atribut 3 = -0,61

Tingkat kepentingan = 4

Satisfaction Score = $4 \times -0,61 = -2,44$

Tabel 3.15 memperlihatkan hasil perhitungan satisfaction score untuk semua atribut kualitas pelayanan paket pos.

2. Setelah satisfaction score diketahui, maka langkah berikutnya untuk menghitung adjusted importance, dengan mengalikan satisfaction score dengan nilai Kano Category.

✚ Atribut kategori A = 4

✚ Atribut kategori O = 2

✚ Atribut kategori M = 1

Contoh : Untuk atribut 3, “penampilan petugas pelayanan”

Kano Category = O

Nilai Kano Category = 2

Satisfaction Score = -2,44

Adjusted Importance = $-2,44 \times 2 = 4,88$

Tabel 3.16. memperlihatkan hasil perhitungan adjusted importance untuk setiap atribut pelayanan paket pos. Nilai adjusted importance yang dipakai adalah nilai absolute.

**Tabel 3.16. Customer Satisfaction Score (CSS) Atribut Kualitas
Pelayanan Paket Pos**

No	ATRIBUT	GAP SCORE	TINGKAT KEPENTINGAN	CSS
1	Lokasi Pos Indonesia	0,02	4	0,08
2	Kenyamanan ruangan pelayanan	-0,88	4	-3,52
3	Penampilan petugas pelayanan	-0,61	4	-2,44
4	Jumlah loket/ meja pelayanan	-0,77	4	-3,08
5	Penataan ruangan	-0,76	4	-3,04
6	Kondisi ruangan	-0,84	4	-3,36
7	Fasilitas pendukung lainnya	-0,87	4	-3,48
8	Jumlah kendaraan operasional	-0,88	4	-3,52
9	Jangkauan lokasi tujuan pengiriman	-1,08	5	-5,40
10	Luas area parker	-0,45	4	-1,80
11	Keseuaian waktu layanan	-0,91	4	-3,64
12	Ketepatan waktu pengiriman	-1,33	5	-6,65
13	Keragaman jenis jasa pengiriman paket	-0,90	4	-3,60
14	Kecekatan petugas pelayanan	-1,00	4	-4,00
15	Kecepatan waktu pelayanan	-1,13	4	-4,52
16	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	-1,17	5	-5,85
17	Kesigapan petugas pelayanan jika ada pertanyaan/ keluhan	-1,10	4	-4,40
18	Adanya upaya tindak lanjut terhadap keluhan	-1,34	4	-5,36
19	Keseuaian harga dengan kecepatan pengiriman	-0,98	4	-3,92
20	Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan dan kehilangan	-1,47	5	-7,35
21	Reputasi PT. Pos Indonesia	-1,03	4	-4,12
22	Adanya keamanan paket/kiriman	-1,23	5	-6,15
23	Pengetahuan petugas	-1,01	4	-4,04
24	Keramah-tamahan petugas layanan	-1,01	4	-4,04
25	Kemudahan memperoleh informasi	-1,01	4	-4,04
26	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket	-0,98	4	-3,92
27	Kemudahan mencapai tempat pelayanan dan pengiriman	-0,93	4	-3,72
28	Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengunjung	-0,96	4	-3,84

Tabel 3.16. Adjusted Importance Atribut-Atribut Pelayanan Paket Pos

No	ATRIBUT	BOBOT KANO	ADJUSTED IMPORTANCE
1	Lokasi Pos Indonesia	1	0,08
2	Kenyamanan ruangan pelayanan	1	3,52
3	Penampilan petugas pelayanan	2	4,88
4	Jumlah loket/ meja pelayanan	1	3,08
5	Penataan ruangan	1	3,04
6	Kondisi ruangan	2	6,72
7	Fasilitas pendukung lainnya	2	6,96
8	Jumlah kendaraan operasional	1	3,52
9	Jangkauan lokasi tujuan pengiriman	4	21,60
10	Luas area parker	1	1,80
11	Keseuaian waktu layanan	2	7,28
12	Ketepatan waktu pengiriman	2	13,30
13	Keragaman jenis jasa pengiriman paket	2	7,20
14	Kecekatan petugas pelayanan	1	4,00
15	Kecepatan waktu pelayanan	2	9,04
16	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	2	11,70
17	Kesigapan petugas pelayanan jika ada pertanyaan/ keluhan	2	8,80
18	Adanya upaya tindak lanjut terhadap keluhan	2	10,72
19	Keseuaian harga dengan kecepatan pengiriman	2	7,84
20	Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan dan kehilangan	2	14,70
21	Reputasi PT. Pos Indonesia	2	8,24
22	Adanya keamanan paket/kiriman	2	12,30
23	Pengetahuan petugas	1	4,04
24	Keramah-tamahan petugas layanan	1	4,04
25	Kemudahan memperoleh informasi	2	8,08
26	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket	4	15,68
27	Kemudahan mencapai tempat pelayanan dan pengiriman	2	7,44
28	Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengunjung	2	7,68

3.3.2 Respon Teknikal

Dari hasil wawancara dan penelusuran dokumen organisasi PT. Pos Indonesia, dapat diketahui respon teknis. Respon teknis merupakan penterjemahan kebutuhan konsumen ke dalam bahasa perusahaan atau organisasi.

Daftar Informasi teknis yang telah dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Usaha peningkatan kinerja melalui training
2. Penataan dan pembaharuan interior ruangan
3. Perawatan dan pemeliharaan gedung
4. Peningkatan kinerja waktu dan standarisasi waktu tempuh kiriman pos
Yang dimaksud disini adalah berbagai usaha yang dilakukan untuk mengurangi waktu tempuh pengadaan standarisasi waktu tempuh untuk jenis pelayanan yang dan jarak tempuh tertentu.
5. Perluasan titik layanan dengan pola kerjasama
Pembangunan jaringan pos dewasa ini dikembangkan melalui strategi pengembangan titik layanan yang diarahkan melalui kerjasama kemitraan dengan pemerintah daerah, BKKBN dan juga melalui sistem waralaba (franchising).
6. Pengembangan jaringan angkutan dengan pola kemitraan yang saling menguntungkan.
7. Penyempurnaan Standard Operating Procedure (SOP) penerimaan paket
Prosedur penerimaan paket mencakup kegiatan collecting dan processing kiriman paket.
8. Penyempurnaan SOP pengiriman paket
Prosedur pengiriman paket mencakup kegiatan transport dan delivery
9. Standarisasi peralatan dan sistem informasinya (sistem pendukung)
10. Mekanisasi dan otomatisasi berbagai layanan manual
11. Pengembangan sistem informasi layanan dan pelaporan melalui pemanfaatan Wasantara Net.
12. Pengiriman barang dengan sarana jejak lacak/ track and trace
Peningkatan kemampuan jejak lacak kiriman pos dengan memanfaatkan hand-held scanner yang dibawa oleh para pengantar pos.

13. Pemanfaatan teknologi barcode/ kode baris untuk layanan loket, aktivitas pemrosesan hingga pengantaran kiriman pos.
14. Komputerisasi loket/ point of sales yang terhubung dan terangkai secara online.
15. Pengembangan SDM yang professional baik level operasional maupun level manajerial.
16. Peningkatan pemasaran yang intensif dilakukan dengan melakukan peningkatan kegiatan promosi melalui berbagai media.
17. Sikap tanggap terhadap keluhan pelanggan melalui peningkatan layanan penyediaan informasi yang diberikan oleh Halo Pos-161.
18. 24 hours customer service
19. Optimasi penyediaan kotak saran
20. Mengembangkan jenis layanan pengiriman paket yang memenuhi tuntutan dan selera masyarakat dilakukan dengan melakukan penyempurnaan layanan pos corporate dengan melakukan penelitian pasar.
21. Penyediaan garansi terhadap kehilangan/kerusakan dan keterlambatan
Pada saat ini PT. Pos Indonesia telah memberikan garansi ganti rugi terhadap kehilangan dan kerusakan dari paket kiriman. Tetapi sampai saat ini belum diberikan layanan garansi ganti rugi untuk keterlambatan paket kiriman. Hal ini belum dilakukan karena belum ada standarisasi dari waktu tempuh kiriman untuk jenis layanan dan tujuan kiriman tertentu.
22. Peningkatan pengadopsian sistem ISO dalam melakukan pelayanan pengiriman paket pos di seluruh Sentral Pelayanan Pos (SPP)
23. Penyediaan papan pengumuman
24. Survey kepuasan pengguna jasa paket pos

3.3.3 Hubungan Antara Respon Teknikal dan Atribut-Atribut Pelayanan

Dalam menyusun house of quality level 1, hal penting yang dilakukan adalah melihat hubungan antara respon teknis dan atribut produk atau pelayanan. Hubungan tersebut disusun dalam bentuk matrik. Matrik ini menilai kuat tidaknya hubungan antara respon teknis dan atribut produk atau pelayanan yang merupakan kebutuhan customer.

Hubungan tersebut dapat merupakan hubungan yang kuat, sedang ataupun lemah. Masing-masing hubungan dalam house of quality dilambangkan dalam bentuk symbol.

- ✚ Hubungan kuat (●), hubungan kuat antara respon teknikal dan atribut pelayanan, bobot keterhubungan = 9
- ✚ Hubungan sedang (○), hubungan sedang antara respon teknikal dan atribut pelayanan, bobot keterhubungan = 3
- ✚ Hubungan lemah (△), hubungan lemah antara respon teknikal dan atribut pelayanan, bobot keterhubungan = 1

Tabel 3.17. menyajikan hubungan antara setiap respon teknikal dengan atribut-atribut pelayanan paket pos.

Tabel 3.18. Korelasi Antara Atribut Pelayanan Paket Pos

RESPON TEKNIKAL	ATRIBUT PELAYANAN	HUBUNGAN		
		Kuat	Sedang	Lemah
Usaha peningkatan kinerja melalui training	Keramah-tamahan petugas layanan		○	
	Kecekatan petugas pelayanan		○	
	Pengetahuan petugas	●		
Penataan dan pembaharuan interior ruangan	Kondisi ruangan		○	
	Reputasi PT. Pos		○	
Perawatan dan pemeliharaan gedung	Kondisi ruangan		○	
	Reputasi PT. Pos		○	
Peningkatan kinerja waktu dan standarisasi waktu tempuh kiriman pos	Ketepatan waktu pengiriman	●		
	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	●		
	Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan, dan kehilangan	●		
	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket		○	
Perluasan titik layanan dengan pola kerja sama	Kecepatan pengiriman paket			△
	Kemudahan untuk mencapai tempat pelayanan dan pengiriman		○	

Lanjutan Tabel 3.18. Korelasi Antara Atribut Pelayanan Paket Pos

RESPON TEKNIKAL	ATRIBUT PELAYANAN	HUBUNGAN		
		Kuat	Sedang	Lemah
Pengembangan jaringan angkutan	Jumlah kendaraan operasional		○	
	Ketepatan waktu pengiriman	●		
	Keragaman jenis jasa pengiriman paket		○	
	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	●		
	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket			△
Penyempurnaan SOP Penerimaan paket	Kenyamanan ruangan pelayanan		○	
	Jumlah loket/meja pelayanan		○	
	Fasilitas pendukung lainnya		○	
	Kesesuaian waktu layanan	●		
	Ketepatan waktu pengiriman	●		
	Kecepatan waktu pelayanan	●		
	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	●		
	Pengetahuan petugas		○	
	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket		○	
Penyempurnaan SOP Pengiriman paket	Ketepatan waktu pengiriman	●		
	Adanya keamanan paket	●		
	Kecepatan pengiriman paket/kiriman		○	
Standarisasi peralatan dan sistem informasinya	Ketepatan waktu pengiriman			△
	Kecepatan pengiriman paket/kiriman			△
	Kecepatan pelayanan petugas		○	
	Adanya keamanan paket/kiriman		○	
Mekanisasi dan otomatisasi berbagai layanan manual	Ketepatan waktu pengiriman		○	
	Kecepatan pengiriman paket/kiriman	●		
	Kecepatan pelayanan petugas		○	

Lanjutan Tabel 3.18. Korelasi Antara Atribut Pelayanan Paket Pos

RESPON TEKNIKAL	ATRIBUT PELAYANAN	HUBUNGAN		
		Kuat	Sedang	Lemah
Pengembangan sistem informasi layanan dengan pelaporan melalui pemanfaatan wasantara net	Ketepatan waktu pengiriman			△
	Adanya keamanan paket/kiriman			△
	Pengetahuan petugas			△
Pengiriman barang dengan sarana jejak lacak	Ketepatan waktu pengiriman			△
	Adanya keamanan paket/kiriman	●		
Pemanfaatan teknologi barcode	Ketepatan waktu pengiriman			△
	Adanya keamanan paket/kiriman		○	
Komputerisasi loket/titik layanan yang terhubung dan terangkai secara on line	Ketepatan waktu pengiriman		○	
	Kecepatan pengiriman paket/kiriman		○	
	Adanya keamanan paket/kiriman		○	
	Pengetahuan petugas		○	
Pengembangan SDM yang profesional baik level operasional maupun manajerial	Penampilan petugas pelayanan		○	
	Ketepatan waktu pengiriman			△
	Adanya keamanan paket/kiriman		○	
	Keramah-tamahan petugas pelayanan		○	
Peningkatan kegiatan promosi melalui berbagai media	Kemudahan memperoleh informasi	●		
Peningkatan layanan penyediaan informasi yang diberikan oleh halo pos	Kemudahan memperoleh informasi	●		
24 hours customer service	Kemudahan memperoleh informasi	●		
	Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengunjung		○	
Optimasi penyediaan kotak saran	Kemudahan memperoleh informasi		○	
	Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengunjung		○	

Lanjutan Tabel 3.18. Korelasi Antara Atribut Pelayanan Paket Pos

RESPON TEKNIKAL	ATRIBUT PELAYANAN	HUBUNGAN		
		Kuat	Sedang	Lemah
Penyempurnaan layanan pos cooperate	Keragaman jenis jasa pengiriman paket	●		
Peningkatan pengadopsian sistem ISO	Pengetahuan petugas			△
	Kecepatan pengiriman paket/kiriman			△
	Adanya keamanan paket			△
	Ketepatan waktu pengiriman			△
Penyediaan papan pengumuman	Fasilitas pendukung lainnya		○	
	Kemudahan memperoleh informasi	●		
	Tersedianya informasi waktu dan biaya pengiriman paket/kiriman			△
	Kesesuaian waktu layanan			△
Penyediaan garansi	Garansi/ganti rugi terhadap keterlambatan, kerusakan dan kehilangan	●		
Survey kepuasan pengguna jasa paket pos	Sarana untuk mengerti harapan, keluhan dan saran pengunjung	●		
	Reputasi PT. Pos Indonesia		○	

3.3.4 Arah Pengembangan Respon Teknikal

Respon Teknikal sebagai bentuk penterjemahan kebutuhan konsumen oleh perusahaan atau organisasi mempunyai arah pengembangan dan target yang akan dicapai. Arah pengembangan dapat naik, tetap, atau turun. Sedangkan target dapat berupa angka-angka kuantitatif maupun gambaran kualitatif.

Dalam house of quality, arah pengembangan respon teknikal digambarkan dengan symbol, sebagai berikut :

↑	Arah naik pengembangan respon teknikal
○	Arah tetap pengembangan respon teknikal
↓	Arah turun pengembangan respon teknikal

Tabel 3.19. Arah Pengembangan Respon Teknikal Pelayanan Paket Pos

NO	RESPON TEKNIKAL	ARAH PENGEMBANGAN
1	Usaha peningkatan kinerja melalui training	Naik
2	Penataan dan pembaharuan interior ruangan	Naik
3	Perawatan dan pemeliharaan gedung	Tetap
4	Peningkatan kinerja waktu dan standarisasi waktu tempuh kiriman pos	Naik
5	Perluasan titik layanan dengan pola kerja sama	Naik
6	Pengembangan jaringan angkutan	Naik
7	Penyempurnaan SOP Penerimaan paket	Naik
8	Penyempurnaan SOP Pengiriman paket	Naik
9	Standarisasi peralatan dan sistem informasinya	Naik
10	Mekanisasi dan otomatisasi berbagai layanan manual	Naik
11	Pengembangan sistem informasi layanan dengan pelaporan melalui pemanfaatan wasantara net	Tetap
12	Pengiriman barang dengan sarana jejak lacak	Naik
13	Pemanfaatan teknologi barcode	Naik
14	Komputerisasi loket/titik layanan yang terhubung dan terangkai secara on line	Naik
15	Pengembangan SDM yang profesional baik level operasional maupun manajerial	Naik
16	Peningkatan kegiatan promosi melalui berbagai media	Naik
17	Peningkatan layanan penyediaan informasi yang diberikan oleh halo pos	Naik
18	24 hours customer service	Naik
19	Optimasi penyediaan kotak saran	Naik
20	Penyempurnaan layanan pos cooperate	Naik
21	Penyediaan garansi	Naik
22	Peningkatan pengadopsian sistem ISO	Naik
23	Penyediaan papan pengumuman	Tetap
24	Survey kepuasan pengguna jasa paket pos	Tetap

3.3.5 Bobot Respon Teknikal

Bobot respon teknikal merupakan penilaian untuk setiap respon teknikal yang dihitung berdasarkan tingkat keterhubungan (relationship matrix) antar respon teknikal terhadap keinginan pelanggan dan tingkat kepentingan dari keinginan pelanggan yang memiliki hubungan dengan respon teknikal tersebut. Bobot respon teknikal merupakan suatu ukuran yang menunjukkan respon teknikal yang perlu mendapatkan perhatian atau diprioritaskan dalam hubungannya dengan pemenuhan keinginan pelanggan. Perhitungan nilai

kepentingan absolute (absolute importance-AI) dan nilai kepentingan relative (relative importance-RI) yang digunakan adalah sebagai berikut :

Kepentingan Absolut = \sum (Tingkat kepentingan keinginan pelanggan x Bobot

$$\text{Keterhubungan}) \quad (3.3)$$

$$\text{Kepentingan Relative} = \frac{\text{Kepentingan Absolut}}{\sum \text{Kepentingan Absolut Respon Teknikal}} \quad (3.4)$$

Tabel 3.20. Nilai Bobot Respon Teknikal

NO	RESPON TEKNIKAL	AI	RI (%)
1	Usaha peningkatan kinerja melalui training	60,5	1,99
2	Penataan dan pembaharuan interior ruangan	44,9	1,48
3	Perawatan dan pemeliharaan gedung	44,9	1,48
4	Peningkatan kinerja waktu dan standarisasi waktu tempuh kiriman pos	404,3	13,32
5	Perluasan titik layanan dengan pola kerja sama	73,9	2,44
6	Pengembangan jaringan angkutan	272,8	8,99
7	Penyempurnaan SOP Penerimaan paket	471,7	15,55
8	Penyempurnaan SOP Pengiriman paket	265,5	8,75
9	Standarisasi peralatan dan sistem informasinya	89	2,93
10	Mekanisasi dan otomatisasi berbagai layanan manual	145,2	4,79
11	Pengembangan sistem informasi layanan dengan pelaporan melalui pemanfaatan wasantara net	29,6	0,98
12	Pengiriman barang dengan sarana jejak lacak	124	4,09
13	Pemanfaatan teknologi barcode	50,2	1,65
14	Komputerisasi loket/titik layanan yang terhubung dan terangkai secara on line	124	4,09
15	Pengembangan SDM yang profesional baik level operasional maupun manajerial	77	2,54
16	Peningkatan kegiatan promosi melalui berbagai media	72,7	2,39
17	Peningkatan layanan penyediaan informasi yang diberikan oleh halo pos	72,7	2,39
18	24 hours customer service	95,8	3,16
19	Optimasi penyediaan kotak saran	47,3	1,56
20	Penyempurnaan layanan pos cooperate	64,8	2,14
21	Penyediaan garansi	132,3	4,36
22	Peningkatan pengadopsian sistem ISO	60,7	2,00
23	Penyediaan papan pengumuman	116,6	3,84
24	Survey kepuasan pengguna jasa paket pos	93,8	3,09

3.3.6 Hubungan Antar Respon Teknikal

Hubungan diantara respon teknikal (technical correlation) merupakan hubungan dan saling keterkaitan antar respon teknikal. Penentuan hubungan antar respon teknikal dilakukan dengan mengidentifikasi pergantian (trade off) yang mungkin harus dilakukan dalam penentuan respon teknikal yang perlu mendapatkan perhatian. Hubungan diperoleh berdasarkan wawancara dengan pihak pengelola PT. Pos Indonesia. Hubungan yang digunakan dalam hubungan antar respon teknikal adalah :

1. Hubungan Kuat Positif

Hubungan antar technical response yang searah, yaitu bilamana salah satu technical response mengalami peningkatan atau penurunan, maka akan berdampak kuat pada peningkatan atau penurunan item lain yang terkait.

2. Hubungan Positif

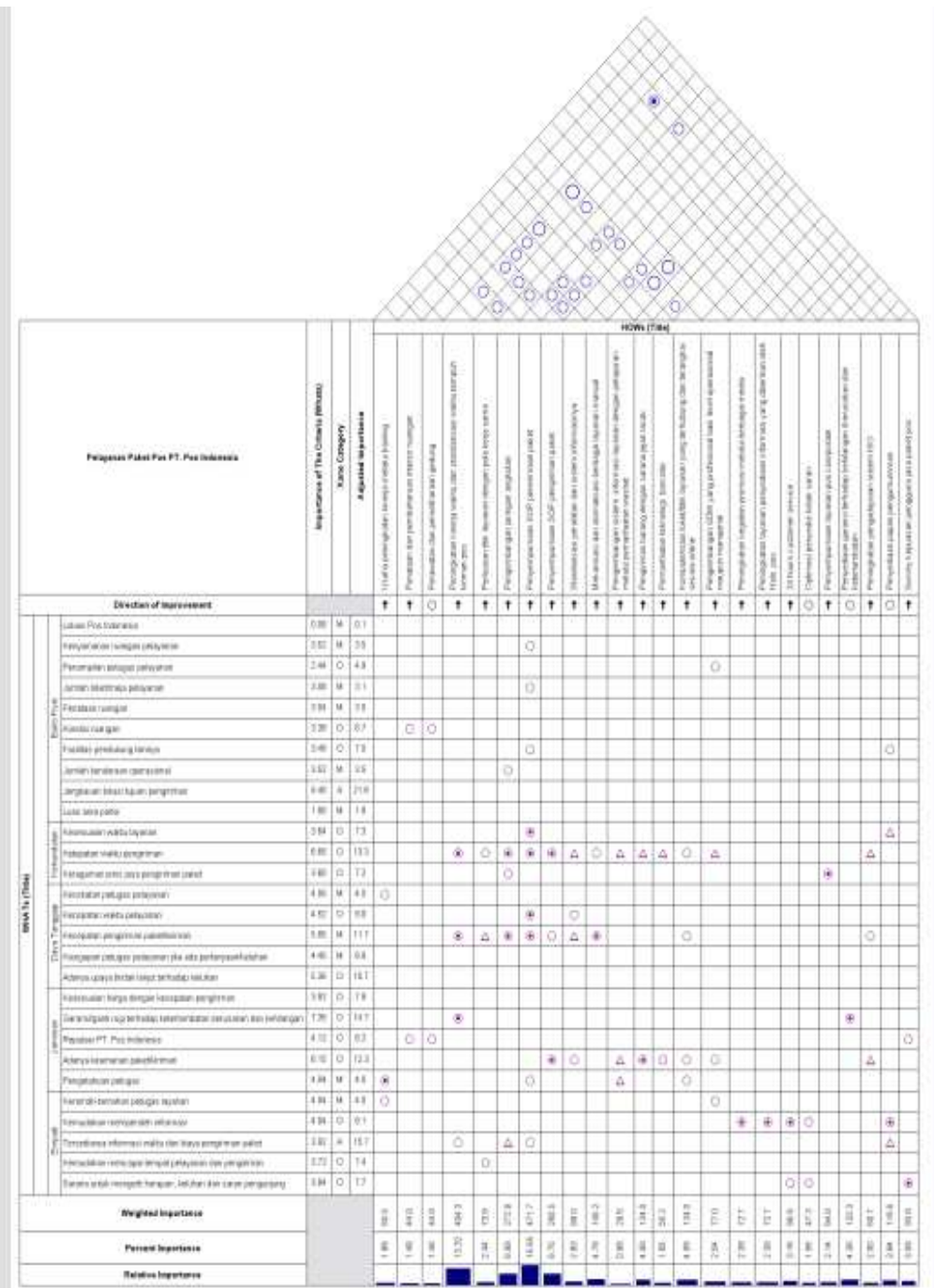
Merupakan hubungan dimana salah satu respon teknikal mengalami peningkatan atau penurunan, maka akan berpengaruh pada peningkatan atau penurunan respon teknikal yang terkait. Hubungan ini merupakan hubungan yang searah.

Tabel 3.21. Hubungan Antara Respon Teknikal

RESPON TEKNIKAL	RESPON TEKNIKAL	HUBUNGAN
Peningkatan Kinerja dan standarisasi waktu tempuh kiriman pos	Penyediaan garansi terhadap kehilangan /kerusakan dan keterlambatan	Kuat Positif
	Pengembangan jaringan angkutan dengan pola kemitraan	Positif
	Penyempurnaan SOP pengiriman paket	Positif
	Standarisasi peralatan dan sistem informasinya	Positif
	Mekanisasi dan otomatisasi berbagai layanan manual	Positif
	Pengembangan sistem informasi layanan dan pelaporan	Positif
	Komputerisasi loket/titik layanan	Positif
Penyediaan garansi terhadap kehilangan/kerusakan dan keterlambatan	Pengembangan jaringan angkutan dengan pola kemitraan	Positif
Perluasan jangkauan layanan dengan pola kerjasama	Pengembangan jaringan angkutan dengan	Positif
	Penyempurnaan SOP pengiriman paket	Positif
	Komputerisasi loket/titik layanan	Positif
Pengembangan jaringan angkutan dengan pola kemitraan yang saling menguntungkan	Penyempurnaan SOP pengiriman paket	Positif
Penyempurnaan SOP penerimaan paket	Standarisasi peralatan dan sistem informasinya	Positif
	Mekanisasi dan otomatisasi berbagai layanan manual	Positif
	Pemanfaatan teknologi barcode/kode baris	Positif
	Komputerisasi loket/titik layanan	Positif
Penyempurnaan SOP pengiriman paket	Standarisasi peralatan dan sistem informasinya	Positif
	Mekanisasi dan otomatisasi berbagai layanan manual	Positif
	Pengembangan sistem informasi layanan dan pelaporan	Positif
	Komputerisasi loket/titik layanan	Positif
Mekanisasi dan Otomatisasi berbagai layanan manual	Pemanfaatan teknologi barcode/kode baris	Positif
	Komputerisasi loket/titik layanan	Positif
Pengiriman barang dengan sarana jejak lacak/track and trace	Pemanfaatan teknologi barcode/kode baris	Kuat Positif
	Komputerisasi loket/titik layanan	Positif
Pengembangan sistem informasi layanan dan pelaporan	Komputerisasi loket/titik layanan	Positif
	Pengembangan SDM yang profesional	Positif
Pemanfaatan teknolgi barcode	Komputerisasi loket/titik layanan	Positif

Gambar 3.7.

House of Quality Peningkatan Jasa Pelayanan Paket Pos PT. Pos Indonesia



Kano Category
 Attractive A = 4.0
 One-Dimensional O = 2.0
 Must be M = 1.0

Direction of Improvement
 Increase ↑ 1
 Target O 0
 Decrease ↓ -1