

PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN PENGIRIMAN BARANG MENGUNAKAN METODE SERVQUAL DI PT. POS INDONESIA KCU SURABAYA

Muhammad Farid¹, Indro Kirono²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Gresik

Email: farid.narnia@gmail.com

Abstrak

Di era globalisasi saat ini, kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan berkualitas tinggi sangat penting untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhannya. Salah satu penyedia layanan pos terbesar di Indonesia, PT. Pos Indonesia KCU Surabaya, menjadi subjek dalam studi ini. Studi ini menggunakan pendekatan SERVQUAL untuk mengetahui bagaimana pelanggan menilai kualitas layanan Pos Reguler pada lima dimensi: *tangibles*, *assurance*, *responsiveness*, *reliability*, dan *empathy*. Sampel sebanyak 100 pelanggan dari basis pelanggan PT. Pos Indonesia KCU Surabaya berpartisipasi dalam studi ini. Pendekatan SERVQUAL dipakai untuk menilai kualitas layanan dalam studi ini, yang berusaha untuk memeriksa tingkat layanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia KCU Surabaya. Sampel sebanyak 100 pelanggan dari basis pelanggan PT. Pos Indonesia KCU Surabaya berpartisipasi dalam studi ini. Pada setiap dimensi layanan, *tangible* mendapatkan GAP sebesar 0.39, *reliability* sebesar 0.12, *responsiveness* sebesar 0.15, *assurance* sebesar 0.06, dan *emphaty* sebesar 0.15. Hasil ini menunjukkan adanya gap antara harapan dan kenyataan dalam metode SERVQUAL untuk mengukur kualitas layanan. Temuan studi ini mendukung pendapat bahwa, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas layanan PT. Pos Indonesia KCU Surabaya harus ditingkatkan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Metode SERVQUAL, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

In the current globalization period, a company's ability to provide high-quality services is essential to its survival and growth. One of the biggest postal service providers in Indonesia, PT. Pos Indonesia KCU Surabaya, was the subject of this study. This research uses the SERVQUAL approach to determine how customers rate the quality of Regular Post services on five dimensions: tangibles, assurance, responsiveness, reliability, and empathy. A sample of 100 clients from the PT. Pos Indonesia KCU Surabaya customer base participated in this research. The SERVQUAL approach was used to assess service quality in this study, which seeks to examine the level of service provided by PT. Pos Indonesia KCU Surabaya. A sample of 100 clients from the PT. Pos Indonesia KCU Surabaya customer base participated in this research. In each service dimension, tangible receives a GAP of 0.39, reliability of 0.12, responsiveness of 0.15, assurance of 0.06, and empathy of 0.15. These results demonstrate a gap between expectations and reality in the SERVQUAL method of measuring service quality. The study's findings support the notion that, in order to boost customer satisfaction, PT. Pos Indonesia KCU Surabaya's service quality has to be enhanced.

Keywords: Service Quality, SERVQUAL Method, Customer Satisfaction.

A. PENDAHULUAN

Pasar bisnis menjadi semakin kompetitif di era globalisasi yang canggih ini, yang mendorong setiap organisasi untuk terus meningkatkan kualitas barang dan jasa yang mereka sediakan. Hal ini juga berlaku untuk penyedia layanan, yang perlu berkonsentrasi untuk meningkatkan kualitas penawaran mereka. Kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan berkualitas tinggi sangat penting bagi keberhasilannya karena dapat memengaruhi perkembangan dan reputasinya. Menganalisis dan memahami permintaan klien adalah salah satu strategi untuk meningkatkan kualitas layanan. Melalui umpan balik dari konsumen, perusahaan dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan mereka. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan membuat rencana layanan yang lebih baik berdasarkan pengetahuan yang lebih mendalam tentang basis konsumen mereka.

Salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan jaringan layanan terluas dan jangkauan nasional adalah PT. Pos Indonesia, yang menyediakan layanan pengiriman berita, uang, dan barang. Negara Republik Indonesia memiliki seluruh atau paling sedikit 51% (lima puluh satu persen) saham perusahaan perseroan (persero), yang didefinisikan sebagai BUMN berdasarkan UU No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN. BUMN merupakan bentuk nyata dari investasi Negara dalam dunia usaha, dengan tujuan untuk mendorong dan mengembangkan kegiatan perekonomian nasional. UU No. 38 Tahun 2009 tentang Pos menegaskan bahwa penyelenggaraan pos, seperti layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan, layanan komunikasi tertulis dan/atau surat elektronik, dan layanan keagenan pos, dapat diselenggarakan oleh badan usaha yang bersifat komersial. Selain menangani layanan komunikasi, PT. Pos Indonesia juga menyediakan layanan pengiriman paket pos, yang mencakup seluruh wilayah Indonesia dan tujuan internasional. Solusi hemat biaya untuk pengiriman barang berharga baik domestik maupun internasional adalah Paketpos.

Kemampuan masyarakat untuk menerima surat dan barang sangat terbantu dengan adanya PT. Pos Indonesia (Persero), penyedia layanan pos utama di Indonesia. Salah satu faktor penting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan menjaga kepuasan mereka adalah kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia (Persero). Untuk memastikan bahwa persyaratan layanan yang dibutuhkan terpenuhi, sangat penting untuk menilai kualitas layanan Pos Reguler yang disediakan oleh PT. Pos Indonesia (Persero). Memenuhi harapan pelanggan dengan sukses dan menunjukkan area yang perlu ditingkatkan.

Pendekatan SERVQUAL telah dipakai dalam sejumlah studi sebelumnya untuk menilai kualitas layanan di berbagai sektor jasa. Namun demikian, masih sedikit studi yang berfokus pada pendekatan SERVQUAL dan kualitas layanan Pos Reguler di Pos Indonesia. Untuk menutup gap informasi ini dan memajukan pemahaman kita tentang kualitas layanan Pos Reguler yang disediakan oleh Pos Indonesia, studi ini dilakukan.

Studi ini akan meneliti bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan Pos Reguler berdasarkan lima dimensi yang telah ditentukan - Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, dan Tangibles - dengan menggunakan pendekatan SERVQUAL. Dalam rangka memenuhi permintaan pelanggan dan memastikan kepuasan mereka, Pos Reguler di PT. Pos Indonesia memainkan peran penting dalam memperoleh gambaran yang lengkap tentang persepsi klien tentang kualitas layanan yang diberikan.

Dengan pengetahuan yang lebih baik tentang temuan studi ini, PT. Pos Indonesia akan dapat menentukan area masalah dan menerapkan solusi praktis untuk meningkatkan standar layanan Pos Reguler. Hal ini akan membantu PT. Pos Indonesia untuk terus menjadi penyedia layanan pos terbaik di Indonesia dan memenuhi harapan konsumen. Pos Indonesia dapat mengatasi area-area yang membutuhkan perbaikan dengan

memahami persepsi pelanggan dan menemukan ketidaksesuaian antara ekspektasi dan penyampaian layanan. Selain itu, studi ini dapat menambah pengetahuan tentang kualitas layanan dalam industri jasa, khususnya yang berkaitan dengan Pos Indonesia.

Pos Indonesia berharap dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat citra merek, dan tetap kompetitif dalam industri jasa pos yang semakin ketat dengan bantuan studi ini.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Manajemen Pelayanan Publik

Mukaroo dkk. (2015) menjelaskan sebuah metode yang dikenal sebagai "manajemen layanan" mengintegrasikan ilmu pengetahuan dan seni untuk merencanakan, melaksanakan, mengoordinasikan, dan menyelesaikan berbagai tugas yang berhubungan dengan layanan. Menyediakan layanan berkualitas tinggi kepada masyarakat adalah tujuan utama manajemen layanan. Dalam konteks pelayanan publik, manajemen pelayanan publik menjadi sangat penting karena berusaha untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada masyarakat sebagai bagian dari tugas pemerintah sebagai pelayan publik. Oleh karena itu, manajemen pelayanan publik harus memenuhi persyaratan utama pelayanan publik seperti akuntabilitas, kesamaan hak, kondisionalitas, partisipasi, keterbukaan, dan keseimbangan hak dan kewajiban.

Anugrahdwi (2023) mengatakan, metode yang mengintegrasikan ilmu pengetahuan dan seni untuk tujuan mengorganisir, mengatur, melaksanakan, dan menyimpulkan berbagai tugas yang berhubungan dengan pelayanan publik dikenal sebagai manajemen pelayanan publik. Mencapai tujuan pelayanan publik yang telah ditetapkan adalah tujuan utama. Manajemen pelayanan publik dalam hal ini mengacu pada pengorganisasian, pengarahan, dan pengkoordinasian inisiatif pelayanan publik untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan.

Winarsih & Ratminto (2016) mengatakan, upaya untuk mengawasi beberapa aspek dari proses menciPT. akan, menawarkan, atau memberikan produk dan layanan kepada masyarakat dapat dicirikan sebagai manajemen pelayanan publik. Untuk mencapai tujuan pelayanan publik, hal ini memerlukan perencanaan, pelaksanaan, memimpin, dan mengoordinasikan operasi pelayanan publik.

Karena tujuan utama dari manajemen pelayanan publik adalah untuk menyediakan layanan, maka manajemen pelayanan publik dapat didefinisikan sebagai manajemen proses, atau sisi manajemen pelayanan yang merencanakan dan mengawasi proses pelayanan untuk memastikan bahwa mekanisme kegiatan pelayanan berjalan dengan cara yang efisien, tepat sasaran, dan memuaskan pihak-pihak yang dilayani.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat dijelaskan sebagai pernyataan tentang perilaku dan keterkaitan yang timbul dari antara harapan pelanggan dengan kinerja yang dilakukan oleh penyedia layanan (Gofur, 2019).

Zeithaml (dalam Rasyidi, 2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seorang pelanggan menyatakan ketidakpuasannya terhadap suatu produk atau jasa secara menyeluruh. Peserta menilai kualitas pekerjaan sebagai hasil dari proses evaluasi di mana mereka membandingkan persepsi mereka terhadap pekerjaan dan hasilnya dengan harapan mereka sendiri. Pada tahun 2021, Maharani dan Saputra

Menurut Kotler (2019), kualitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana harapan konsumen terpenuhi oleh kualitas produk atau jasa yang mereka dapatkan. Jika pekerjaan yang dilakukan atau ditugaskan sesuai dengan pedoman, maka kualitas pekerjaan tersebut akan memuaskan dan serasi. Manfaat dari pengalaman ini dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dan menjadi pelanggan tetap di masa yang akan

datang.

Menurut Krisnawati (2016), kualitas pelayanan adalah kemampuan sebuah organisasi untuk mengatasi masalah pelanggannya. Ketika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan harapannya, maka kualitas pelayanan tersebut akan memuaskan dan mampu memuaskan pelanggan.

3. Metode Kualitas Pelayanan SERVQUAL

Salah satu teknik yang paling sering dipakai untuk menilai kualitas layanan adalah Servequal. Proses pengukuran kualitas untuk barang berwujud sama dengan proses pengukuran kualitas untuk jasa. Strategi ini mengajukan dua pertanyaan berbasis skala untuk setiap item: apakah kinerjanya bagus dan apakah signifikan bagi pelanggan? Setelah pengumpulan data melalui kuesioner, rata-rata setiap pertanyaan dihitung menggunakan algoritma yang telah ditentukan (Prananda et al., 2019).

Metode servequal, menurut Samaria (2019), adalah teknik untuk mengukur kualitas layanan berdasarkan fitur masing-masing dimensi. Hal ini memungkinkan dilakukannya perhitungan nilai gap, atau selisih antara persepsi responden terhadap layanan yang mereka dapatkan dengan layanan yang sebenarnya diberikan.

Pertama, survei pelanggan dikirim sebagai bagian dari proses analitik. Kuesioner ini menggunakan skala Likert dengan dua kemungkinan jawaban untuk setiap item pertanyaan. Pertama, apakah pelanggan merasa perlu atau tidak perlu melakukan atau menerapkannya. Kedua, bagaimana penilaian pelanggan terhadap kinerjanya, dalam skala baik atau buruknya.

4. Dimensi-Dimensi SERVQUAL

Menurut Zeithaml, Parassuraman, dan Berry (dalam Hardiansyah, 2011), metode Servequal mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan. Dimensi-dimensi tersebut meliputi: 1) Bukti fisik (*tangibles*): Faktor-faktor fisik yang terlihat dan dirasakan oleh pelanggan, seperti fasilitas, perlengkapan, tampilan visual, dan penampilan staf; 2) Reliabilitas (*reliability*): Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang konsisten, akurat, dan tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan; 3) Daya tanggap (*responsiveness*): Kemampuan untuk merespons kebutuhan dan permintaan pelanggan dengan cepat dan efektif; 4) Jaminan (*assurance*): Kepercayaan, keahlian, dan kemampuan staf dalam memberikan pelayanan yang memadai dan meyakinkan pelanggan; dan 5) Empati (*empathy*): Kemampuan untuk memahami dan merasakan perasaan, kebutuhan, dan keinginan pelanggan, serta memberikan perhatian dan perawatan yang personal. Kelima dimensi ini membantu dalam mengukur dan mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia Surabaya.

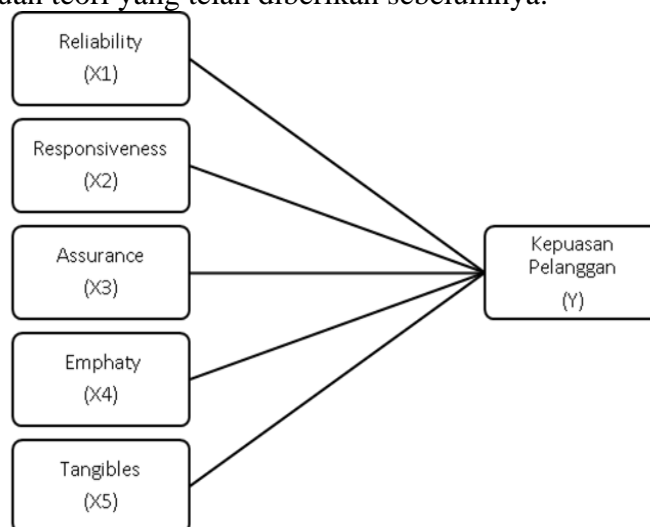
5. Kepuasan Pelanggan

Tjiptono dkk. (2017) menyatakan bahwa basis pelanggan yang puas dapat menumbuhkan loyalitas konsumen dan perusahaan. Berbeda dengan (Kotler, 2017), yang menyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan ditentukan oleh bagaimana mereka merasakan kinerja mereka dalam kaitannya dengan harapan mereka. Dari berbagai perspektif, dapat disimpulkan bahwa, secara umum, kepuasan pelanggan mencakup ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan atau hasil yang dirasakan. Kepuasan pelanggan, seperti yang didefinisikan oleh Kotler dalam Arief (2018), adalah sejauh mana seseorang merasa puas dengan kinerja yang dia terima atau temui dibandingkan dengan harapannya.

Gerson (2019) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai harapan yang telah terpenuhi atau terlampaui. Menurut pandangan para ahli tersebut, tingkat kesenangan atau ketidakpuasan pelanggan umumnya ditentukan oleh seberapa baik kesesuaian antara harapan dan persepsi mereka terhadap layanan yang mereka dapatkan (kenyataan yang dialami).

6. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Memastikan kualitas layanan melibatkan pemenuhan permintaan dan harapan klien sambil mempertahankan akurasi dalam pengiriman. Menyediakan layanan pelanggan yang sangat baik membantu meningkatkan kesan positif konsumen. Landasan teori untuk studi ini dikembangkan dari tinjauan teori yang telah diberikan sebelumnya.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran.

Hipotesis adalah suatu asumsi sementara yang dipakai untuk menyelesaikan permasalahan studi dan kebenarannya harus diuji. Dalam studi ini, hipotesisnya. Meliputi:

- H1: *Reliability* Memiliki dampak positif terhadap Kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia KCU Surabaya.
- H2: *Responsiveness* Merek Memiliki dampak positif secara signifikan terhadap Kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia KCU Surabaya.
- H3: *Assurance* Memiliki dampak positif terhadap Kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia KCU Surabaya.
- H4: *Emphaty* Memiliki dampak positif terhadap Kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia KCU Surabaya.
- H5: *Tangibles* Memiliki dampak positif terhadap Kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia KCU Surabaya.

C. METODE

Penulis studi ini menggabungkan pendekatan kuantitatif dengan strategi studi deskriptif. (Sugiono, 2017) mendefinisikan metode kuantitatif sebagai metodologi yang berlandaskan pada positivisme yang dipakai untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data melalui penggunaan alat studi, dan melakukan analisis kuantitatif dan statistik terhadap data tersebut.

Untuk mengetahui nilai variabel mandiri tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan faktor lain, maka studi deskriptif kuantitatif dilakukan untuk studi ini. Variabel ini akan memberikan gambaran yang tidak memihak mengenai kondisi yang dinyatakan serta gambaran yang metodis dan akurat mengenai suatu populasi atau daerah tertentu. Jenis studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis deskriptif untuk mengidentifikasi ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kualitas layanan yang sebenarnya. Teknik *servequal* dipakai untuk mengumpulkan data dan didasarkan pada lima dimensi: bukti fisik, jaminan, daya tanggap, empati, dan ketergantungan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas dapat dipakai untuk menentukan keabsahan instrumen studi. Sejah mana instrumen studi benar-benar mengukur apa yang diukur ditunjukkan oleh validitasnya. Untuk memperkirakan jumlah sampel minimal, kita dapat menggunakan rumus $n = z^2/4(Moe)^2$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel, $n = 1,96^2 4(0,10)^2$ maka $n = 96,04$ (100/Pembulatan Keatas).

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung		r tabel	Keterangan
		Harapan	Realita		
Tangibles (Bukti Fisik) X1	Kondisi ruangan tertata dan nyaman	0.343	0.477	0.195	Valid
	Penampilan pegawai terlihat bersih dan rapi	0.944	0.365	0.195	Valid
	Pelayanan yang diberikan pegawai ramah	0.961	0.507	0.195	Valid
Reliability (Keandalan) X2	Pegawai memberikan pelayanan yang baik dari awal hingga akhir	0.347	0.568	0.195	Valid
	Pegawai memberikan pelayanan dengan cepat	0.931	0.635	0.195	Valid
	Kemudahan dalam mendapatkan informasi	0.931	0.529	0.195	Valid
Responsiveness (Daya Tanggap) X3	Pegawai tanggap dengan cepat menerima keluhan pelanggan	0.917	0.64	0.195	Valid
	Pegawai mampu menjawab pertanyaan pelanggan	0.937	0.639	0.195	Valid
	Ketanggapan pegawai mendampingi pelanggan dalam menghadapi kesulitan	0.367	0.652	0.195	Valid
Assurance (Jaminan) X4	Pihak POS Indonesia bersedia melakukan ganti rugi sesuai ketentuan	0.935	0.529	0.195	Valid
	Pegawai konsisten dalam bersikap (ramah, sopan, tanggap)	0.644	0.596	0.195	Valid
	Pihak POS Indonesia berkomitmen dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan	0.942	0.554	0.195	Valid
Emphaty (Empati) X5	Pelanggan mendapatkan pelayanan secara memuaskan	0.343	0.597	0.195	Valid
	Pegawai mengutamakan kepentingan pelanggan secara sungguh-sungguh	0.944	0.632	0.195	Valid
	Pegawai dapat memberikan	0.961	0.547	0.195	Valid

ARTIKEL

solusi terkait keluhan yang dialami				
-------------------------------------	--	--	--	--

Berdasarkan Tabel 1 diatas, didapatkan bahwa semua indikator memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,195 atau dapat dilihat dari nilai $p-value < 0,05$ (taraf signifikansi), maka instrumen studi yang dipakai valid dan layak dipakai.

2. Uji Reliabilitas

Item-item dari kumpulan pertanyaan yang dianggap valid menjalani uji reliabilitas. Jika jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut konsisten dari waktu ke waktu, maka variabel tersebut dianggap dapat dipercaya. Analisis Cronbach's Alpha dipakai untuk data uji reliabilitas yang diperoleh dari instrumen studi ini.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach		Keterangan
	Harapan	Realita	
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) X1	0.706	0.744	Reliabel
<i>Reliability</i> (Keandalan) X2	0.641	0.662	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) X3	0.649	0.769	Reliabel
<i>Assurance</i> (Jaminan) X4	0.806	0.722	Reliabel
<i>Emphaty</i> (Empati) X5	0.706	0.699	Reliabel

Berdasarkan Tabel 2 diatas, didapatkan bahwa semua indikator memiliki nilai $r_{alpha} > r_{kritis}$ yaitu 0.60 , maka setiap item instrumen studi yang dipakai dinyatakan reliabel atau konsisten sehingga layak dipakai.

3. GAP Analysis

Setelah melakukan analisis terhadap data yang diproses, ditemukan gap nilai yang didapatkan. Gap rata-rata untuk dimensi Berwujud adalah 0,39. Gap yang diperoleh untuk dimensi Keandalan adalah 0,12. Gap daya tanggap adalah 0,15. Gap yang tercatat untuk dimensi Jaminan adalah 0,06, sedangkan gap yang diperoleh untuk dimensi Empati adalah 0,15. Ini adalah hasil dari perhitungan rata-rata setiap dimensi. Tabel berikut ini memberikan rincian mengenai nilai gap total.

Tabel 3 Hasil Analisis Servequal (GAP)

Variabel	Indikator	Harapan	Realita	Gap
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) X1	Kondisi ruangan tertata dan nyaman	4.35	4.01	0.34
	Penampilan pegawai terlihat bersih dan rapi	4.06	3.65	0.41
	Pelayanan yang diberikan pegawai ramah	4.07	3.64	0.43
Rata-Rata		4.16	3.77	0.39
<i>Reliability</i> (Keandalan) X2	Pegawai memberikan pelayanan yang baik dari awal hingga akhir	4.16	4.05	0.11
	Pegawai memberikan pelayanan dengan cepat	4.15	3.99	0.16
	Kemudahan dalam mendapatkan informasi	4.27	4.18	0.09
Rata-Rata		4.19	4.07	0.12
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) X3	Pegawai tanggap dengan cepat menerima keluhan pelanggan	4.11	3.98	0.13
	Pegawai mampu menjawab pertanyaan pelanggan	4.02	3.80	0.22
	Ketanggapan pegawai mendampingi pelanggan dalam menghadapi kesulitan	4.37	4.28	0.09

ARTIKEL

Rata-Rata		4.17	4.02	0.15
Assurance (Jaminan) X4	Pihak POS Indonesia bersedia melakukan ganti rugi sesuai ketentuan	3.96	3.84	0.12
	Pegawai konsisten dalam bersikap (ramah, sopan, tanggap)	3.85	3.83	0.02
	Pihak POS Indonesia berkomitmen dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan	4.26	4.22	0.04
Rata-Rata		4.02	3.96	0.06
Emphaty (Empati) X5	Pelanggan mendapatkan pelayanan secara memuaskan	4.09	4.03	0.06
	Pegawai mengutamakan kepentingan pelanggan secara sungguh-sungguh	3.95	3.71	0.24
	Pegawai dapat memberikan solusi terkait keluhan yang dialami	4.13	3.97	0.16
Rata-Rata		4.06	3.90	0.15

Untuk mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan kepada pelanggan, dapat dipakai suatu rumus sebagai metode analisis:

$$\text{Kualitas Layanan (Q)} = \frac{\text{Realita}}{\text{Harapan}}$$

Perhitungan menunjukkan adanya nilai Gap rata-rata secara keseluruhan. Tabel 4 di bawah ini menunjukkan nilai Gap dalam urutan berikut, dari yang tertinggi hingga terendah.

Tabel 4. Perhitungan Kualitas Pelayanan

Variabel	Realita(P)	Harapan(E)	Gap	Q=P/E
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	3.77	4.16	0.39	0.90544872
<i>Reliability</i> (Keandalan)	4.07	4.19	0.12	0.97138315
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	4.02	4.17	0.15	0.96480000
<i>Assurance</i> (Jaminan)	3.96	4.02	0.06	0.98508699
<i>Emphaty</i> (Empati)	3.90	4.06	0.15	0.96220214
Rata-Rata	3.95	4.12	0.17	0.95778420

Dapat disimpulkan bahwa organisasi menawarkan kualitas pelayanan yang tinggi jika nilai (Q) lebih besar dari 1. Tabel 4 menggambarkan bahwa nilai (Q) = 0,95778420 menunjukkan bahwa (Q) < 1, menunjukkan bahwa pelayanan PT. Pos Indonesia KCU Surabaya kualitasnya di bawah standar dan masih memerlukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan klien. Saat menentukan kualitas layanan, nilai Q kurang dari satu atau nilai totalnya positif (+).

E. KESIMPULAN

Di era globalisasi saat ini, kualitas layanan merupakan komponen penting bagi dunia usaha, termasuk penyedia layanan seperti PT. Pos Indonesia. Pendekatan SERVQUAL dipakai dalam studi ini untuk menilai kualitas layanan Pos Reguler yang disediakan oleh PT. Pos Indonesia KCU Surabaya. Validitas dan reliabilitas alat studi yang dipakai ditunjukkan oleh hasil tes. Setiap dimensi pelayanan mempunyai kesenjangan antara harapan dan kenyataan, seperti yang ditunjukkan oleh analisis GAP. Dimensi yang menunjukkan disparitas terbesar adalah daya tanggap, yang menunjukkan adanya kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja aktual dalam hal merespons permintaan konsumen secara cepat dan efisien. Dengan nilai Q sebesar 0,95778420 (kurang dari 1), diketahui bahwa kualitas pelayanan total masih perlu ditingkatkan dengan menggunakan metode Q=P/E. Hal ini menunjukkan perlunya inisiatif perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil studi ini, PT. Pos Indonesia dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, terutama pada dimensi Responsiveness, untuk meningkatkan kualitas layanan Pos Reguler. Dengan demikian, perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan, mempertahankan citra merek yang baik, dan tetap kompetitif di pasar layanan pos yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrahdwi. (2023). Pengertian dan Prinsip-Prinsip Pada Manajemen Pelayanan Publik. *Pascasarjana UMSU*.
- Fitriani, A. N. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Semen Di PT. Semen Indonesia Logistik Cabang Gulomantung Gresik. Jurnal Riset Entrepreneurship*, 2(2), 68–78.
- Gerson, Richard. F. (2019). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. PPM.
- Gofur. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Bina Media.
- Iskandar, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Costumer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan. (Studi Kasus Pada PT. Telkom Indonesia Tbk Cabang Lembong Bandung, 2017)*.
- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Krisnawati, S. N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU No. 64.751. 15 Samarinda. *E Journal Administrasi Bisnis*.
- Maharani, A., & Saputra, F. (2021). Relationship of Investment Motivation, Investment Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(1), 23–32.
- Meiliani, S. D., & Mustika sari, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan . (Studi Kasus pada Jasa PT.. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Cabang Setrasari Mall Bandung 2018). *E-Proceeding of Applied Science*, 4(3), 1153.
- Mukarom, Z., Laksana, M. W., & Saebani, B. A. (2015). *Manajemen Pelayanan Publik*. Pustaka Setia.
- Nurpalah, Z., Sinaga, D. (2023). *Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan Oleh Pemustaka Di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 66-72.
- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Abdul Khannan, M. S. (2019). Penerapan metode service quality (servqual) untuk peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. *OPSI - Jurnal OPT.imasi Sistem Industri*, 12(1), 1.
- Putri, T. M., Emirzon, J., Mahfuz, A. L. (2023). *Pertanggungjawaban Hukum Atas Kehilangan Barang Pengguna Jasa di PT.. Pos Indonesia (Persero) Kecamatan Sirah Pulau Padang dan Kota Kayuagung. AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(2), 2371–2382.
- Rasyidi, M. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan Andina. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 8(1).
- Safrizal, & Novicara Aldanisa. (2019). *Analisis Kualitas Pelayanan Pada Rsu Cut Meutia Kota Langsa Dengan Pendekatan Service Quality (Servqual)*. 11(2).
- Satria. (2019). Analisis Sistem Informasi Mengukur Kepuasan Pelayanan Pelanggan Dengan Metode Servqual. *KILAT*, 8(1), 52–64.
- Sugiono. (2017). *Metode Studi Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan*

- R&D. Bandung: Alfabeta.
- Subiansyah, G., Matoati, R. (2023). *Analysis of User Satisfaction for Go-Pay Mobile Payment Based on E-Service Quality*. Universitas Binaniaga Indonesia.
- Siringoringo, I. N. S., Jan, A. B. H., Karuntu, M. M. (2023). *Analisis Kualitas Pelayanan Pada Hotel Biz Boulevard Kota Manado Dengan Metode Servqual*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), 1199-1210.
- TjiPT.ono, Fandy, & Diana, A. (2017). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi.
- Winarsih, A. S., & Ratminto. (2016). *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar.
- Widijawan, D. (2015, March 24). *Konvergensi Regulasi dan Kelembagaan Struktur Industri Logistik, Pos, dan Kurir*. Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Zulyanti, Z., Samsuddin, S., & Supriadi, F. (2017). *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pospay Di PT.. Pos Indonesia (Persero) Cabang Sambas*. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 4(2).