

## KUALITAS PELAYANAN KERJA BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DI KANTOR POS INDONESIA (PERSERO) CABANG MUARA BUNGO

Indah Triwahyuni<sup>1\*</sup>, Khairun A. Roni<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Ekonomi Manajemen, Universitas Muara Bungo, Indonesia

[Triwahyuniindah925@gmail.com](mailto:Triwahyuniindah925@gmail.com), [khairunaroni2@gmail.com](mailto:khairunaroni2@gmail.com)

---

### ABSTRAK

---

**Abstrak:** PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan dengan *brand* dan *image* yang sudah dikenal dikalangan masyarakat, untuk itu perlu sekali mengukur kepuasan masyarakat atas kualitas pelayanan yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Kerja terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Pos Indonesia (Persero) Cabang Muara Bungo secara parsial. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan populasi penelitian berjumlah 7.888 orang. Rumus slovin dipilih dalam menentukan sampel penelitian dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga sampel didapat 99 orang dan penarikan sampel menggunakan teknik random sampling. Hasil persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah  $Y = 2,556 + 0,735 X + e$ . Secara parsial, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel kualitas Pelayanan Kerja (X) terhadap variabel Kepuasan Masyarakat (Y). Hasil koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) diperoleh 0.444, artinya kualitas pelayanan kerja memberi kontribusi terhadap kepuasan masyarakat sebesar 0.444 atau 44,4% sedangkan sisanya sebesar 55,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kualitas pelayanan; Kepuasan masyarakat; Kantor Pos

**Abstract:** PT. Pos Indonesia (Persero) is a company with a well-known brand and image among the public, for it is necessary to measure people's satisfaction with the quality of services provided. This study aims to determine the effect of the quality of work services on community satisfaction at the Indonesian Post Office (Persero) Muara Bungo Branch partially. This research is quantitative with a research population of 7,888 people. The Slovin formula was chosen in determining the research sample with an error rate of 10% so that the sample obtained was 99 people and used a random sampling technique. The results of the simple linear regression equation in this study are  $Y = 2.556 + 0.735 X + e$ . There is a significant positive effect between the variable quality of work services (X) on the community variable (Y). The result is the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) is 0.444 meaning that service quality contributes to community satisfaction by 0.444 or 44.4% and the remaining 55.6% is influenced by other variables outside of this study.

**Keywords:** Service Quality; People's Satisfaction; Post Office

---

#### Article History:

Received: 17-06-2022

Revised : 20-06-2022

Accepted: 27-06-2022

Online : 29-06-2022



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

---

Copyright © 2022 JMS

## PENDAHULUAN

Pelayanan yang baik sangatlah penting dalam mempertahankan kualitas pelayanan. Pelayanan yang dikelola dengan baik diharapkan dapat menarik perhatian dari masyarakat, jika memenuhi harapannya maka akan timbul kepuasan masyarakat, (N. I. Effendi, 2015), Artinya, masyarakat memiliki peran besar untuk perbandingan standar evaluasi kepuasan maupun kualitas, Kepuasan masyarakat merupakan perbandingan antara keyakinan masyarakat yaitu pelayanan itu sendiri yang akan diterimanya dalam bentuk kualitas pelayanan dalam bentuk kinerja, (N. I. Effendi & Dkk, 2016).

Pelayanan melibatkan masyarakat dan pemerintah atau pelayanan kantor diharapkan keduanya mempunyai kepuasan dalam memberikan pelayanan maupun penerima pelayanan. Hal tersebut sejalan dengan model pelayanan modern yang menuntut pelayanan maksimal dan memuaskan masyarakat, kualitas pelayanan dipandang secara lebih luas dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan melainkan juga meliputi proses, lingkungan, dan manusia.

Daya tarik jasa pengiriman yang dinilai cukup besar dan menjanjikan membuat banyak perusahaan pengiriman menekuni bisnis tersebut. Begitu juga dengan PT. Pos Indonesia (Persero) yang merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak dibidang layanan pos.

PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki keunggulan dengan memiliki *brand* dan *image* yang sudah lebih dulu dikenal dikalangan masyarakat luas bahwa PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan pengiriman terkemuka. Akan tetapi dengan bermodalkan jam terbang dan pengalaman saja tentu saja belum cukup. Bukan tidak mungkin bahwa perusahaan tersebut lama-lama akan dilupakan masyarakat jika perusahaan tidak melakukan peningkatan terhadap kualitas pelayanannya sehingga dapat bersaing dengan perusahaan jasa sejenis lainnya karena persaingan usaha semakin meningkat dengan adanya perkembangan teknologi informasi.

Adanya kualitas pelayanan kerja yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi masyarakat. Setelah masyarakat puas dengan pelayanan yang diberikan, selanjutnya masyarakat membandingkannya dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sejenis. Apabila masyarakat merasa benar-benar puas, mereka akan kembali datang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan hal yang sama dengannya (N. Effendi, Marthika, & Harahap, 2019). Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan kerja, karena kini semakin disadari bahwa

kepuasan masyarakat merupakan aspek penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Dengan adanya pelayanan kerja yang berkualitas dengan begitu masyarakat akan merasa puas dan memberikan pengaruh positif bagi keberlangsungan perusahaan di daerah tersebut dengan begitu keberadaan perusahaan dapat bertahan jangka panjang karena masyarakat merasa puas dan membutuhkan organisasi instansi atau perusahaan tersebut dengan begitu terbentuklah kualitas pelayanan kerja yang baik yang memuaskan masyarakat. Hal ini menimbulkan suatu fenomena yang menarik untuk diteliti

## KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dalam penggunaan kemampuan manusia agar dapat mencapai tujuan di setiap perusahaan (Hasibuan, 2016). Jika berbicara dengan kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2018).

Menurut Supranto ada sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik (Supranto, 2015). Sejalan, menurut Atep Adya Barata indikator untuk mengukur kualitas pelayanan mengacu pada A6 yaitu: (1) *Attitude* (Sikap); (2)

*Attention* (Perhatian); (3) *Action* (Tindakan); (4) *Ability* (Kemampuan); (5) *Appearance* (Penampilan); (6) *Accountability* (Tanggung jawab), (Barata, 2015).

Fandy Tjitono menjelaskan bahwa Parasuraman sebagai salah satu tokoh pionir dalam pengukuran kualitas pelayanan mencetuskan SERVQUAL (*Service Quality*). Servyqual ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuesioner. Servqual memiliki 5 unsur, diantaranya adalah: (1) Keandalan (Reliability) (2) Daya Tanggap (Responsiveness) (3) Jaminan (Assurance) (4) Empati (Empathy) (5) Bukti Fisik (Tangibles) (Tjiptono, 2017).

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan masyarakat semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada masyarakat. Semakin tinggi tingkat kepuasan masyarakat, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena masyarakat menentukan keberhasilan dari suatu organisasi. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya Oliver dalam (Supranto, 2015).

Menurut Kotler defenisi kepuasan masyarakat adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan

(Kotler & Armstrong, 2017). Sedangkan menurut Moenir agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada 4 persyaratan pokok, yaitu:

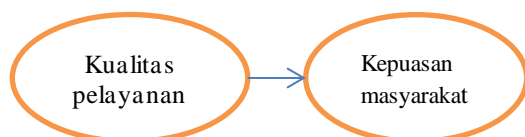
- a. Tingkah laku yang sopan
- b. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan
- c. Waktu penyampaian yang tepat
- d. Keramahtamahan (Moenir, 2011)

Menurut Handi Irawan ada 5 faktor utama yang mempengaruhi kepuasan masyarakat, yaitu (Handi Irawan, 2012):

- 1) Kualitas produk atau jasa
- 2) Harga
- 3) Service quality
- 4) Emotional factor
- 5) Biaya dan kemudahan mendapatkan produk atau jasa

### Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual penelitian ini hanya melibatkan dua variabel penelitian, dapat dilihat pada gambar 1.



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

### Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis penelitian ini hanya satu, yaitu diduga kualitas pelayanan Kantor Pos Muara Bungo berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat.

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2014). Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap seberapa besar pengaruh variabel bebas meliputi kualitas pelayanan kerja terhadap variabel terikat yakni kepuasan masyarakat.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang melakukan kunjungan atau transaksi di Kantor Pos Indonesia (Persero) Cabang Muara Bungo selama 5 bulan pertama di tahun 2021 yaitu dari bulan Januari-Mei yang berjumlah 7.888 orang yang diperoleh dari manajer pelayanan Kantor Pos Muara Bungo.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik random sampling. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin dengan perolehan sampel sebanyak 99 orang.

Defenisi Operasional Variabel penelitian ini meliputi kualitas pelayanan kerja (X); Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diinginkan masyarakat dengan kenyataan yang mereka terima

(Barata, 2015). Indikatornya analisis regresi sederhana. meliputi:

- Sikap
- Perhatian
- Tindakan
- Kemampuan
- Penampilan
- Tanggung jawab

Selanjutnya variable kepuasan masyarakat pada penelitian ini menggunakan (Irawan, 2012) merupakan hasil evaluasi yang didapatkan dari pelayanan serta pengalaman pemakaian produk atau jasa. Indikatornya meliputi,

- Kualitas produk
- Harga
- *Service quality*
- *Emotional factor*
- Biaya dan kemudahan mendapatkan produk

Skala pengukuran variabel yang digunakan untuk pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *likert*. Uji validitas bertujuan untuk mengukur keabsahan atau kevaliditan sautu kuesioner. Uji reliabilitas data digunakan penyebaran kepada responden sudah dapat dipercaya (Ghozali, 2011).

Untuk melihat apakah ada pengaruhnya terhadap apa yang akan diteliti, maka penulis menggunakan metode regresi sederhana. Analisis regresi digunakan untuk mengeahui bagaimana pola variabel dependent (kriteria) dapat diprediksikan melalui variabel independent (predictor). Perhitungan statistik

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan dua variable, kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat. Selanjutnya dilakukan rekapitulasi jawaban untuk variable kualitas pelayanan menggunakan 6 indikator. Adapun hasil rekapitulasi tanggapan responden dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1 Rekapitulasi Variabel Kualitas Pelayanan**

Indikator	Rata-rata Skor	Kategori
Sikap	3,90	Baik
Perhatian	3,96	Baik
Tindakan	3,76	Baik
Kemampuan	3,91	Baik
Penampilan	4,12	Baik
Tanggung Jawab	4,32	Sangat Baik
Rata	3,99	Baik

Dari tabel 1 dapat diketahui bahwa setiap indikator memiliki skor yang kategorinya baik. Skor tertinggi terdapat pada indikator tanggung jawab dengan rata-rata 4,32 kategori sangat baik dan indikator lainnya seperti sikap, perhatian, tindakan, kemampuan dan penampilan termasuk kedalam kategori baik. Indikator terendah terdapat pada sikap dengan rata-rata 3,90 dengan kategori baik.

Selanjutnya hasil pengukuran indikator dari variabel kepuasan masyarakat dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

**Tabel 2. Hasil Pengukuran Variabel Kepuasan Masyarakat**

Indikator	Rata Rata Skor	Kategori
-----------	----------------	----------

Kualitas Produk	3,75	Baik
Harga	3,58	Baik
<i>Service Quality</i>	3,91	Baik
<i>Emotional Factor</i>	3,78	Baik
Biaya dan Kemudahan mendapatkan produk	4,33	Sangat Baik
Rata-rata	3,87	Baik

Berdasarkan table 2 dapat dilihat rekapitulasi tanggapan responden atas variabel kepuasan masyarakat pada tabel 4.19. Skor tertinggi rata-rata pada indikator biaya dan kemudahan mendapatkan produk dengan skor sebesar 4,33 dengan kategori sangat baik artinya Kantor Pos Indonesia (Persero) Cabang Muara Bungo memberikan kemudahan dalam hal biaya dan kemudahan mendapatkan produk pos karena Kantor Pos terdapat dimana-mana dengan begitu masyarakat sangat mudah mendapatkannya.

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Selanjutnya adalah melakukan regresi linier berganda dengan terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik. Hasilnya penelitian ini layak untuk dilanjutkan dan dilakukan pengujian regresi.

Diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 2,556 + 0,735 X.$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta = 2,556 apabila variabel kualitas pelayanan kerja adalah nol, maka kepuasan masyarakat adalah 2,556 satuan.
2. Nilai koefisien regresi dari kualitas pelayanan kerja

memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

3. Koefisien regresi sebenarnya adalah 0,735 artinya apabila terjadi kenaikan pada kualitas pelayanan kerja pada satu satuan, maka akan meningkatkan kepuasan masyarakat besarnya 0,735 satuan.

### Uji Hipotesis

Tahap terakhir penelitian ini adalah melakukan pengujian hipotesis. Adapun hasil pengujian dengan melakukan uji t, tabel 3.

**Tabel 3 Hasil Uji t**

Model	t	Sig.
1 (Constant)	0.619	0.537
Kualitas	8.800	0.000

a. Dependent Variable: kualitas pelayanan kerja

Dari hasil tabel 3 dapat dilihat bahwa pengolahan data dengan menggunakan uji t, variabel Kualitas Pelayanan Kerja (X) dengan Kepuasan Masyarakat (Y) dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 25.00 dengan t hitung nilainya  $8.800 > t$  tabel yakni 1.29016 maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya bahwa ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan Kerja dengan kepuasan masyarakat. Jadi pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Kerja berpengaruh positif

dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat di Kantor Pos Indonesia (Persero) Cabang Muara Bungo.

Selanjutnya adalah pengujian koefisien determinasi. Berdasarkan hasil perhitungan output diperoleh angka R<sup>2</sup> (R Square) sebesar 0,444 atau (44,40%) artinya bahwa kualitas pelayanan kerja berkontribusi sebesar 44,40% terhadap kepuasan masyarakat, sisanya 55,60% dipengaruhi oleh variabel- lainnya yang tidak diteliti atau diluar model penelitian ini

### **Pembahasan**

Dari hasil pengolahan data Dari uji t Kualitas Pelayanan Kerja (X) dengan Kepuasan Masyarakat (Y) dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 25.00 dengan t hitung nilainya 8.800 > t tabel yakni 1.29016 maka keputusannya adalah Ho ditolak dan Ha diterima artinya bahwa ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan Kerja dengan kepuasan masyarakat.

Jadi pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat di Kantor Pos Indonesia (Persero) Cabang Muara Bungo. Untuk itu, kantor Pos Indonesia Cabang Bungo harus terus menjaga kualitasnya agar konsumen dapat puas dan terus kembali melakukan transaksi dengan kantor Pos. Setiap karyawan dapat mengerti tugas yang diberikan dengan bertujuan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan mulai dari baris depan hingga pimpinan tertinggi. Jika ada kendala dalam pelayanan,

sebaiknya segera dilakukan perbaikan dan mengatasi kendala tersebut sehingga masyarakat akan merasa kepuasan selalu.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari uji t dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 25.00 dengan t hitung nilainya 8.800 > t tabel yakni 1.29016 maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya bahwa ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan Kerja dengan kepuasan masyarakat. Jadi pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat di Kantor Pos Indonesia (Persero) Cabang Muara Bungo

### **Saran**

Kantor Pos Indonesia (Persero) Muara Bungo harus memperhatikan tarif harga agar masyarakat semakin puas. Untuk indikator lainnya seperti kualitas produk, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan mendapatkan produk sudah baik dan harus dipertahankan

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan masukan dan dorongan serta berkontribusi selama penelitian ini mulai dari responden, pembimbing hingga tim penguji.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Barata, A. (2015). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Cet. 4). Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Effendi, N. I. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Muara Bungo Jambi. *Ekobistek*, 4(2), 72–89.
- Effendi, N. I., & Dkk. (2016). *Pengaruh Kualitas Kerja dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Kabupaten Bungo: Proceeding Seminar Nasional (Optimasi Industri Kreatif Untuk Pertumbuhan Ekonomi Nasional yang Berkelanjutan)* (1st ed.; H. Rahman, D. Games, M. F. Alfarisi, & etc Sari, Dessy Kurnia, eds.). Padang: Andalas University Press.
- Effendi, N., Marthika, M., & Harahap, D. (2019). Service Quality And Satisfaction Patient As A Key To Enhance Loyalty Patient Dentist In Bungo Regency (Study Of Patient Health Bpjs Rinsan Manik). *EAI*. <https://doi.org/10.4108/eai.8-10-2018.2288723>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Edisi keli). Semarang: Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handi Irawan. (2012). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Moenir, A. . (2011). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2015). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2018). *Service Marketing: Esensi & Aplikasi*. Jakarta: Arknesis.