

Persepsi Masyarakat Terhadap J&T di Singaraja

Public Perceptions of J&T in Singaraja

I Made Agus Diana Kusuma Putra^{1*}, Kadek Rai Suwena^b, Ketut Ayu Puspaningsih^{c,*}

¹²³Prodi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha
Jl. Udayana.No 11, Singaraja, Indonesia

*Pos-el: ayu.puspaningsih@undiksha.ac.id

Abstrak : Penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap J&T khususnya di Singaraja. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat di Singaraja kabupaten Buleleng. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali tahun 2020, jumlah penduduk di Kota Singaraja sebesar 80.500 jiwa. Perhitungan sampel menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 398 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif untuk mendeskriptifkan persepsi masyarakat terhadap J&T di Singaraja. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, persepsi masyarakat terhadap jasa pengiriman J&T di Singaraja ditinjau dari dimensi kinerja, pelayanan, keandalan, karakteristik produk, dan kesesuaian dengan spesifikasi menunjukkan hasil yang positif, sedangkan persepsi masyarakat terhadap jasa pengiriman J&T di Singaraja ditinjau dari dimensi hasil menunjukkan hasil yang positif juga

Kata-Kata Kunci : Kinerja, Pelayanan, Keandalan, Karakteristik Produk, Spesifikasi, Hasil, J&T

Abstract : The research was conducted to find out how the community's perception of J&T, especially in Singaraja. The population in this study were all people in Singaraja, Buleleng district. Based on data from the Central Statistics Agency of Bali Province in 2020, the population in Singaraja City is 80,500. The sample calculation used the Slovin formula in order to obtain a total sample size of 398 people. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis to describe the public perception of J&T in Singaraja. Based on the results of the research that has been done, the public perception of J&T delivery services in Singaraja in terms of performance, service, reliability, product characteristics, and conformity to specifications shows positive results, while public perceptions of J&T delivery services in Singaraja in terms of result dimensions show positive results too.

Key Words : Performance, Service, Reliability, Product Characteristics, Specifications, Results, J&T

PENDAHULUAN

Di masa kini jaman telah berbuah dan makin berkembang ke ranah yang lebih modern dengan mobilitas juga tinggi. Ini membuat orang-orang untuk turut ikut mengikuti berkembangnya jaman ini. Masa sekarang juga telah ada pasar bebas yang berlaku di Indonesia

melalui e-commerce. Di sana nantinya masyarakat akan bertransaksi online atau secara media dalam melakukan transaksi jual beli barang. Pasar bebas online ini diprediksi akan tumbuh terus seiring perkembangan jaman. Sekarang mulai banyak perusahaan yang mencoba ke ranah jualan online atau melalui

digital, hal ini akan mengakibatkan semakin bertumbuhnya pasar online di Indonesia. Jual beli online dilakukan untuk penjual bisa menjangkau pembeli yang jaraknya jauh. Ini membuat jarak tidak jadi halangan bagi mereka yang ingin berbelanja suatu produk. Internet adalah media perantara masyarakat mengakses e-commerce buat bisa melakukan belanja online. Dengan adanya pandemi ternyata malah menjadikan meningkatnya total pelanggan belanja online ini. Survei yang dilakukan oleh Statistik (2020) penjualan online pada masa pandemi ini malah melonjak tajam bila dibandingkan dengan penjualan di tahun lalu. Tidak dipungkiri, berkembangnya bisnis jual beli online ini sangat membutuhkan jasa pengirim atau kurir.

Keberadaan jasa pengiriman barang tidak hanya memudahkan masyarakat umum namun juga bagi pelaku bisnis. Para pebisnis online atau bisa dikatakan e-commerce menggunakan jasa pengiriman barang untuk mengirimkan barang untuk pelanggan atau customernya ke seluruh Indonesia hingga ke luar negeri. Di Indonesia sendiri telah banyak bisnis pengiriman barang yang semakin meningkat seiring perkembangan bisnis online saat ini. Bersaing dalam hal bisnis bukan cuma bidang industri, perdagangan, dan retail namun juga pada perusahaan jasa. Perusahaan jasa yang dimaksud disini adalah perusahaan yang memberikan jasa pengiriman barang atau bisa disebut kurir. Perusahaan pengiriman dibutuhkan untuk menghubungkan antar dan pembeli pada kegiatan jual beli online, karena adanya kebutuhan untuk mengirimkan barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan jarak yang dekat ataupun jauh.

Di Indonesia sendiri telah banyak bisnis pengiriman barang yang semakin meningkat seiring perkembangan bisnis online saat ini. Persaingan dalam dunia bisnis tidak hanya pada bidang industri, perdagangan, dan retail namun juga pada perusahaan jasa. Perusahaan jasa yang dimaksud disini adalah perusahaan yang memberikan jasa pengiriman barang atau bisa disebut kurir. Perusahaan pengiriman dibutuhkan untuk

menghubungkan antar dan pembeli pada kegiatan jual beli online, karena adanya kebutuhan untuk mengirimkan barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan jarak yang dekat ataupun jauh

Rasa bersaing antar ekspedisi makin besar dan ketat untuk kategori jasa kirim barang. Orang akan nentuin mau memakai jasa kirim yang dibutuhin nantinya. Menurut Kotler & Kaller (2009), konsumen merupakan orang sendiri atau rumah tangga yang ingin beli jasa kirim sesuai kebutuhannya. Perusahaan akan buat sesuatu untuk yakinkan customer agar pakai jasa kirimnya masing-masing. Industri jasa pengiriman jasa barang di Indonesia dikuasai oleh beberapa merek besar, antara lain Pos Indonesia, J&T, JNE, dan perusahaan jasa pengiriman lainnya

J&T merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman barang di Indonesia. J&T berada di bawah manajemen PT.GLOBAL JET EXPRES, perusahaan penyedia ekspedisi ini dibangun pada tanggal 20 Agustus 2015, sesuai dengan visi J&T yaitu memajukan dan mengembangkan perusahaan jasa titipan atau cargo dengan manajemen resiko yang handal, terkemuka dan dipercaya oleh masyarakat di seluruh Indonesia, serta mensejahterakan masyarakat kurang mampu. J&T memiliki tiga layanan unggulan yang ditawarkan yaitu REGULER, JND dan JSD. Berbagai pilihan varian produk yang tersedia membuat J&T menerapkan tingkatan tariff yang berbeda disesuaikan dengan berat dan tujuan pengiriman. J&T sangat berkontribusi terhadap bisnis online dari bisnis UMKM sampai bisnis besar yang ada di Indonesia. J&T tersebar di seluruh Indonesia sampai ke plosok-plosok daerah. Salah satunya adalah J&T yang ada di kabupaten Buleleng tepatnya di kota Singaraja berlokasi di jalan gajahmada no107 banjar jawa. Dengan keberadaan perusahaan ekspedisi ini mempermudah pebisnis online yang ada di kota singaraja untuk mengembangkan bisnisnya.

Adapun kendala yang dialami pebisnis online pada tahun ini adalah terjadinya pandemi covid-19 yang mengakibatkan semua sektor ekonomi menjadi

1 Pebruari 2023

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas PGRI Mahadewa Indonesia

terganggu, Sehingga juga berdampak pada perusahaan ekspedisi JNT di seluruh Indonesia maupun yang ada di daerah. Karena pemerintah menerapkan banyak kebijakan untuk mencegah penularan covid-19 diantaranya banyak di daerah-daerah menerapkan aturan PSBB, hal ini menyebabkan berdampak pada daya beli masyarakat dan juga berdampak pada ekspedisi JNT, sehingga pendapatan pada awal pandemi mengalami penurunan yang signifikan. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini. (tebal)

Tabel 1. Jumlah Total Pickup Dari Bulan Januari – November Tahun 2020

No	Bulan	Jumlah Pickup
1	Januari	7.585
2	Februari	7.961
3	Maret	3.875
4	April	3.722
5	Mei	5.929
6	Juni	6.820
7	Juli	6.899
8	Agustus	7.286
9	September	13.752
10	Oktober	9.821
11	November	9.278

Dari tabel 1. dapat dilihat bahwa sebelum terjadinya pandemi pada bulan januari dan februari jumlah pickup masih stabil, sedangkan pada bulan maret terjadi pandemi sehingga menyebabkan penurunan yang sangat signifikan akibat diterapkannya PSBB oleh pemerintah, tetapi pada bulan mei pemerintah mulai melonggarkan aturan PSBB yang dimana masyarakat mulai melakukan kegiatan perekonomian hal ini biasa dilihat pada tabel bulan mei terjadi peningkatan daripada bulan sebelumnya, pada bulan sebelen samapai bulan sebelas mulai terjadi peningkatan yang sangat drastis hal ini disebabkan program promo salah

satu rekanan yang mengangdeng JNT sebagai perusahaan ekspedisinya.

Naik turunnya minat masyarakat terhadap jasa pelayanan JNT membuat perusahaan menerapkan kebijakan baru, seperti memberikan diskon pada pengiriman di hari minggu sebesar 30% dari hari-hari biasa, serta memberikan bebas biaya admin dan promo-promo lainnya. Kebijakan tersebut dibuat oleh perusahaan agar antusias masyarakat terhadap jasa JNT semakin meningkat, perkembangan program yang diterapkan oleh JNT relative lamban karena pengaruh prilaku dan budaya masyarakat bali yang sudah terbiasa berbelanja langsung untuk memperoleh barang yang diinginkan sangat memmacu perusahaan agar memberikan pelayanan lebih agar minat masyarakat biah lebih meningkat terhadap jasa JNT. Ketitidak tepatan dalam pengiriman barang juga sebagai salah satu acuan minat masyarakat dalam menentukan kualitas pelayanan dari prusahaan jasa JNT.

Persepsi menurut Kotler & Amstrong (2006:174) “persepsi adalah proses dimana orang untuk memilih, mengatur, dan menginterpretasi informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi memiliki arti yaitu tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu; serapan; proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indranya. Begitu pula dengan Kreitner & Angelo (2003:208) yang mengungkapkan, “persepsi adalah proses kognitif yang memungkinkan kita dapat menafsirkan dan memahami lingkungan sekitar kita”.

Fokus dari penelitian ini yaitu bagaimana orang pada umumnya berpikir tentang orang dan bagaimana mereka berpikir tentang orang lain. Menurut Walgito (2004:88), Persepsi merupakan pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diinderanya sehingga merupakan sesuatu yang berarti, dan merupakan respon yang integrated dalam diri individu. Prasetijo (2004:67) juga mengatakan bahwa persepsi adalah proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilih, diatur dan selanjutnya diinteprtasikan. Persepsi masing-

masing orang pasti akan berbeda satu sama lainnya.

Menurut pendapat Assael (2001:256), dimensi persepsi dibagi menjadi tujuh, yaitu. (1) Kinerja, pelanggan punya sikap beda dalam menilai atribut-atribut kinerja karena kepentingan pelanggan beda masing-masing orang. (2) Pelayanan, semakin baik pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen, semakin baik juga nilai yang dikasih konsumen ke image perusahaan itu. (3) Ketahanan, konsumen akan merasa nyaman dalam beli produk kalau produk itu udah benar-benar teruji dan tahan lama. (4) Keandalan, jika konsumen beli produk, lalu melakukan pembelian berulang di produk itu dan merasakan kepuasan yang sama atas kinerja produk itu, maka dikatakan mempunyai keandalan. (5) Karakteristik produk, yaitu fitur-fitur yang ada di produk bisa bedain dari produk pesaingnya, dan fitur tersebut bisa menjadi nilai lebih di mata konsumen. (6) Kesesuaian dengan spesifikasi, konsumen akan ngerasa dibohongi kalau produk yang digunakan gak sesuai sama spesifikasi ditawarkan perusahaan, sehingga akan ngasih nilai buruk bagi produk. (7) Hasil, jika perusahaan gak menghasilkan hasil akhir produk yang baik bisa jadi produk itu tidak akan punya atribut kualitas lain yang penting yang dapat menarik perhatian konsumen.

Menurut Walgito (2004:90) menyatakan proses terjadinya persepsi dapat dijelaskan sebagai berikut. Objek menimbulkan suatu stimulus, dan stimulus akan mengenai alat indera atau reseptor. Proses stimulus mengenai alat indera merupakan proses kealaman atau yang disebut dengan proses fisik. Stimulus yang diterima alat indera kemudian diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak dan terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, didengar, atau apa yang diraba. Proses yang terjadi di dalam otak atau dalam pusat kesadaran inilah yang disebut sebagai proses psikologis. Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi yang sebenarnya. Respon sebagai akibat dari

persepsi dapat diambil oleh individu dalam berbagai macam bentuk.

Dalam proses persepsi perlu adanya perhatian sebagai langkah persiapan dalam persepsi itu. Hal tersebut karena keadaan menunjukkan bahwa individu tidak hanya dikenai oleh satu stimulus saja, tetapi individu dikenai berbagai macam stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitarnya. Tidak semua stimulus mendapatkan respon individu untuk dipersepsi. Stimulus mana yang akan dipersepsi atau mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Tidak semua stimulus akan direspon oleh organisme atau individu. Respon diberikan oleh individu terhadap stimulus yang sesuai atau yang menarik perhatian individu. Dengan demikian, dapat dikemukakan bahwa yang dipersepsi oleh individu selain tergantung pada stimulusnya juga tergantung kepada keadaan individu yang bersangkutan.

Menurut pendapat Assael (2001:256), dimensi persepsi dibagi menjadi tujuh, yaitu. (1) Kinerja, melibatkan berbagai karakteristik operasional utama, misalnya karakteristik operasional mobil adalah kecepatan, akselerasi, sistem kemudi dan kenyamanan. Pelanggan mempunyai sikap yang berbeda dalam menilai atribut-atribut kinerja tersebut karena faktor kepentingan pelanggan berbeda satu sama lain. Indikator dari kinerja yaitu kecepatan, akselerasi, sistem kemudi, dan kenyamanan. (2) Pelayanan, mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen terkait dengan produk yang dipasarkan. Semakin baik pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen, semakin baik pula penilaian konsumen terhadap image perusahaan itu. Indikator dari pelayanan yaitu pelayanan dan citra produk. (3) Ketahanan, mencerminkan daya tahan produk tersebut, apakah produk tersebut tahan lama atau tidak. Konsumen akan merasa nyaman dalam membeli suatu produk apabila produk tersebut telah benar-benar teruji dan tahan lama. (4) Keandalan, konsistensi dari kinerja yang dihasilkan suatu produk dari satu pembelian ke pembelian berikutnya. Jika konsumen melakukan pembelian suatu produk,

kemudian melakukan pembelian berulang terhadap produk tersebut dan merasakan kepuasan yang sama atas kinerja produk itu, maka produk itu dikatakan mempunyai keandalan. Indikator dari keandalan adalah kepuasan konsumen dan kualitas. (5) Karakteristik produk, fitur-fitur yang terdapat pada suatu produk yang dapat membedakannya dari produk pesaingnya, dan fitur tersebut bisa menjadi nilai lebih di mata konsumen. Indikator dari karakteristik produk adalah inovasi produk. (6) Kesesuaian dengan spesifikasi, merupakan pandangan mengenai kualitas proses manufaktur sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan dan teruji. Konsumen akan merasa dibohongi apabila produk yang mereka gunakan tidak sesuai dengan spesifikasi kualitas yang ditawarkan perusahaan, sehingga akan memberikan penilaian yang buruk bagi produk tersebut. Indikator dari kesesuaian dengan spesifikasi adalah kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan. (7) Hasil, mengarah pada kualitas yang dirasakan yang melibatkan enam dimensi sebelumnya. Jika perusahaan tidak dapat menghasilkan hasil akhir produk yang baik maka kemungkinan produk tersebut tidak akan mempunyai atribut kualitas lain yang penting yang dapat menarik perhatian konsumen. Indikator dari hasil yaitu meningkatkan peran Trans Sarbagita dalam mengurangi kemacetan dan meningkatkan peran Trans Sarbagita dalam meminimalkan angka kecelakaan lalu lintas.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan mengenai Persepsi Masyarakat Terhadap J&T di Singaraja. Persepsi masyarakat dalam penelitian ini ditinjau dari dimensi kinerja, pelayanan, keandalan, karakteristik produk, kesesuaian dengan spesifikasi dan hasil. Lokasi penelitian adalah tempat yang digunakan untuk melakukan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan di daerah Singaraja kabupaten Buleleng.

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi atau umum yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan sudah ditentukan oleh peneliti sehingga kemudian dapat diidentifikasi dan diperoleh informasi yang akurat (Sugiyono, 2017:136). Oleh sebab itu populasi bukan hanya digolongkan berupa orang, karena didalamnya terdapat berbagai karakteristik sehingga benda juga dapat dikatakan sebagai populasi. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat di Singaraja kabupaten Buleleng. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali tahun 2020, jumlah penduduk di Kota Singaraja sebesar 80.500 jiwa. Perhitungan sampel menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 398 orang.

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner untuk memperoleh data-data kuantitatif mengenai persepsi masyarakat tentang program J&T di Buleleng. Kuesioner tersebut kemudian akan dinilai dengan menggunakan skala likert, dimana skala ini merupakan suatu skala yang dapat mengukur fenomena sosial melalui pendapat seseorang (Sugiyono, 2017:158). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak dalam menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dengan demikian adapun skor dari jawaban responden dalam penelitian ini adalah skor lima (5) untuk jawaban yang sangat positif dan skor satu (1) untuk jawaban yang sangat negatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif untuk mendeskripsikan persepsi masyarakat terhadap J&T di Singaraja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Persepsi masyarakat terhadap jasa J&T di Singaraja ditinjau dari dimensi kinerja, menunjukkan hasil seperti pada tabel 2.

Tabel 2

Hasil Analisis Data Persepsi Masyarakat Terhadap Jasa J&T di Singaraja ditinjau dari Dimensi Kinerja

Dimensi	Skor	Rentang Skor	Kategori
Kinerja	8.923	8.359 – 9.950	Sangat Baik
Total	8.923	8.359 – 9.950	Sangat Baik

Dimensi kinerja memperoleh skor sebesar 8.923 yang berada pada rentang skor 8.359 – 9.950, sehingga dapat dikategorikan sangat baik. Hal ini berarti masyarakat yang tinggal di Singaraja menganggap bahwa kinerja J&T dari segi kecepatan, Ketepatan, sistem pengiriman dan keamanan tergolong baik. Secara umum, persepsi masyarakat terhadap keberadaan jasa pengiriman J&T ditinjau dari dimensi kinerja bersifat positif.

Selama proses pengumpulan data, peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa masyarakat yang tinggal di Daerah Singaraja. Menurut A.A. Yunita Andriana Dewi yang sempat peneliti wawancarai mengenai persepsinya tentang J&T dari dimensi kinerja dirasa sudah baik, karena J&T dalam mengirimkan barang. Ni Luh Putu Eka Suarniti pun menambahkan pendapatnya mengenai persepsinya terhadap J&T dari dimensi kinerja, untuk kinerja dari J&T sudah dirasa baik, hanya saja kadang sering terjadi miss komunikasi antara pelanggan dengan kurir J&T seperti penamaan alamat yang kurang lengkap yang terdapat pada barang yang dikirim sehingga ada sedikit keterlambatan, akan tetapi pihak J&T sudah sangat baik dalam melakukan komunikasi kesalahan yang terjadi sehingga permasalahan tersebut dapat di tangani dengan cepat oleh pihak J&T

Persepsi masyarakat terhadap Jasa J&T di Singaraja ditinjau dari dimensi pelayanan, menunjukkan hasil seperti yang terdapat pada tabel 3.

Tabel 3

Hasil Analisis Data Persepsi Masyarakat Terhadap Jasa J&T di Singaraja ditinjau dari Dimensi Pelayanan

Dimensi	Skor	Rentang Skor	Kategori
Pelayanan	6.873	6.687,4 – 7.960	Sangat Baik
Total	6.873	6.687,4 – 7.960	Sangat Baik

Dimensi pelayanan mendapatkan skor sebesar 6.873 yang berada direntang skor 6.687,4 – 7.960, sehingga dapat dikategorikan sangat baik. Persepsi masyarakat yang tinggal di Daerah Singaraja menganggap pelayanan J&T baik, terlebih lagi jika dilihat dari segi pelayanan dan citra produk dari J&T itu sendiri. Secara umum dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat terhadap jasa pengiriman J&T ditinjau dari dimensi pelayanan bersifat positif.

Selain data dari kuesioner, peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa narasumber, salah satunya Bapak I Wayan Suita Somia, mengungkapkan bahwa meskipun beliau tidak terlalu sering menggunakan jasa pengiriman dari J&T, tetapi beliau beranggapan pelayanan yang diberikan oleh J&T sudah baik dapat dilihat dari kondisi barang dalam keadaan aman dan selamat ketika sampai ke tempat tujuan. Menurut Rizka Junisari Dewi, saat diwawancarai mengenai persepsinya mengenai pelayanan dari jasa pengiriman J&T, Rizka sendiri mengakui pengiriman barang melalui J&T lebih cepat dibandingkan dan lebih modern dibandingkan jasa pengiriman lainnya, Rizka menambahkan bahwa aplikasi yang dimiliki oleh pihak J&T terbukti lebih akurat dalam pelacakan barang kiriman, dan juga di dalam aplikasi juga sudah terdapat nomor telepon kurir yang mengantarkan paket, sehingga tidak perlu lagi untuk datang ke kantor J&T untuk melacak resi barang.

Persepsi masyarakat terhadap jasa J&T di Singaraja ditinjau dari dimensi keandalan, menunjukkan hasil seperti yang terdapat pada tabel 4.

Tabel 4**Hasil Analisis Data Persepsi Masyarakat Terhadap Jasa J&T di Singaraja ditinjau dari Dimensi Keandalan**

Dimensi	Skor	Rentang Skor	Kategori
Keandalan	6.609	5.413,8– 6.686,4	Baik
Total	6.609	5.413,8– 6.686,4	Baik

Persepsi masyarakat terhadap jasa J&T di Singaraja ditinjau dari dimensi keandalan memperoleh skor sebesar 6.609 berada pada rentang skor 5.413,8– 6.686,4 termasuk ke dalam kategori baik. Hal ini berarti masyarakat yang tinggal di Daerah Kota Singaraja menganggap bahwa keandalan J&T dari kepuasan konsumen dan kualitas tergolong baik. Secara umum, persepsi masyarakat terhadap keberadaan jasa pengiriman J&T ditinjau dari dimensi keandalan bersifat positif.

Selama proses pengumpulan data, peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa narasumber yang tinggal di daerah Singaraja. Narasumber yang pertama, yakni Komang Tutik Tri Cahyati, menurutnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh J&T sudah baik, seperti biaya yang dikenakan untuk menggunakan jasa pengiriman menggunakan J&T sangat terjangkau, terlebih lagi dengan adanya fasilitas Website dan Aplikasi yang memudahkan pelanggan untuk melacak keberadaan barang yang konsumen kirim maupun untuk konsumen yang akan menerima barang. Persepsi lain mengenai J&T dikemukakan oleh Firstia Arika Savitri, menurutnya kualitas pelayanan dari J&T sudah baik. Terlebih lagi J&T banyak memiliki cabang yang berada di Singaraja, sehingga memudahkan para pelanggannya. Para pelanggan hanya cukup datang ke cabang J&T terdekat tanpa perlu khawatir akan terjadinya antrian yang membuat pelayanan menjadi tersendak. dan dari kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada konsumen dan jika konsumen merasa puas

maka konsumen akan senang menggunakan jasa pengiriman J&T tersebut

Persepsi masyarakat terhadap jasa J&T di Singaraja ditinjau dari dimensi karakteristik produk, menunjukkan hasil berikut.

Tabel 5**Hasil Analisis Data Persepsi Masyarakat Terhadap Jasa J&T di Singaraja ditinjau dari Dimensi Karakteristik Produk**

Dimensi	Skor	Rentang Skor	Kategori
Karakteristik Produk	5.820	5.015,8 – 5.970	Sangat Baik
Total	5.820	5.015,8 – 5.970	Sangat Baik

Dimensi karakteristik produk mendapatkan skor sebesar 5.820 yang berada di rentang skor 5.015,8 – 5.970, sehingga dapat dikategorikan sangat baik. Persepsi masyarakat yang tinggal di Daerah Singaraja menganggap karakteristik jasa pengiriman dengan J&T baik, terlebih lagi jika dilihat dari segi inovasi produk dari J&T itu sendiri. Secara umum dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat terhadap jasa pengiriman J&T ditinjau dari dimensi pelayanan bersifat positif.

Selain data dari kuesioner, peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa narasumber, salah satunya Lily Eprilia, mengungkapkan bahwa karakteristik jasa pengiriman dari J&T sudah baik, J&T terlihat memiliki Kantor Pelayanan (Drop Point) J&T yang bersih dan nyaman, karena jarang ada jasa pengiriman memiliki kantor yang memang terlihat modern. Narasumber lain yang jarang menggunakan jasa pengiriman J&T, Putu Surya Mandala Wiyoga juga beranggapan bahwa J&T terlihat sangat modern dibandingkan jasa pengiriman pada umumnya. Tentunya berisi fasilitas AC (Air Conditioner) untuk memberikan rasa nyaman bagi konsumennya yang akan mengirim barang. Kantor Pelayanan (Drop Point) J&T ini sendiri juga banyak cabangnya sehingga mampu menjangkau masyarakat luas.

Persepsi masyarakat terhadap jasa J&T di Singaraja ditinjau dari dimensi kesesuaian

1 Februari 2023

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas PGRI Mahadewa Indonesia

dengan spesifikasi, menunjukkan hasil seperti berikut.

Tabel 6

Hasil Analisis Data Persepsi Masyarakat Terhadap Jasa J&T di Singaraja ditinjau dari Dimensi Kesesuaian dengan Spesifikasi

Dimensi	Skor	Rentang Skor	Kategori
Kesesuaian dengan Spesifikasi	3.586	3.344,2 – 3.980	Sangat Baik
Total	3.586	3.344,2 – 3.980	Sangat Baik

Persepsi masyarakat terhadap jasa J&T di Singaraja ditinjau dari dimensi kesesuaian dengan spesifikasi memperoleh skor sebesar 3.586 berada pada rentang skor 3.344,2 – 3.980 termasuk ke dalam kategori sangat baik. Hal ini berarti masyarakat yang tinggal di Daerah Singaraja menganggap bahwa kesesuaian dengan spesifikasi J&T dari segi kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan tergolong baik. Secara umum, persepsi masyarakat terhadap keberadaan jasa pengiriman dengan J&T ditinjau dari dimensi kesesuaian dengan spesifikasi bersifat positif.

Selama proses pengumpulan data, peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa narasumber yang jarang menggunakan jasa pengiriman J&T. Menurut narasumber pertama yaitu I Putu Yuda Sastrawan, menyatakan bahwa untuk ketepatan waktu pengiriman barang sudah sesuai dengan waktu dan alamat yang telah ditetapkan. Persepsi yang lainnya dinyatakan oleh Ibu Ketut Alit Erni, menurutnya untuk jam operasional J&T sudah baik, baik dari segi pelayanan di Kantor Pelayanan (Drop Point) J&T maupun dengan dalam pelayanan pengiriman barang.

Persepsi masyarakat terhadap jasa J&T di Singaraja ditinjau dari dimensi hasil, menunjukkan hasil seperti berikut.

Tabel 7

Hasil Analisis Data Persepsi Masyarakat Terhadap Jasa J&T di Singaraja ditinjau dari Dimensi Hasil.

Dimensi	Skor	Rentang Skor	Kategori
Hasil	4.966	4.060,6 – 5.014,8	Baik
Total	4.966	4.060,6 – 5.014,8	Baik

Dimensi hasil memperoleh skor sebesar 4.966 yang berada pada rentang skor 4.060,6 – 5.014,8, sehingga dapat dikategorikan baik. Hal ini berarti masyarakat yang tinggal di Daerah Singaraja menganggap bahwa hasil yang diberikan dengan adanya J&T seperti untuk membantu masyarakat dalam hal jasa pengiriman barang sudah baik. Secara umum, persepsi masyarakat terhadap keberadaan jasa pengiriman J&T ditinjau dari dimensi hasil bersifat positif.

Selama proses pengumpulan data, peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa masyarakat yang tinggal di Daerah Singaraja. Menurut Bapak Nyoman Suanda, adanya jasa pengiriman J&T di Singaraja sudah sangat membantu masyarakat Singaraja dalam pengiriman barang. Adanya jasa pengiriman J&T juga memberikan opsi lain bagi masyarakat. Lanjut menurut beliau risiko kerusakan barang menjadi lebih minim jika menggunakan jasa pengiriman J&T dibandingkan jasa pengiriman barang yang lain.

Pembahasan

Persepsi masyarakat terhadap jasa pengiriman J&T di Singaraja ditinjau dari dimensi kinerja, pelayanan, keandalan, karakteristik produk, dan kesesuaian dengan spesifikasi menunjukkan hasil yang positif, sedangkan persepsi masyarakat terhadap jasa pengiriman J&T di Singaraja ditinjau dari dimensi hasil menunjukkan hasil yang positif juga.

Masyarakat menilai bahwa kinerja dari J&T sudah baik. Kinerja J&T dari aspek kecepatan pengiriman barang ke tempat tujuan tergolong baik, karena masyarakat beranggapan bahwa jasa pengiriman J&T sudah cepat dan modern, karena jasa pengiriman J&T sudah memiliki Website dan

aplikasi yang mudah di jangkau oleh masyarakat, selain itu Kantor Pelayanan (Drop Point) J&T sudah banyak tersebar di Singaraja jadi masyarakat lebih mudah mengakses layanan dari J&T.

Pelayanan dari J&T juga tergolong sudah baik, masyarakat yang jarang menggunakan J&T tidak memberikan penilaian yang buruk terhadap pelayanan J&T, karena J&T meminimalisir risiko kerusakan barang yang dikirim, maka dari ini masyarakat beranggapan bahwa pelayanan dari J&T sudah baik. Pelayanan yang baik diberikan oleh J&T dapat menjadikan J&T terkesan baik dikalangan masyarakat. Menurut Citra Wulandari dan Ketut Sudiana dari Universitas Udayana pada tahun 2018 yang berjudul “Analisis Tingkat Efektivitas J&T Sebagai jasa pengiriman di Provinsi Bali”. Dengan adanya citra produk yang baik terhadap J&T maka masyarakat akan lebih percaya dan berminat dalam menggunakan jasa pengiriman Trans Sarbagita.

Tidak hanya dari dimensi kinerja dan pelayanan, masyarakat juga beranggapan keandalan dari jasa pengiriman J&T dari aspek kepuasan konsumen sudah baik. Fasilitas Kantor Pelayanan (Drop Point) J&T yang sudah bersih, nyaman dan modern, karena di setiap Kantor Pelayanan (Drop Point) J&T sudah semua memiliki AC dan menggunakan sistem komputerisasi dalam pelayanannya sehingga cepat dalam penanganan konsumen. Fasilitas yang diberikan di dalam J&T juga tidak mempengaruhi tarif dari pengiriman barang. Tarif yang tergolong rendah dan dapat dijangkau oleh masyarakat dari segala kalangan.

Berdasarkan beberapa persepsi dari masyarakat di Singaraja tentang jasa pengiriman J&T, dimensi yang mempengaruhi masyarakat terhadap persepsinya mengenai suatu objek atau suatu produk yaitu sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Assael (2001), dimana persepsi masyarakat mengenai suatu produk dapat dilihat dari dimensi kinerja, pelayanan, keandalan, karakteristik produk, kesesuaian dengan spesifikasi dan hasil. Dinilai dari dimensi kinerja J&T itu sendiri sudah baik

dan masyarakat berharap agar pemerintah tetap meningkatkan kinerja dari J&T agar masyarakat lebih merasa nyaman dan aman menggunakan Trans Sarbagita.

Dinilai dari aspek pelayanan J&T tersebut, masyarakat memiliki persepsi yang positif terhadap pelayanannya, semoga pihak J&T tetap memberikan pelayanan yang terbaiknya dan selalu mendengarkan masukan dari masyarakat sekitar agar J&T tetap menjadi opsi pilihan bagi masyarakat dalam jasa pengiriman produk baik Singaraja, Bali maupun di Indonesia. Dari aspek keandalannya sendiri pun sudah dinilai baik oleh masyarakat, semoga fasilitas yang diberikan oleh J&T selalu meningkat sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumennya. Untuk aspek karakteristik produk dari J&T sudah baik, pihak J&T selalu memperhatikan inovasi-inovasi yang terbaru untuk jasa pengirimannya tersebut, semoga kedepannya inovasi yang lebih modern dapat dituangkan di dalam jasa pengiriman J&T..

Aspek terakhir yang dinilai yaitu aspek hasil, dimana hasil dari adanya J&T dinilai oleh masyarakat sudah baik, karena adanya jasa pengiriman J&T sangat membantu masyarakat dalam pengiriman barang dan meminimalisir risiko kerusakan barang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

(1) Persepsi masyarakat terhadap jasa pengiriman J&T di Provinsi Bali ditinjau dari dimensi kinerja memperoleh skor sebesar 10.238 yang berada pada rentang skor 9.520 – 11.759, sehingga dapat dikategorikan baik. (2) Persepsi masyarakat terhadap jasa pengiriman J&T di Provinsi Bali ditinjau dari dimensi pelayanan mendapatkan skor sebesar 5.850 yang berada direntang skor 5.440 – 6.719, sehingga dapat dikategorikan baik. (3) Persepsi masyarakat terhadap jasa pengiriman J&T di Provinsi Bali ditinjau dari dimensi keandalan memperoleh skor sebesar 5.774 berada pada rentang skor 5.440 – 6.719 termasuk ke dalam kategori baik. (4) Persepsi

masyarakat terhadap jasa pengiriman J&T di Provinsi Bali ditinjau dari dimensi karakteristik produk mendapatkan skor sebesar 2.988 yang berada di rentang skor 2.720 – 3.359, sehingga dapat dikategorikan baik. (5) Persepsi masyarakat terhadap jasa pengiriman J&T di Provinsi Bali ditinjau dari dimensi kesesuaian dengan spesifikasi memperoleh skor sebesar 2.819 berada pada rentang skor 2.720 – 3.359 termasuk ke dalam kategori baik. (6) Persepsi masyarakat terhadap jasa pengiriman J&T di Provinsi Bali ditinjau dari dimensi hasil memperoleh skor sebesar 5.075 yang berada pada rentang skor 4.160 – 5.439, sehingga dapat dikategorikan kurang baik.

Prasetijo, I. (2004). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

Saran

(1) Bagi Perusahaan J&T disarankan meningkatkan sarana dan prasarana untuk menunjang pelayanan bagi konsumen, seperti memperbanyak Kantor Pelayanan (Drop Point) agar mampu menjangkau masyarakat luas dan juga memperbaharui dan menginovasikan sistem aplikasi sehingga masyarakat lebih mudah lagi dalam pengoperasian aplikasi tersebut. (2) Bagi peneliti lain penelitian ini disarankan lebih dikembangkan lagi, karena di dalam penelitian ini hanya meneliti persepsi masyarakat, sehingga untuk peneliti selanjutnya dapat menambah objek penelitian misalnya dengan membandingkan J&T dengan jasa pengiriman lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

Assael, H. (2001). *Consumer Behavior Edisi Keenam*. New York: Thomson Learning.

Kotler, & Kaller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12* Terjemahan: Bob Sabran, M.M. Jakarta: Erlangga.

Kreitner, R., & Angelo, K. (2003). *Prilaku Organisasi Dalam: Early Suandy* (Penterjemah). Jakarta: Salemba Empat.