PENGARUH PEMANFAATAN *E-POS* DAN KUALITAS LAYANAN JASA PENGIRIMAN TERHADAP TINGKAT LOYALITAS PARA PELANGGAN POS INDONESIA KOTA BATAM (SUATU SURVEI PADA KECAMATAN BATAM KOTA)

Hapzi Ali[1]
Nia Ekawati[2]

Abstract

Post a freight services company in Indonesia. Identified some of the problems encountered in customer loyalty is the use of Information Systems Services (e-mail) may be used less well by the customers Pos Indonesia. Quality of delivery services to good use by customers Pos Indonesia. Level of loyalty among customers at Pos Indonesia perceived less loyal. Quality of delivery of services to the level of customer loyalty among the less well used by customers Pos Indonesia. The purpose of this study was to determine effect of the use of e-mail and Postal Service Quality (e-mail) to the post of customer loyalty;

This research method using the method of verification or causality methods to examine the relationship between variables. The population sample of 200 people with 133 people. Research Batam attractions post office to post office customer analytics unit. The data was obtained using a questionnaire and interviewed staff and leadership post office. Analysis Method regersi use the liner regression.

The use of e-mail services and quality of service delivery affect the level of customer loyalty simultaneously at Pos Indonesia. The post office in Batam Centre is less attention to the balance of services offered Pos Indonesia to the customer so that e - mail to the Loyalty influential but less than optimal.

Keywords: e - Pos, service quality, and loyalty.

PENDAHULUAN

Sejak kelahirannya hingga saat ini Pos Indonesia bertujuan mempercepat pembangunan jaringan komunikasi antar daerah. Layanan Pos adalah layanan komunikasi tertulis dan atau surat elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan, dan layanan keagenan pos untuk kepentingan umum. Sebagai layanan komunikasi, perkembangan teknologi dan informasi serta perubahan sosial ekonomi sangat berpengaruh terhadap layanan pos yang penyelenggaraannya diatur dalam Undang-undang No. 38 Tahun 2009 tentang Pos. Pada hakekatnya penyelenggaraan pos bertujuan untuk memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa dan negara, mempererat hubungan antar bangsa, melancarkan hubungan aparat pemerintah dengan masyarakat serta menghilangkan isolasi daerah terpencil. Khusus untuk layanan surat di PT. Pos Indonesia yang masih bertahan adalah surat menyurat. (dalam Jurnal Penelitian Pos dan Informatika, Ramon Kaban, 2010: 137).

E–pos adalah sebuah aplikasi sistem informasi yang dimiliki Pos Indonesia saat ini, aplikasi tersebut dimanfaatkan untuk memberikan kemudahan kepada konsumen Pos dalam mengetahui segala informasi yang ingin diketahui konsumen mengenai layanan komunikasi tertulis dan atau surat elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan, dan layanan keagenan pos. Banyak layanan jasa yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia merupakan suatu perwujudan mereka membantu memanfaatkan teknologi informasi yang diaplikasikan ke dalam *web* Pos Indonesia.

Menurut Diah (dalam Jurnal Penelitian Pos dan Informatika, 2010: 126). Animo pemanfaatan fitur layanan transaksi keuangan oleh masyarakat di Indonesia masih cukup tinggi. Terutama oleh masyarakat di daerah-daerah yang masihsedikit terjamah oleh fasilitas perbankan. Senior Manager Financial dan Retail Service PT Pos Divre XI Papua, Henri Rumahorbo dalam wawancara dengan wartawan Tempo, Rabu, 2 Maret 2011 menuturkan bahwa terjadi peningkatan sekitar 40 persen bagi pengguna wesel pos instan di wilayah Papua sepanjang 2009 - 2010. Saat ini ada lebih dari 1000 orang setiap harinya dapat mengirimkan uang dengan menggunakan wesel instan ini ke wilayah Papua.

Kualitas layanan jasa pengiriman sangatlah penting mengingat semakin banyaknya kompetitor yang bergerak di bidang usaha yang sama. Para pelanggan tentunya selalu melakukan transaksi disetiap loket Kantor Pos yang ada di Kota Batam, dengan asumsi pelanggan adalah cepat dilayani apa yang pelanggan inginkan. Namun tentunya ada kendala yang terjadi di setiap loket Kantor Pos, kurangnya pengetahuan dari pegawai dan keahlian yang dimiliki dari pegawai tersebut merupakan sumber daya manusia yang harus mendukung pada kualitas layanan yang ada di setiap loket Kantor Pos di Kota Batam.

Loyalitas menurut Grifin (2003: 4) adalah "*Loyality is defined as nonrandom purchase expressed over time by some decision making unit*". Bahwa loyalitas lebih ditujukan kepada suatu perilaku pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Namun demikian, dari definisi yang diungkapkan menurut Grifin tersebut apakah dapat mewakili dari loyalitas para pelanggan yang ada PT. Pos Indonesia Kota Batam.

Sebagai BUMN, Pos Indonesia berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaiknya kepada masyarakat. Pelayanan yang khas, diberikan Pos

[1] Dosen Fak. Ekonomi Universitas Batnghari
[2] Mahasiswa Universitas Putera Batam

Indonesia melalui pengembangan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat Indonesia. Layanan Pos Indonesia yang dapat menjangkau hingga ke pelosok Negeri termasuk daerah terpencil dimungkinkan dengan keberadaan 207 Kantor Pos di pusat kota, 3.269 Kantor Pos dalam kota, kabupaten, dan kecamatan, 2.076 mobile services, serta 16.260 Agen pos yang berlokasi di pusat kota, kelurahan, pedesaan, dan daerah transmigrasi. Setiap jaringan, baik di daerah komersial maupun wilayah pemukiman pedesaan, dilengkapi dengan teknologi jaringan yang mendukung setiap transaksi sehingga dapat dilakukan secara *real time on line*.

PERUMUSAN MASALAH DAN TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan penjabaran diatas maka rumusan masalah adalah Seberapa besar pengaruh pemanfaatan *e-pos* dan kualitas layanan jasa pengiriman terhadap tingkat loyalitas para pelanggan di Pos Indonesia Kota Batam baik secara pasrsial maupun secara simultan. Tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui Pengaruh pemanfaatan *e-pos* dan kualitas layanan jasa pengiriman terhadap tingkat loyalitas para pelanggan di Pos Indonesia Kota Batam baik secara pasrsial maupun secara simultan.

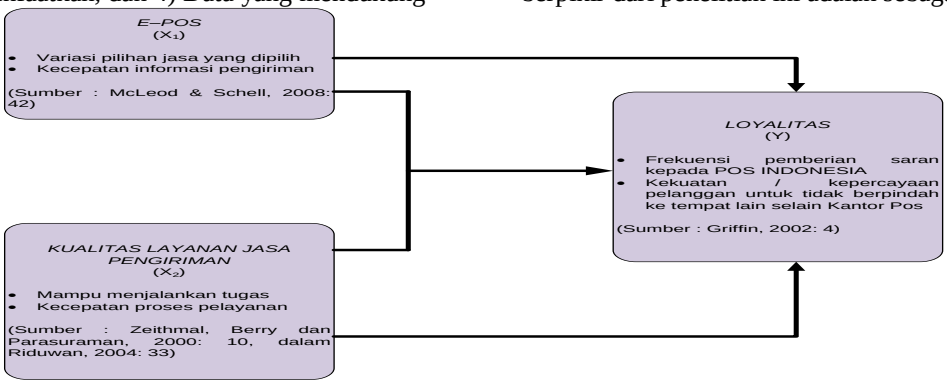
KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS

E- Pos adalah sebuah aplikasi yang ditawarkan PT. Pos Indoensia melalui jaringan internet berbasi *web*, dengan keunggulannya adalah sebuah fasilitas menu lacak jejak kiriman. Namun sayangnya fasilitas ini belum banyak dikenal dikalangan masyarakat khususnya para pelanggan PT. Pos Indonesia, kurangnya sosialisasi dari pihak manajemen perusahaan memungkinkan hal ini terjadi. Oleh sebab itu, dilakukannya penelitian ini sebagai salah satu upaya untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memebuat *e-pos* belum dikenal luas oleh masyakarat atapun pelanggan dari PT. Pos Indonesia. Mengenai *e-pos* dapat dijelaskan dengan indikator-indikatornya sebagi berikut: 1) Variasi pilihan jasa yang dipilih, 2) Kecepatan informasi pengiriman, 3) Laporan atau informasi yang dimanfaatkan, dan 4) Data yang mendukung inputan informasi. Akan tetapi penelitian ini penulis memberi batasan hanya dua indikator saja yang diambil, yaitu: variasi pilihan jasa yang dipilih dan kecepatan informasi pengiriman.

Selain itu, Kualitas Layanan Jasa Pengiriman (X_2) menjelaskan mengenai seberapa besar kualitas layanan jasa pengiriman yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia terhadap para pelanggannya. Kualitas layanan jasa pengiriman sangatlah penting mengingat semakin banyaknya kompetitor yang bergerak di bidang usaha yang sama. Oleh sebab itu, pihak manajemen PT. Pos Indonesia harus benar-benar memperhatikan kualitas layanannya. Adapun indikator –indokator dari kualitas layanan jasa anatara lain adalah: 1) Mampu menjalankan tugas, 2) Peralatan, 3) Kecepatan proses pelayanan, 4) Mudah untuk mengadakan kontak, 5) Jaminan pelayanan, 6) Mampu berkomunikasi, 7) Ramah dan bersahabat, dan 8) Tahu apa yang dibutuhkan pelanggan. Akan tetapi dalam penelitian ini penulis memberikan batasan hanya dua indikator saja yaitu mampu menjalankan tugas dan kecepatan proses pelayanan.

Loyalitas pelanggan (Y) menjelaskan mengenai seberapa besar tingkat loyalitas atau kesetiaan para pelanggan PT. Pos Indonesia dalam menggunakan semua jasa yang ditawarkan. Loyalitas disini memfokuskan pada indikator-indikator sebagai berikut: 1) Frekuensi pemberian saran kepada Pos Indonesia, 2) Frekunesi (seringnya) menyarankan ke orang lain untuk menggunakan jasa ke Kantor Pos, 3) Kekuatan atau kepercayaan pelanggan untuk tidak berpindah ke tempat lain , selain Kantor Pos, 4) Perhatian Pimpinan dan Karyawan terhadap keluhan dan harapan, 5) Memberikan informasi tentang hal – hal positif mengenai Kantor Pos ini kepada: teman, saudara atau kerabat, lembaga, perusahaan. Akan tetapi pada penelitian ini penulis memberikan batasan hanya dua indikator saja yaitu frekuensi pemberian saran kepada Pos Indonesia dan kekuatan atau kepercayaan pelanggan untuk tidak berpindah ke tempat lain selain Kantor Pos.

Berdasarkan uraian tersebut, maka kerangka berpikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka berfikir penelitian

Dari kerangka berfikr maka Hipotesisnya adalah bahwa Sistem Informasi Pelayanan Pos Indonesia (*e–pos*) dan Kualitas Layanan jasa pengiriman berpengaruh terhadap tingkat loyalitas para pelanggan pada Pos Indonesia baik secara parsial maupun secara simultan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan metode verifikatif atau kausalitas. Populasinya berjumlah 200 Orang dengan sampel 133 orang. Objek Penelitian Kantor pos Batam dengan unit analisis pelanggan kantor pos. Data di peroleh dengan menggunakan kuesioner dan menginterview staf dan pimpinan kantor pos. Metode analisis yang digunakan adalah persamaan regersi linear berganda $Y = a + b1X1 + b2X2 + \varepsilon$.

Keterangan:

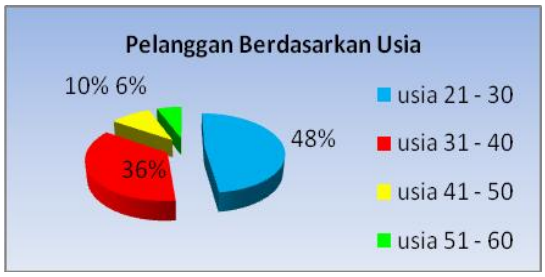
Y = Loyalitas
a = Konstanta persamaan regresi
b1,b2 = Koefisien regresi
X1 = pemanfaatan *e - pos*
X2 = kualitas layanan jasa pengiriman

Rancangan Hipotesis adalah Sistem Informasi Pelayanan Pos Indonesia (*e–pos*) dan Kualitas Layanan jasa pengiriman berpengaruh terhadap tingkat loyalitas para pelanggan secara baik secara parsial maupun secara simultan pada Pos Indonesia.

- H_o^2 = Sistem Informasi Pelayanan Pos Indonesia (*e–pos*) dan Kualitas Layanan jasa pengiriman tidak berpengaruh terhadap tingkat loyalitas para pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan
- H_o^1 = Sistem Informasi Pelayanan Pos Indonesia (*e–pos*) dan Kualitas Layanan jasa pengiriman berpengaruh terhadap tingkat loyalitas para pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil resfonden dari Penelitian ini seperti pada gambar 2 dan gambar 3 di bawah ini. Usia pelanggan melakukan kegiatan jasa pengiriman Pos di usia yang berkisar antara 2–30 tahun.



Sumber : Hasil Data Pengolahan (Kuesioner)

Gambar 2. Diagram Profil Responden Berdasarkan Usia

Profil resfonden berdasarkan tingkat pendidikan responden yang lulusan SMU berjumlah 54 orang dengan persentase 40,6 %, yang lulusan Diploma Sederajat berjumlah 10 orang dengan persentase 7,5 %, dan yang lulusan S1 berjumlah 69 orang dengan persentase 69,0 %. Dengan demikian, mayoritas pendidikan responden dalam penelitian ini berjumlah 69 Orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Pos memiliki pendidikan terakhir pada S1.

Sebaran responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini. Dimana sebagian besar pelanggan Pos memiliki pekerjaan pada Karyawan.



Sumber : Hasil Pengoloahan Data (Kuesioner)

Gambar 3. Digram Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Analisis Regresi Liner Berganda

Hasil dari regresi linear berganda seperti tabel 1 dibawah ini dengan persamaan regresinya :

$$Y = 9{,}220 + 0{,}093\ X_1 + 0{,}326\ X_2 + \varepsilon$$

Tabel 1. Hasil Uji R dan R Square

Coefficientsa							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model	**B**	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	**9,220**	2,127		4,335	,000		
X1	**,093**	,088	,097	1,048	,297	,771	1,297
X2	**,326**	,096	,313	3,379	,001	,771	1,297
a. Dependent Variable : Y							

Sumber : Data di proses dengan SPSS19

Konstan = 9,220. Nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel X (X_1 dan X_2), bila variabel X naik atau berpengaruh dalam satu satuan, artinya variabel Loyalitas (Y) akan naik atau terpenuhi.

E–pos **(X_1) = 0,093.** Merupakan nilai koefisien regresi variabel *e-pos* (X_1) terhadap variabel Loyalitas (Y) artinya jika *e-pos* (X_1) mengalami kenaikan 1 %, maka Loyalitas (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,093 (9,30%) koefisien bernilai positif artinya antara *e-pos* (X_1) dan Loyalitas (Y) hubungan positif.

Kenaikan *e-pos* (X_1) akan mengakibatkan kenaikan pada Loyalitas (Y).

***Kualitas layanan* (X_2) = 0,326.** Merupakan nilai koefisien regresi variabel *Kualitas layanan* (X2) terhadap variabel Loyalitas (Y) artinya jika *Kualitas Layanan* (X_2) mengalami kenaikan 1 %, maka Loyalitas (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,326 % koefisien bernilai positif artinya antara *Kualitas Layanan* (X_2) dan Loyalitas (Y) hubungan positif. Kenaikan *Kualitas Layanan* (X_2) akan mengakibatkan kenaikan pada Loyalitas (Y).

Hasil Uji R dan R Square

Koefisien Determinasi (R^2), digunakan untuk melihat sampai sejauh mana model yang terbentuk dapat menerangkan kondisi yang sebenarnya. Diartikan juga sebagai ukuran ketepatan / kecocokan garis regresi yang diperoleh dari hasil pendugaan terhadap data hasil observasi. Nilai ini juga merupakan besaran proporsi dari keragaman Y yang diterangkan oleh model regresi untuk mengukur besar sumbangan dari variable bebas X terhadap keragaman variable tidak bebas Y.

Tabel 1. Hasil Uji R dan R Square

Model Summaryb

Model	R	**R Square**	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,942	**,888**	,886	1,136	,888	515,180	2	130	,000	1,832

Predictors : (Constant),X2,X1

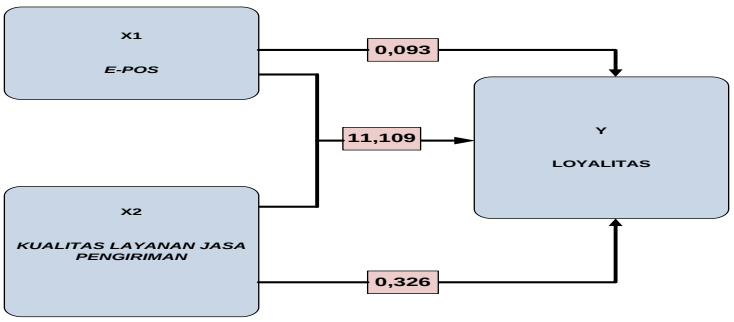
Sumber : Data di proses dengan SPSS19

Berdasarkan Tabel 1. dapat disimpulkan bahwa: R Square = 0,888 artinya *e – pos* dan kualitas layanan berpengaruh sebesar 88,80 % terhadap Loyalitas, sedangkan 11,20 % dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. R = 0,942 korelasi antara variabel X1 dan X2 secara bersamaan dengan Y adalah 0,942

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian ini, maka dapat penulis simpulkan kedalam overall penelitian, variabel yang berhubungan secara parsial dan secara simultan seperti table 2 dibawah ini

Tabel 2. Hasil Penelitian

Pernyataan Hipotesis	Value	Keterangan
Sistem Informasi Pelayanan Pos Indonesia (*e pos*) dan Kualitas Layanan jasa pengiriman berpengaruh terhadap tingkat loyalitas pelanggan pada Pos Indonesia Kota Batam baik secara parsial maupun secara simultan	t_{hitung} (1,048) < t_{tabel} (1,65639)	Parsial X1→ Y Tidak Signifikan Hipotesis Ditolak
	t_{hitung} (3,379) > t_{tabel} (1,65639)	Parsial X2→ Y Signifikan Hipotesis Diterima
	f_{hitung} (10,308) > f_{tabel} (2,28)	Simultan X1 & X2 → Y Signifikan Hipotesis Diterima



Gambar 4. Overall Penelitian

Hasil Penelitian adalah bahwa Pemantaatan *e–pos* secara pasial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat loyalitas para Pelanggan Pos Indonesia di Kota Batam. Pemanfaatan *e-pos* dan kualitas layanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadapt tingkat loyalitas pelanggan pos Indonesia Kota Batam.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pemanfaatan *e-pos* dan kualitas layanan jasa pengiriman terhadap tingkat loyalitas para pelanggan di Pos Indonesia Kota Batam baik secara pasrsial maupun secara simultan.

2. Kualitas layanan jasa pengiriman berpengaruh terhadap tingkat loyalitas para pelanggan secara parsial pada Pos Indonesia. Pada pelaksanaan, kantor pos di Batam Centre masih kurang memperhatikan Pos Indonesia memberikan pelayanan dengan cepat.
3. Sistem Informasi Pelayanan Pos Indonesia (*e–pos*) dan Kualitas Layanan jasa pengiriman berpengaruh terhadap tingkat loyalitas para pelanggan secara simultan pada Pos Indonesia. Pada pelaksanaan, kantor pos di Batam Centre masih kurang memperhatikan keseimbangan layanan yang ditawarkan Pos Indonesia kepada para Pelanggan sehingga Loyalitas terhadap *e–pos* tidak berpengaruh.

Saran

1. Perlu adanya sosialisasi atau pengenalan situs *web* Pos Indonesia kepada pelanggan pos secara kontinue, seperti pemasangan iklan di media cetak atau televisi.
2. Memberikan pelayanan dengan cepat, adil dan selalu besahabat harus dapat dijaga dan terus ditingkatkan.
3. Pemanfaatan *e–pos* dan kualitas layanan jasa pengiriman untuk meningkatkan loyalitas para pelanggan perlu di optimalkan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyality : How to Earn It, How to Keep It*. USA : Le-xington Bokks.

Hapzi Ali, Tonny Wangdra. 2010. *Sistem Informasi Bisnis "Si-Bis"*. Penerbit Baduose Media Cetakan Pertama.

Hapzi. 2010. Upaya Mempertahankan Loyalitas Nasabah melalui Pengembangan PelayananTeknologi Informasi dan Membangun Kerelasian dengan Nasabah (Suatu Survei pada Perbankan di Jambi). Volume 8 nomer 2. h 471-479.

Hasan Sabri. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra, Nilai, dan Keputusan terhadap Loyalitas Pasien (Studi pada Industri Rumah Sakit di Kota Makasar). Volume 8 nomer 1.

Junaidi. Tabel r. 2010. http://junaidichaniago.wordpress.com/2010/04/21/download-tabel-r-lengkap/ (diakses 25 Juli 2012)

Kaban Ramon. 2011. Studi Kepuasan Masyarakat terhadap Layanan Pos. Volume 1 nomer 2. h 135 -157.

Kotler Philip–Amstrong. 2003. Manajemen Pemasaran,--,Salemba Empat, Jakarta.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2006. *Marketing Management.* 12th Edition. New Jersey : Pearson Education.

Lupiyoadi Rambat – Hamdani. A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Salemba Empat. Jakarta.

Maharani Arum Diah. 2011. Kajian Tentang Layanan Transaksi Keuangan pada PT. Pos Indonesia oleh Masyarakat. 125 – 134.

Martono Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder) Edisi Revisi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

McLeod Raymond, Jr and P. Schell George. 2008. *Sistem Informasi Manajemen* (Management Information Systems) *Edisi 10*. Salemba Empat. Jakarta.

Parasuraman, A. V. A Zeitthmal and LL Berry.2000. *"SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Peceptions of Service Quality"*. Journal of Retailling. Volume 64 nomer 1.

Pos Indonesia. 2012. *Jasa Pengiriman Terpadu dengan Sentuhan Teknologi* (Business Profile). Jakarta. h 2-3, h 18.

Riduwan, Drs., M.B.A. 2008. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*.

Sarwono Jonathan. 2011. *Buku Pintar IBM SPSS STATISTICS 19*. Elex Media Komputindo. Jakarta.

Syafi'i, BSt. 2011. *Statistik Kependudukan Kecamatan Batam Kota*. Pemerintah Kota Batam. Camat Batam Kota.

Singgih Santoso. 2009. Panduan Lengkap Menguasai Statistik Dengan SPSS 17. Semarang: Elex Media Komputindo.

Sugiono, Dr., Prof. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.

Sutabri Tata, S.Kom., MM. 2005. Sistem Informasi Manajemen. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Tjiptono Fandy. 2002. Manajemen Pemasaran, ---. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Undang-Undang No. 38 tahun 2009 sebagai penyempurnaan Undang-Undang No.6 Tahun 1984 tentang Pos semua badan usaha dapat melakukan kegiatan penyelenggaraan pos yang sama

www.wikipedia.com , 25 Juli 2012.