

**UPAYA PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN BERDASARKAN
KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN BARANG DAN DOKUMEN**

(Studi Kasus CV. Saghara Express Kangean)

SKRIPSI



Oleh:

Humaira Amini

NIM: 3118029

PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA

UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ‘ULUM

JOMBANG

2022

SKRIPSI

Di ajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Study Ilmu Administrasi Niaga (S1) dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis



Oleh:

Humaira Amini

NIM: 3118029

PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA

UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ‘ULUM

JOMBANG

2022

**UPAYA PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN BERDASARKAN
KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN BARANG DAN DOKUMEN**

(Studi Kasus CV. Saghara Express Kangean)

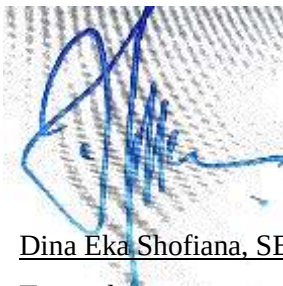
Oleh:

Humaira Amini

NIM: 3118029

Telah disetujui Oleh Dosen Pembimbing:

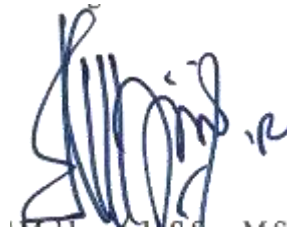
Dosen Pembimbing 1:



Dina Eka Shofiana, SE, MA

Tanggal :

Dosen Pembimbing 2:

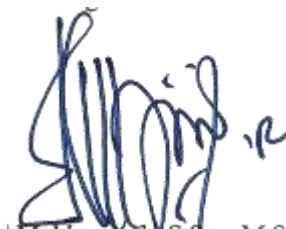


Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos, M.Si

Tanggal :

Mengetahui,

Ketua Program Studi:



Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos, M.Si

NIPY: 11010614273

HALAMAN PENGESAHAN

**UPAYA PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN BERDASARKAN
KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN BARANG DAN DOKUMEN**

(Studi Kasus CV. Saghara Express Kangean)

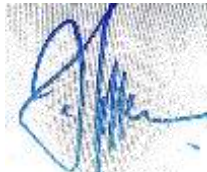
Oleh:

Humaira Amini

NIM: 3118029

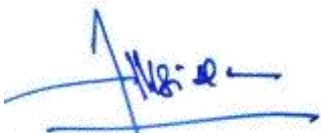
Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang skripsi pada tanggal 23 April 2022
Dan dinyatakan Lulus.

Majelis Penguji,



Dina Eka Shofiana, SE, MA

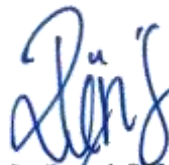
Penguji I,



Mohammad Imsin, SE,MP

Tanggal :19-06-2022

Penguji II,

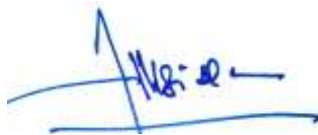


Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I

Tanggal :27-06-2022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis dan Bahasa



Mohammad Imsin, SE ,MP

LEMBAR PERNYATAAN

Nama : Humaira Amini

NIM : 3118029

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Berdasarkan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Dokumen (Study Kasus CV. Saghara Express Kangean) adalah benar-benar karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya didalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan didalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi dengan menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi yang saya tulis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jombang, 31, Maret 2022

Yang Menyatakan,

A yellow rectangular official stamp with a red border and a central emblem. The text on the stamp includes 'METRO TEALU' and a long alphanumeric code. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Humaira Amini

NIM:3118029

PRAKATA

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa di limpahkan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan ketepatan waktu pengiriman barang dan dokumen” untuk memenuhi tugas akhir da mencapai gelar sarjana pada studi Administrasi Bisnis, Fakultas Bisnis Dan Bahasa, Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang.

Dalam penyusunan laroposal skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi oleh peneliti. Namun, pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ahmad Zahro, MA., Selaku Rektor Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang
2. Bapak M. Imsin Al-Musthofa, SE., MP.selaku dekan Fakultas Bisnis dan Bahasa Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang.
3. Ibu Abid Datul Mukhoyaroh S.Sos.,M.Si. selaku ketua prodi Administrasi Bisnis Fakultas Bisnis dan Bahasa sekaligus dosen pembimbing II.
4. Ibu Dina Eka Shofiana, SE, MA selaku dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun proposal skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen prodi Administrasi Bisnis Fakultas Bisnis dan Bahasa Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang.

6. Bapak Musahwan dan Ibu Urwatul ‘Aini selaku orang tua serta segenap keluarga yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
7. Marhen Jefri Sandiarto yang telah memberikan dukungan, selalu menyemangati serta membantu peneliti dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
8. Emy Fatmawati S.AP. selaku keluarga sekaligus teman yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan motivasi, saran serta menyemangati penulis dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
9. Dan seluruh teman-teman seangkatan, terutama kelas 7A1 yang selalu mengisi hari-hari menjadi sangat menyenangkan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran serta masukan yang membangun untuk penyelesaian proposal skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat dan pembaca pada umumnya.

Jombang, 15 Januari 2022

Penulis

ABSTRAK

Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Berdasarkan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Dokumen (Study Kasus CV. Saghara Express Kangean); Humaira Amini;3118029; 2022; Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.

CV. Saghara Express merupakan ekspedisi lokal yang bergerak dibidang jasa pengiriman antar kota dan antar pulau. Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan CV. Saghara Express berdasarkan ketepatan waktu pengiriman, peneliti perlu mengetahui dan mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan CV. Saghara Express Kangean.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan lima orang sebagai informan dan satu orang sebagai triangulator. Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Berdasarkan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Dokumen dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan kualitas layanan berdasarkan ketepatan waktu pengiriman barang dan dokumen di CV. Saghara Express Kangean dengan menggunakan sepuluh dimensi dalam kualitas layanan yakni reabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan, dan bukti fisik.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, CV. Saghara Express

ABSTRACT

Efforts to improve the quality of service based on the timeliness of delivery of goods and documents (case study CV. Saghara Express kangean); Humaira Amini;3118029; 2022; university of pesantren tinggi darul ulum Jombang. CV. Saghara Express is a local expedition engaged in intercity and inter-island delivery services. In an effort to improve the quality of CV services. Saghara Express based on the timeliness of delivery, researchers need to know and describe consumer perceptions of the quality of services provided by CV. Saghara Express kangean.

The research method used is qualitative data collection techniques using observation, interviews and documentation with 5 people as informants and one person as a triangulator in an effort to improve service quality based on the timeliness of delivery of goods and documents it can be concluded that there is an improvement in service quality based on the timeliness of delivery of goods and documents on CV. Saghara Express Kangean uses 10 dimensions in service quality, namely reliability, responsiveness, competence, access, politeness, communication, credibility, security, customer understanding ability, and physical evidence.

Keywords; quality of service, punctuality of delivery, CV. Saghara Express kangean.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting. Dalam memasarkan produk jasa, interaksi yang dilakukan antara produsen dan konsumen terjadi secara langsung. Kualitas layanan merupakan salah satu bagian utama dari strategi perusahaan dalam meraih keunggulan pemasaran jasa. Baik untuk di jadikan strategi pasar untuk terus berkembang dan untuk dijadikan strategi agar pelanggan terus menggunakan jasa perusahaan tersebut. Pelayanan yang berkualitas dan memenuhi kepuasan konsumen terdiri dari tiga komponen dasar yang harus dipahami bagi setiap perusahaan yaitu proses sebelum penjualan, pada tahap ini perusahaan memiliki kesempatan untuk membentuk hubungan dengan konsumen dengan cara menginformasikan produk pada konsumen atas produk yang di tawarkan. Proses selama transaksi pada fase ini perusahaan harus tetap menjaga kualitas layanan agar konsumen tetap menjadi pelanggan tetap perusahaan. Proses sesudah fase ini perusahaan mendengarkan atau menanggapi keluhan dari pihak konsumen atau produk atau jasa yang telah di beli (Sumbarprov.go.id, 2016).

Hadirnya berbagai platform penjualan online membuka banyak peluang bagi orang untuk mengembangkan usahanya, sehingga kegiatan belanja online menjadi kebiasaan baru bagi masyarakat Indonesia sejak masa pandemi covid-19. Di zaman serba instan ini ketepatan waktu pengiriman

menjadi hal kedua terpenting dalam pertimbangan konsumen dalam hal pengiriman belanja online. Bahkan beberapa konsumen rela membayar lebih untuk mendapatkan barang yang mereka beli dengan cepat. Dengan memakai jasa pengiriman dapat memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM. (Tribun Bisnis, 2021)

Semakin pula besarnya minat beli pada *e-commerce* dan meningkatnya transaksi 53% dibandingkan kuartal 2020, pada tahun 2021 semakin banyak pula pengiriman barang antar pulau yang dilakukan oleh beberapa jasa pengiriman. Pengguna *e-commerce* pada tahun 2021 diprediksi terus tumbuh hingga 15% dan membuat ekspedisi pengiriman barang akan selalu sibuk dan membentuk strategi untuk mempertahankan layanannya. (Kargo)

Karena meningkatnya perbelanjaan secara *online* maka, meningkat juga pengiriman atas barang dan produk yang akan dikirimkan oleh penjual. CV. Saghara Express perlu meningkatkan kualitas layanan ⁴ mulai dari ketepatan waktu pengiriman dan kebijakan harga yang diberikan karena dua hal tersebut menjadi pertimbangan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang. Untuk meyakinkan pelanggan dalam menggunakan CV. Saghara Express ⁴ tidaklah mudah, salah satu caranya dengan memanfaatkan loyalitas pelanggan. Pemanfaatan loyalitas pelanggan ini disebabkan oleh efek jangka panjang loyalitas itu sendiri, dengan harapan pelanggan tetap menggunakan CV. Saghara Express.

Menurut Kotler dalam Gustiawan dan Mustikasari (2019) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan jasa dapat digunakan oleh perusahaan sebagai alat untuk membangun langsung loyalitas pelanggan atau dengan terlebih dahulu menciptakan nilai manfaat yang diterima oleh pelanggan agar terciptanya loyalitas pelanggan. Banyaknya perusahaan yang telah menerapkannya salah satunya adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa yaitu CV. Saghara Express yang menciptakan beberapa layanan berdasarkan ketepatan waktu pengiriman barang untuk meningkatkan daya saing perusahaan dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Menurut Rudnick dalam (Pangudi dan Yuniati, 2018, Vol. 07) mendefinisikan ketepatan waktu pengiriman sebagai suatu standart yang ditetapkan dimana sarana transportasi tiba, berangkat atau lewat pada suatu titik yang telah ditetapkan. Ketepatan waktu yang ditetapkan oleh CV. Saghara Express kangean ternyata masih belum memenuhi standart yang ditetapkan oleh perusahaan, sehingga banyak dari pelanggan saghara. Ada beberapa kendala dalam setiap pengiriman barang atau dokumen sehingga CV. Saghara Express mengalami keterlambatan dalam pengantaran barang tersebut.

CV. Saghara Express telah menggunakan berbagai macam usaha untuk meningkatkan kualitas layanan salah satunya menyediakan jasa titip barang (jastip) yang ditawarkan kepada masyarakat kangean. Penyediaan kualitas layanan jastip ⁴ ini diharapkan dapat menambah jumlah pelanggan

dalam jangka panjang, sehingga dapat membantu pihak saghara expresse meningkatkan daya saing perusahaan.

CV. Saghara Express merupakan salah satu ekspedisi lokal yang bergerak dibidang pengiriman jasa dan dokumen yang beroperasi di sumenep, kangean, sapeken, kangayan, malang, situbondo, Surabaya dan bali. Pada dasarnya saghara expresse juga merupakan jasa pengiriman barang dan dokumen dari ekspedisi lain tidak langsung dari *online shop* serta aplikasi. Beberapa ekspedisi perantara dari CV. Shagara Express yaitu ekspedisi nasional: JNT, JNE, TIKI, PT. Pos Indonesia, Si Cepat, Ninja Express, Anteraja, JTR, ID Express, Lion dan Shopee Xpress Standart. Jadi, barang yang dikirim oleh konsumen tada yang langsung dari cabang CV. Saghara Express dan ada juga dari Ekspedisi-ekspedisi perantara seperti yang disebutkan di atas, rute perjalanan yang ditempuh apabila barang atau dokumen yang dikirim oleh konsumen yaitu menuju beberapa cabang CV. Saghara Express yakni, cabang sumenep, Surabaya, malang, situbondo, kangayan dan bali. Dengan banyaknya pengiriman barang pada saat ini sehingga menyebabkan munculnya beberapa ekspedisi antar kota dan antar pulau di kepulauan kangean, tidak heran dari pihak CV. Saghara Express menerapkan sistem “Beda Pelayanan” untuk meningkatkan kualitas layanan dalam menghadapi pesaing dengan bisnis serupa. Berikut merupakan Ekspedisi lokal yang ada di Kepulauan Kangean.

Tabel 1.1. Ekspedisi Lokal Yang Ada di Kepulauan Kangean

No	Nama Ekspedisi
1.	CV. Saghara Express
2.	GPL (Generasi Public Logistik)
3.	Si Express
4.	Anj (Austindo Nusantara Jaya) Kangean
5.	DPA (Dewi Putri Asean)
6.	Aladin Express

Sumber: CV. Saghara Express

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa ada beberapa perusahaan lokal di kangean yang merupakan *kompetitor* dari CV. Saghara Express antara lain, GPL, Si Express, ANJ Kangean, DPA dan ALADIN Express. Perusahaan diatas merupan perusahaan local yang beroperasi antar pulau dan kota tertentu dimana daerah yang dijangkau tergantung dari ketentun perusahaan masing-masing.

CV. Saghara Express pada awalnya melakukan pengiriman barang dua sampai tiga kali dalam satu minggu. Tapi dengan banyaknya tuntutan dari pelanggan dan juga keluhan-keluhan dari pelanggan yang banyak muncul di media. (<https://m.facebook.com>), jadi untuk menghindari keluhan dari pelanggan CV. Saghara Express perlu untuk meningkatkan ketepatan pengiriman guna untuk menghindari hal tersebut.

Pihak CV. Saghara Express menerapkan sistem “pengiriman kilat” untuk mengoptimalkan waktu pengiriman menjadi lima sampai enam kali dalam satu minggu dan menerapkan sistem pengiriman “Ambil didepan rumah”. Penerapan sistem “pengiriman kilat” dan “ambil di depan rumah” ini bertujuan untuk menambah kecepatan pengiriman barang dan dokumen beserta menjadi inovasi layanan untuk mengedepankan kualitas layanan yang

cepat dan tepat. Sehingga bisa memenuhi permintaan dan kebutuhan konsumen.

Dari latar belakang di atas peneliti tertarik untuk menuangkan permasalahan pada CV. Saghara Express dalam peningkatan kualitas layanan dengan berdasarkan ketepatan waktu pengiriman. Berdasarkan permasalahan yang ada peneliti mengangkat judul **“Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Berdasarkan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Dokumen (Studi Kasus CV. Saghara Express Kangean)”**.

1.2.Rumusan Masalah

Bagaimana upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan ketepatan pengiriman barang dan dokumen pada CV. Saghara Express kangean?

1.3.Tujuan Peneleitian

Untuk mengetahui dan mendeskripsikan tentang upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan ketepatan pengiriman barang dan dokumen pada CV. Saghara Express kangean.

1.4. Manfaat Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini dengan harapan bisa memberikan manfaat bagi:

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, diharapkan mampu memberikan saran bagi pihak Shagara Express dalam upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan ketepatan pengiriman barang dan dokumen

- b. Bagi Masyarakat, diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan dalam upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan ketepatan pengiriman barang dan dokumen.

2. Bagi Akademis

- a. Bagi mahasiswa Fakultas Bisnis, di harapkan agar dapat digunakan sebagai salah satu refrensi untuk penelitian selanjutnya tentang manajemen pemasaran, khususnya terkait dengan “Upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan ketepatan pengirimann barang dan dokumen.
- b. Bagi penulis, untuk mengetahui deskripsi tentang “Upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan ketepatan pengiriman barang dan dokumen.

1.5. Sistematika Penulisan

Perumusan sistematika penulisan skripsi ini untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai materi pembahasan dalam penelitian, sehingga dapat mmudahkan pembaca untuk mengetahui maksud dilakukannya penelitian skripsi sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang pendahuluan yang menguraikan latar belakang ditulisnya skripsi ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka adalah ringkasan komprehensif dari penelitian sebelumnya tentang suatu topik. Literature dapat bersumber dari artikel ilmiah, buku, dan sumber-sumber lain yang relevan dengan bidang penelitian tertentu. Tinjauan tersebut harus menyebutkan menjelaskan, merangkum, mengevaluasi secara objektif, dan memperjelas penelitian sebelumnya.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada dasarnya bagian ini menjelaskan bagaimana penelitian itu dilakukan. Materi pokok bagian ini adalah: Desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, focus penelitian, pemilihan informan, teknik pengumpulan data dan teknis analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini merupakan bagian utama artikel hasil penelitian dan biasanya merupakan bagian terpanjang dari suatu artikel. Hasil penelitian yang disajikan oleh bagian ini adalah “bersih”. Proses analisis data seperti perhitungan statistic dan proses pengujian hipotesis tidak perlu disajikan. Hanya hasil analisis data dan hasil hipotesis saja yang perlu dilaporkan. Tabel dan grafik dapat digunakan untuk memperjelas hasil penelitian secara verbal. Tabel dan grafik harus diberi komentar dan dibahas. Untuk penelitian kualitatif, bagian hasil memuat bagian-bagian rinci dalam bentuk sub topik-sub topik yang berkaitan langsung dengan fokuss penelitian dan kategori-kategori.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. bagian kesimpulan menyajikan secara ringkas apa yang telah diperoleh dari pembahasan selain itu, bab ini juga menjelaskan tentang keterbatasan dalam penelitian kesimpulan dan saran bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Dalam menyusun penulisan pada penelitian ini. Penulis akan mencoba untuk membandingkan dan mencari kesamaan penelitian dengan saat ini dan sebelumnya guna mendapatkan keterkaitan pada karya ilmiah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu dengan permasalahan upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan kecepatan pengiriman barang dan dokumen. Berikut beberapa penelitian terdahulu terdapat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2.1 rekapitulasi penelitian terdahulu

NO	Peneliti	Tahun	Judul penelitian	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Simon Ahie	2017	Analisis pelayanan pengiriman barang pada PT Tiki jalur nugraha ekurir (JNE) pontianak	Kebijakan Pimpinan PT JNE Pontianak dalam upaya meningkatkan jumlah konsumen yaitu dengan cara menerapkan kualitas layanan sebagai aspek yang sangat penting untuk melayani secara	Metode Kualitatif	Persamaannya, yaitu sama-sama membahas tentang kualitas layanan, perbedaannya yaitu strategi yang digunakan peneliti terdahulu yaitu inovasi mpospay dan free pick up, sedangkan peneliti

				professional, daya tanggap untuk menanggapi permasalahan dan pertanyaan dari pelanggan, perhatian untuk membuat pelanggan lebih merasa sangat di utamakan.		menggunakan ketepatan waktu pengiriman.
2.	Indra Gustiawan dan Mustikasari	2019	Analisis implementasi kualitas layanan jasa pada Toyota auto2000 Soekarno Hatta Bandung2018	Kualitas layanan pada Toyota auto2000 soekarno hatta 2018 cukup baik. Adapa 4 kualitas layanan yang diimplementasikan jasa Toyota auto2000 soekarno hatta2018 yaitu, tangible, emphaty, reability, responsive.	Metode kuantitatif	Sama-sama memfokuskan pada kualitas layanan jasa, perbedaanya, Toyota auto2000 soekarno hatta 2018 menggunakan membahas tentang penerapan tentang kualitas layanan menggunakan tangible, emphaty, reability, responsive dan metode penelitian

						yang dilakukan oleh peneliti dahulu adalah kualitatif.
3.	Nikita Irina Prima, Sujiono, Hadi Sumarsono	2018	Pentingnya penerapan model service quality (SERVQUAL) dalam perbaikan kualitas layanan jasa pengiriman barang pada kantor pos ponorogo	Kantor pos ponorogo mnggunakan pengukuran serqual dan analisis aktivitas menggunakan teori value chain, perusahaan dapat meningkatkan daya saing dengan mengurangi masalah dalam hal pelayanan dan aktivitas perusahaan.	Metode kualitatif dan kuantitatif	Persamaannya, yaitu sama-sama membahas tentang kualitas layanan jasa pengiriman, perbedaannya, strategi yang digunakan oleh penelitian terdahulu yaitu menggunakan strategi Servqual, sedangkan peneliti menggunakan ketepatan waktu pengiriman.
4.	Hardi Warsono, Desti Relinda Qurniawati, Herta Sitorus, Fajar S	2018	Inovasi layanan mpospay dan free pick up pos Indonesia dalam peningkatan kualitas pelayanan	Beberapa inovasi layanan mpospay yang dilakukan oleh kantor pos semarang 5000 sudah baik dalam	Metode kualitatif	Persamaan penelitian terdahulu terhadap peneliti yaitu objeknya sama-sama tentang kualitas layanan.

				merespon persaingan, hanya saja pihak pos belum konsisten dalam hal mengimplem entasikan inovasi tersebut.		Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menggunakan inovasi mpospay dan free pick up sedangkan peneliti menggunakan ketepatan waktu pengiriman.
5.	Sartika, Lusia, Ripka Seridahnaita	2022	Pengaruh harga, ketepatan waktu pengiriman, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada jasa pengiriman barang di JNE (Studi kasus pada PT JNE Katamso Medan).	Dari hasil secara persial diketahui bahwa harga berpengaruh positif dan segnifikan terhadap loyalitas konsumen, ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan segnifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan	Metode kuantitatif	objeknya sama-sama tentang kualitas layanan dan ketepatan waktu pengiriman. Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif.

				segnifikan terhadap loyalitas konsumen. Dari hasil simultan, ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan segnifikan terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa JNE.		
6.	Nugi Mohammad Nugraha dan Sally Badriya Hisniati	2019	Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang (Cargo Air Lines) Dengan Metode SERVQUAL DI PT. Ghita Avia Trans	Hasil penelitian pada peenlitian terdahulu ini menunjukkan bahwa PT Ghita Avia Trans memiliki waktu pengiriman barang yang tepat waktu, kesesuaian perhitungan tagihann dengan berat barrang dan jarak	Metode Servqual	objeknya sama-sama tentang kualitas layanan. Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menggunakan metode servqual sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif

				pengiriman, memiliki tujuan pengiriman yang luas, memiliki tindakan cepat dan tanggap atas keluhan dan complain.		
--	--	--	--	--	--	--

Simon Ahie, 2017. Dalam penelitiannya yang berjudul analisis jasa pengiriman barang pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pontianak menyebutkan bahwa Kebijakan Pimpinan PT JNE Pontianak dalam upaya meningkatkan jumlah konsumen yaitu dengan cara menerapkan kualitas layanan sebagai aspek yang sangat penting untuk melayani secara profesional, daya tanggap untuk menanggapi permasalahan dan pertanyaan dari pelanggan, perhatian untuk membuat pelanggan lebih merasa sangat di utamakan.

Gustiawan dan mustika sari, 2019. Dalama penelitiannya yang berjudul “Analisis Implementasi Kualitas Layanan Jasa Pada Toyota Auto2000 Soekarno Hatta Bandung 2018” mengemukakan hasil penelitiannya pada jasa Toyota auto2000 Soekarno Hatta 2018 kualitas layanannya cukup nyaman. Perusahaan ini mengimplementasikan kualitas layanan yang di anggap mampu memuaskan kemauan pelanggan yaitu dengan *Tangible* (Bentuk fisik), *Emphathy*, *Reability* dan *Responsive*.

Prima, Sujiono dan Sumarsono, 2018. Dalam penelitiannya yang berjudul “Peningkatan penerapan model *Service Quality* (SERVQUAL) dalam

memperbaiki kualitas layanan jasa pengiriman barang kantor pos ponorogo” berpendapat kantor pos di ponorogo dengan hasil yang menggunakan pengukuran *servqual* dan analisis aktivitas menggunakan teori *value chain* perusahaan dapat meningkatkan daya saing dengan mengurangi masalah dalam hal pelayanan dan aktivitas perusahaan. Berdasarkan dari hasil penelitian didapatkan nilai rata-rata *servqual gap* 5 paling besar yaitu -1,88 pada dimensi *reliability* yang artinya tidak sesuai dengan harapan pelanggan sedangkan analisis menggunakan teori *value chain* dapat diketahui bahwa aktivitas pada indikator *service* di kantor pos ponorogo memerlukan perbaikan.

Hardi Warsono, Qurniawati, dkk. 2018. Dalam penelitiannya yang berjudul “Inovasi layanan *mpospay* dan *free pick up* pos Indonesia dalam peningkatan kualitas layanan”. Menyebutkan bahwa Beberapa inovasi layanan *mpospay* yang dilakukan oleh kantor pos semarang 5000 sudah baik dalam merespon persaingan, hanya saja pihak pos belum konsisten dalam hal mengimplementasikan inovasi tersebut.

Sartika, Lusia, Ripka Seridahnaita, 2022. Dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh harga, ketepatan waktu pengiriman, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada jasa pengiriman barang di JNE (Studi kasus pada PT JNE Katamso Medan)”. Dari hasil secara persial diketahui bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dari hasil simultan, ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa JNE.

Nugraha dan Hisniati, 2019. Analisis kualitas layanan jasa pengiriman barang (Cargo Air Lines) dengan metode servqual di PT. Ghita Avia Trans dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Ghita Avia Trans memiliki waktu pengiriman barang yang tepat waktu, kesesuaian perhitungan tagihannya dengan berat barang dan jarak pengiriman, memiliki tujuan pengiriman yang luas, memiliki tindakan cepat dan tanggap atas keluhan dan *complain*.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Tjipton (2015:) strategi merupakan suatu target, sasaran serta tujuan utama dari kebijakan yang ada, serta rancangan yang disusun sedemikian rupa untuk mencapai tujuan dari perusahaan saat ini atau masa yang akan datang.

Dapat diketahui bahwa strategi merupakan rencana perusahaan yang dirangkai sedemikian rupa untuk mencapai tujuan dari perusahaan dan dijadikan acuan bagi perusahaan untuk saat ini dan masa yang akan datang.

Strategi dapat dideskripsikan sebagai rancangan untuk mengklasifikasi kemampuan dan penempatan kondisi lawan, karakteristik persaingan, kemampuan dan karakter sarana yang tersedia, perilaku sumber daya yang menempati teritorial tertentu, dan antisipasi kepada setiap perubahan yang ada. (Tjiptono, 2008:3)

Jadi strategi merupakan suatu rancangan perusahaan untuk menghadapi persaingan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mengantisipasi perubahan yang terjadi dimasa yang akan datang.

Menurut Plisit dalam Tjiptono (2008:6) Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merk atau produk mencapai tujuannya.

Strategi pemasaran adalah aturan baik secara terang-terangan maupun secara tertulis maupun tidak tertulis tentang bagaimana suatu perusahaan mencapai target pasarnya.

Menurut Fauzan, Rukmi dan Novirani (2016) Strategi pemasaran adalah logika unit bisnis berharap untuk mencapai tujuan pemasarannya.

Strategi pemasaran merupakan suatu unit yang menghasilkan produk atau jasa untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.2.2. Jasa (Service)

Menurut Kotler dan Keller (2008: 36) jasa merupakan segala kegiatan yang dapat di tawarkan antara satu pihak ke pihak lain yang pada hakikatnya tidak nampak dan tidak menciptakan kepemilikan apapun. Penerapannya tidak terkait dengan produk fisik. Meskipun demikian semakin banyak konsumen yang menyediakan jasa bernilai tambah, atau layanan pelanggan yang sangat baik, untuk mendiferensisikan diri mereka.

Jadi, jasa sendiri merupakan suatu kegiatan yang tidak mewujudkan kepemilikan apapun. Jasa hanya dapat dirasakan karena hanya sebuah layanan yang diberikan oleh produsen kepada konsumen.

Menurut Lopiyoadi (2013:5) jasa sering dipandang sebagai sesuatu yang rumit. Kata “jasa” itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk.

Jadi, jasa pada dasarnya merupakan suatu aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya di konsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan

memberikan nilai tambah. Misalnya, kenyamanan, hiburan, kesenangan dan kesehatan.

Jasa adalah kegiatan yang dapat dimengerti secara tersendiri, pada hakikatnya bermakna tidak teraba, untuk memenuhi kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk dan jasa lain. (Mursid, 2017:115)

Jasa merupakan sesuatu kegiatan yang hanya dapat dirasakan tidak dapat berbentuk produk dan barang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen dan pembeli hanya terjalin dalam penjualan jasa tersebut tidak dengan produk.

Zeithaml dan Bitner dalam Daryanto (2011:259) jasa adalah sebuah aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya.

Jasa dapat dikatakan sebagai aktivitas ekonomi karena mampu memberikan nilai tambah bagi pembeli pertamanya. Suatu nilai jual yang tak berwujud merupakan prinsip dari jasa.

Menurut Lupiyoadi (2013:5) pertumbuhan sektor jasa terjadi begitu cepat di antaranya dipicu oleh beberapa perubahan demografis, perubahan sosial, perubahan lingkungan ekonomi, perubahan bidang politik, hukum, dan globalisasi:

1. Perubahan demografis adalah salah satunya dapat dilihat dari meningkatnya tingkat harapan hidup, yang pada akhirnya menghasilkan jumlah populasi usia lanjut.
2. Perubahan psikografis mendorong terjadinya perubahan terhadap perilaku yang serba instan, mobilitas tinggi, akses luas, dan kemudahan konsumsi melalui jaringan e-busines yang kini cenderung meningkat.
3. Perubahan sosial yaitu peningkatan jumlah wanita dalam angkatan kerja telah membuat wanita tidak hanya berperan penting di rumah, tetapi juga diluar rumah.

4. Perubahan perekonomian adalah meningkatnya spesialisasi dalam suatu perekonomian menghasilkan keuntungan yang lebih besar terhadap penyedia jasa yang bersifat terspesialisasi.
5. Perubahan politik dan hukum. Internasionalisasi telah menghasilkan peningkatan dan permintaan baru akan jasa yang lebih profesional.

Dengan adanya perubahan demografis, perubahan sosial, perubahan psikologis, perubahan dibidang ekonomi, perubahan dibidang politik membuat sektor jasa berkembang begitu pesat.

2.2.3. Kualitas layanan (Service Quality)

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (goatsch dan Davis) dalam Tjiptono dan Candra (2016:115).

Banyak terdapat definisi tentang kualitas layanan. Kualitas layanan berhubungan dengan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna layanan (konsumen) serta ketepatan dalam penyampaian untuk memenuhi harapan pengguna layanan.

Kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyelenggara pelayanan dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten. Kepuasan merupakan pernyataan perasaan dari seseorang yang telah memperoleh kinerja layanan atau hasil untuk pemenuhan terhadap harapannya (Kotler dan Clarke,2016:3).

Kualitas layanan berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Dimana jika pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dapat memenuhi sandart yang diharapkan oleh pelanggan.

Pada prinsipnya, definisi kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Tjiptono,2019:290)

Tujuan utama dari kualitas layanan adalah untuk mencukupi kebutuhan dan keinginan oleh para pelanggan serta untuk mencapai ketepatan penyampaian jasa yang diharapkan oleh pelanggan.

Kotler dan Keller (2008:143) kualitas produk atau jasa adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Hal diatas jelas bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dari pelanggan dengan mengandalkan kemampuan sumber daya manusia sehingga menciptakan loyalitas pelanggan.

2.2.3.1. Dimensi Kualitas Layanan

Pengukuran kualitas jasa dalam model SERVQUAL didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap di antara keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa. Pada penelitian awalnya Parasuraman, et al. (1985) dalam Tjiptono (2018:305) mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok, yakni reabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan, dan bukti fisik. Namun dalam penelitian berikutnya Parasuraman et al (1988) dalam Tjiptono (2018:305) merangkum sepuluh dimensi kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (assurance). Sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (Empathy). Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama (sesuai dengan drajat kepentingan relatifnya).

1. Reliability meliputi kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa atau pelayanan secara tepat dan memuaskan.
2. Responsiviness meliputi kemampuan atau keinginan pihak penyedia jasa untuk segera memberikan bantuan pelayanan yang di butuhkan dengan tanggap.
3. Assurance, yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf: bebas dari biaya, resiko atau ke ragu-raguan.
4. Emphaty, yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Tangisbles yang meliputi penampilan dan performansih dari fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personel dan material-material komunikasi yang di gunakan dalam proses penyampaian layanan.

Tjiptono (2018:306) mengemukakan sepuluh dimensi dan definisi kualitas layanan sebagai berikut:

- 2
1. Bukti Fisik adalah penampilan failitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi.
2. Reliabilitas adalah kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal.
3. Daya tanggap adalah kesediaan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jaa secara tepat.
4. Kompetensi adalah penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan.
5. Kesopanan adalah sikap santun, repek, perhatian, dan keramahan para staf lini depan.
6. Kredibilitas adalah sifat jujur dan dapat dipercaya.
7. Keamanan adalah bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
8. Akses adalah kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.

9. Komunikasi adalah memberikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mereka.

10. Kemampuan memahami pelanggan adalah berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan mereka.

Dalam bukti fisik ini perusahaan harus mampu dalam menampilkan fasilitas fisik, meningkatkan kondisi Gedung yang bersih, nyaman dengan interior yang menarik, tempat parkir yang aman, askalator, serta menjaga penampilan pegawai.

Pada Reabilitas perusahaan harus mampu meningkatkan pelayanan dengan segera, tepat waktu, akurat dan memuaskan.

Dalam daya tanggap ini Perusahaan harus mampu untuk meningkatkan kecepatan karyawan yang bertugas dalam menanggapi permintaan pelanggan, selalu siap dan bersedia membantu kesulitan pelanggan, kemampuan menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat.

Pada kompetensi, perusahaan harus memiliki kemampuan dan pengetahuan dan pengetahuan penyelenggaraan jasa.

Pada kesopanan, perusahaan harus mampu untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan serta sifat yang dapat dipercaya dalam menangani keluhan pelanggan, memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan, kualitas produk yang dijual sesuai dengan yang dipromosikan.

Pada kresibilitas, perusahaan harus mampu memberikan kepercayaan pada maksud dan tujuan suatu perusahaan dalam kurun waktu tertentu, agar perusahaan dapat dipercaya oleh pelanggan untuk melakukan strategi yang akan dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Pada keamanan perusahaan harus mampu memberikan kebebasan dari rasa takut pelanggan mengurangi resiko dan keragu-raguan pada pelanggan agar selalu menggunakan jasa tersebut.

Pada akses, pihak perusahaan harus mudah didekati oleh pelanggan, serta memberikan kemudahan untuk pelanggan untuk menghubungi kontak perusahaan agar sewaktu-waktu dapat dihubungi.

Pada komunikasi, perusahaan harus mampu menjaga hubungan dengan pelanggan dalam Bahasa yang mereka mengerti, serta siap menerima komplan dan saran dari pelanggan.

Dalam kemampuan memahami pelanggan. Kemampuan ini berhubungan dengan usaha mengenal kebutuhan mereka atas jasa atau produk yang dijual.

2.2.3.2.Strategi Layanan

Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:72) layanan terdiri atas 4 bagian yaitu:

- a. Mengatur hubungan dan menciptakan loyalitas berfokus terhadap keuntungan melalui membangun hubungan baik lalu mencari strategi adar memperkuat loyalitas pelanggan sebagai mana peraturan yang ditetapkan sebelumnya oleh perusahaan.
- b. Pemulihan layanan adalah memastikan apakah suatu perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan loyal atau harus rela melihat konsumennya pindah ke perusahaan lain.

- c. Meningkatkan kualitas layanan serta produktivitas pelayanan yaitu dua hal ini merupakan kunci kesuksesan perusahaan jasa dalam bisnis layanan..
- d. Memenuhi kepemimpinan layanan yaitu tantangan supaya tetap bersaing serta pandangan ke depan, menciptakan perubahan pemasaran perusahaan namun juga tetap memperhatikan manajemen operasional dan sumber daya manusianya.

Strategi Layanan mencakup aspek mengelolah hubungann dan membangun loyalitas pelanggan untuk menciptakan hubungan yang baik kepada pelanggan. Penanganan pengaduan dan memulihkan layanan agar pelanggan tetap menggunakan jasa dan tidak beralih ke perusahaan lain. Meningkatkan kualitas dan produktivitas pelayanan agar perusahaan dapat mencapai target pasar yang ditentukan.

2.2.4. Ketepatan Waktu

Menurut Nystrom (2005:28) ketepatan waktu merupakan proses pengiriman yang dilaksanakan harus sesuai dengan estimasi waktu yang ditentukan oleh perusahaan agar tidak mendapat *complain* dari pelanggan, dengan pengiriman barang yang sampai tepat waktu dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Pada ketepatan pengiriman ini, perusahaan harus memperhatikan kurun waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan, agar barang yang dikirim dan barang yang akan diterima oleh pembeli tepat pada estimasi waktu yang ditentukan oleh perusahaan sehingga pembeli merasa puas akan pelayanan yang diberikan perusahaan dalam estimasi ketepatan waktu.

Menurut Handoko (2010) dalam Hafizha, Abdurrahman, Nuryani (2019) ketepatan waktu adalah kurun waktu konsumen memesan produk hingga produk tersebut sampai dipelanggan. Estimasi sampainya barang menjadi tolak ukur para konsumen untuk memahami apakah layanan pengiriman tersebut baik atau tidak. Ada tiga dimensi waktu pengiriman yaitu:

1. Ketepatan dalam jasa pengiriman barang.
2. Ketepatan dalam menentukan harga.

3. Ketepatan dalam menentukan waktu.

Karena kebutuhan pelanggan berbeda-beda dalam suatu perusahaan pada ketepatan waktu perusahaan, ada pelanggan yang membutuhkan barang dengan cepat karena barang akan diperjual belikan lagi, ada juga pelanggan yang hanya menunggu barang datang saja. Maka dalam ketepatan waktu perusahaan perlu untuk memperhatikan ketepatan dalam jasa pengiriman barang, ketepatan dalam menentukan harga, dan ketepatan dalam menentukan waktu.

Menurut Yunarto (2006:39) transportasi berhubungan dengan model transportasi apa yang dipakai agar efektif dan efisien, baik dari sisi biaya, kecepatan waktu pengiriman dan ketepatan waktu pengiriman.

Dalam transportasi yang digunakan untuk pengiriman barang perusahaan perlu memperhatikan transportasi tersebut agar dapat efektif dan efisien baik dalam biaya transportasi, ketepatan waktu pengiriman, dan kecepatan waktu pengiriman pada barang yang dikirim.

2.3.Kerangka Pemikiran

Dilatar belakangi oleh meningkatnya pangguna *e-commerce* pada tahun 2021 yang terus tumbuh hingga 15% pengiriman barang antar pulau yang dilakukan oleh beberapa jasa pengiriman, sehingga pada jasa pengiriman perlu untuk mempertahankan eksistensi penjualan dengan meningkatkan kualitas layanan.

Studi Empiris:

1. Simon Ahie, 2017, Analisis pelayanan jasa pengiriman barang pada Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pontianak.
2. Nikita Irina Prima, Hadi Sumarsono, 2018, Pentingnya penerapan model *service quality* (SERVQUAL) dalam perbaikan kualitas layanan jasa pengiriman barang pada kantor pos ponorogo.
3. Indra Gustiawan, Ati Mustikasari, 2019, Analisis implementasi kualitas layanan jasa pada Toyota auto2000 soekarno hatta bandung 2018”.
4. Hardi Warsono, 2018, Inovasi layanan mpospay dan free pick up pos Indonesia dalam peningkatan kualitas pelayanan.
5. Sartika, Lusiana, Ginting, 2022, Pengaruh harga, ketepatan waktu pengiriman, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada jasa pengiriman barang di JNE (Studi kasus pada PT JNE Katamso Medan).
6. Nugi Mohammad Nugraha dan Sally Badriyah Hisniati, 2019, Analisis kualitas pelayanan jasa pengiriman (Kargo Air Lines) dengan metode SERVQUAL di PT. Ghita

Studi Teoritis:

1. Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi (Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry, 2010).
2. Pemasaran Jasa (Tjiptono, 2019).
3. Simon Ahie, 2017, Analisis pelayanan jasa pengiriman barang pada Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pontianak.
4. Hafizha, Abdurrahman, Nuryani, 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar).

untuk menganalisis sebuah fenomena yang ada maka peneliti menggunakan analisis menggunakan kualitatif .

Hasil

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Jenis-jenis metode penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan, tujuan, dan tingkat kealamiah (natural setting) obyek yang diteliti. Berdasarkan tujuan, metode penelitian dapat diklasifikasikan menjadi penelitian dasar (basic research), penelitian terapan (applied research) dan penelitian pengembangan (research dan development). Selanjutnya berdasarkan tingkat kealamiah, metode penelitian dapat dikelompokkan menjadi metode-metode eksperimen, survey dan naturalistik. (Sugiyono, 2018:4)

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif atau naturalistik. Hal ini dikarenakan penelitian dilakukan pada objek yang alamiah atau objek yang berkembang apa adanya.

Menurut Sugiyono (2018:9) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Dalam penelitian kualitatif didasarkan pada kenyataan yang alamiah, hasil penelitian didapatkan atas dasar kenyataan yang terjadi pada masa tertentu dan hasil penelitian dapat berubah-ubah berdasarkan kenyataan yang terjadi.

3.2. Lokasi & Waktu penelitian

Adapun yang dimaksud dengan lokasi penelitian ini adalah tempat atau lokasi dimana penelitian akan dilakukan untuk memperoleh data atau informasi terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Lokasi penelitian ini dilakukan pada sebuah perusahaan yang bergerak dalam jasa pengiriman yaitu CV. Saghara Express yang bertempat di JL. Pantai Jali utara tikungan (selatan MI Al-Wasilah),

Desa kalisangka, Kecamatan arjasa, Kabupaten sumenep, Provinsi Jawa timur. Adapun waktu penelitian ini dilakukan selama 4 bulan mulai November 2021 sampai Maret 2022.

3.3. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian adalah fokus permasalahan yang dipilih untuk diteliti, kemampuan untuk menentukan fokus penelitian dengan baik akan berpengaruh positif terhadap hasil penelitian begitu juga sebaliknya, penelitian yang kurang baik akan berpengaruh negatif terhadap hasil penelitian yang akan diteliti.

Menurut Sugiyono (2018:207) ada beberapa gejala dalam penelitian kualitatif, gejala itu bersifat holistic (menyeluruh, tidak dapat dipisah-pisahkan), sehingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi social yang diteliti yang meliputi aspek tempat (place), pelaku (actor), dan aktivitas (activity) yang berinteraksi secara sinergis.

Dalam mempertajam maka penelitian kualitatif menetapkan pada fokus penelitiannya. Pada penelitian ini yang menjadi fokus adalah upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan ketepatan waktu pengiriman barang dan dokumen (studi kasus saghara express kangean).

3.4. Pemilihan Informan

Peneliti merupakan instrumen atau alat dalam penelitian kualitatif. Oleh karena itu, peneliti juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif setiap melaksanakan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah sebagai human instrumen, berfungsi untuk menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya. (Sugiyono, 2018:222).

Jadi, dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen dalam penelitian yaitu peneliti itu sendiri. Peneliti juga sebagai orang yang menentukan fokus

penelitian, jadi dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan orang yang paling bertanggung jawab dalam penelitiannya ⁵ sendiri.

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2018:223) mengemukakan bahwa dalam penelitian kualitatif tidak ada pilihan lain dari pada menjadikan manusia sebagai instrument penelitian utama. Alasannya ialah bahwa segala sesuatu belum mempunyai bentuk yang pasti. Masalah, fokus penelitian, prosedur penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan, itu semua tidak dapat ditentukan secara pasti dan jelas.

Segala sesuatu masih perlu dikembangkan sepanjang penelitian itu. Dalam keadaan yang serba tidak pasti dan tidak jelas itu, tidak ada pilihan lain dan hanya peneliti itu sendiri sebagai alat satu-satunya yang dapat mencapainya.

Menurut Becker (1982) dalam Nurdiana (2014) menjelaskan bahwa dalam menyiapkan penelitian lapangan, setelah memutuskan lokasi dan waktu penelitian, peneliti harus menentukan responden yang akan diteliti. Dalam Teknik ini peneliti memanfaatkan informan-informan kunci untuk menghantarkan peneliti pada anggota kelompok atau orang yang di studi.

Dalam *sampling snowball*, identifikasi awal dimulai oleh seseorang atau kasus yang masuk dalam kriteria penelitian. Kemudian berdasarkan hubungan keterkaitan langsung maupun tidak langsung dalam suatu jaringan, dapat ditemukan responden berikutnya atau unit sampel berikutnya. Demikian seterusnya proses sampling ini berjalan sampai didapatkan informasi yang cukup dan jumlah sampel yang memadai dan akurat untuk dapat dianalisis guna menarik kesimpulan penelitian.

Key informan menunjukkan pada peneliti tentang informan-informan lainnya yang berkompeten pada bidangnya yang bisa memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan peneliti. *Key informan* yang di tunjuk oleh peneliti adalah

Key informan

Nama : Bapak Mohammad Kholil

Umur : 29 tahun

Jabatan : *Owner* CV. Shagara Express

Lama : 2 tahun

Topik : Upaya meningkatkan Kualitas layanan berdasarkan ketepatan waktu pengiriman barang dan dokumen.

Sesudah dari *key* informan Bapak Harel (*Owner* CV. Saghara Express), beliau mengarahkan peneliti kepada informan lainnya yaitu informan utama:

1. Nama : Ibu Umami Nihaya

Jabatan : Admin

Lama : 1 tahun

Umur : 32 tahun

Topik : Upaya pelayanan yang diterapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan

2. Nama : Achmad Munif

Jabatan : Kurir

Umur : 25 tahun

Lama : 1 tahun 9 bulan

Topik : Faktor yang mendorong dalam meningkatkan ketepatan waktu pengiriman di CV. Saghara Express.

Informan tambahan yang dipilih oleh peneliti yaitu dari pelanggan CV. Saghara Express

3. Nama : Jamilatul Qudsiyah

Jabatan : pelanggan saghara

Umur : 30 tahun

Topik : Upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan ketepatan waktu pengiriman barang dan dokumen.

4. Nama : Nur Fadilla

Umur : 24 tahun

Jabatan : Pelanggan

Topik : Upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan ketepatan waktu pengiriman barang dan dokumen.

5. Nama : Ummi Afifah

Umur : 23 tahun

Jabatan : Pelanggan Pengiriman Dokumen

Topik : Pengiriman Dokumen Pada CV. Saghara Express

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Dalam penelitian Kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (participant observation), wawancara mendalam (in depth interview) dan dokumentasi. (Sugiyono, 2018:225)

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan gabungan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Berikut ini adalah macam-macam teknik pengumpulan data:

1. Observasi

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2018:226) observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Jadi, observasi dilakukan dengan menggunakan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti untuk mendapatkan data yang di butuhkan.

Dalam penelitian ini teknik observasi atau pengamatan secara langsung diperlukan untuk mengumpulkan dan mendeskripsikan hasil penelitian nantinya. Karena dengan teknik ini peneliti akan mengerti secara langsung tentang “Upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan ketepatan waktu pengiriman barang pada Saghara Express.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2018:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di kontruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya yang mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara secara garis besar dibagi dua, yakni wawancara tak terstruktur dan wawancara terstruktur.

Wawancara bertujuan untuk mendapatkan informasi sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh peneliti. Wawancara dilakukan dengan bertatap muka langsung kepada informan atau tidak bertatap muka secara langsung dengan melalui media telekomunikasi yang ada.

¹ Metode ini bertujuan untuk mendapatkan sebuah informasi-informasi dari semua responden, tetapi susunan dan kata-kata disesuaikan dengan ciri-ciri dan kebutuhan setiap responden (Mulyana, 2003:180-181).

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:240) dokumentasi merupakan catatan kejadian yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

¹ Dokumentasi merupakan sebuah pengumpulan data yang sudah dilakukan dan didapatkan dari instansi, lokasi penelitian atau tempat penelitian dengan berbagai masalah yang diteliti.

4. Triangulasi

Menurut Moleong (2016:330) Triangulasi merupakan suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Teknik triangulasi yang banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.

Teknik pengumpulan data triangulasi merupakan teknik yang dilakukan untuk menggabungkan semua teknik pengumpulan dengan data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan teknik triangulasi, peneliti menguji kredibilitas data tersebut.

Menurut Moleong (2016:332) Triangulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai sudut pandang.

Dengan kata lain triangulasi digunakan untuk meneliti kebenaran data yang ada serta untuk memperbanyak data dalam penelitian. Untuk itu peneliti dapat melakukannya dengan cara:

1. Mengajukan berbagai macam pertanyaan
2. Mengeceknnya dengan berbagai sumber data
3. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan keabsahan data dapat dilakukan.

Peneliti memilih triangulasi yang berasal dari eksternal perusahaan, yang dapat di percaya untuk menentukan keabsahan data, adapun triangulator dari penelitian ini adalah:

Nama : Ainul Yaqin

Usia : 25 tahun

Jabatan : Pelanggan tetap saghara

Topik : Upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan waktu pengiriman barang dan dokumen pada saghara express.

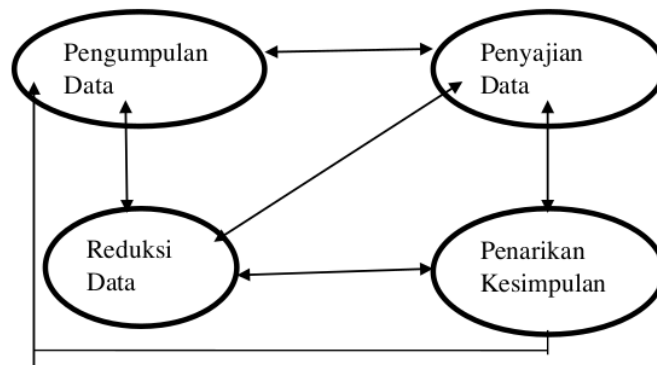
Deskripsi : Karena Bapak Ainul Yaqin sudah berlangganan sejak Maret 2020 dan beliau memiliki usaha pembuatan jasa parsel sehingga menjadikan Saghara Express sebagai ekspedisi langganannya, hal ini juga dikuatkan oleh pernyataan *key informan* bahwa Bapak Ainul Yakin merupakan pelanggan tetap dan loyal.

3.6.Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2018:246) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara

interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu: data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification. Langkah-langkah tersebut dapat ditunjukkan pada gambar berikut.

Gambar 3.6 Model interaktif Analisis Data



Sumber: (Milles Dan Hubberman, 1992)

Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis data sebagai berikut:

1. Pengumpulan data (Data Collection)

Pengumpulan data adalah memperoleh, mendokumentasikan, dan mengumpulkan data secara objektif apa adanya sesuai dengan hasil wawancara yang didapatkan dengan informan. Penelitian ini berkaitan dengan Upaya peningkatan kualitas layanan berdasarkan ketepatan waktu pengiriman barang dan dokumen.

2. Reduksi data (Data Reduction)

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum hasil yang didapatkan dilapangan dengan memilih hal yang penting sesuai dengan

rumusan masalah dalam penelitian. Sesudah merangkum kemudian menyusun secara sistematis supaya mampu menyajikan sebuah gambaran yang lebih jelas serta mempermudah penelitian kembali apabila nantinya data diperlukan kembali. Dalam reduksi data yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara, maupun dokumentasi, karena data yang diperoleh di lapangan masih kompleks dan bersifat mentah.

3. Penyajian data (Display Data)

Sesudah reduksi data sesuai dengan fokus penelitian kemudian tahap selanjutnya adalah menyajikan data. Miles dan Huberman dalam Idrus (2009:151) penyajian data menguraskan semua informasi yang didapat agar dapat memberikan penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Dengan adanya penyajian data, lalu akan memudahkan peneliti untuk mengerti apa yang akan terjadi. Jadi, penyajian data ini dapat memudahkan peneliti dalam menentukan tahapan selanjutnya.

4. Penarikan kesimpulan (verification)

Menurut Miles dan Huberman dalam Idrus (2009:151) *verification* merupakan penarikan kesimpulan. Kesimpulan ini masih bersifat sementara dan dapat berubah bila mana tidak ditemukan bukti yang kuat pada langkah selanjutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang didapatkan pada tahap sebelumnya mendapatkan bukti-bukti yang akurat, maka merupakan kesimpulan yang kredibel.